

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 (81)

Алматы, 2024  
Almaty, 2024

---

**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 (81)**

**Алматы, 2024  
Almaty, 2024**

Абай атындағы  
Қазақ ұлттық педагогикалық  
университеті

**ХАБАРШЫ**

«Экономика» сериясы,  
№3 (81), 2024

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

**РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС**

**Бас редактор:**

**М.А. Канабекова** –

*э.ғ.к., Абай атындағы ҚазҰПУ.*

**Бас редактордың орынбасары:**

**К.С. Алпысбаев** – *PhD,*

*Абай атындағы ҚазҰПУ.*

**Жауапты хатшы**

**А.К. Адельбаева** – *магистр,*

*Абай атындағы ҚазҰПУ.*

**РЕДАКЦИЯЛЫҚ АЛҚА**

**Рожон Филип** – *э.ғ.д., профессор*

*Пуатье Университеті (Франция)*

**А.В. Череп** – *э.ғ.д., профессор,*

*Запорожье ұлттық университеті*

*(Украина)*

**И.А. Лиман** – *э.ғ.д., профессор,*

*Тюмень мемлекеттік университеті*

*(Ресей)*

**А.Б. Маманазаров** – *э.ғ.к.,*

*М.В. Ломоносов атындағы Мәскеу*

*мемлекеттік университетінің*

*филиалы (Өзбекстан)*

**Ж.З. Оралбаева** – *э.ғ.к.,*

*қауымдастырылған профессор,*

*әл-Фараби атындағы*

*Қазақ ұлттық университеті*

**У.К. Джакишева** – *э.ғ.к.,*

*қауымдастырылған профессор м.а.,*

*Абай атындағы ҚазҰПУ.*

© Абай атындағы Қазақ ұлттық  
педагогикалық университеті, 2024

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

Басуға 25.09.2024. қол қойылды.

Пішімі 60x84 1/8. Көлемі 6,5 е.б.т.

Тапсырыс 19.

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**

**Ахатова М. Қ., Канабекова М.А.** Қазақстандағы ішкі туризмді дамыту перспективалары..... 5

**Ахатова М. Қ., Канабекова М.А.** Перспективы развития внутреннего туризма в Казахстане

**Akhatova M. K., Kanabekova M.A.** Prospects for the development of domestic tourism in Kazakhstan

**Азбергенова Р.Б., Жазылбек Л.И.** Реализация политики устойчивого экономического роста в Республике Казахстан..... 12

**Азбергенова Р.Б., Жазылбек Л.И.** Қазақстан Республикасында тұрақты экономикалық өсу саясатын іске асыру

**Azbergenova R., Zhazyzbek L.** Implementation of the policy of sustainable economic growth in the Republic of Kazakhstan.

**Туголбаева Д.М., Асанова А.Ж.** Кадровая политика управления персоналом в гостиничном бизнесе..... 18

**Туголбаева Д.М., Асанова А.Ж.** Қонақ үй бизнесінде персоналды басқарудың кадрлық саясаты

**Tugolbaeva D.M., Asanova A.J.** HR policy of personnel management in the hotel business

**МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ  
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ**

**Ван Ц., Оралбаева Ж.З.** Теоретические основы финансовой стратегии..... 23

**Ван Ц., Оралбаева Ж.З.** Қаржылық стратегияның теориялық негіздері.

**Wang J., Oralbaeva Zh.Z.** Theoretical foundations of financial strategy

**Жолдасова Г.И.** KASE қор биржасының ағымдағы проблемалары мен қиындықтарын бағалау..... 32

**Жолдасова Г.И.** Оценка текущих проблем и проблем фондовой биржи KASE

**Zholdassova G.I.** Assessment of current problems and difficulties of the kase stock exchange

Казахский национальный  
педагогический университет  
имени Абая

ВЕСТНИК

Серия «Экономическая»  
№ 3 (81), 2024

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

Филип 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

ал-Фараби

Джакишева У.К. – к.э.н., и.о.

ассоциированный профессор,

КазНПУ имени Абая

© Казахский национальный  
педагогический университет  
имени Абая, 2024

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

Подписано в печать 25.09.2024.  
Формат 60x84 1/8. Объем 6.5 уч.-  
изд.л. Заказ 19.

050010, г. Алматы,  
пр. Достык, 13. КазНПУ им. Абая

Издательство «Ұлағат» Казахского  
национального педагогического  
университета имени Абая

Мелдебекова А.А. Қазақстандағы интернет сауданың  
даму тенденциялары мен бағыттары..... 37  
Мелдебекова А.А. Тенденции и направления развития  
интернет торговли в Казахстане  
Meldebekova A.A. Trends and directions of development  
of online commerce in Kazakhstan

#### ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Адельбаева А.К. Тұтыну несиесінің қажеттілігі мен  
түрлері..... 46  
Адельбаева А.К. Необходимость и виды  
потребительского кредита  
Adelbayeva A.K. The need and types of consumer credit

Авторлар туралы мәлімет..... 51  
Сведения об авторах  
Information about author

**Abai Kazakh National Pedagogical  
University**

**BULLETIN**

**Series of «Economic»  
№ 3 (81), 2024**

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, 2024**

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

Signed to print 25.09.2024.  
Format 60x84 1/8. Volume – 6.5 publ.  
literature. Order 19.

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

Publishing house «Ulagat» Kazakh  
National Pedagogical University after  
Abai

## ТЕОРИЯ ЖӘНЕ ӘДІСТЕМЕ ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

МРНТИ 71.37.75

М.Қ. Ахатова<sup>1</sup>, М.А. Канабекова<sup>1</sup>

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

### ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ІШКІ ТУРИЗМДІ ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

#### Аңдатпа

Мақала Қазақстанның бай тарихын, бірегей табиғи көрікті жерлерін және алуан түрлі ландшафтын ескере отырып, Қазақстандағы ішкі туризмді дамыту перспективаларын қарастырады. Қазақстан Республикасындағы ішкі туризм экономика және мәдени алмасу саласындағы маңызды сектор болып табылады, оның даму болашағы зор. Елдің бірегей географиялық орналасуы, табиғи ландшафттардың алуан түрлілігі, Қазақстан халықтарының тарихи-мәдени мұрасы мен дәстүрлері тартымды туристік маршруттарды қалыптастыруға тамаша жағдай жасайды. Соңғы жылдары жергілікті тұрғындар тарапынан ел ішінде саяхаттауға деген қызығушылықтың артуы байқалады, бұл инфрақұрылымның жақсаруы, қонақүй қызметтерінің дамуы, сондай-ақ ұлттық брендтерді белсенді түрде жылжытумен байланысты. Ішкі туризмді дамытудың негізгі бағыттары – экологиялық туризм, гастрономиялық туризм және өлкетану мен салт-дәстүрді насихаттауға ықпал ететін мәдени іс-шаралар. Одан әрі табысқа жету үшін көліктік байланыстарды инвестициялауды жалғастыру, кәсіби кадрларды дамыту және туристік қызметтерді ілгерілету үшін заманауи технологияларды пайдалану қажет. Ішкі туризмнің белсенді дамуы нәтижесінде республика экономика-сын нығайтып қана қоймай, сонымен қатар азаматтар арасындағы мәдени алмасу деңгейін арттыруға мүмкіндік алады. ҚР Туризм және Спорт министрлігінің деректеріне сәйкес, 2022 жылы ішкі туристер санының рекордтық өсуі тіркелді, бұл болашақта ішкі туризмнің өсу перспективаларын көрсетеді.

*Түйін сөздер:* туризм, тенденция, туристік инфрақұрылым, ішкі туризм, экономикалық өсу, кешенділік.

Ахатова М.Қ.<sup>1</sup>, Канабекова М.А.<sup>1</sup>

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

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

#### Аннотация

В статье рассматриваются перспективы развития внутреннего туризма в Казахстане с учетом богатой истории Казахстана, уникальных природных достопримечательностей и разнообразного ландшафта. Внутренний туризм в Республике Казахстан представляет собой значимый сектор в сфере экономики и культурного обмена, который обладает большими перспективами для развития. Уникальное географическое положение страны, разнообразие природных ландшафтов, историко-культурное наследие и традиции народов Казахстана создают отличные условия для формирования привлекательных туристических маршрутов. В последние годы наблюдается рост интереса со стороны местного населения к путешествиям внутри страны, что обусловлено улучшением инфраструктуры, развитием гостиничного сервиса, а также активным продвижением национальных брендов. Основными направлениями в развитии внутреннего туризма являются экотуризм, гастрономический туризм и культурные мероприятия, которые

способствуют популяризации местной истории и традиций. Для дальнейшего успеха необходимо продолжать инвестировать в транспортные связи, развивать профессиональные кадры и использовать современные технологии для продвижения туристических услуг. В результате активного развития внутреннего туризма республика сможет не только укрепить свою экономику, но и повысить уровень культурного обмена среди граждан. Согласно данным министерства туризма и спорта РК, в 2022 году зафиксирован рекордный рост числа внутренних туристов, что отражает перспективы роста внутреннего туризма в будущем.

*Ключевые слова:* туризм, тенденции, туристская инфраструктура, внутренний туризм, экономический рост, комплексность.

*Akhatova M. K.<sup>1</sup>, Kanabekova M.A.<sup>1</sup>*

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

## **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN KAZAKHSTAN**

### *Abstract*

The article examines the prospects for the development of domestic tourism in Kazakhstan, taking into account the rich history of Kazakhstan, unique natural attractions and diverse landscape. Domestic tourism in the Republic of Kazakhstan is a significant sector in the field of economy and cultural exchange, which has great prospects for development. The unique geographical position of the country, the diversity of natural landscapes, historical and cultural heritage and traditions of the peoples of Kazakhstan create excellent conditions for the formation of attractive tourist routes. In recent years, there has been an increase in interest from the local population in traveling within the country, which is due to the improvement of infrastructure, the development of hotel services, and the active promotion of national brands. The main areas in the development of domestic tourism are ecotourism, gastronomic tourism and cultural events that contribute to the popularization of local history and traditions. For further success, it is necessary to continue investing in transport links, developing professional personnel and using modern technologies to promote tourism services. As a result of the active development of domestic tourism, the republic will be able not only to strengthen its economy, but also to increase the level of cultural exchange among citizens. According to the Ministry of Tourism and Sports of the Republic of Kazakhstan, a record increase in the number of domestic tourists was recorded in 2022, which reflects the prospects for the growth of domestic tourism in the future.

*Keywords:* tourism, trend, tourist infrastructure, domestic tourism, economic growth, complexity.

Қазақстандағы ішкі туризмнің перспективалары, оның түрлері Қазақстанның бай тарихы және оның бірегей географиялық орналасуы туризмнің көптеген түрлерін, соның ішінде экологиялық, су, іскерлік, этнографиялық түрлерін дамытуға жағдай жасады.

Қазақстандағы ішкі туризмді дамыту перспективалары

Өзінің бай мәдени мұрасымен, бірегей табиғи көрікті жерлерімен және алуан түрлі ландшафтымен Қазақстан туризмді дамыту үшін зор әлеуетті білдіреді. Ішкі туризм, атап айтқанда, экономикалық өсуді ынталандыруда, әлеуметтік байланыстарды нығайтуда және елдің мәдени және табиғи құндылықтарын сақтауда шешуші рөл атқарады. Бұл мақалада Қазақстандағы ішкі туризмді дамыту перспективаларын және оны жақсартудың мүмкін жолдарын қарастырылады.

Қазақстанда туризм қалай дамуда?

Туристік саланың өсуі туристік инфрақұрылым объектілерін дамыту, мемлекеттік қолдау шараларын енгізу, визалық режимді жеңілдету бойынша жұмыс және басқа да көптеген факторлардың арқасында орын алуда. Елімізде туризмнің даму тенденциясын Дүниежүзілік экономикалық форум туризмінің жаһандық рейтингінде Қазақстан 2021 жылдың қорытындысы

бойынша 117 ел арасында 66-шы орынға жайғасып, 14-ші орынға көтерілді. Республика тұрғындары ішкі туризмнің дамуына ықпал етіп, ішкі демалыстың пайдасына жиі таңдау жасай бастады.

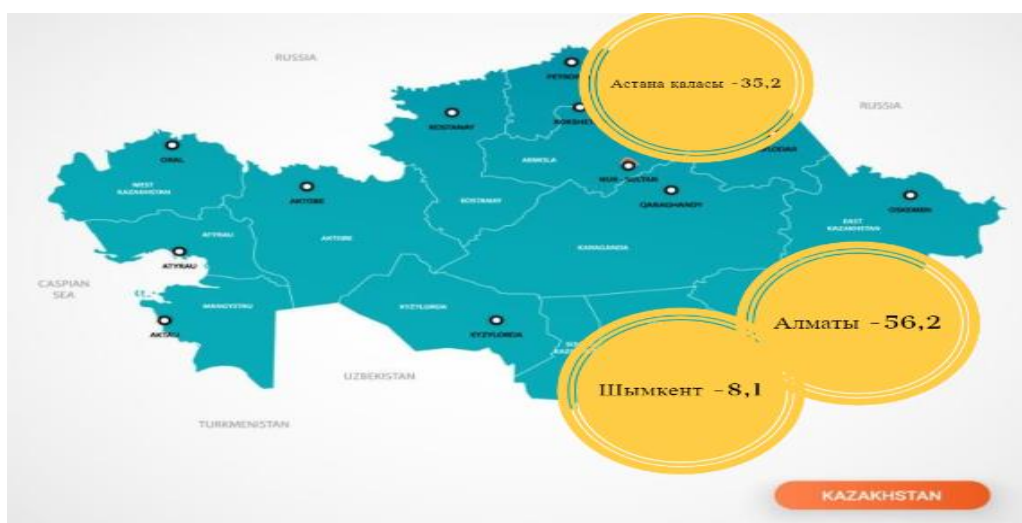
ҚР Туризм және спорт министрлігінің мәліметінше, 2022 жылы Қазақстандағы ішкі туристер саны бойынша рекорд тіркелді. 2022 жылдың қорытындысы бойынша ел ішіндегі саяхатшылар саны 8,6 млн адамға жетті. 2021 жылмен салыстырғанда бұл көрсеткіш 1,7 млн-ға артты, болжам бойынша, 2023 жылы ішкі саяхатшылар саны 9 млн-ға дейін өсті.

Кесте 1

### Қазақстан Республикасына келуші туристер динамикасы 2012 – 2023 жылдар



2022 жылдың қорытындысы бойынша қазақстандық туристер саны 6,4 млн адамды құрады. Салыстыру үшін: 2019 жылы пандемияға дейін ел ішінде демалған қазақстандықтардың саны 5,3 млн адамды құрады. Осылайша, туризм саласы тақта тәрізді өсу қарқынын қалпына келтірді.



Сурет 1 – Республикалық маңызы бар қалалар бойынша туристер статистикасы



Бүгінде 83 елдің азаматтары Қазақстанға визасыз кіруге құқылы 109 Мемлекеттің резиденттері электрондық визаларды ресімдей алады. Арнайы инвесторлық визалар қарастырылған. Сонымен қатар, тарихи ескерткіштермен, халықтық дәстүрлермен және ұлттық тағамдармен байланысты Қазақстанның бай мәдени мұрасы мәдени туризмді дамыту үшін бірегей мүмкіндіктер ұсынады. Алматы, Астана және Шымкент, Түркістан сияқты қалаларда отандық және шетелдік туристерді тарта алатын көптеген мұражайлар, сәулет ескерткіштері мен мәдени іс-шаралар бар.

Қазақстанда туризм дамуының оң динамикасы жалғасуда, бұл "eQonaq" АЖ-дағы аналитикалық модуль деректерімен расталады.

Туристер келудің негізгі мақсаттары бойынша: туризм мақсатында – 37%, жеке мақсатпен – 29%, іскерлік мәселелер бойынша – 13%, жұмыс бойынша – 6% және басқа мақсаттармен – 15%.

Қазақстандағы ішкі туризм 11% - ға өсіп, 2023 жылдың 3 Тоқсанында 5,4 млн. 2023 жылдың 3 Тоқсанында Қазақстанда ішкі туристер санының 11%-ға өсуі байқалды, бұл шамамен 5,4 миллион адамды құрады. Сонымен қатар, шетелдік туристердің саны үштен бірінен астамға өсіп, шамамен 835 000-ға жетті.

Келушілер саны. Ішкі саяхат. Жылдық деректер | млн адам

Кесте 2

### 2017-2021 жылдар аралығындағы туризм көрсеткіштері

Туризм	Жылдар				
	2017 жыл	2018 жыл	2019 жыл	2020 жыл	2021 жыл
Ішкі	8,6	8,6	8,6	8,0	9,0
Сыртқы	2,9	3,1	3,0	0,8	0,9
Барлығы	11,5	11,7	11,6	8,8	9,9

#### Ішкі туризмнің негізгі мәселелері

Ішкі туризмнің дамуына кедергі келтіретін кейбір мәселелерге басқа елдерге қарағанда жергілікті валютаның салыстырмалы құнының жоғарылауы жатады, бұл жергілікті тұрғындардың шетелге шығуына, ішкі пакеттік турлардың болмауына, жергілікті тұрғындардың өздерінің туристік ресурстарын түсінбеуіне және түсінбеуіне әкелді. тарихи көрнекті орындар, ақшаның жетіспеушілігі, қашықтық және жоғары көлік шығындары, Үкімет пен басқа да мүдделі органдардың халықаралық туризмге көп көңіл бөлуі, туризмге деген көзқарастың нашарлығы, саяхаттау әдетінің болмауы және жарнаманың төмендігі.

- Салада кәсіби кадрлардың, оның ішінде шет тілдерін меңгерген кәсіби гидтердің жетіспеушілігі;

- Туристік сала кадрларын даярлаудың әлсіз жүйесі: жеткізушілер, туристік сыныпты орналастыру құралдары және демалыс объектілері;

- Еліміздің автомобиль жолдарында сапалы жол инфрақұрылымның жетіспеушілігі;

- Сапалық байланыстың, бағыттардың жүру жолындағы туристік объектілердің көрсеткіштерінің болмауы;

- Шектеулі орналастыру орындар саны;

- Туристік ресурстарды дамыту үшін инвестициялық әлеуеттің төмен деңгейі;

- Ассортимент тапшылығы және төмендігі;

- Туристік өнімдердің сапасы;

- Қызмет көрсету жеткіліксіздігі;

- Цифрландыру туристік қызметтерінің дамымауы;

Қазақстанда туризмді дамыту

Қазақстанда туризмді дамыту-бұл үкіметтің, жеке сектордың және жалпы қоғамның үйлестірілген күш-жігерін талап ететін кешенді процесс.

Ішкі туризмді табысты дамыту үшін дамыған туристік инфрақұрылым қажет. Қазақстанда соңғы жылдары осы салаға инвестициялардың айтарлықтай өсуі байқалады. Қонақ үй бизнесін дамыту, заманауи қонақүйлер мен қонақ үйлерді салу және туристік нысандардың көліктік қолжетімділігін жақсарту-саяхатшылар үшін қолайлы жағдай жасау үшін қабылданатын қадамдардың бірнешеуі ғана. Міне, елдегі туризмнің дамуына ықпал ететін бірнеше негізгі қадамдар:

Стратегиялық жоспарлау және инвестициялар: туризмді дамытудың ұзақ мерзімді стратегияларын әзірлеу, басым бағыттарды айқындау және туристік инфрақұрылымды дамытуға инвестициялар тарту.

Туристік маршруттарды ілгерілету және брендинг: Қазақстанның бірегей туристік маршруттарын, мәдени мұрасын және табиғи көрікті жерлерін ілгерілету үшін тиімді маркетингтік науқандар құру. Қазақстан брендин тартымды туристік бағыт ретінде дамыту.

Инфрақұрылымды дамыту: туристер үшін жайлы және қауіпсіз болуды қамтамасыз ету үшін қонақүйлер, мейрамханалар, көлік құралдары және жол инфрақұрылымы сияқты туристік инфрақұрылымды дамытуға инвестициялар.

Кадрларды оқыту: туризм саласында білікті мамандарды даярлау, қызмет көрсету және қонақжайлылық стандарттары бойынша персоналды оқыту, сондай-ақ гидтер мен экскурсоводтардың кәсіби дағдыларын дамыту.

Экологиялық туризмді дамыту: экологиялық таза туризмді және табиғи ресурстарды тұрақты пайдалануды ілгерілету. Экотуризм әуесқойларын тарту үшін ұлттық саябақтар, қорықтар және экологиялық маршруттар құру.

Жергілікті бастамалар мен кәсіпкерлікті ынталандыру: қонақ үйлерді, кәдесый дүкендерін, жергілікті асханалық мейрамханаларды және басқа да туристік қызметтерді құруды қоса алғанда, туризм саласында шағын және орта бизнесті дамытуды қолдау.

Мәдени туризмді дамыту: туристерге жергілікті мәдениетке, дәстүрге және тарихқа енуге мүмкіндік беретін мәдени іс-шаралар, фестивальдар, көрмелер мен іс-шаралар өткізу.

Келу және болу жағдайларын жақсарту: визалық режимді жеңілдету, әуежайлар мен шекараларда туристік инфрақұрылымды дамыту, сондай-ақ шетелдік туристер үшін қауіпсіздік пен жайлылықты қамтамасыз ету.

Қазақстанда табиғи және мәдени көрікті жерлердің бірегей үйлесімі арқасында туризм түрлерінің алуан түрлілігі бар. Елдегі ең көп таралған туризм түрлеріне мыналар жатады:

1. Табиғи туризм: Қазақстан тау жоталарын, көлдерді, далалар мен шөлдерді қоса алғанда, өзінің әсем табиғи ландшафттарымен танымал. Туристер Тянь-Шаньда немесе Алтай тауларында таулы туризммен айналыса алады, Шарын каньонының ежелгі каньондарын аралай алады немесе Балқаш және Бурабай көлдеріне бара алады.

2. Экологиялық туризм: Қазақстан әртүрлі фауна мен флораға ие, бұл оны экологиялық туризм әуесқойлары үшін тартымды етеді. Алтын Эмл, Баянауыл және Шарын каньоны сияқты ұлттық саябақтар мен қорықтар бірегей табиғатты зерттеуге және қорғауға мүмкіндік береді.

3. Мәдени туризм: елде ғасырлар бойғы тарих пен халықтың көпұлтты құрамын көрсететін бай мәдени мұра бар. Туристер ежелгі Самарқанд, Отар және Тараз қалаларына барып, қазақтың дәстүрлі әдет-ғұрыптары мен қолөнерін зерттей алады немесе мұражайлар мен сәулет ескерткіштерін аралай алады.

4. Этнотуризм: ұлттық саябақтар мен ауылдарға саяхат, жергілікті мәдениеттермен, дәстүрлермен және тағамдармен танысу, ұлттық киіз үйлерде немесе жергілікті тұрғындардың үйлерінде тұру туристерге шынайы қазақ мәдениетіне енуге мүмкіндік береді.

5. Агротуризм: Ауыл шаруашылығы Қазақстан экономикасында маңызды рөл атқарады және агротуризм барған сайын танымал бола түсуде. Туристер фермаларға бара алады, егін жинауға қатыса алады немесе ауыл шаруашылығының дәстүрлі әдістерімен таныса алады.

6. Шытырман оқиғалы туризм: ашық ауада әуесқойлар үшін жаяу серуендеу, велосипедпен жүру, атқа міну, альпинизм, парапланмен секіру және экстремалды спорт сияқты шытырман оқиғалы туризмнің әртүрлі түрлері бар.

Қазақстандағы ішкі туризмнің танымал бағыттары көптеген табиғи және қолдан жасалған көрікті жерлер, мәдени, тау немесе спорттық демалыс орындары жетерлік.

### **Шарын шатқалы**

Шарын ұлттық саябағына кіретін Шарын шатқалының бірегейлігі оның аумағында кездесетін флора мен фаунаның алуан түрлілігі мен көптігінде жатыр. Каньон өз атауын оның түбінен өтетін Шарын өзенінің (жалпы ұзындығы 400 км-ден астам) құрметіне алды.

Баруға болатын ең жақсы орындардың бірі-ерекше пішінді жартастардан пайда болған қамал аңғары. Сыртқы жағынан, олар ежелгі құлыптарға ұқсайды, сондықтан аңғар осындай атауға ие болды.



*Сурет 2 – Шарын шатқалы*

### **Көлсай көлдері**

Көлсай көлдері үш көлден тұратын жүйе, Солтүстік Тянь-Шаньның інжу-маржаны деп аталады. Олар Алматы облысы Кеген ауданының аумағында орналасқан. Ең биік көл — Жоғарғы Көлсай. Ол теңіз деңгейінен 2850 м биіктікте орналасқан. Орташа Мыңжылғы — 2 252 м биіктікте, ал үшіншісі-теңіз деңгейінен 1 818 м биіктікте. Көлсай-бірегей экожүйесі бар орын. Саяхатшылар Қазақстанның визит карточкаларының біріне айналған таза табиғатты, Жабайы флора мен фаунаға бай табиғатты тамашалай алады.

**Қайыңды.** Алматы облысында экотуризм әуесқойларын тартатын тағы бір орын бар. Бұл Күнге-Алатау шатқалдарының бірінде орналасқан Қайыңды көлі. Оның басты тартымдылығы — Судан тікелей көтерілетін шыршалар.



Сурет 3 – Қайыңды көлі

Көл 1911 жылы болған жер сілкінісінен пайда болды. Су ағаштарды су басып, олардың діңдері суда қалды. Көл ұлттық саябақтың аумағында орналасқан, сондықтан оған шомылуға тыйым салынады.

#### **Этноауыл Көгез**

Kazakhstan Travel бұл қазақ көшпенділерінің өмірі мен тұрмысын, халықтың салт-дәстүрлері мен мәдениетін түсінуге тамаша орын екенін атап өтті. Этноауыл 2017 жылы құрылған және Маңғыстау облысының орталық бөлігінде орналасқан. Көгер аумағында киіз үйлер орналасқан. Мұнда шеберлік сыныптары өткізіледі, ұлттық әндер мен билермен мерекелер ұйымдастырылады, қонақтар ұлттық тағамдармен емделеді.

#### **Шымбұлақ**

Шымбұлақ тау шаңғысы курорты-қыста танымал демалыс орны және елдің негізгі спорттық көрікті жерлерінің бірі. Мұнда қар маусымы қарашадан мамырға дейін созылады, ал курорттың өзі Іле Алатауы шатқалында орналасқан. Курорт туристерді арқан көтерігіштермен жабдықталған шаңғы трассаларымен тартады. Аспалы жолмен шаңғы трассаларына ғана емес, Шымбұлақтың ең биік нүктесі — Талғар асуына да көтерілуге болады. Жаңа нәрсені табу және әсерлі көрікті жерлерді көру үшін шетелге барудың қажеті жоқ. Қазақстан аумағында саяхатшыларды тартатын көптеген орындар бар. Олар табиғаттың сұлулығы мен байлығын, сондай-ақ елдің әртүрлі тарихи және мәдени мұраларын көрсетеді.

#### **Қорытынды**

Қазақстанда ішкі туризмді дамыту бірегей табиғи көрікті жерлерімен және елдің әртүрлі географиялық жағдайымен шартталған перспективалы бағыт болып табылады. Соңғы жылдары атап өтілген туристік саланың біртіндеп өсуі осы сектордың Қазақстанның экономикалық дамуы үшін маңыздылығын айғақтайды.

Мемлекеттік қолдау, заманауи технологияларды енгізу, туристік инфрақұрылымды күшейту және визалық режимді жеңілдету елдің саяхатшылар үшін тартымдылығын арттыруға ықпал етеді. Сонымен қатар, COVID-19 пандемиясынан кейін ерекше өзекті болған ішкі туризм ішкі сұранысты ынталандыруда және жергілікті аймақтарды дамытуда маңызды рөл атқарады. Осыны ескере отырып, туристік индустрияны дамытуға инвестиция салуды жалғастыру, елдің мәдени және табиғи мұрасын сақтау және ілгерілету, сондай-ақ Қазақстандағы ішкі туризмнің әлеуетін барынша іске асыру үшін туристер үшін қолайлы жағдайлар жасау маңызды.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. Қазақстан ұлттық энциклопедиясы
2. Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің ресми сайты. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://primeminister.kz/ru/news/turizm-v-kazakhstane-vo-vremya-pandemii-i-posle-nej-223421> (дата обращения 12.07.2024)

3. Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mcs?lang=ru>. (дата обращения 12.07.2024)
4. Закон Республики Казахстан. Об основах туристской деятельности в Республике Казахстан от 24.11.1996№132 2. Ердаuletov C.P. Казахстан туристский. - Алма-Ата, - Наука,1989. - С.140
5. 27. Постановление правительства Республики Казахстан от 6 марта 2001г. № 28. О Концепции развития туризма в Республике Казахстан
6. Проект «Создание модели учебного заведения НПО проводящего комплексную подготовку специалистов туристского сервиса» 2005г. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <http://www.eureka.net.ru/>(дата обращения 12.07.2024)
7. «Теория и практика подготовки специалистов туристской индустрии в высших учебных заведениях» Автореферат диссертации Вуколов В.Н. Алматы 2001г. 155с.
8. Межвузовский сборник научных трудов «Туризм и культурное наследие» // 2006. — Выпуск 3. — С. 287-295.
9. Филонец П.П. Очерки по географии внутренних вод Казахстана. - Алма-Ата, Наука, 1981. - С.124
- 10.Рахметулина Ж.Б., Карипова А.Т. Развитие туристского потенциала Казахстана. // Вестник Университета «Туран» . 2019;(2):175-179.

МРНТИ 06.52.13

Азбергенова Р.Б.<sup>1</sup>, Жазылбек Л.И.<sup>1</sup>

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

## РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИТИКИ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

### Аннотация

Сильная зависимость страны от внешнего спроса на нефть, газ и природные ископаемые рассматривается в среднесрочной и долгосрочной перспективе как потенциальная угроза и препятствие для развития её научно-технического и инновационного потенциала

Одной из приоритетных задач экономической политики Казахстана в нынешних условиях глобализации экономики и финансовых кризисов является стимулирование экономического роста, поддержание его темпов в стабильном и оптимальном уровне. В нынешних условиях глобализации экономики экономический рост национальных экономик представляет собой переход её к новому, более высокому уровню. Характеризуя сегодня развитие рыночного хозяйства, можно наблюдать его переход к новому качеству экономического роста. Это означает, что экономический рост осуществляется главным образом за счёт индустриально-инновационных достижений, внедрения НТП, применения компьютерных, ресурсосберегающих технологий.

Национальные проекты по развитию предпринимательства и достижению устойчивого экономического роста, направлены на повышение благосостояния казахстанцев.

**Ключевые слова:** экономическая политика, глобализация, экономический рост, экспортные поступления, диверсификация, предпринимательство, национальный фонд.

Р.Б. Азбергенова<sup>1</sup>, Л.И. Жазылбек<sup>1</sup>

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

## ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТҰРАҚТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУ САЯСАТЫН ІСКЕ АСЫРУ

### *Аңдатпа*

Елдің мұнайға, газға және табиғи қазбаларға сыртқы сұранысқа қатты тәуелділігі орта мерзімді және ұзақ мерзімді перспективада оның ғылыми-техникалық және инновациялық әлеуетін дамытуға әлеуетті қауіп және кедергі ретінде қарастырылады.

Экономиканың жаһандануы мен қаржы дағдарыстарының қазіргі жағдайындағы Қазақстанның экономикалық саясатының басым міндеттерінің бірі экономикалық өсуді ынталандыру, оның қарқынын тұрақты және оңтайлы деңгейде ұстап тұру болып табылады. Экономиканың жаһандануының қазіргі жағдайында ұлттық экономиканың экономикалық өсуі оның жаңа, жоғары деңгейге өтуін білдіреді. Бүгінгі таңда нарықтық экономиканың дамуын сипаттай отырып, оның экономикалық өсудің жаңа сапасына көшуін байқауға болады. Бұл экономикалық өсу негізінен индустриялық-инновациялық жетістіктер, ҒТП енгізу, компьютерлік, ресурс үнемдеуші технологияларды қолдану есебінен жүзеге асырылатынын білдіреді.

Кәсіпкерлікті дамыту және орнықты экономикалық өсуге қол жеткізу жөніндегі ұлттық жобалар қазақстандықтардың әл-ауқатын арттыруға бағытталған.

*Түйінді сөздер:* экономикалық саясат, жаһандану, экономикалық өсу, экспорттық түсімдер, әртараптандыру, кәсіпкерлік, Ұлттық қор

R.Azbergenova<sup>1</sup>, L.Zhazyzbek<sup>1</sup>

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

## IMPLEMENTATION OF THE POLICY OF SUSTAINABLE ECONOMIC GROWTH IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

### *Abstract*

The country's strong dependence on external demand for oil, gas and natural resources is considered in the medium and long term as a potential threat and obstacle to the development of its scientific, technical and innovative potential.

One of the priorities of Kazakhstan's economic policy in the current conditions of economic globalization and financial crises is to stimulate economic growth, maintain its pace at a stable and optimal level. In the current conditions of economic globalization, the economic growth of national economies represents its transition to a new, higher level. Characterizing the development of the market economy today, one can observe its transition to a new quality of economic growth. This means that economic growth is mainly due to industrial and innovative achievements, the introduction of STP, the use of computer, resource-saving technologies.

National projects for the development of entrepreneurship and the achievement of sustainable economic growth are aimed at improving the well-being of Kazakhstanis.

*Keywords:* economic policy, globalization, economic growth, export earnings, diversification, entrepreneurship, national fund

Экономика Казахстана за последние несколько десятилетий прошла через длительный период устойчивого роста с уверенным повышением величины валового внутреннего продукта на душу населения. Это способствовало улучшению социально-экономических условий жизни граждан страны, снизило уровень бедности и повысило рыночную активность. Основным локомотивом развития страны стал масштабный экспорт минеральных и энергетических ресурсов, в первую очередь — сырой нефти. По данным Минэнерго Казахстана, экспорт нефти из Республики в 2021 г. составил 67,6 млн т. Почти 80% казахстанского нефтяного экспорта нефти идет через «Каспийский трубопроводный консорциум». Благодаря ему до падения цен на нефть в 2014 году экономика Казахстана имела положительный баланс внешней торговли. [1]

Однако такая зависимость страны от внешнего спроса на нефть, газ и природные ископаемые рассматривается в среднесрочной и долгосрочной перспективе как потенциальная угроза и препятствие для развития её научно-технического и инновационного потенциала. Несмотря на значительный положительный вклад сырьевого сектора в развитие национальной экономики, есть и отрицательные последствия. Добыча сырья чаще всего ведется агрессивными способами, что приводит к ухудшению природной системы, происходит деградация окружающей среды. Из-за низкого уровня диверсификации экономики значительная масса рабочей силы в Казахстане всё ещё занята в сельском хозяйстве. [2]

Модель экономического роста, в основе которой лежит доминирующее развитие сырьевого сектора экономики, предопределяет ее высокую зависимость от конъюнктуры мировых рынков. Дело в том, что развитие стран с богатыми ресурсами, имеющих экспортно-сырьевую модель экономики, сопровождается проблемами, сдерживающими их инновационную ориентацию и модернизацию. Экономическое развитие характеризуется неровными темпами, обусловленными колебаниями цен на сырье. Цены на сырьевые товары в отличие от цен на остальные товары и услуги гораздо больше подвержены колебаниям. Это означает, что для стран с богатыми ресурсами характерна большая изменчивость экспортных поступлений и, соответственно, экономическая нестабильность. Увеличение экспортных поступлений в период высоких цен на сырье сопровождается быстрым ростом экономики, а при падении цен идет спад и принимаются меры по поддержке экспортных отраслей, иногда включая девальвацию валюты. Внешний импульс для экспортно-сырьевой экономики может оказаться сокрушительным, так как способность экономики переносить потрясения обратно пропорциональна доминирующему положению сырьевого сектора в период успешного благополучия и роста.

Тенденция опережающего роста добывающего сектора экономики, в особенности его нефтегазовой составляющей сохраняется. На долю нефтяного сектора приходится 20-30% ВВП, более 50% доходов бюджета и 60% экспорта. При преимущественном формировании ВВП за счет внешних факторов, ослаблении экономического суверенитета возрастает неуправляемая зависимость национальной экономики от внешних конъюнктурных колебаний. Вследствие этого национальная экономика в целом характеризуется неустойчивостью развития. Такая модель экономического роста при высоких ценах на нефть обеспечивала быстрый рост производства, позволяла получать сверхдоходы, сохранять макроэкономическую стабильность и увеличение внутреннего спроса. По расчетам Института экономических исследований, увеличение цены на нефть марки Brent на 1% влечет за собой: реальный рост экономики на 0,08%; реальный рост внутреннего спроса на 0,1%; рост чистого притока капитала на 0,83%. В период с 2002 по 2013 год в Казахстане сверхдоходы от экспорта нефти (т.е., только за счет прироста цены на нефть) суммарно составили 253 млрд. долларов США. Корреляция между сверхдоходами от экспорта нефти и реальным ростом экономики до кризиса 2008-2009 гг. составляла почти 0,93, а в посткризисный период выросла до 0,97. Это свидетельствует о возрастающем вкладе ценового фактора нефтяных доходов страны в реальный рост экономики и о снижении эффективности нефтегазового сектора после 2009 года [3].

Замедление темпов роста мировой экономики, ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры предопределили появление в казахстанской экономике тенденций, являющихся

предвестниками нового экономического кризиса. Это реакция на снижение дохода государства от природной ренты. Кризис второго десятилетия 2000-х дает шанс использовать потенциальные возможности управлять изменениями, а не пытаться справиться с ними старым инструментарием. Высокая уязвимость экономики Казахстана перед внешними факторами, неустойчивость ее развития ставит задачу создания новой модели экономического роста.

Одной из приоритетных задач экономической политики Казахстана в нынешних условиях глобализации экономики и финансовых кризисов является стимулирование экономического роста, поддержание его темпов в стабильном и оптимальном уровне. В нынешних условиях глобализации экономики экономический рост национальных экономик представляет собой переход её к новому, более высокому уровню. Характеризуя сегодня развитие рыночного хозяйства, можно наблюдать его переход к новому качеству экономического роста. Это означает, что экономический рост осуществляется главным образом за счёт индустриально-инновационных достижений, внедрения НТП, применения компьютерных, ресурсосберегающих технологий.

Казахстан достиг своей цели войти в топ-50 наиболее конкурентоспособных стран в 2013 году, но опустился на 55 место в 2019 году. В 2013 году Казахстан опережал другие государства СНГ почти по всем основным показателям конкурентоспособности, включая институты, инфраструктуру, макроэкономическую среду, высшее образование и профессиональную подготовку, эффективность товарного рынка, развитие рынка труда, развитие финансового рынка, технологическую готовность, размер рынка, сложность бизнеса и инноваций, отставание было исключительно в категории здравоохранения и начального образования.

Страна расположилась на 39 месте в индексе экономической свободы 2020 года, опубликованном Wall Street Journal и Heritage Foundation. По результатам рейтинга 2023 года Казахстан с результатом 62,1 балла занял 71 место, опустившись на 7 пунктов по сравнению с прошлым годом (в рейтинге 2022 года — 64 место со значением 64,4 балла).

Сейчас Казахстан по душевому ВВП идет вровень с такими странами, как Россия, Китай и наиболее бедная страна ЕС Болгария, тогда как в будущем должен достичь для начала текущего уровня Панамы и Румынии. Это предполагает увеличение валового национального дохода в 1,5 раза. Для достижения этого показателя за 10 лет требуется рост подушевого ВВП не менее 4% в год. Такие темпы, по данным Всемирного банка, последний раз наблюдались в стране 10 лет назад. [4]

В настоящее время центром экономической политики станет задача обеспечить «устойчивый, качественный и инклюзивный экономический рост». Под устойчивым ростом понимается экономический рост, темпы которого могут поддерживаться на стабильном уровне в течение длительного периода.

В 2023 году правительство РК утвердило документ с названием «Экономическая политика на среднесрочный период».

Для решения поставленных задач «Экономическая политика на среднесрочный период» предполагает снизить вклад в ВВП сырьевых отраслей и сделать ставку на «массовое предпринимательство» и «частный сектор». Ради их развития в документе формулируется «новый принцип максимальной свободы предпринимательства». Во внутренней экономической политике будет сделан акцент на «экономической свободе», во внешней торговле – будут заключаться «соглашения о зонах свободной торговли с перспективными рынками сбыта». Отметим, что сейчас Казахстан в индексе экономической свободы Института Фрейзера находится довольно высоко, на 49-м месте в мире, существенно опережая Россию (94-е место), однако отставая от некоторых других постсоветских стран – трех стран Балтии, а также от Армении и Грузии.

Ставится задача перехода страны из группы экономик с со средним уровнем дохода в группу стран с высокими доходами, чтобы избежать так называемой «ловушки среднего дохода».

Важность повышения благосостояния казахстанцев сложно переоценить, учитывая, что у значительного миграционного оттока из Казахстана в последние десятилетия есть и



экономические причины. Согласно данным из доклада МОТ «Разрыв в оплате труда мигрантов: прояснение различий в заработной плате между мигрантами и гражданами», в странах с высокими доходами мигрант получает в среднем на 13% меньше, чем местные жители. В такой ситуации переезд в более богатую страну нередко легко окупается, немедленно давая работнику зарплату, которая исходя из правительственных планов станет для него возможна через 10 или 20 лет.

Исходя из значимости задач и их межведомственного характера по логике существующей системы государственного планирования, они требуют наличия национального проекта или проектов.

Наиболее релевантны два национальных проекта – «Национальный проект по развитию предпринимательства на 2021–2025 годы» и «Устойчивый экономический рост, направленный на повышение благосостояния казахстанцев».

Первый из проектов близок к тематике «массового предпринимательства». Однако показатель «массовости», который заложен в данный проект, достигнут уже в прошлом году. Доля МСП уже сейчас составляет 35% ВВП. Что касается экономической свободы, хотя эта задача измерима разными метриками, в этом национальном проекте она напрямую не ставится, а существующее в нем указание подчинять государственные решения требованиям обеспечения «честной конкуренции и свободы предпринимательства» дает тот же уровень конкретизации, что и новая среднесрочная программа правительства.

Второй из национальных проектов делает акцент на диверсификацию экономики. Хотя формально это наиболее крупный (15,9 трлн тенге) национальный проект и на него приходится около половины затрат на все национальные проекты, в действительности это небольшой проект с государственным финансированием в 400 млн тенге, то есть менее \$1 млн за пять лет. Остающаяся часть – неконкретизированные внебюджетные средства, которые могут и не быть получены или которые частники, вероятно, потратили бы и вне связи с национальным проектом.

Из указанных 400 млн государственных расходов примерно 250 млн приходятся на «увеличение объемов производства и расширение номенклатуры товаров обрабатывающей промышленности». Из 12 соответствующих этому мероприятий самыми крупными являются лизинговое финансирование оборудования для производства главных передач ведущих мостов грузовой техники, для производства шин в Карагандинской области, а также предоставление лизингового финансирования покупки автобусов. [5].

Нацпроекты, направленные на реализацию государственной экономической политики, не предполагают крупных госрасходов. Однако в этой сфере активность государства должна выражаться не только и не столько в деньгах, сколько во внедрении устойчивых правил.

Система отбора проектов должна строиться на основе понятий «собственность» и «устойчивость».

Собственность в данном контексте – это вовлеченность заинтересованных сторон на всех этапах развития конкретного проекта развития. Когда деньги агентства развития уйдут, поддержка заинтересованных должна остаться.

Устойчивость подразумевает сохранение полученного результата и в будущем, а это на практике обычно требует не денег, а решения проблемы коллективного действия, правил игры.

Это означает совершение действий на уровне не только конкретных проектов, которые непосредственно изменяют качество жизни (операционный уровень), но и на более высоком уровне конкретных изменений в нормативной базе (уровень нормотворчества), а также на самом высоком уровне, на котором закрепляется не то, какие решения должны быть приняты, а какого рода решения и кто имеет или не имеет права их принимать («конституционный» уровень).

В контексте «максимальной свободы предпринимательства» вопрос не только в том, чтобы отменить избыточное регулирование, но и в том, чтобы перестроить процесс принятия решений так, чтобы оно как минимум появлялось медленнее, чем было раньше.

Правительством РК сформирован прогноз развития республики на 2024-2028 годы с учетом ожиданий международных финансовых организаций по росту мировой экономики и

конъюнктуры на внешних рынках. Всего рассматривается три сценария – базовый, оптимистический и пессимистический.

При базовом сценарии предлагается взять среднюю цену на нефть на уровне \$80 за баррель. По прогнозу среднегодовой рост ВВП за 5 лет составит 5,8%. Инфляция определена на уровне 6-8% в 2024 году, 5,5-7,5% в 2025 году с последующим снижением до 5% в 2026-2028 годах.

Реальный рост ВВП в 2024 году по прогнозам составит 5,3% с последующим увеличением до 6% в 2028 году. Номинальный ВВП вырастет с 135 трлн тенге в 2024 году до 218,5 трлн тенге в 2028 году. В целом ожидается рост во всех базовых отраслях экономики. Так, среднегодовые темпы в промышленности составят 4%, в том числе в обрабатывающей – 4,9%, в горнодобывающей – 3,1%. Среднегодовой прирост объема валовой продукции сельского хозяйства достигнет 4,5%. Прогнозируемый рост в строительной отрасли в среднем составит 8,8%, в торговле – 7,4%.

Объем экспорта планируется довести до \$83,1 млрд в 2024 году с увеличением до \$94,8 млрд в 2028 году, импорт вырастет с \$60,7 до 65,6 млрд.

Поступления в 2024 году прогнозируются на уровне 20,4 трлн тенге, а расходы планируются с увеличением на 1,5 трлн тенге по отношению к 2023 году до порядка 24 трлн тенге. Основная доля расходов бюджета приходится на социальную сферу. [5]

В следующем году из Национального фонда также будут привлечены трансферты в объеме 3,6 трлн тенге. Данные средства пойдут на реализацию социально-значимых и важных инфраструктурных проектов. Это касается модернизации автодорог, сетей тепло-, газо- и водоснабжения, инженерных сетей, а также строительства социальных объектов в рамках национальных проектов «Комфортная школа» и «Модернизация сельского здравоохранения».

Представленный проект республиканского бюджета на трехлетний период прежде всего направлен на полное и своевременное выполнение всех социальных обязательств государства, а также обеспечение качественного и устойчивого развития экономики.

Гарантированный трансферт из Национального фонда определен с учетом минимальной цены на нефть и не будет превышать объем поступлений от нефтяного сектора. Вместе с тем рост расходов бюджета не будет превышать средний уровень долгосрочного экономического роста с учетом цели по инфляции. В целом проект бюджета сбалансирован. Как и в предыдущие годы, он остается социальным. На социальную сферу в 2024 году предусмотрено 9,9 трлн тенге.

При этом в реальном секторе экономики приоритетными направлениями остаются развитие обрабатывающей промышленности, поддержка бизнеса, развитие транспортной инфраструктуры и газификация. В целях движения Казахстана в направлении устойчивого экономического роста необходимо развивать наукоемкие отрасли, фундаментальную науку, создавать современное информационное и технологическое пространство.

#### Список использованной литературы

1. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/energo?lang=ru>. (дата обращения: 12.08.2024)
2. Джанишанло Р.Е. Устойчивое развитие экономики Казахстана: постановка проблемы. // Вестник КазНУ. Серия экономическая. - 2016. - №5(117).
3. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://kz.kursiv.media/2023-04-13/pochemu-obem-gosrashodov-na-provedenie-gosudarstvennoj-ekonomicheskoy-politiki-ne-stol-vazhen>. (дата обращения: 12.08.2024)
4. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://kapital.kz/tehnology/690/tsentr-informatsionnykh-tehnologiy-za-20-mln.html>. (дата обращения: 12.08.2024)
5. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://primeminister.kz/ru/news/srednegodovoy-rost-ekonomiki-kazahstana-v-blizhayshie-5-let-prognoziruetsya-na-urovne-58-25265>. (дата обращения: 12.08.2024)

МРНТИ 71.35.75

Д.М. Туголбаева<sup>1</sup>, А.Ж. Асанова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>НИУ КЭУ им. М.Рыскулбекова, г. Бишкек, Кыргызстан

<sup>2</sup>Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

### Аннотация

Персонал в индустрии туризма и гостеприимства является основной составляющей конечного продукта, одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, от мастерства и сознания сотрудников зависит качество обслуживания в организациях. Удовлетворение клиента является одной из важнейших функций управления персоналом организации туристско-гостиничного бизнеса. Задача улучшения управления персоналом является одной из важнейших для индустрии туризма на микроэкономическом уровне. В сфере гостеприимства от работы персонала зависит очень многое – качество сервиса, удовлетворенность клиентов, репутация, имидж и, в конечном счете, прибыль. В условиях роста конкуренции в гостиничном секторе для каждого предприятия очень важно выстроить эффективную систему управления персоналом. Успехи ведущих мировых отелей в обеспечении высокого качества их быстрого восстановления, снижении затрат на предоставление услуг и интеграции усилий персонала связаны с тем, что в них созданы высокоэффективные системы управления персоналом. Вложения в человеческие ресурсы и кадровую работу становятся долгосрочным фактором конкурентоспособности и выживания фирмы.

*Ключевые слова:* персонал, кадровая политика, управление персоналом, индустрия гостеприимства, туризм, гостиничный бизнес.

Д.М. Туголбаева<sup>1</sup>, А.Ж. Асанова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>М. Рыскулбеков атындагы ҚЭУ ҒЗУ, Бішкек қ., Қыргызстан

<sup>2</sup>Абай атындагы ҚазҰПУ, аға оқытушысы

## ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІНДЕ ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУДЫҢ КАДРЛЫҚ САЯСАТЫ

### Аңдатпа

Туризм және қонақжайлылық индустриясындағы Персонал түпкілікті өнімнің негізгі құрамдас бөлігі, ұйымның бәсекелестік артықшылықтарының негізгі ресурстарының бірі болып табылады, ұйымдардағы қызмет көрсету сапасы қызметкерлердің шеберлігі мен санасына байланысты. Клиенттің қанағаттануы туристік-қонақ үй бизнесін ұйымдастыру персоналын басқарудың маңызды функцияларының бірі болып табылады. Персоналды басқаруды жақсарту міндеті Туризм индустриясы үшін микроэкономикалық деңгейде маңызды міндеттердің бірі болып табылады. Қонақжайлылық саласында көп нәрсе персоналдың жұмысына байланысты-қызмет сапасы, клиенттердің қанағаттануы, беделі, имиджі және сайып келгенде пайда. Қонақ үй секторындағы бәсекелестіктің өсуі жағдайында әр кәсіпорын үшін персоналды басқарудың тиімді жүйесін құру өте маңызды. Әлемдегі жетекші қонақ үйлердің жылдам қалпына келтірудің жоғары сапасын қамтамасыз етудегі, қызмет көрсету шығындарын төмендетудегі және персоналдың күш-жігерін біріктірудегі жетістіктері оларда персоналды басқарудың жоғары тиімді жүйелерінің құрылуымен байланысты. Адами ресурстарға және кадрлық жұмысқа

инвестиция салу фирманың бәсекеге қабілеттілігі мен өмір сүруінің ұзақ мерзімді факторына айналады.

*Түйін сөздер:* Персонал, кадр саясаты, персоналды басқару, Қонақжайлылық индустриясы, туризм, қонақжайлылық бизнесі.

*Tugolbaeva D.M.<sup>1</sup>, Asanova A.J.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> *M. Ryskulbekov National Research University of Economics, Bishkek, Kyrgyzstan*

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

## **HR POLICY OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE HOTEL BUSINESS**

### *Abstract*

Personnel in the tourism and hospitality industry is the main component of the final product, one of the main resources of the competitive advantages of the organization, the quality of service in organizations depends on the skill and consciousness of employees. Customer satisfaction is one of the most important functions of the personnel management of the organization of the tourist and hotel business. The task of improving personnel management is one of the most important for the tourism industry at the microeconomic level. In the hospitality industry, a lot depends on the work of the staff – the quality of service, customer satisfaction, reputation, image and, ultimately, profit. In the context of increasing competition in the hotel sector, it is very important for each enterprise to build an effective personnel management system. The success of the world's leading hotels in ensuring high quality of their rapid recovery, reducing the cost of providing services and integrating the efforts of staff is due to the fact that they have created highly efficient personnel management systems. Investments in human resources and human resources work are becoming a long-term factor in the competitiveness and survival of the company.

*Keywords:* personnel, personnel policy, personnel management, hospitality industry, tourism, hotel business.

Индустрия гостеприимства – это совокупность моделей бизнеса, работающих на рынке услуг и обслуживания гостей. Главными направлениями данной структуры являются: проживание, питание, транспортные услуги, отдых и развлечения. Это предпринимательская структура, основанная на принципах гостеприимности, характеризующаяся доброжелательностью и расположением к клиентам. Туристский и гостиничный бизнес является наиболее эффективным направлением среди динамично развивающихся и перспективных структур в сфере услуг, которые могут стать фактором социально-экономического развития многих регионов Кыргызстана. Сегодня очевиден дефицит профессиональных и квалифицированных кадров, играющих большую роль в развитии данной отрасли. В целом, во многих странах очень велика часть туризма в валовом внутреннем продукте, разработка дополнительных и специальных рабочих мест и занятость населения. Туризм как ускоритель социально-экономического развития проявляет реакцию на ряд отраслей, таких как торговля, питание, связь, транспортные услуги, строительство, производство потребительских товаров [1].

Играя одну из важнейших ролей в экономике страны, туризм успешно способствует решению социально-экономических проблем занятости населения. Также следует принять тот результат, что любое рабочее место в туристской индустрии, по современным данным в Международной организации труда, будет стимулировать создание в среднем 1,5 рабочих мест в смежных отраслях. [2].

Многие авторы кадровой политики управления персоналом обращают внимание на вклад персонала, удовлетворенных своей деятельностью, в успех корпоративных целей, таких как поддержка клиентов, экономия затрат и доходов. Это определяется изменением кадровой

политики систем управления персоналом в последнее десятилетие 20 века. Вместо двусторонних отношений между работодателями и работниками, где в условиях работы организации преобладает жесткое регулирование мер взаимодействия с персоналом, возникла атмосфера сотрудничества и участия с такими особенностями:

- помощь и взаимодействие в коллективе;
- установка для удовлетворения посетителей гостиницы;
- особое внимание уделяется правильной организации в бизнесе и участию этих сотрудников;
- дифференциация иерархии структуры работы [3].

Одной из главных ролей в управлении человеческими ресурсами и определении изменений трудового потенциала являются Кадровые службы. Задача кадровых служб состоит в том, чтобы эти службы со временем стали центрами построения и реализации трудовой стратегии. Это означает, что указанные центры должны содействовать развитию бизнеса путем найма высококвалифицированных работников, планирования их профессиональной карьеры, оценки производственной деятельности на предприятии и совершенствования оплаты труда. Кадровая служба уже не воспринимается как сугубо исполнительная, она устанавливается независимо от других управленческих функций.

В современной экономике необходимо знать экономические потребности организаций и в связи с этим изучать работу кадровой службы, интегрированной с другими структурами. Результатом этого должно стать большое участие работников в бизнесе, знание их компетенции и ответственности, совершенствование трудовой деятельности, благоприятный психологический климат в коллективе. Можно сказать, что взаимодействие между линейными менеджерами различного уровня имеет свою инфраструктуру, которая обеспечивает их необходимой документацией при движении кадров и замещении должностей [4].

Работа кадровых служб включает в себя:

- 1) расстановка кадров организации (планирование, подбор и найм, высвобождение, анализ оборачиваемости и т.д.);
- 2) совершенствование персонала предприятия (профессиональное обучение и переобучение персонала, проведение аттестации и различных тренингов);
- 3) улучшение организации и поощрение труда, создание безопасности условий труда. [5].

К желаемым качествам относятся профессионально важные качества, способствующие успешной профессиональной деятельности, которые легко формируются в процессе освоения профессии. К ним относятся социальный интеллект, речевые характеристики, профессиональные особенности внимания, памяти и других психических процессов.

Качество обслуживания клиентов и имидж компании во многом зависят от формирования профессиональных знаний персонала гостиницы, опыта и навыков работы с людьми. В результате сотруднику гостиничного бизнеса должны быть присущи следующие качества:

- дисциплинированность, порядочность, доброжелательность, готовность к преодолению трудностей в обслуживании посетителей гостиницы;
- умение очень быстро и правильно принимать решения при возникновении конфликтных ситуаций;
- развитая зрительная память, а также оперативное мышление;
- порядочность и уважение к клиентам.

Как специалист любой сферы производства, работник гостиничного бизнеса должен понимать социальную значимость своей работы. Осознание важности работы сотрудника положительно влияет на развитие, а также на формирование необходимых личностных качеств: трудолюбия, дисциплины, организованности, эффективности, настойчивости, интуиции, что облегчает обслуживание даже самых требовательных гостей [5].

На предприятии должны быть разработаны стратегии управления человеческими ресурсами: перспективные направления использования персонала, его модернизация и совершенствование,

развитие. Важным является тщательная разработка методов стимулирования всех участников трудового процесса при сохранении прежних функций служб управления персоналом, а также при разработке общих принципов и правил работы с персоналом важное значение приобретает дифференцированный подход к трудовому потенциалу.

При анализе системы управления персоналом часто встречается и системно-функциональный подход, в рамках которого исследуются отдельные подсистемы управления персоналом. Шеденов У.К., Ильясов Д.К. выделяют следующие функции управления персоналом в современной гостинице: [3]

- планирование потребности в персонале;
- подбор персонала;
- оценка результативности труда;
- определение системы мотивации;
- обучение и развитие персонала;
- перемещение и ротация;
- учет и оценка эффективности кадровой работы [3].

Использование на предприятии лишь нескольких из этих функций не дает результатов, так как они являются замкнутой системой и должны реализовываться только в совокупности.

Планирование - первый шаг в процессе управления персоналом. С помощью процесса планирования человеческих ресурсов реализуется концепция долгосрочной, ориентированной на будущее кадровой политики предприятия. Планирование-это особый процесс управления персоналом, поскольку тесно связан со стратегией развития гостиничной компании [3].

Процесс планирования состоит из пяти этапов:

- оценка текущего состояния персонала на предприятии;
- оценка будущей потребности в персонале на предприятии;
- разработка программы для удовлетворения будущих потребностей предприятия;
- определение необходимых затрат;
- оценка удовлетворения потребностей.

Процесс планирования потребностей работников основан на факторах, которые можно разделить на внешние факторы (темпы экономического роста, уровень инфляции, безработица, структурные изменения, политика, конкуренция) и внутренние факторы (стратегические, средние и текущие). Планирование напрямую связано со стратегией развития компании. Кроме того, она включает в себя оценку имеющихся человеческих ресурсов, прогнозирование будущих кадровых потребностей предприятия и разработку программы выбора источников обеспечения кадровых потребностей предприятия.

Возможны также следующие виды поиска из внешних источников: рекрутинг по предложению, приглашение автономных кандидатов. Самый распространенный способ поиска персонала-размещение рекламы в СМИ о вакансиях в гостинице. Реклама в периодических изданиях - эффективный метод, но дорогостоящий. Большинство гостиниц ориентировано на привлечение студентов без опыта работы или выпускников вузов. С этой целью презентации проводятся в специализированных университетах, а также на ярмарках вакансий. Специфика приема выпускников связана с тем, что при отсутствии профессиональной компетенции оценивается уровень квалификации и личностная компетентность, а именно: межличностное общение, четкость, активность, обучаемость, отношение к критике, гибкость мышления и др.

Государственные службы занятости могут рассмотреть множество кандидатов на вакансии предприятия. В настоящее время многие безработные граждане получают дополнительное профессиональное образование для работы в индустрии туризма и гостиничном бизнесе. Во время кризиса многие гостиничные предприятия модернизировали своих сотрудников по самым выгодным для себя ценам. Кадровые агентства предоставляют свою базу данных заявителям и работодателям. Некоторые преимущества работы с кадровым агентством-это временный персонал и найм, где работа квалифицированного специалиста требуется на временной основе компанией-работодателем. Следующим шагом после приема на работу является подбор и найм персонала.

На этом этапе можно выделить ряд последовательных шагов:

- анализ резюме и рекомендательных писем;
- проведение собеседования с кандидатами;
- диагностика профессиональной пригодности;
- оценка соответствия занимаемой должности требованиям;
- медицинский контроль;
- анализ результатов и принятие решения о приеме на работу.

Найм персонала оформляется в соответствии Трудовым кодексом КР, которая предусматривает четыре вида трудового договора: [5]

- трудовой договор по основному месту работы;
- трудовой договор на работе по совместительству;
- трудовой договор КР о временной работе;
- трудовой договор о сезонной работе

Каждая Гостиничная компания в соответствии с "Трудовым кодексом КР" в целях установления своего режима труда, четкого регулирования взаимоотношений между работником и работодателем разрабатывает правила внутреннего трудового распорядка в гостинице в следующих разделах: Общие положения, порядок размещения и увольнения работников, права и обязанности работодателя, права и обязанности работников и обязанности, время работы, время отдыха, поощрения за достижения в труде, дисциплинарные взыскания за нарушение трудовой дисциплины, ответственность работодателя и работников и т.д. завершающим этапом оформления отношений является подписание трудового договора и издание приказа (распоряжения) для лиц, подписавших трудовой договор: [5]

Целью оценки персонала является изучение уровня готовности работника к выполнению занимаемого им вида деятельности, а также определение уровня его потенциальных возможностей для определения перспектив профессионального и должностного роста. Для оценки качественной реализации необходимы не только знания этапов ее реализации, но и конкретные навыки в данной области.

Таким образом, изучив мнения различных авторов и подходы к концепции кадровой политики, можно сказать, что трудовой потенциал гостиничного предприятия представляет собой сложную концепцию, включающую не только профессиональные и личностные характеристики работника или группы работников, но и множество взаимосвязанных компонентов, образующих единую целостную систему. Для обеспечения нормального функционирования деятельности предприятию требуется комплексный контроль всех ее компонентов, который при системном взаимодействии достигает определенных результатов. Успех этих результатов будет зависеть от рабочей силы-основы трудового потенциала, а значит, и необходимости его изучения - важнейшего аспекта в деятельности любого гостиничного предприятия.

#### *Список использованной литературы*

1. Дуйсен Г.М. *Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане.* – / Г.М. Дуйсен Алматы, 2013.- 94 с.
2. Шеденов У.К., Ильясов Д.К. *Теория маркетинга и менеджмента в сфере услуг./ У.К.Шеденов, Д.К. Ильясов– А: Қазақ университеті, 2019*
3. Удовидченко, Р.С. *Сравнительный анализ моделей оценки эффективности обучения персонала / Р.С. Удовидченко, В.С. Киреев // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - № 6. - С. 12-32.*
4. Селюков, М.В. *Целевое развитие персонала как фактор успешной деятельности организаций в сфере гостеприимства / М.В. Селюков, А.В. Рогова // Современные проблемы науки и образования. - 2022. - № 4. - С. 154.*
5. *Трудовой кодекс Кыргызской Республики от 23 ноября 2015 года №414-V ЗКР.*

## МАКРОЭКОНОМИКАЛЫҚ РЕТТЕУ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

МРНТИ 06.81.12

Ван Ц.<sup>1</sup>, Оралбаева Ж.З.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая  
г.Алматы, Казахстан*

### ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ

#### *Аннотация*

Непременным условием обеспечения стратегических возможностей финансового развития корпорации выступает его финансовая стратегия, которая занимает ключевое положение в системе корпоративного управления. Финансовая стратегия корпорации занимает лидирующее место в системе стратегического управления компанией, т. к. непосредственно затрагивает области обеспечения финансовыми ресурсами, финансирования других функциональных стратегий, а также оказывает прямое воздействие на финансовую и рыночную устойчивость организации в долгосрочной перспективе. В статье рассматриваются стратегические аспекты деятельности предприятий и противоположные взгляды на понимание стратегии. Автор обосновывает необходимость вычленения финансовой составляющей при создании общей стратегии предприятия. Финансовая стратегия компании рассматривается как важная часть общей концепции развития предприятия, рассчитанная на долгосрочную перспективу и определяющая его цели, отличающие от конкурентов и позволяющие осуществить выбор наиболее эффективных путей их достижения, адекватных направлениям формирования и использования финансовых ресурсов при изменении условий внешней среды. С течением времени финансовая стратегия должна обязательно изменяться и корректироваться в неразрывной связи с изменениями в конкурентных стратегиях, разрабатываемых компанией. Направленная на укрепление позиций компании на рынке и достижение ею максимально возможной прибыли, она призвана повысить её устойчивость и конкурентоспособность.

*Ключевые слова:* финансы, стратегия предприятия, финансовая стратегия, стратегическое управление, разработка финансовой стратегии, эффективность финансовой стратегии.

Ц. Ван<sup>1</sup>, Ж.З. Оралбаева<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан*

### ҚАРЖЫЛЫҚ СТРАТЕГИЯНЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

#### *Аңдатпа*

Корпорацияның қаржылық дамуының стратегиялық мүмкіндіктерін қамтамасыз етудің ажырамас шарты оның қаржылық стратегиясы болып табылады, ол корпоративтік басқару жүйесінде маңызды орын алады. Корпорацияның қаржылық стратегиясы компанияны стратегиялық басқару жүйесінде жетекші орын алады, өйткені ол қаржылық ресурстармен қамтамасыз ету, басқа функционалдық стратегияларды қаржыландыру салаларына тікелей әсер етеді, сонымен қатар ұзақ мерзімді перспективада ұйымның қаржылық және нарықтық тұрақтылығына тікелей әсер етеді. Мақалада кәсіпорын қызметінің стратегиялық аспектілері және стратегияны түсінуге қарама-қарсы көзқарастар қарастырылады. Автор кәсіпорынның



жалпы стратегиясын құру кезінде қаржылық компонентті оқшаулау қажеттілігін негіздейді. Компанияның қаржылық стратегиясы ұзақ мерзімді перспективаға арналған және бәсекелестерден ерекшеленетін және сыртқы орта жағдайлары өзгерген кезде қаржылық ресурстарды қалыптастыру және пайдалану бағыттарына сәйкес келетін оларға қол жеткізудің ең тиімді жолдарын таңдауға мүмкіндік беретін оның мақсаттарын анықтайтын кәсіпорынды дамытудың жалпы тұжырымдамасының маңызды бөлігі ретінде қарастырылады. Уақыт өте келе қаржылық стратегия компания әзірлейтін бәсекелестік стратегиялардағы өзгерістермен ажырамас байланыста өзгеруі және түзетілуі керек. Компанияның нарықтағы позициясын нығайтуға және оның мүмкін болатын ең жоғары пайдаға қол жеткізуге бағытталған, ол оның тұрақтылығы мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруға арналған.

*Түйін сөздер:* қаржы, кәсіпорын стратегиясы, қаржылық стратегия, стратегиялық басқару, қаржылық стратегияны әзірлеу, қаржылық стратегияның тиімділігі.

Wang J.<sup>1</sup>, Oralbaeva Zh.Z.<sup>1</sup>

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

## THEORETICAL FOUNDATIONS OF FINANCIAL STRATEGY

### *Abstract*

An indispensable condition for ensuring strategic opportunities for the financial development of a corporation is its financial strategy, which occupies a key position in the corporate governance system. The financial strategy of the corporation occupies a leading place in the strategic management system of the company, as it directly affects the areas of providing financial resources, financing other functional strategies, and also has a direct impact on the financial and market stability of the organization in the long term. The article examines the strategic aspects of the activities of enterprises and the opposing views on the understanding of strategy. The author substantiates the need to isolate the financial component when creating an overall enterprise strategy. The company's financial strategy is considered as an important part of the overall concept of enterprise development, designed for the long term and defining its goals that distinguish it from competitors and allow choosing the most effective ways to achieve them, adequate directions for the formation and use of financial resources in changing environmental conditions. Over time, the financial strategy must necessarily change and adjust in inextricable connection with changes in competitive strategies developed by the company. Aimed at strengthening the company's position in the market and achieving the maximum possible profit, it is designed to increase its sustainability and competitiveness.

*Keywords:* finance, enterprise strategy, financial strategy, strategic management, financial strategy development, financial strategy effectiveness.

**Введение.** В условиях становления и развития экономики исключительно важное значение приобретают вопросы разработки и реализации финансовой стратегии. Динамика экономических процессов, обострение рыночной конкуренции существенно снижают эффективность разработанных бизнес-планов, которые не содержат в себе гибкого механизма реагирования на постоянные изменения среды. Поэтому на современном этапе развития экономики актуальным вопросом является разработка концептуальных основ финансовой стратегии. Целесообразно научно и взвешенно подойти не только к разработке и реализации Стратегии развития предприятия как экономической системы, но и к одной из ее главных составляющих – финансовой стратегии.

Особенно важной является разработка финансовой стратегии для обеспечения устойчивого развития предприятий в современных условиях, что обуславливает необходимость серьезного

анализа проблем и выработки практических рекомендаций в этой сфере деятельности. Высокая конкурентоспособность, платежеспособность, финансовая устойчивость и прибыльность предприятия достигается за счет правильного ведения финансов, предусматривающего Управление активами, расходами, инвестициями, оборотными средствами, прибылью в коротко- и долгосрочном периодах, планирование основных финансово-экономических показателей на текущий период и на перспективу. Единство этих составляющих формирует финансовую стратегию, базис и отправную точку в управлении предприятием как экономической системой.

Актуальность вопросов разработки финансовой стратегии обусловлена сущностной природой главных экономических категорий - финансов, денег и кредита, выступающих фундаментом ее построения. Движение этих категорий, подчиненное законам развития рынка, их участие в воспроизводственном процессе, универсальный характер с точки зрения выполнения ими функций образования, распределения и использования финансовых ресурсов для любого бизнеса определяют особый статус всех производных от них категории, в том числе, финансовой стратегии.

**Материалы и методы исследования.** В качестве теоретической базы были использованы труды отечественных и зарубежных экономистов по теме исследование, учебные и методические пособия, статьи и публикации, монографии. Весомый вклад в изучение вопросов разработки стратегий предприятия и финансовой стратегии сделали ученые: П.Друкер, Г.Клейнер, М. Портер, Д. Таргет, И.О. Бланк, А. М. Бирман и другие. Сделан весомый вклад в теорию и практику формирования финансовой стратегии предприятий. В научных трудах проанализированы различные аспекты построения финансовой стратегии предприятий в условиях командно-административной, кризисной, переходной и рыночной моделях экономики. В то же время необходимы более глубокие исследования теоретических вопросов формирования и реализации финансовой стратегии предприятия как экономической системы.

В качестве основных методов исследования выступили научно-исследовательский, синтез и обобщения информации.

**Результаты исследования и их обсуждение.** На современном этапе функционирования предприятий все более необходимым становится стратегическое видение путей развития, обеспечение устойчивого экономического роста в долгосрочной перспективе. На первый план выходят именно стратегические аспекты их деятельности. Управление хозяйственной деятельностью не может сводиться лишь к принятию текущих управленческих решений по отдельным ее аспектам.

Концепция стратегического управления отражает четкое стратегическое позиционирование предприятия (включая и финансовую составляющую), представленное в системе принципов и целей его функционирования, механизме взаимодействия между элементами хозяйственной и организационной структуры и формах их адаптации к изменяющимся условиям внешней среды.

Предприятие как объект стратегического управления – это открытая комплексная система, которая интегрирует все направления и формы хозяйственной деятельности различных структурных его подразделений.

Проведенное исследование существующих определений понятия «стратегия» позволило сделать вывод о том, что ученые акцентируют внимание на различных аспектах и особенностях этой категории. Несмотря на расхождения в определениях этого понятия, все концепции объединяются в одной общей цели – предприятию необходимо постоянно оптимизировать свою деятельность в одинаковых условиях растущего уровня конкурентной среды.

Стратегию развития предприятия следует рассматривать как динамичный процесс, ориентирующий деятельность предприятия на достижение главной цели и реализацию его миссии через эффективное сочетание ресурсов предприятия и требований и возможностей конкурентной среды. Предложенная логика понимания понятия исключает возможность стратегии устареть под влиянием постоянно изменяющихся условий. Она будет постоянно реагировать на растущий уровень конкуренции в рыночной среде.

В современной экономике эффективность работы предприятия в значительной степени определяется его финансовой стратегией, которая во многом обуславливает другие функциональные стратегии и играет важную роль в повышении конкурентоспособности, обеспечении эффективного привлечения и использования финансовых ресурсов, координации их потоков, что в конечном счете обеспечивает рост рыночной стоимости предприятия и благосостояния его собственников.

Важным инструментом управления предприятием является финансовая стратегия. Это генеральный план действий, охватывающий формирование финансов и их планирование для обеспечения финансовой стабильности предприятия. Он включает в себя:

- 1) планирование, учет, анализ и контроль финансового состояния;
- 2) оптимизацию основных и оборотных средств;
- 3) распределение прибыли.

Финансовая стратегия организации представляет собой комплекс мероприятий, направленных на достижение перспективных финансовых целей.

Специалисты в области финансового менеджмента представляют финансовую стратегию как компонент общей стратегии компании наряду с продуктовой, инвестиционной, маркетинговой и другими видами стратегий - и это их непосредственно объединяет. Но наряду с этим есть и существенные отличия. Так, Н.Н. Симоненко использует функциональный методический подход при определении финансовой стратегии [1]. В.А. Щербаков и Е.А. Приходько рассматривают финансовую стратегию как инструмент для достижения целей финансового менеджмента и выполнения функции управления [2].

Другой исследователь, Д.А. Оводков, анализирует финансовую стратегию как экономическую категорию, подчиненную законам рынка. Использование фондов финансовых ресурсов из внешней среды свидетельствует о существовании входов и преобразованных выходов существующей системы [3].

Сущность финансовой стратегии раскрывается в ее специфических функциях, обусловленных функциями финансов предприятий и его стратегическим управлением.

Организационная функция заключается в обеспечении процесса разработки и реализации финансовой стратегии необходимыми трудовыми, интеллектуальными ресурсами, средствами труда; в координации действий заинтересованных подразделений и лиц, мотивации, поощрении и наказании персонала, контроле за его деятельностью.

Ресурсообеспечивающая функция состоит в своевременном обеспечении предприятия необходимыми для работы финансовыми ресурсами, прогнозировании и планировании их поступлений, поиске оптимального сочетания источников их привлечения.

Распределительная функция заключается в прогнозировании и планировании сроков и объемов инвестиций, других расходов, заблаговременном поиске объектов вложения капитала [8].

Информационная функция заключается в централизации, систематизации и обработке поступающей информации и формировании на ее основе рекомендаций по организации финансовой, производственной, сбытовой деятельности предприятия, а также выработке предложений по направлениям стратегической деятельности.

Антикризисная функция состоит в заблаговременном выявлении, прогнозировании, предупреждении различных опасностей внешней и внутренней среды предприятия, максимально эффективном выводе организации из финансовых кризисов.

Функция оптимизации состоит в обеспечении эффективности вложений и привлечения финансовых ресурсов, достижении синергетического эффекта

Адаптивная функция заключается в непрерывном приспособлении финансовой стратегии к меняющимся условиям внешней и внутренней среды в целях использования новых возможностей и защиты предприятия от вновь выявленных угроз.

Контрольная функция состоит в изучении тенденций разработки и реализации финансовой стратегии, выявлении внешних и внутренних факторов, отрицательно влияющих на процесс стратегического управления и выработке предложений по их устранению или нивелированию их воздействия [3].

Главной стратегической целью финансов является обеспечение предприятия необходимыми и достаточными финансовыми ресурсами. Финансовая стратегия в соответствии с главной стратегической целью обеспечивает:

- формирование финансовых ресурсов и централизованное стратегическое руководство ими;
- выявление решающих направлений и сосредоточение усилий на их выполнении, маневренность в использовании резервов финансовым руководством предприятия;
- ранжирование и поэтапное достижение задач;
- соответствие финансовых действий экономическому состоянию и материальным возможностям предприятия;
- объективный учет финансово-экономической обстановки и реального финансового положения предприятия в течение года, квартала, месяца;
- создание и подготовку стратегических резервов;
- учет экономических и финансовых возможностей предприятия и его конкурентов;
- определение главной угрозы со стороны конкурентов, мобилизацию сил на ее устранение и умелый выбор направлений финансовых действий;
- маневрирование и борьбу за инициативу для достижения решающего превосходства над конкурентами [4].

Особое внимание при разработке финансовой стратегии уделяется:

- выявлению денежных доходов;
- мобилизации внутренних ресурсов;
- максимальному снижению себестоимости продукции;
- правильному распределению и использованию прибыли;
- определению потребности в оборотных средствах;
- рациональному использованию капитала предприятия [5].

Финансовая стратегия, главной задачей которой является достижение полной самокупаемости и независимости предприятия, строится на определенных принципах организации и включает в себя:

- текущее и перспективное финансовое планирование, определяющее все поступления денежных средств предприятия и основные направления их расходования;
- централизацию финансовых ресурсов, обеспечивающую маневренность финансовыми ресурсами, их концентрацию на основных направлениях производственно-хозяйственной деятельности;
- формирование финансовых резервов, обеспечивающих устойчивую работу предприятия в условиях возможных колебаний рыночной конъюнктуры;
- безусловное выполнение финансовых обязательств перед партнерами;
- разработку учетно-финансовой и амортизационной политики предприятия;
- организацию и ведение финансового учета предприятия и сегментов деятельности на основе действующих стандартов;
- составление финансовой отчетности по предприятию в целом и сегментам его работы в соответствии с действующими нормами и правилами, с соблюдением требований стандартов;

- финансовый анализ деятельности предприятия и его сегментов (приоритетных хозяйственных и географических сегментов, прочих сегментов в составе нераспределенных статей);

- финансовый контроль деятельности предприятия и всех его сегментов [4].

Охватывая все формы финансовой деятельности предприятия (оптимизацию основных и оборотных средств, формирование и распределение прибыли, денежные расчеты и инвестиционную политику), финансовая стратегия исследует объективные экономические закономерности рыночных отношений, разрабатывает формы и способы выживания и развития в новых условиях.

Финансовая стратегия включает в себя методы и практику формирования финансовых ресурсов, их планирование и обеспечение финансовой стойкости предприятия. Всесторонне учитывая финансовые возможности предприятий, объективно оценивая характер внешних и внутренних факторов, финансовая стратегия обеспечивает соответствие финансово-экономических возможностей предприятия условиям, сложившимся на рынке, и предусматривает определение долгосрочных целей финансовой деятельности, выбор наиболее эффективных способов их достижения.

Цели финансовой стратегии должны подчиняться общей стратегии экономического развития и направляться на максимизацию прибыли и рыночной стоимости предприятия.

Комплексный подход к определению места и роли финансовой стратегии следует рассматривать, в соответствии с тем, что финансовая стратегия предприятия подчиняется стратегии развития предприятия и реализует основную функцию финансового менеджмента, то есть внедряет стратегические задачи и политику предприятия через сочетание регуляторной, распределительной и контрольной функций финансов.

Финансовая стратегия предприятия — это определение долгосрочных финансовых целей и задач предприятия, включающих формирование, управление и планирование его финансовых ресурсов с целью повышения стоимости предприятия при условии обеспечения финансового равновесия.

В существующих теоретических положениях о разработке финансовой стратегии предприятия ее структуру чаще рассматривают в разрезе доминантных сфер стратегического финансового развития предприятия. Структурно финансовая стратегия предприятия состоит из:

- стратегии управления активами;
- стратегии управления капиталом;
- инвестиционной стратегии;
- стратегии управления денежными потоками;
- стратегии управления финансовыми рисками;
- стратегии антикризисного управления;
- стратегии согласования финансовых целей и качества управления финансовой деятельностью предприятия [6].

Разработку финансовой стратегии представим в виде последовательности этапов, к которым относятся выполнение расчетов показателей финансовой стратегии и дополнительные этапы, в частности, разработка, оценка и выбор альтернативных вариантов финансовой стратегии (рис).



Рисунок - Этапы разработки и реализации финансовой стратегии предприятия  
Примечание – составлено авторами

Механизм выбора альтернативных вариантов финансовой стратегии предприятия включает такие основные элементы как разработка вариантов финансовой стратегии, оценка и выбор оптимального варианта финансовой стратегии предприятия.

Финансовая стратегия представляет собой определение долгосрочной цели финансовой деятельности предприятия, выбор наиболее эффективных способов и путей их достижения [7].

Задачами финансовой стратегии являются: определение способов проведения успешной финансовой стратегии и использование финансовых возможностей; определение перспективных финансовых взаимоотношений с субъектами хозяйствования, бюджетом, банками и другими финансовыми институтами; финансовое обеспечение операционной и инвестиционной деятельности на перспективу; изучение экономических и финансовых возможностей вероятных конкурентов, разработка и осуществление мероприятий по обеспечению финансовой устойчивости; разработка способов выхода из кризисного состояния и методов управления в условиях кризисного состояния предприятий.

Разработка финансовой стратегии — это отрасль финансового планирования. Как составная часть общей стратегии экономического развития, она должна согласовываться с целями и направлениями последней. В свою очередь, финансовая стратегия оказывает существенное влияние на общую экономическую стратегию предприятия. Изменение ситуации на макроуровне и на финансовом рынке влечет корректировку как финансовой, так и общей стратегии развития предприятия [8].

Всесторонне учитывая финансовые возможности предприятий, объективно оценивая характер внутренних и внешних факторов, финансовая стратегия обеспечивает соответствие финансово-экономических возможностей предприятия условиям, которые сложились на рынке товаров и финансовом рынке.

Финансовая стратегия включает определение долгосрочных целей финансовой деятельности и выбор наиболее эффективных способов их достижения. Цели финансовой стратегии должны подчиняться общей стратегии экономического развития и направляться на максимизацию прибыли и рыночной стоимости предприятия [9].

В процессе разработки и реализации финансовой стратегии стоит учитывать динамику макроэкономических процессов, тенденции развития отечественных финансовых рынков, возможности диверсификации деятельности предприятия.

Разработка стратегии осуществляется по этапам, которые включают все необходимые элементы цикла принятия управленческого решения.

Финансовая стратегия предприятия в соответствии со своей стратегической целью обеспечивает такие функции, как: формирование и эффективное использование финансовых ресурсов; выявление наиболее эффективных направлений инвестирования и сосредоточение финансовых ресурсов на этих направлениях; соответствие финансовых действий экономическому состоянию и материальным возможностям предприятия; определение главной угрозы со стороны конкурентов, правильный выбор направлений финансовых действий и маневрирование для достижения решающего преимущества над конкурентами; создание и подготовка стратегических резервов; ранжирование и поэтапное достижение цели [10].

Весомым этапом разработки финансовой стратегии предприятия является оценка ее эффективности. Такая оценка может быть основана на прогнозируемых расчетах различных финансовых показателей, а также на основе прогноза динамики нефинансовых результатов реализации разработанной стратегии, таких как рост деловой репутации предприятия, повышение уровня управления финансовой деятельностью его структурных подразделений и тому подобное. Эффективность финансовой стратегии достигается при условии:

- соответствия разработанной финансовой стратегии общей стратегии предприятия – степени согласованности целей, направлений и этапов реализации этих стратегий;
- согласованности финансовой стратегии предприятия с прогнозируемыми изменениями во внешней предпринимательской среде;
- реализации разработанной предприятием финансовой стратегии по формированию собственных и привлеченных внешних финансовых ресурсов и тому подобное.

В процессе разработки финансовой стратегии особое внимание стоит уделить производству конкурентоспособной продукции, полноте выявления денежных доходов, мобилизации внутренних ресурсов, максимальному снижению себестоимости продукции, формированию и распределению прибыли, определению оптимальной потребности в оборотных средствах, рациональному использованию привлеченных средств, эффективному использованию капитала предприятия.

**Выводы.** Анализ содержания стратегических решений, принятых в рамках финансовой стратегии, показывает, что финансы как ресурс играют роль ограничения в деятельности предприятия как экономической системы. Поэтому разработка разумной финансовой стратегии служит основой для обеспечения устойчивого развития в долгосрочной перспективе. Инструментом реализации финансовой стратегии являются текущие бюджеты, отражающие взаимоотношения с финансовыми, кредитными, страховыми организациями внешней среды, а также с отдельными подразделениями предприятия.

Эффективность финансовой стратегии предприятия гарантируется, когда стратегические цели соответствуют реальным финансовым возможностям предприятия, когда четко централизованное финансовое управление, а методы его воплощения являются гибкими и адекватными изменениям финансово-экономических параметров развития предприятия.

Формирование финансовой стратегии предприятия определяется изменениями внешней среды, обуславливает необходимость постоянного изучения проблем разработки и реализации финансовой стратегии во взаимосвязи с управленческими решениями.

Разработка основных элементов стратегического набора в сфере финансовой деятельности предприятия базируется на результатах стратегического финансового анализа. Конечным его продуктом является модель стратегической финансовой позиции предприятия, которая всесторонне и комплексно характеризует предпосылки и возможности финансового развития в разрезе каждой из стратегических доминантных сфер финансовой деятельности.

Таким образом, финансовая стратегия предприятия представляет собой комплекс мероприятий, направленных на достижение перспективных финансовых целей.

Сущность финансовой стратегии заключается в ее функциях, аппарат которых сформирован на основании функций, выполняемых финансами, и функций стратегического управления предприятием.

Разработка финансовой стратегии является важнейшим аспектом управленческой деятельности, так как эффективная и рациональная стратегия позволяет предприятию развиваться и успешно функционировать в условиях жесткой внешней среды.

#### *Список использованной литературы*

1. Симоненко Н. Н., Симоненко В. Н. *Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика фирмы.* Н. Н.Симоненко, В. Н. Симоненко / М.: Магистр; ИНФРА-М, 2018. 508 с.
2. Щербаков В. А., Приходько Е. А. *Краткосрочная финансовая политика.* / В. А.Щербаков, Е. А. Приходько.- М.: КноРус, 2019. 272 с.
3. Оводков Д. А. *Финансовая стратегия предприятия и механизм ее разработки.* / Д. А. Оводков Воронеж, 2017. 95 с.
4. Карпова Е. Н., Кочановская О. М. и др. *Долгосрочная финансовая политика организации.* М.: / Е. Н.Карпова, О. М. Кочановская Альфа-М; ИНФРА-М, 2017. 208 с.
5. *Финансовая стратегия предприятия.* [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <http://catalog.studen-tochka.ru/4550.html>. (дата обращения 12.07.2024)
6. Бурмистрова О. *Взаимосвязь финансовой стратегии с общей стратегией развития компании // Проблемы теории и практики управления.* 2011. № 8. С. 67-73.
7. Левчаев П.А. *Финансы организаций: учебник / П.А. Левчаев 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2017. 386 с.*
8. Левчаев П.А. *Финансовый менеджмент: учеб. пособие. / П.А. Левчаев М.: ИНФРА-М., 2017. 247 с.*
9. Жилкина А.Н. *Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: учебник. / А.Н. Жилкина М.: ИНФРА-М, 2012. 332 с.*
10. Хоминич И.П. *Финансовая стратегия компаний: Науч. изд / И.П. Хоминич. – М.: Издво Рос. экон. акад., 2006. - 156 с.*



МРНТИ 06.39.02

Г.И. Жолдасова<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан

## **KASE ҚОР БИРЖАСЫНЫҢ АҒЫМДАҒЫ ПРОБЛЕМАЛАРЫ МЕН ҚИЫНДЫҚТАРЫН БАҒАЛАУ**

*Аңдатпа*

Қазақстан қор биржасы (KASE) өзінің табыстары мен ел экономикасындағы маңызды рөліне қарамастан, оның одан әрі дамуын қиындататын бірқатар сын-қатерлер мен кедергілерге тап болады.

KASE алдында тұрған проблемалар мен сын-қатерлерді талдай отырып, оларды кешенді және жүйелі түрде шешу ағымдағы қиындықтарды жеңуге ғана емес, сонымен қатар қор биржасының өңірлік және әлемдік ауқымдағы ұзақ мерзімді дамуы мен табысының негізін қалауға мүмкіндік береді деп қорытынды жасауға болады. Бұл нормативтік-құқықтық базаны реформалау, корпоративтік басқару жүйесін нығайту және кадрлардың біліктілігін арттыру қажеттілігін болжайды. Сондай-ақ, Биржаның өнім желісі мен қызметтерін кеңейту маңызды аспект болып табылады, бұл нарыққа қатысушылардың кең ауқымын тартуға және өтімділікті арттыруға мүмкіндік береді. Осылайша, осы шараларды дәйекті іске асыру KASE-тің халықаралық аренадағы позицияларын одан әрі өсіру және нығайту үшін тұрақты платформа жасайды.

*Түйін сөздер:* қор биржасы, KASE, шетелдік және жеке инвесторлар, талдау, ақша-несие, шектеулі технологиялық инфрақұрылым

Жолдасова Г.И.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая  
г.Алматы, Казахстан*

## **ОЦЕНКА ТЕКУЩИХ ПРОБЛЕМ И ПРОБЛЕМ ФОНДОВОЙ БИРЖИ KASE**

*Аннотация*

Несмотря на свои успехи и важную роль в экономике страны, Казахстанская фондовая биржа (KASE) сталкивается с рядом вызовов и препятствий, затрудняющих ее дальнейшее развитие.

Анализируя проблемы и вызовы, стоящие перед KASE, можно сделать вывод, что их комплексное и системное решение позволит не только преодолеть текущие трудности, но и заложить основу долгосрочного развития и успеха фондовой биржи в региональном и мировом масштабах. Это предполагает необходимость реформирования нормативно-правовой базы, укрепления системы корпоративного управления и повышения квалификации кадров. Также важным аспектом является расширение продуктовой линейки и услуг биржи, что позволяет привлечь более широкий круг участников рынка и повысить ликвидность. Таким образом, последовательная реализация этих мер создаст устойчивую платформу для дальнейшего роста и укрепления позиций KASE на международной арене.

*Ключевые слова:* фондовая биржа, KASE, иностранные и частные инвесторы, анализ, денежно-кредитная, ограниченная технологическая инфраструктура

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

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

## ASSESSMENT OF CURRENT PROBLEMS AND DIFFICULTIES OF THE KASE STOCK EXCHANGE

### Abstract

Despite its success and important role in the country's economy, the Kazakhstan Stock Exchange (KASE) faces a number of challenges and obstacles that complicate its further development.

Analyzing the problems and challenges facing KASE, we can conclude that their comprehensive and systematic solution will allow not only to overcome current difficulties, but also to lay the foundation for the long-term development and success of the stock exchange on a regional and global scale. This presupposes the need to reform the regulatory framework, strengthen the corporate governance system and improve the skills of personnel. Also, an important aspect is the expansion of the exchange's product line and services, which makes it possible to attract a wide range of market participants and increase liquidity. Thus, the consistent implementation of these measures will create a stable platform for further growth and strengthening of KASE's positions in the international arena.

**Keywords:** Stock Exchange, KASE, foreign and private investors, analysis, monetary, limited technological infrastructure

Қазақстан қор биржасы (KASE) өзінің табыстары мен ел экономикасындағы маңызды рөліне қарамастан, оның одан әрі дамуын қиындататын бірқатар сын-қатерлер мен кедергілерге тап болады. Міне, кейбір негізгі мәселелер [1]

Кесте 1

### Проблемалар мен қиындықтарды бағалау

Өтімділіктің жеткіліксіздігі	KASE үшін негізгі проблемалардың бірі ірі әлемдік қор биржаларымен салыстырғанда салыстырмалы түрде төмен өтімділік болып табылады. Бұл инвесторлардың активтер бағасына айтарлықтай әсер етпестен позицияларға тез кіру және шығу мүмкіндігін шектейді.
Шетелдік инвесторлардың шектеулі қатысуы	KASE шетелдік инвесторларды тартуға ұмтылғанымен, бірқатар факторлар, соның ішінде реттеуші кедергілер, салық заңнамасы және саяси тұрақсыздық олардың биржадағы белсенділігін тежеуі мүмкін.
Макроэкономикалық жағдайға тәуелділік	Қазақстан экономикасы мұнай мен басқа да шикізат тауарларының бағасына қатты тәуелді, бұл қаржы нарығына әсер етеді және KASE-де құбылмалылықтың жоғарылауына әкелуі мүмкін. Бұл биржаны сыртқы экономикалық күйзелістерге осал етеді.
Технологиялық сын-қатерлер	Озық технологияларды енгізу және қолдау айтарлықтай инвестицияларды қажет етеді. Бәсекеге қабілеттілікті және KASE халықаралық стандарттарына сәйкестікті қолдау үшін өзінің технологиялық инфрақұрылымын үнемі жаңартып отыру қажет.
Реттеуші және заңды кедергілер	Реттеуші ортаны жақсартуға бағытталған күш-жігерге қарамастан, заңнамада биржалық операцияларды қиындататын және оның инвесторлар үшін тартымдылығын төмендететін қиындықтар әлі де бар.
Ашықтық пен корпоративтік басқарудың жеткіліксіздігі	Корпоративтік басқару және есеп берудің ашықтығы мәселелері инвесторлардың сенімін жақсарту және нарықтағы айла-шарғы жасау қаупін азайту үшін маңызды болып қала береді.
Ескерту: Автор [1] дереккөз негізінде құрастырған	

Осы кедергілерді еңсеру және KASE-ді одан әрі дамыту үшін реттеушілік базаны нығайту, нарық өтімділігін арттыру, шетелдік инвесторларды тарту, сондай-ақ жаңа технологияларды енгізу және корпоративтік басқаруды жақсарту қажет. Осы міндеттерді шешу KASE-ге нарықтың барлық қатысушылары үшін неғұрлым бәсекеге қабілетті және тұрақты платформа болуға мүмкіндік береді.

Жаһандық экономикалық оқиғалар мен жергілікті нарықтар арасындағы өзара іс-қимыл активтердің динамикасы мен инвесторлардың стратегияларын анықтайды. Негізгі жаһандық экономикалық үрдістерді және олардың KASE ге әсерін қарастырайық [2]:

Кесте 2

**KASE қор биржасына жаһандық экономикалық үрдістердің әсерін талдау**

1. Мұнай мен шикізат нарықтарының жаһандық бағасы	Қазақстан мұнай мен металдарды қоса алғанда, шикізат тауарларының экспортына айтарлықтай тәуелді. Әлемдік нарықтағы осы тауарлар бағасының ауытқуы ел экономикасына және сәйкесінше KASE-ге айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Мұнай бағасының өсуі, әдетте, шикізат секторындағы компаниялардың нарықтық капитализациясының өсуіне әкеледі, ал бағаның төмендеуі қор нарығына қысым жасауы мүмкін.
2. Әлемдік қаржы дағдарыстары	2008 жылғы жаһандық дағдарыс немесе COVID-19 пандемиясының дағдарысы сияқты қаржылық дағдарыстар Халықаралық экономикалық күйзелістердің KASE-ге қаншалықты әсер ететінін көрсетеді. Бұл оқиғалар көбінесе құбылмалылықтың жоғарылауына, шетелдік инвестициялардың кетуіне және жалпы инвестициялық белсенділіктің төмендеуіне әкеледі.
3. Әлемдік экономикалық Санкциялар және саяси қақтығыстар	Саяси тұрақсыздық пен белгілі бір елдерге қарсы экономикалық санкциялар KASE-ге де әсер етуі мүмкін, әсіресе егер олар негізгі сауда серіктестеріне немесе Қазақстан экономикасы үшін маңызды секторларға әсер етсе
4. Ақша-несие саясатындағы жаһандық тенденциялар	АҚШ-тың Федералды резервтік жүйесі, Еуропалық орталық банк немесе Жапония банкі сияқты жетекші әлемдік орталық банктердің негізгі пайыздық мөлшерлемелер мен квантитативті жұмсарту бойынша шешімдері KASE мінез- құлқына әсер ете отырып, Қазақстандағы валюта бағамдары мен инвестициялық ахуалға қысым көрсетуі мүмкін.
5. Технологиялық өзгерістер мен инновациялар	Қаржылық қызметтерді цифрландыру, блокчейн және тұрақты инвестициялау сияқты жаһандық технологиялық трендтер KASE стратегиялары мен операцияларына әсер етеді. Осы жаңалықтарға бейімделу ұзақ мерзімді перспективада Биржаның позициясын нығайта отырып, инвесторлардың өсуі мен тартылуына жаңа мүмкіндіктер ашуы мүмкін.
Ескерту: Автор [2дереккөз негізінде құрастырған]	

Тұтастай алғанда, жаһандық экономикалық тенденцияларды түсіну және оларға бейімделу KASE басқару үшін өте маңызды, бұл тәуекелдерді азайтуға және жылдам өзгеретін әлемдік экономикалық ландшафттағы мүмкіндіктерді барынша арттыруға көмектеседі. Бұл әлемдік экономиканы мұқият бақылауды ғана емес, сонымен қатар реттеу мен стратегиялық жоспарлауда икемділікті қажет етеді.

KASE қор биржасының ішкі мәселелері [3]

Қор биржалары, соның ішінде KASE, олардың жұмыс істеуі мен өсуін қиындататын бірқатар ішкі мәселелерге тап болуы мүмкін. Ішкі мәселелер көбінесе басқарушылық, технологиялық және нарықтық аспектілермен байланысты. KASE үшін бұл мәселелер мыналарды қамтуы мүмкін:

1. Тиімсіз корпоративтік басқару

- Корпоративтік басқарудағы кемшіліктер биржадағы ашықтық пен жауапкершілікті шектеуі мүмкін, бұл инвесторлардың сенімін төмендетеді және биржаны сенімді сауда алаңы ретінде қабылдауды нашарлатады.

2. Шектеулі технологиялық инфрақұрылым

- Технологиялық шектеулер тиімді сауда мен деректерді басқаруға кедергі келтіруі мүмкін, бұл сауда операцияларындағы сәтсіздіктер мен қателіктер қаупін арттырады. Технологиялық инфрақұрылымға жеткіліксіз инвестициялар халықаралық нарықтармен интеграцияны қиындатуы мүмкін.

3. Төмен өтімділік

- Көптеген қор биржалары, соның ішінде KASE үшін негізгі проблемалардың бірі-трейдерлердің бағасына айтарлықтай әсер етпестен үлкен көлемдегі акцияларды сатып алу немесе сату мүмкіндігін шектейтін өтімділіктің жеткіліксіздігі.

4. Шектеулі қолжетімділік және инвесторлардың қатысуы

- Шетелдік және жеке инвесторлар үшін нарыққа қол жеткізу проблемалары биржаға қатысу деңгейін төмендетуі мүмкін. Реттеуші кедергілер, күрделі тіркеу процедуралары және кірудің жоғары шегі жаңа инвестицияларды шектеуі мүмкін.

5. Ішкі қауіпсіздік тәуекелдері

- Киберқауіпсіздік және деректерді қорғау мәселелері барған сайын өзекті бола түсуде, өйткені қор биржалары кибершабуылдардың нысанасына айналууда. Қорғаудың жеткіліксіздігі деректердің бұзылуына, нарықтық манипуляцияларға және қатысушылардың сенімін жоғалтуға әкелуі мүмкін.

6. Инвестициялық құралдардың әртүрлілігі жеткіліксіз

- Қол жетімді қаржы құралдарының шектеулі ассортименті инвесторлардың биржаға деген қызығушылығын төмендетуі мүмкін, әсіресе басқа нарықтарда әртүрлі инвестициялық мүмкіндіктер болса.

7. Өзгерістер мен инновацияларға қарсы тұру

- Мәдени және басқарушылық кедергілер, инновациялар мен өзгерістерге қарсы тұру прогресс пен жаңа нарықтық жағдайлар мен технологияларға бейімделуді бәсеңдетуі мүмкін.

Осы ішкі мәселелерді шешу корпоративтік басқаруды жақсарту, технологияларға инвестициялау, реттеуші органы жетілдіру және инновацияларды белсенді ілгерілетуді қоса алғанда, кешенді тәсілді талап етеді. Бұл KASE-ке жергілікті және халықаралық инвестицияларды тартуға қабілетті заманауи және бәсекеге қабілетті қор биржасы ретіндегі өз позициясын нығайтуға көмектеседі.

Қазақстан қор биржасы (KASE) оның ағымдағы операциялық қызметіне және болашақ дамуына әсер ететін бірқатар сын-қатерлерге тап болады. Бұлсын-қатерлер сыртқы жаһандық тенденцияларды да, ішкі басқару және технологиялық аспектілерді де қамтиды. Осы мәселелерді талдауға сүйене отырып, одан әрі дамыту және жақсарту үшін бірнеше негізгі бағыттарды бөлуге болады[4]:

- Жаһандық экономикалық үрдістерге бейімделу: KASE шикізат бағасының ауытқуын және халықаралық сауда мен қаржы нарықтарындағы өзгерістерді қоса алғанда, әлемдік экономикалық жағдайларға бейімделуді жалғастыруы тиіс. Бұл басқару икемділігін және сыртқы күйзелістер мен өзгерістерге тез жауап беру қабілетін қажет етеді.

- Ішкі инфрақұрылым мен технологияны жақсарту: сауда операцияларының жоғары өнімділігін, қауіпсіздігі мен сенімділігін қамтамасыз ету үшін технологиялық жаңартуға және

сауда жүйелерін жақсартуға инвестицияларды жалғастыру маңызды. Сондай-ақ деректерді қорғауға және киберқауіпсіздік шараларын күшейтуге назар аудару маңызды.

- Шетелдік және жеке инвесторларды тарту: реттеуші органы жақсарту және инвесторларды ынталандыру биржаға қосымша капиталды тартуға көмектеседі. Бұған листинг процедураларын жеңілдету, салық кедергілерін азайту және листингтік компаниялар арасында корпоративтік басқаруды жақсарту кіреді.

- Сатылатын өнімдердің ауқымын кеңейту: туынды құралдар, ETF және жасыл облигациялар сияқты жаңа қаржы құралдарын дамыту инвесторларға портфолионы әртараптандыру және тәуекелдерді басқару үшін көбірек мүмкіндіктер бере алады.

- Қаржылық сауаттылықты және инвестициялау мәдениетін арттыру: халықтың қаржылық сауаттылығын арттыруға арналған білім беру бастамалары инвестициялауға және қор нарығына қатысуға қызығушылықты ынталандыруы мүмкін.

- Ішкі басқару мен корпоративтік мәдениетті дамыту: корпоративтік басқаруды үздіксіз жақсарту және ашықтық пен жауапкершіліктің жоғары стандарттарын сақтау инвесторлардың сеніміне және Биржаның тұрақты өсуіне ықпал етеді.

KASE алдында тұрған проблемалар мен сын-қатерлерді талдай отырып, оларды кешенді және жүйелі түрде шешу ағымдағы қиындықтарды жеңуге ғана емес, сонымен қатар қор биржасының өңірлік және әлемдік ауқымдағы ұзақ мерзімді дамуы мен табысының негізін қалауға мүмкіндік береді деп қорытынды жасауға болады. Бұл нормативтік-құқықтық базаны реформалау, корпоративтік басқару жүйесін нығайту және кадрлардың біліктілігін арттыру қажеттілігін болжайды. Сондай-ақ, Биржаның өнім желісі мен қызметтерін кеңейту маңызды аспект болып табылады, бұл нарыққа қатысушылардың кең ауқымын тартуға және өтімділікті арттыруға мүмкіндік береді. [4] Осылайша, осы шараларды дәйекті іске асыру KASE-тің халықаралық аренадағы позицияларын одан әрі өсіру және нығайту үшін тұрақты платформа жасайды. Нәтижесінде KASE өзін аймақтың экономикалық дамуында шешуші рөл атқаратын сенімді және инновациялық қаржы орталығы ретінде көрсете алады.

#### *Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. Риккардо Д. "Принципы политической экономики и налогообложения". – Москва: Эксмо, 2023.
2. Маршалл А. "Принципы экономической науки". – Москва: Прогресс, 2020.
3. Дж. "Экономика в одном уроке". – Москва: Альпина Паблишер, 2018.
4. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://kase.kz/ru/>. (дата обращения: 12.08.2024)

МРНТИ 06.39.02

А.А.Мелдебекова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Абай атындағы Қазақ Ұлттық педагогикалық университеті  
Алматы қаласы, Қазақстан

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИНТЕРНЕТ САУДАНЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ МЕН БАҒЫТТАРЫ

*Аңдатпа*

Интернеттің әлемде белсенді таралуы сауда саласына айтарлықтай әсер етті және интернет-сауда немесе «электрондық сауда», «электрондық коммерция» деп аталатын жаңа бағыт – электронды коммерцияның пайда болуына әкелді. Электрондық коммерция әлемдегі қарқынды дамып келе жатқан цифрлық экономиканың өзегі және соңғы онжылдықтағы технологиялық әлеуеттің жарылуының нәтижесі болып табылады. Электрондық коммерцияға онлайн қызметтер, мобильді коммерция, электронды ақша аударымдары, жеткізу тізбегін басқару, интернет-маркетинг, транзакцияларды онлайн өңдеу және электрондық деректер алмасу арқылы тауарларды электронды сатып алу мен сату кіреді. Және бұл концепцияның астында желілер арқылы жүзеге асырылатын қаржылық және коммерциялық транзакциялар ғана емес, сонымен қатар, одан да маңыздысы, ол үнемі жетілдірілетін, жаһандық бизнес-процестердің тізбектері болып табылады. Электрондық коммерцияның дамуы және оның өсіп келе жатқан қолжетімділігі кез келген адамға әлемнің кез келген жерінде дерлік сатып алуға ғана емес, сатуға да мүмкіндік береді.

*Түйін сөздер:* интернет, сауда, электронды коммерция, даму, Қазақстан, интернет – маркетинг.

Мелдебекова А.А.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая  
г. Алматы, Казахстан

## ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛИ В КАЗАХСТАНЕ

*Аннотация*

Активное распространение интернета в мире оказало значительное влияние на сферу торговли и привело к появлению интернет-торговли или нового направления, называемого «электронная торговля», «электронная коммерция» – электронной коммерции. Электронная коммерция является ядром динамично развивающейся цифровой экономики мира и результатом взрыва технологического потенциала за последнее десятилетие. Электронная коммерция включает в себя электронные покупки и продажи товаров посредством онлайн-услуг, мобильной коммерции, электронных денежных переводов, управления цепочками поставок, интернет-маркетинга, онлайн-обработки транзакций и электронного обмена данными. И под этой концепцией понимаются не только финансовые и коммерческие транзакции, осуществляемые через сети, но, что более важно, это цепочки глобальных бизнес-процессов, которые постоянно совершенствуются. Развитие электронной коммерции и ее растущая доступность позволяют любому не только покупать, но и продавать практически в любой точке мира.

*Ключевые слова:* интернет, торговля, электронная коммерция, развитие, Казахстан, интернет – маркетинг.

Meldebekova A.A.<sup>1</sup>

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

## TRENDS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF ONLINE COMMERCE IN KAZAKHSTAN

### Abstract

The active spread of the Internet in the world has had a significant impact on the sphere of trade and has led to the emergence of online commerce or a new direction called "electronic commerce", "e-commerce" – e-commerce. E-commerce is the core of the world's dynamically developing digital economy and the result of an explosion of technological potential over the past decade. E-commerce includes electronic purchases and sales of goods through online services, mobile commerce, electronic money transfers, supply chain management, online marketing, online transaction processing and electronic data exchange. And this concept means not only financial and commercial transactions carried out through networks, but, more importantly, these are chains of global business processes that are constantly being improved. The development of e-commerce and its growing accessibility allow anyone not only to buy, but also to sell almost anywhere in the world.

*Keywords:* Internet, trade, e-commerce, development, Kazakhstan, Internet marketing.

Интернеттің әлемде белсенді таралуы сауда саласына айтарлықтай әсер етті және интернет-сауда немесе «электрондық сауда», «электрондық коммерция» деп аталатын жаңа бағыт – электронды коммерцияның пайда болуына әкелді. Электрондық коммерция әлемдегі қарқынды дамып келе жатқан цифрлық экономиканың өзегі және соңғы онжылдықтағы технологиялық әлеуеттің жарылуының нәтижесі болып табылады. Электрондық коммерцияға онлайн қызметтер, мобильді коммерция, электронды ақша аударымдары, жеткізу тізбегін басқару, интернет-маркетинг, транзакцияларды онлайн өңдеу және электрондық деректер алмасу арқылы тауарларды электронды сатып алу мен сату кіреді [1]. Және бұл концепцияның астында желілер арқылы жүзеге асырылатын қаржылық және коммерциялық транзакциялар ғана емес, сонымен қатар, одан да маңыздысы, ол үнемі жетілдірілетін, жаһандық бизнес-процестердің тізбектері болып табылады. Электрондық коммерцияның дамуы және оның өсіп келе жатқан қолжетімділігі кез келген адамға әлемнің кез келген жерінде дерлік сатып алуға ғана емес, сатуға да мүмкіндік береді. Электрондық қызметтер – бұл кез келген өндірушінің бүгінгі таңдағы мүмкіндігі және шекаралар мен кедергілерді алып тастап, ең аз шығынмен клиентті табуға мүмкіндік береді. Әсер ету аясын кеңейту үшін интернет-арналарды белсенді пайдаланатын сатушылар сатып алушылардың ағынын ондаған, тіпті жүздеген есе кеңейту мүмкіндігіне ие болады, кірісті арттырады. Мұның бәрі қосымша уақыт пен қаржылық инвестицияларсыз жүзеге асырылады.

Цифрландырудың дамуымен электрондық коммерцияның саласы жаһандық экономикадағы негізгі өзгерістердің қарқындауына айналды, ал COVID-19 пандемиясы электрондық коммерцияға қосымша бонус берді. Тұтынушы әдеттерінің өзгеруі, сатып алушының назарын аудару үшін күрес компанияларды онлайн бизнеске көшуге мәжбүр етті. Электрондық коммерция өз позициясын нығайтуды жалғастыруда және сарапшылар 2024 жылға қарай оның жаһандық бөлшек сауда айналымындағы үлесі 25%-ға дейін артады деп болжайды [2]. Интернет-сату индустриясы өсуді жалғастырады және 2026 жылға қарай 8,1 триллион долларға жетеді деп күтілуде, бұл 2021 жылмен салыстырғанда шамамен 55,8% жоғары.

Ғылыми прогрес, инновациялық технологияларды енгізу, сондай-ақ қоғамды ақпараттандыру мен цифрландыру Қазақстанда да электронды коммерция секторындағы өсудің негізгі қозғалтқыштарына айналды. Бүгінде Қазақстандағы интернеттің ену деңгейі 86%-ға жетеді. Бұл Қытай немесе Үндістандағы бірдей көрсеткіштен де сәл жоғары.

Біздің ойымызша, еліміздегі электронды коммерцияның дамуының келесі тенденцияларын бөліп көрсетуге болады.

1. Қазақстандағы электронды коммерция нарығының қарқынды дамуы. Елде электронды коммерция салыстырмалы түрде жақында танымал болды. Соңғы үш жылда бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электрондық сауданың үлесі айтарлықтай өсті, ал COVID-19 пандемиясы бұл процесті тек жеделдете түсті. Сонымен, егер 2018-2019 жылдары электронды коммерцияның үлесі тиісінше 2,9% және 3,8% құраса, 2020 жылы ол үш есеге жуық өсіп, 9,7%-ға жетті [3]. Әлеуметтік алшақтау режимдерін, карантиндерді және басқа да шектеу шараларын енгізу тауарлар мен қызметтерді онлайн сатып алуға жаһандық сұраныс құрылымында түбегейлі өзгерістерге, сондай-ақ цифрлық байланыс құралдарын пайдалану мен қашықтан тұтынудың артуына әкелді.

2. Жаңа клиенттердің ағыны. Өзін-өзі оқшаулау кезеңінде интернеттегі белсенді сатып алушылардың саны 600 мыңға өсті - 3,2 миллионнан 3,8 миллион пайдаланушыға дейін. Әлбетте, олардың кейбіреулері интернетте сауда жасай бастады, өйткені олар офлайн сайттарға кірудің әдеттегі мүмкіндігінен айырылды. Бұл пайдаланушылардың кейбірі ескі сценарий қайта қол жетімді болған кезде тауарлар мен қызметтерді онлайн сатып алуды тоқтатады, бірақ көптеген пайдаланушылар мұндай қызметтің ыңғайлылығы мен артықшылықтарын бағалай отырып, онлайн сатып алуды жалғастыруда.

3. Қашықтан жұмысқа орналасу. 2020 жылы қызметкерлердің 70%-ға жуығы қашықтан жұмыс істеуге көшті. 2021 жылдың бірінші жартыжылдығында қызметкерлердің шамамен 20%-ы қашықтан жұмыс істей берді. Сонымен қатар, бұл көрсеткіш жақын арада көбейеді, өйткені SARS-CoV-2 Дельта нұсқасы деп аталатын коронавирустың жаңа үнді штаммы COVID-19 аурушандығынан екі есе қарқынды [4]. Бұл фактор электрондық коммерцияның дамуын одан әрі ынталандырады, өйткені офлайн платформалардың шектеулі жұмыс істеуіне байланысты адамдар интернет-дүкендерден әдеттегі тауарлардың әртүрлілігін іздестіретін болады.

4. Мәжбүрлі оқшаулану. Халықтың бір бөлігі тұтынудың ең қауіпсіз тәсілі ретінде шектеулер жойылғаннан кейін де жеткізілім арқылы интернетте тауарларға тапсырыс беруді жалғастырады.

5. Ұлттық статистика бюросының мәліметі бойынша, 2021 жылы елдегі электронды коммерцияның көлемі өткен жылмен салыстырғанда 8,4 пайызға артып, рекордтық 1,04 триллион теңгеге жетті. Оның 46,3 пайызы немесе 482 миллиард теңгесі бөлшек саудаға, 33,6 пайызы немесе 349,9 миллиарды қызмет көрсетуге, 20,1 пайызы немесе 209,8 миллиарды көтерме саудаға тиесілі. Сонымен қатар, қызметтердің онлайн – сатылымы бір жыл ішінде 67,3%-ға, бөлшек саудада - 1,1%-ға, көтерме саудада - 23,8%-ға өсті. Ал 2022 жылдың қорытындысы бойынша Қазақстанда электрондық коммерция көлемі 20,2%-ға ұлғайып, 1,3 трлн теңгеге жетті (Интернет арқылы көрсетілетін қызметтер саудасын есепке алмағанда). Бұл бір жыл бұрынғыдан 220,1 млрд теңгеге артық [5]. Электрондық коммерцияның белсенді дамуының себебі - логистикалық, маркетингтік және сервистік компаниялардың санының артуы. Олардың көмегімен Интернетте сатып алынған тауарларды табу, төлеу және алу ыңғайлы ғана емес, сонымен қатар қауіпсіз болды.

6. Электрондық коммерция көлемінің айтарлықтай өсуі B2C (бизнес-тұтынушылар, тұтыну нарығы) сегментінде де, B2B (бизнес-бизнес, корпоративтік нарық) сегментінде де байқалады. Бұл сауда POS-терминалдарының инфрақұрылымын құру, Apple Pay және Samsung Pay-тің Қазақстан нарығына шығуы, банктердің бонустар мен кэшбэк арқылы клиенттерді ынталандыруы, сондай-ақ барлық салаларда қолма-қол ақшасыз төлемдерді белсенді қолданумен байланысты. Қазірдің өзінде елімізде 108 мыңнан астам сауда кәсіпорны бар, оларда тауарлар мен қызметтерді қолма-қол ақшасыз төлеуге болады.

Шағын және орта бизнес қолма-қол ақшасыз есеп айырысуға көшу үшін көптеген мүмкіндіктерге ие болды. Мысалы, MasterCard компаниясының «Телефонға қоңырау шалу»

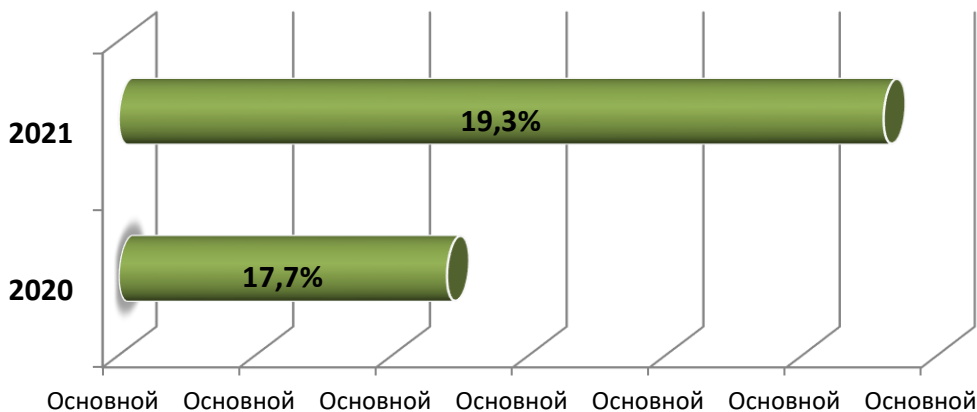


қызметі шағын және орта бизнеске смартфонды терминал ретінде пайдалана отырып, контактісіз төлемдерді қабылдауға мүмкіндік береді. Осылайша, кәсіпкерлер POS-терминал сатып алуға ақша үнемдейді, сонымен қатар тұтынушылар базасын айтарлықтай кеңейтеді. Қазіргі уақытта бұл қызмет фаст-фуд компаниялары, бөлшек сауда дүкендері, гүл бутиктер, таксилер және т.б. арасында ең сұранысқа ие. Қызметтің қауіпсіздігі жоғары - MasterCard саудагерлер мен клиенттер үшін қауіпсіз төлемдерді жүзеге асыруда көшбасшы болып табылады [3].

7. Интернеттегі транзакциялар санының артуы, бұл да интернет-коммерцияның дамуын көрсетеді. 2022 жылдың тоғыз айының қорытындысы бойынша Қазақстанда онлайн режимінде (интернет және ұялы телефон арқылы) 3,8 млрд төлем транзакциясы жүзеге асырылды, бұл өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 33,7%-ға артық. Сонымен қатар, жалпы алғанда 2021 жылы 4 миллиардтан астам транзакция жүзеге асырылды [5].

Онлайн төлемдер көлемінің өсуі. 2022 жылдың 10 айында бұл көрсеткіш 44%-ға өсіп, 59,2 триллион теңгені құрады, бұл жалпы 2021 жылғымен бірдей дерлік [6]. Интернеттегі төлемдердің бұл өсуі электронды коммерцияның күшті өсуімен қатар жүрді.

8. Интернетті пайдаланушылар санының өсуі және олардың интернет арқылы тапсырыстары. Сонымен қатар, 2020 жылы интернет арқылы тапсырыстар санының ең жоғары деңгейі байқалды – 88,7 миллион. 2021 жылы бұл көрсеткіш екі есеге дерлік – 45,4 миллионға дейін қысқарғанымен, 2019 жылмен салыстырғанда 2,3 есе жалпы өсу үрдісі сақталуда [70,72]. Тауарлар мен қызметтерді онлайн сатып алған интернет пайдаланушылардың үлесі 2020 жылғы 17,7%-дан 2021 жылы 19,3%-ға дейін өсті, бұл әрбір бес пайдаланушының бірін құрайды.



Сурет 1 – Тауарлар мен қызметтерді сатып алған интернет пайдаланушылардың үлесі

9. Сатып алу/сату кезінде мобильді құрылғыларды белсенді пайдалану. Сатып алулардың 93 пайызы ұялы телефондар арқылы жүзеге асты. Интернет-дүкенге деген сенімнің артуымен қатар мобильді құрылғылардан сатылымның да артуы байқалады. Бұл белгілі бір дәрежеде смартфондар мен планшеттерді пайдаланудың жоғары жиілігіне байланысты. Бірақ басты рөлді мобильді құрылғылар арқылы сатып алудың ыңғайлылығы мен ыңғайлылығы атқарады. Тұтынушылар жай ғана онлайн сатып алмайды, сонымен қатар соңғы шешімді қабылдас бұрын өнімді браузерде немесе смартфон қолданбасында зерттейді.

10. Тапсырыстың орташа чегінің өсуі. Өткен жылдың өзінде елдегі тапсырыстар көлемі 189,4%-ға өсіп, орташа сатып алу чегі 11,19 доллардан 29,13 долларға дейін өсті. Көбінесе қазақстандықтар интернетте үлкен жеңілдік кезеңдері кезінде сатып алуды жүзеге асырды: 11 қарашада сауда күні, қара жұма және Жаңа жыл қарсаңында. Осыған байланысты бір бөлшек сатып алу бойынша орташа чек 2022 жылы 5,4 мыңнан 10,6 мың теңгеге дейін өсті [6].

11. Онлайн-сату құрылымының өзгермелілігі. 2021 жылы онлайн-сатулардың жалпы көлеміндегі маңызды үлесті (32,4%) сән сегменті иеленді. Соңғы бір жылда қазақстандықтар интернетте киім, аяқ киім және түрлі аксессуарларды сатып алуға 423,9 млрд теңге (плюс 17%)

жұмсаған. Сатып алу көлемі бойынша екінші орында тұрмыстық техника мен электроника тұр, бұл санаттың үлесі 27,1% құрады. 355 млрд теңгеге жоғары технологиялық тауарлар сатылып, 11,6%-ға өсті [70]. Ал 2022 жылы алдыңғы жылы екінші орын алған ұялы телефондар санаты онлайн сатылымдар бойынша көшбасшы болды. 2021 жылы онлайн-бөлшек сауданың жалпы көлемінің бестен бір бөлігі дерлік телефон сатып алуға тиесілі – 91,6 млрд теңге [7]. Екінші орында 60,9 млрд теңге немесе 12,6% сату көлемімен бір жыл бұрын бесінші орында тұрған электр тұрмыстық құрылғылары тұр. Алдыңғы төртіншіден жоғарылаған үшінші қатарды косметика мен гигиеналық тауарлар алып отыр, оның сатылымы 54,6 млрд теңгені немесе 11,3% құрады [4].

Азық-түлік сегменті де онлайн сатылымдарда жақсы динамика көрсетті. Электронды азық-түлік нарығының көлемі шамамен үштен біріне – 35,4 млрд теңгеден 45,5 млрд теңгеге дейін өсті. Сондай-ақ сусындар мен темекіні интернет арқылы әлдеқайда көп көлемде сатып ала бастады: 69,9 млрд теңгеге, оған қоса жылына 23,3% [5].

2022 жылы жаңа Санаттар тізіміне 30,1 млрд теңгеге немесе 6,2% - ға сатылған зергерлік бұйымдар мен сағаттар, сондай-ақ жиһаз-8,4 млрд теңгеге немесе 1,7% - ға кірді. Бір қызығы, өткен жылы бірінші орында тұрған кеңсе тауарлары санаты топ-10-дан мүлдем бас тартты. Кеңсе тауарларын сату 23 есеге, 61 млрд теңгеден 2,6 млрд теңгеге дейін қысқарды. Бұл пандемиядан кейін толық немесе ішінара сақталған онлайн оқыту мен қашықтан жұмыс істеуге көшуге байланысты болуы мүмкін. Сондай - ақ, топ-санаттар арасында сатылымы бірден 7 есеге, 15 млрд теңгеден 2,2 млрд теңгеге дейін қысқарған аяқ киім де бар.

Онлайн - сервистерді енгізуге келетін болсақ, өткен жылы үшінші сатыда тұрған жарнама саласындағы сервистер сату бойынша көшбасшы болды. Олардың сату көлемі бір жылда 6,2 есеге артып, 30,4 млрд теңгені құрады. Екінші орында бұрын төртінші орында тұрған демалыс, ойын-сауық, мәдениет және спорт билеттерін сату санаты. Олардың көлемі 28,5 млрд теңгені құрады, бұл жылына 8 есе өсуді көрсетті. Бұл жерде біз керісінше әсерді көріп отырған шығармыз – құлдырау нәтижесінде нарықтың құлдыраудан кейін қалпына келуі. Үздік үштікті өткен жылдың көшбасшысы - көлікке билет сату санаты тұйықтады. Мұнда 20,1 млрд теңгеге қызмет сатылды, бұл бір жыл бұрынғыдан 51%-ға аз [7].

5-кестеде интернет арқылы тапсырыс берілген тауарлар мен қызметтер бойынша пайдаланушылардың таралуы көрсетілген. Қазақстандағы және әлемдегі өмірдің өзгеру жылдамдығы назар аударарлық: он жыл бұрын Қазақстанда базарлар мен дүкендерге бармай-ақ, интернет арқылы азық-түлік сатып алуға болатынын елестету қиын. Қазір бұл көптеген адамдар үшін күнделікті шындық, және бұл мүмкіндік ешкімді таң қалдырмайды.

Кесте 5

### Интернет арқылы тапсырыс берілген тауарлар мен қызметтер бойынша пайдаланушыларды бөлу

Тауар топтарының атауы	2020	2021
Азық –түліктер	44,9%	48,4%
Дәрі-дәрмектер	23,6%	30,4%
Кітаптар,журналдар,газеттер	12,3%	17,7%
Киім-кешектер, аяқ киімдер және спорттық тауарлар	62,8%	63,6%
Косметика	-	25,4%
Компьютерлік тауарлар	11,1%	6,7%
Телекоммуникациялық қызметтер	19,6%	11,5%
Қаржы және сақтандыру қызметтері	12,1%	8,8%
Туристік қызметтерді брондау	9,3%	11,7%
Тұрмыстық пайдалануға арналған тауарлар	25,5%	24,2%
Музыкалық тауарлар	-	2,7%

Фильмдер, әуендер	18,5%	15,6%
Компьютерлік ойындар мен бейне ойындар	-	6,8%
компьютерлік бағдарламалық қамтамасыз ету	-	7,0%
Фото, телекоммуникация және оптикалық жабдықтар	-	7,3%
Басқалары	2,8%	2,6%

12. Қазақстан нарығында сатып алуға болатын көптеген мобильді қосымшалардың болуы және соңғы жылдары олардың санының өсуі. Мысалы, мейрамханалар мен қоғамдық тамақтандыру желілерінен дайын тағамға «Яндекс Фуд: тамақ жеткізу», Wolt Delivery: Азық-түлік және т.б., «Chocofood.kz – азық-түлік жеткізу» курьерлік қызметтері арқылы тапсырыс беруге болады. Сондай-ақ, бұл арқылы да мүмкін болады. жеке тамақтандыру субъектілерінің жеке қосымшалары - мысалы, KFC, Dodo Pizza, Burger King және т.б.

Тікелей тағамға да бірнеше жолмен тапсырыс беруге болады. Мысалы, Қазақстан Республикасындағы супермаркеттер арасында, Similarweb.com мәліметтері бойынша, мобильді қосымшалардың танымалдылығы бойынша көшбасшы Magnum Club және MagnumGO қосымшалары бар ең ірі Magnum желісі болып табылады. Сонымен қатар, азық-түлік жеткізуді Magnum-пен бірлесіп Kaspi.kz сөзсіз көшбасшы болып табылатын Қазақстан Республикасының ЕДБ нарықтары арқылы немесе осы сегментте маманданған жекелеген компаниялардың өтінімдері арқылы жүзеге асыруға болады.

Бүгінгі таңда қазақстандықтар Apple Pay, Samsung Pay, Garmin Pay, QR кодын және өткен жылдың соңынан бастап Google Pay қызметтерін қоса алғанда, контактісіз және қауіпсіз төлем технологияларын белсенді түрде пайдалануда. Мысалы, 2021 жылы қазақстандықтар Apple Pay және Samsung Pay арқылы 104 миллиард теңгеге 18,8 миллион транзакция жасады, бұл 2020 жылмен салыстырғанда айтарлықтай көп [8]. Бұл контактісіз төлемдер ұялы телефондар немесе смарт сағаттар арқылы жүзеге асырылады. Негізгі артықшылықтар төлем қауіпсіздігі мен ыңғайлылығы болып табылады және Garmin Pay технологиясы арқылы сіз телефонсыз мүлдем төлей аласыз. Барлық транзакциялар мобильді банкинг қосымшасына кіріп, парольді (Face ID) енгізудің қосымша қажеттілігінсіз «бір рет басу арқылы» лезде жүзеге асырылады, қорғаныс қолданбалы технологиялардың өзі арқылы да, төлем жүйелерінің технологиялары арқылы да жұмыс істейді. Сонымен қатар, контактісіз төлем әдісін қолдана отырып, клиент өзінің смартфоннан немесе смарт сағатынан басқа ештеңеге қол тигізбейді. Сондай-ақ, Apple Pay, Samsung Pay, Garmin Pay және Google Pay сияқты контактісіз төлемдердің көмегімен сіз Интернетке қосылмай, тіпті желіге қол жеткізу сапасы қалаған жерде де транзакцияларды жүзеге асыра алатыныңызды атап өткен жөн. бұл тұтынушылардың мүмкіндіктерін айтарлықтай жеңілдетеді және төлемді ыңғайлы етеді

Сонымен қатар, 2021 жылы QR-кодты қолдану арқылы 1,3 триллион теңгеге 200,8 миллионға жуық транзакция жүзеге асырылды, бұл төлем карталарын пайдалану арқылы онлайн режимінде (интернет және ұялы телефон арқылы) жасалған барлық қолма-қол ақшасыз төлемдердің 26,4%-ын құрады. 2020 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда төлемдер саны бойынша 33 есеге, көлемі бойынша 10 есеге өсу байқалады [8].

13. Электрондық коммерциядағы аймақтық айырмашылықтар. Талдау интернет-коммерция түрлері бойынша Қазақстанның аймақтары бойынша айтарлықтай таралуды көрсетеді. 6-кестеде 2021 жылғы өңірлер бойынша интернет-коммерция көрсеткіштері көрсетілген.

**2021 жылы аймақ бойынша онлайн коммерция көрсеткіштері**

	Жалпы сату көлемі (млрд теңге)	Бөлшек сауда		Көтерме сауда (млрд теңге)	Қызметтер (млрд теңге)
		Көлемі (млрд теңге)	Орташа чек 1 сатып алу(мың. теңге)		
Қазақстан Республикасы	1041,7	482	3231	209,8	349,9
Ақмола облысы	10,7	7,6	66,9	1,10	1,93
Ақтөбе облысы	8,6	8,6	60,3	0	0,28
Алматы облысы	17,4	10,9	34,3	1,9	4,56
Атырау облысы	15,8	14,6	69,1	0	1,2
Батыс Қазақстан облысы	16,8	16,5	19,3	0	0,24
Жамбыл облысы	5,2	4,1	150,4	0	1,1
Қарағанды облысы	20,5	15,1	5,3	5,41	3,0
Костанай облысы	20,6	19,9	14,5	0,48	0,16
Қызылорда облысы	1,4	1,3	87,8	0	0
Маңғыстау облысы	2,8	2,2	73,2	0	0,61
Павлодар облысы	7,2	6,0	25,1	0,02	1,15
Солтүстік Қазақстан обл	6,9	6,6	54,7	0,02	0,27
Түркістан облысы	5,6	3,8	131,2	0,15	1,66
Шығыс Қазақстан облысы	13,5	13,1	21,3	1,9	4,4
Астана қаласы	107,1	49,2	17,6	7,0	50,9
Алматы қаласы	727,2	272,8	7,8	177,3	277,1
Шымкент қаласы	49,9	29,5	45,3	15,0	5,4

Аймақтық айырмашылықтардың себебі – электрондық түрдегі транзакциялар үшін қажетті инфрақұрылымның біркелкі дамуы. Әлбетте, Интернетке қол жеткізу тұрғысынан айтарлықтай аймақтық айырмашылықтар бар. Электрондық коммерцияның ең үлкен көлемі үш негізгі қалаға тиесілі: Алматы (727,2 млрд теңге немесе Қазақстан Республикасының 69,8%-ы), Астана (107,1 млрд теңге немесе 10,3%) және Шымкент (49,9 млрд теңге немесе 4,8%). Бұл қалалар көтерме және бөлшек сауда бойынша көшбасшы болып табылады. Сонымен қатар, елдегі электрондық коммерцияның басты орталығы Алматы болып табылады, оның үлесіне бөлшек сауданың 57%-ы, көтерме сауданың 84,5%-ы және қызметтердің онлайн-саудасының 80% - ы тиесілі. Ең төменгі көрсеткіш Қызылорда (1,4 млрд теңге), Маңғыстау (2,8 млрд теңге) және Жамбыл (5,2 млрд теңге) облыстарында тіркелді.

Қазақстанның барлық өңірлеріне (Алматыдан басқа) көтерме сауданың жалпы көлемінің 15,5% - ы тиесілі. Ал жеті өңірде көтерме интернет-сауда өте төмен деңгейде, ал алты өңірде ол мүлдем жүргізілмейді.

Аймақтық тұрғыда интернет арқылы бір сатып алудың орташа чекі Қарағанды облысында 5,3 мың теңгеден Жамбыл облысында 150,4 мың теңгеге дейін ауытқиды. Желідегі ірі сатып алуларды Түркістан облысының тұрғындары да жасайды – бір чекке орташа есеппен 131,2 мың теңге. Бір қызығы, электронды коммерцияның ірі орталығы Алматыда бір сатып алудағы орташа есеппен республикалық көрсеткіштен әлдеқайда төмен. Бұл адамдардың көбірек транзакциялар жасай бастағанын көрсетеді, бірақ сонымен бірге сату көлемі төмендеді. Сатып алушылар қымбат заттарды сатып алудан арзанырақ заттарға ауысады немесе транзакцияға азырақ тапсырыс береді. Ал онлайн сатып алуды қалайтын сатып алушылар тұтынылатын тауар түрлерінің санаттарын кеңейтіп, күнделікті қымбат емес тауарларды көбірек сатып алды, бұл орташа чек көлемінде көрініс тапты.

14. 2022 жылғы тағы бір тенденция – шағын және орта бизнестің онлайнға көшу динамикасының жалғасуы. Сірә, пандемияның қиын кезеңі мен ұзаққа созылған мәжбүрлі оқшаулану, сондай-ақ экономикалық шындық және сауда қатынастарының айтарлықтай бұзылуы нәтижесінде қазақстандық шағын және орта бизнес жаппай желіге көшуде, ал қоғам цифрлық жүйеге көшу әдетін қалыптастыруда. Екінші жағынан, бизнеске таныс жарнамалық арналардың қысқаруы жеке транзакциялардан бизнесті дамыту мәселелеріне дейін кез келген қажеттіліктерді үздіксіз және шексіз орындауға мүмкіндік беретін платформаларға назар аударды. Трендтерден кейін отандық платформалар кез келген мәселені жан-жақты шешуге – жұмыс табуға немесе қызметкер табуға, кез келген қызмет түрін жеткізушілерді таңдауға және кез келген қажетті тауарларды сатып алуға болатын цифрлық ортаға айналуға. Нәтижесінде, көптеген ШОБ өкілдері үшін онлайн платформалар жұмысты жалғастыру және жаңа тұтынушыларды тарту үшін негіз болды немесе болуда. Бұған жанама түрде OLX платформасының деректері дәлел – сервис негізінде ашылған интернет-дүкендердің саны 2022 жылы 2021 жылғы көрсеткіштерден 4 есе асып түсті [9].

2022 жылы сервистің аудиториясы айына 11 миллион белсенді пайдаланушының шегінен өтті, ал жіберілген хабарландырулар саны 25,5 миллионнан асты. 2022 жылы OLX-те минутына орта есеппен шамамен 12 транзакция жасалды. Ұялы телефондар, жылжымайтын мүлік және жиһаз өндірісі онлайн саудадағы ең танымал санаттарға айналды. Өңірлік тұрғыда хабарландырулардың ең көп санын Алматы және Астана қалаларының тұрғындары орналастырды – сәйкесінше жалпы хабарландырулар санынан 24% және 15%. Ең аз белсенділер Түркістан және Ұлытау облыстарының тұрғындары болды – сәйкесінше хабарландырулардың 1% [9].

15. Қолма-қол ақшасыз төлем жүйесінің өсуі электрондық коммерцияның даму деңгейіне айтарлықтай әсер етеді, өйткені банктік карталар сатып алуды төлеудің негізгі құралы болып табылады. 2023 жылдың 1 наурызындағы жағдай бойынша 19 банк пен «Қазпочта» АҚ төлем карталарын шығарды. Бұл ұйымдар VISA International, MasterCard Worldwide, UnionPay International, American Express International және Diners Club International халықаралық жүйелерінің төлем карталарын шығарады және таратады. Сонымен қатар, қазақстандық банктер жергілікті жүйелердің төлем карталарын шығарады: Altyn Card - "Қазақстан Халық банкі" АҚ, «Ситибанк Қазақстан» АҚ және Kaspi.kz төлем карталарының жүйесі - "Каспий банкі" АҚ.

2023 жылдың наурыз айының басындағы жағдай бойынша айналыста 66,5 миллион төлем карточкасы бар. Қазақстанда қолма-қол ақшасыз операциялардың негізгі үлесі Интернет/мобильді банкинг (транзакциялардың жалпы санынан 64,1% және қолма-қол ақшасыз төлемдер мен ақша аударымдарының жалпы көлемінің 82,5%) және POS-терминалдар (35,9%) арқылы жүзеге асырылды. және қолма-қол ақшасыз төлемдер мен ақша аударымдарының жалпы саны мен көлемінің 17,6%-ы) [10]. Елімізде қолма-қол ақшасыз карточкалық операциялардың көлемі 102,8 трлн теңгені (+42%) немесе ЖІӨ-нің 99%-ын құрады [10]. Бір жыл бұрын бұл көрсеткіш жалпы ішкі өнімнің 89 пайызын құраған болатын. Қазақстандық нарықта электрондық ақша жүйелерінің қызметін реттейтін нормалар заңнамалық өріске енгізілгеннен кейін электрондық ақша жүйелері пайда болды. Қазіргі уақытта Қазақстан нарығында жиырма бес электрондық ақша жүйесі жұмыс істейді, олардың эмитенттері 10 банк және «Қазпочта» АҚ болып табылады. 2019 жылы сегіз жаңа электрондық ақша жүйесі жұмыс істей бастады: Senim, AlmaPay, Onay Pay, One Click, KAZEVROMOBIL, Innoforce systems, WebMoney Kazakhstan және Silkpay. Осы нарық сегментінің 90%-дан астамын алып жатқан ең ірі электрондық ақша жүйелері: Kaspi Bank, VISA QIWI WALLET, WOOPAY, Personal Cashier және W1 Kazakhstan.

2023 жылдың ақпанында қазақстандық эмитенттердің төлем карталарын пайдаланған транзакциялар көлемі 10,9 трлн. теңге, саны 792,4 млн. транзакция. Бұл ретте 2022 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда қолма-қол ақшасыз операциялар саны 33,3%-ға өсіп, 774,0 млн транзакцияға жетті, көлемі 35,0%-ға өсіп, 9,3 трлн. теңгені құрады [75]. Мәселен, 2022 жылдың соңына қарай елде төлем карточкаларын қабылдайтын 569,8 мың сауда нүктесі бар 400 мыңға жуық сауда кәсіпорны болды. Небәрі екі жылдың ішінде мұндай саудагерлердің саны төрт есеге

жуық өсті – төлем нарығындағы орасан зор серпіліс [11]. Елде қолма-қол ақшасыз есеп айырысу технологияларының таралуы барлық қатысушылар үшін экономикалық нәтиже береді. Коммерциялық кәсіпорындардың, қызмет көрсетушілер мен тұтынушылардың төлемнің осы түріне байланысты болжамды пайдасы жылына шамамен 7 миллиард долларды құрайды [11].

#### Пайданылған әдебиеттер тізімі

1. Что такое e-commerce и чем отличается маркетплейс от интернет-магазина? – Электронный ресурс. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://orient.tm/ru/post/35109/chto-takoe-e-commerce-i-chem-otlichaetsya-marketplejs-ot-internet-magazina>. (дата обращения: 15.07.2024)
2. Бурдинский А. А. Интернет-маркетинг как новый инструмент развития бизнеса. Маркетинг и маркетинговые исследования в России // Маркетинг. – 2022. – № 2. – С. 23-26.
3. E-trading стремительно набирает популярность: доля электронной торговли от общего розничного оборота в РК достигла 10% / - [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://ranking.kz/reviews/industries/e-trading-stremitelno-nabiraet-populyarnost-dolya-elektronnoj-torgovli-ot-obshhego-rozничного-оборота-v-rk-dostigla-10.html>. (дата обращения: 15.07.2024)
4. Рынок e-commerce превысит 3 трлн тенге к 2024 году. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://kapital.kz/economic/97376/rynok-e-commerce-prevysit-3-trln-tenge-k-2024-godu.html>. (дата обращения: 15.07.2024)
5. 40 крупнейших торговых интернет-площадок Казахстана.. [Электрон.ресурс]. – 2024 – URL: [40 крупнейших торговых интернет-площадок Казахстана — Forbes Kazakhstan](https://forbes.kz/40-kрупнейших-torgovyh-internet-ploshchadok-kazahstana)
6. Топ-5 компаний в сегменте retail e-commerce в казахстане по итогам 2022 года. - [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL : <https://ranking.kz/digest/industries-digest/top-5-kompaniy-v-segmente-retail-e-commerce-v-kazahstane-po-itogam-2022-goda.html><https://ranking.kz/digest/industries-digest/top-5-kompaniy-v-segmente-retail-e-commerce-v-kazahstane-po-itogam-2022-goda.html>. (дата обращения: 15.07.2024)
7. За продовольственными товарами в интернет: практически каждый второй казахстанец, практикующий e-shopping, покупает онлайн продукты питания. - [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://ranking.kz/reviews/industries/za-prodovolstvennymi-tovarami-v-internet-prakticheskij-kazhdyy-vtoroj-kazahstanec-praktikuyushhij-e-shopping-pokupaet-onlajn-produkty-pitaniya.html>. (дата обращения 12.07.2024)
8. Розничная торговля через интернет. 2021/ - [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://ranking.kz/reviews/other/roznichnaya-torgovlya-cherez-internet-2021.html>. (дата обращения 12.07.2024)
9. Бесконтактные платежи – новый тренд цифровой эпохи. - [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://profit.kz/news/63840/Beskontaktnie-platezhi-novij-trend-cifrovoj-epohi/>. (дата обращения 12.07.2024)
10. Тенденции и аналитика, как растет рынок e-commerce в Казахстане – OLX подводит итоги 2022 года. [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: - <https://blog.olx.kz/dlya-smi/tendenczii-i-analitika-kak-rastet-rynok-e-commerce-v-kazahstane-olx-podvodit-itogi-2022-goda>. (дата обращения 12.07.2024)
11. Платежные карточки и электронные банковские услуги - [Электрон.ресурс]. – 2024. – URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/elektronnye-bankovskie-uslugi>. (дата обращения 12.07.2024)

## ЖАС ҒАЛЫМДАРДЫҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

МРНТИ 06.73.75

А.К.Адельбаева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Абай атындағы Қазақ Ұлттық Педагогикалық Университеті, Алматы қ., Қазақстан

### ТҰТЫНУ НЕСИЕСІНІҢ ҚАЖЕТТІЛІГІ МЕН ТҮРЛЕРІ

*Аңдатпа*

Бүгінгі таңда жеке тұлғаларға несие беру кез-келген коммерциялық банк қызметінің жетекші бағыттарының бірі. Тұтыну несиесі әлемнің көптеген елдерінде кең таралып қана қоймай, сонымен бірге экономикалық және әлеуметтік тұрақтылықтың кепілі болып табылады. Кез-келген адам ұзақ мерзімді тауарларды сатып алғысы келеді, тұрғын үй жағдайларын жақсартқысы келеді немесе саяхатқа шыққысы келеді. Алайда, кірістердің шектеулі болуына байланысты ондай мүмкіндік әрдайым бола бермейді. Мұндай жағдайды шешуге тұтыну несиесі көмектесе алады. Тұтыну несиелері тауарлар мен қызметтерге сұранысты ынталандырады, оларды өндіру көлемін арттырады, экономиканың нақты секторын дамытуға ықпал етеді. Осылайша, тұтыну несиесі арқылы халықтың кейінгі қалдырылмайтын қажеттіліктері қаржыланып отырады. Бұл мақалада зерттеу объектісі болып тұтыну несиесі табылады.

*Түйін сөздер:* несие, тұтынушылық несие, халық, банк, тұтыну қажеттіліктері, несие мақсаты.

Адельбаева А.К.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Казахский Национальный Педагогический Университет имени Абая  
г.Алматы, Казахстан

### НЕОБХОДИМОСТЬ И ВИДЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТА

*Аннотация*

Кредитование физических лиц на текущий момент является одним из ведущих направлений деятельности любого коммерческого банка. Потребительский кредит получил распространение во многих странах мира и является залогом как экономической, так и социальной стабильности. Любому человеку сегодня хотелось бы приобрести множество товаров длительного пользования, улучшить свои жилищные условия, или отправиться в путешествие. Однако в силу ограниченности доходов позволить себе это может далеко не каждый и не всегда. В подобной ситуации стать решением может потребительский кредит. Потребительский кредит стимулирует спрос на товары и услуги, увеличивая объемы их производства, тем самым способствует развитию реального сектора экономики. Таким образом потребительское кредитование обеспечивает неотложные нужды населения. В данной статье объектом исследования является потребительский кредит.

*Ключевые слова:* кредит, потребительское кредитование, население, банк, потребительские нужды, цель кредита

Adelbayeva A.K.<sup>1</sup>

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

## THE NEED AND TYPES OF CONSUMER CREDIT

### Abstract

Lending to individuals is currently one of the leading activities of any commercial bank. Consumer credit has become widespread in many countries of the world and is a guarantee of both economic and social stability. Anyone today would like to purchase a variety of durable goods, improve their living conditions, or go on a trip. However, due to limited income, not everyone can afford it and not always. In such a situation, consumer credit can be a solution. Consumer credit stimulates demand for goods and services, increasing their production volumes, thereby contributing to the development of the real sector of the economy. Thus, consumer lending provides for the urgent needs of the population. In this article, the object of research is consumer credit.

*Keywords:* credit, consumer lending, population, bank, consumer needs, purpose of the loan.

Бүгінгі таңда тұтыну несиесі банк қызметінің негізгі бағыттарының бірі болып табылады. Несиенің бұл түрі әрқашанда қарыз алушының тұтынушылық қажеттіліктерін қанағаттандырумен байланысты. Несие берушілердің айырмашылығын ескере отырып, тұтынушылық мақсаттарға халықты тікелей және жанама несиелеу түрлерін бөліп көрсетуге болады. Тікелей банктік несиенің беру кезінде несиенің шарты банк пен қарыз алушы, яғни несиені пайдаланушысы арасында жасалады. Жанама банктік несиелеуде банктің клиентпен несиелік қатынастарында үшінші тараптың болуын болжайды, ол көбінесе бөлшек сауда кәсіпорындары болып табылады.

Тұтыну несиесінің көптеген формалары мен түрлері бар. Оны банк мекемелері әрбір қарыз алушы өзіне барынша сәйкес келетін тиімді ұсынысты таңдай алуы үшін ұсынады. Тұтынушылық несиелеуді тиімді ұйымдастыру банктік қызметті әртараптандыруға, кіріс алуға, ал клиенттер тұрғысынан халықтың өмір сүру сапасын жақсартуға және оның төлем қабілеттілігін ынталандыруға ықпал етеді. Банк жүйесіндегі тұтыну несиесінің белсенді дамуы салыстырмалы түрде жақында, халықты шағын мерзімге және сомаға несиелеу экспресс - несиелеуден басталды. [1]

Тұтынушылық несиенің бұл кез-келген мақсатты жүзеге асыруға болатын әмбебап несиені. Көбінесе жеке тұлғалар келесі міндеттерді шешу үшін тұтыну несиесін алады:

- тұрмыстық техника мен электрониканы сатып алу;
- пәтерді немесе үйді жөндеу, саяжай салу;
- автокөлік сатып алу;
- демалыс;
- медициналық қызметтер;
- үйлену тойы және басқа да мерекелер;
- білім беру қызметтеріне ақы төлеу.

Тұтыну несиесі мақсатты және мақсатсыз деп екі үлкен топқа бөлінеді. Нысаналы мақсаты көрсетілген несиелер нақты мақсатқа беріледі. Әдетте қарыз алушы қолына ақша алмайды, олар тікелей сатушыға немесе қызмет көрсетуші немесе жабдықтаушыларға жіберіледі. Мақсатсыз тұтынушылық несиелер қарыз алушының кез келген қажеттіліктеріне беріледі. Рәсімделгеннен кейін банк шотқа немесе картаға ақша аударады.

Халықтың тұтынушылық қажеттіліктерін несиелеу негізінен қайтарымдылық, нысаналы бағыттылық, ақылдылық, қамтамасыз ету сияқты несиенің қағидаттарын сақтаған кезде жүзеге асырылады.

Жеке тұлғаларға берілетін несиенің түрлері:



- күрделі шығындарға арналған кредиттер – жылжымайтын мүлік объектілерін сатып алуға, салуға:

- ұзақ мерзімді тауарларды сатып алудың шұғыл қажеттіліктерге берілетін тұтынушылық несиесі;

- ипотекалық несиесі.

Халыққа тұтынушылық қажеттіліктерге арналған несиелерді қаржылық емес ұйымдар да ұсына алады, мысалы, жылжымайтын мүлік нарығында жұмыс істейтін компаниялар мен дүкендер. Тұтыну несиесін шұғыл қажеттіліктерді өтеуге керек тұтынушылық қажеттіліктерге арналған және инвестициялық сипаттағы (ипотекалық несиесі) несиелер қажет екі бөлікке бөлуге болады. [1]

Кесте 1.

### Тұтыну несиесінің сыныпталуы

Несие беруші түріне байланысты	- Банкттер - Сауда ұйымдары - ломбардтар
Қарыз алушы түріне байланысты	- Жас отбасы - Студенттер - Барлық әлеуметтік топтарға
Қамтамасыз етілуіне қарай	- Қамтамасыз етілген - Қамтамасыз етілмеген
Мақсаттық арналымына қарай	- Мақсатты - Мақсатсыз
Валютаға байланысты	- Ұлттық валютада - Шет ел валютасында
Ескерту: автормен құрастырылған	

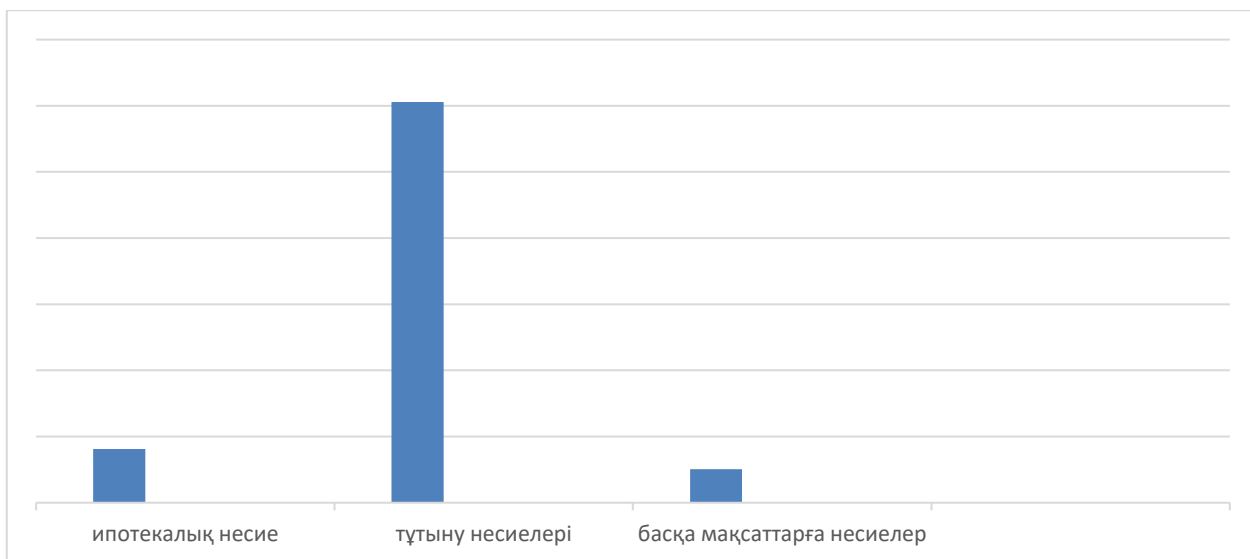
2023 жыл бойынша елімізде банктердің кредиттік портфелі халыққа кредиттердің тұрақты жоғары өсу қарқыны және бизнесті қарқынды несиелеу аясында белсенді қарқынмен ұлғаюын жалғастыруда.

2023 жылы кепілсіз берілетін тұтынушылық қарыздар номиналды ЖІӨ-нің жылдық өсімінен асып түсетін жоғары өсу қарқынын сақтап қалды. Жыл қорытындысы бойынша кепілсіз берілетін тұтыну несиесінің портфелі 8,79 трлн теңге көлеміне жетті. Бұл үрдіс халық тарапынан кепілсіз берілетін тұтыну несиесіне деген жоғары сұраныстың болуын айғақтайды. Жалпы, 2023 жылдың қорытындысы бойынша кепілсіз берілетін тұтыну несиесі бар бірегей қарыз алушылардың саны 2022 жылғы 6,76 млн адаммен салыстырғанда 7,17 млн адамға жетті. 2023 жылы кепілсіз берілетін тұтыну несиесінің портфелінде 1–5 миллионнан теңге шамасында қарыз алушылар есебінен артқан, алайда 500 мыңға жетпейтін сомада қарызы бар тұлғалар саны 1% – ға төмендеген. Қарызы 5-тен 10 млн теңгеге дейінгі қарыз алушылар екі есеге жуық өсті – 2021 жылғы 21% - дан 2023 жылы 41%-ға дейін.

Ұлттық банктің деректеріне сәйкес, ең көп берешегі бар жеке тұлғалардың тұтыну несиелерінің портфелі (10 млн теңгеден астам) 2023 жылы 123,8%-ға, ал 5 млн теңгеден 10 млн теңгеге дейінгі портфелі 71,7%-ға өскен.

2024 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша қарызы 5 млн теңгеден асатын қарыз алушылардың кредиттері кепілсіз берілетін тұтыну несиесінің жалпы портфелінің 28% - алады, ал 1-ден 5 млн-ға дейінгі сегментпен бірге портфельдің үлесі 80%-дан асады. Ірі көлемдегі жиынтық борышы бар қарыз алушылар санының өсу себептерінің бірі бірнеше несиенің болуымен түсіндірілуі мүмкін. 2024 жылғы 1 қаңтардағы жағдай бойынша қарызы 1-ден 5 млн теңгеге дейін, 5-тен 10 млн теңгеге дейін және 10 млн теңгеден жоғары қарыз алушылардың

тиісінше төрт және одан да көп кредиттер бар екенін көрсетіп отыр. Ірі жиынтық қарызы бар сегменттердегі несиелердің көп болуының себебі банктік қызметтердің нөлдік пайыздық мөлшерлеме бойынша бөліп-бөліп төлеуге жағдай жасап отырғанымен тікелей байланысты. [3]



Сурет 1. 2023 жылда халыққа берілген несие көлемі

Көріп отырғанымыздай, едәуір бөлік тұтыну мақсатына алған несиелерге тиесілі.

2023 жыл қорытындысына келсек республика бойынша халыққа берілген тұтыну несиесінің сомасы 14746725,4 миллион теңгені құрап отыр, оның 2477249,4 миллион теңгесі қысқа мерзімді несие болса, 12258232,3 миллионы ұзақ мерзімді. Ипотекалық несиеге келетін болсақ, барлығы 1623870,8 миллион теңге сомасында. Тұтыну мақсатындағы несиелер 12109062 миллион теңге болса, басқа да мақсаттарға алған тұтыну несиелері 1013792,4 миллион теңгені құрайды.

Ал енді 2023 жыл бойынша елімізде халыққа берілген тұтыну несиесін аудандар бойынша қарастырсақ. (Кесте – 2)

Кесте - 2.

**2023 жылда республика бойынша халыққа берген несие сомалары (млн.тнг)**

Республика бойынша барлығы, обл	14746725,4
Абай	273 346
Ақмола	301 845
Ақтөбе	616 425
Алматы	188 123
Атырау	529 160
Шығыс -Қазақстан	442 406
Жамбыл	486 094
Жетысу	365 582
Батыс -Қазақстан	382 923
Қарағанды	858 000
Қостанай	391 170
Қызылорда	417 535
Маңғыстау	555 506
Павлодар	448 989
Солтүстік -Қазақстан	188 897

Түркістан	422 288
Ұлытау	130 876
Алматы қ.	4 917 850
Астана қ.	1 782 221
Шымкент қ.	1 047 489
<i>Дерек көзі: <a href="https://www.nationalbank.kz/">https://www.nationalbank.kz/</a> [4]</i>	

Кестеден байқағанымыздай тұтыну несиесін пайдалану бойынша бірінші орында Алматы қаласы, екінші орында Астана қаласы және үшінші орында Шымкент қалалары көш бастап тұр. Несие аз берілген облыстарға Ұлытау, Алматы, Солтүстік – Қазақстан өңірлері кіріп отыр. Жалпы алғанда халыққа берілетін тұтыну несиелерінің көлемі жыл сайын артуда. Оған осы несиелер бойынша жасалатын тиімді шарттар себеп болып отыр.

Банктердің халықпен несиелік қарым-қатынастарын одан әрі дамыту және жетілдіру озық отандық және шетелдік тәжірибені зерделеу және практикада енгізу негізінде жүзеге асырылуы мүмкін.

*Пайдаланылған әдебиеттер тізімі*

1. Даниленко С.А., Комиссарова М.В. *Банковское потребительское кредитование: Учебно-практическое пособие.* — М.: "Юстицинформ", 2011.- 384 С.

2. Любовева Е. Г. Савдерова А. Ф. *Перспективные направления развития кредитования населения.*// Вестник Евразийской науки *The Eurasian Scientific Journal* 2018, №4, Том 10 2018, No 4, Vol 10.

3. *В Казахстане выросла доля заемщиков с долгом по потребкредитам свыше 5 млн тенге.* [Электрон.ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.zakon.kz/finansy/6447952-v-kazakhstane-vyrosla-dolya-zaemshchikov-s-dolgom-po-potrebkreditami-svyshe-5-mln-tenge.html>. (дата обращения: 12.08.2024)

4. Ұлттық банктің ресми сайты. [Электрон.ресурс]. – 202i. – URL: <https://www.nationalbank.kz/>(дата обращения: 12.08.2024)

### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТ

**Ахатова М. Қ.** – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Экономика» мамандығының магистранты

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

**Азбергенова Р.Б.** – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің доценті , э.ғ.к.

**Жазылбек Л.И.** – Абай атындағы ҚазҰПУ- нің доценті

**Туголбаева Д.М.** – э.ғ. к., М. Рысқұлбеков атындағы ҚЭУ ФЗУ доценті.

**Асанова А.Ж.** – Абай атындағы ҚазҰПУ, аға оқытушы

**Ван Ц.** – Абай атындағы ҚазҰПУ – нің «Қаржы» мамандығының магистранты

**Оралбаева Ж.З.** – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор , Абай атындағы ҚазҰПУ

**Жолдасова Г.И.** – Абай атындағы ҚазҰПУ, аға оқытушы

**Мелдебекова А.А.** – Абай атындағы ҚазҰПУ, аға оқытушы

**Адельбаева А.К.** – Абай атындағы ҚазҰПУ, аға оқытушы

### СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Ахатова М. Қ.** – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Экономика»

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

**Азбергенова Р.Б.** – к.э.н, ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Жазылбек Л.И.** – доцент КазНПУ имени Абая

**Туголбаева Д.М.** – к.э.н., доцент НИУ КЭУ им. М. Рысқұлбекова

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

**Ван Ц.** – магистрант КазНПУ имени Абая, специальность «Финансы»

**Оралбаева Ж.З.** – к.э.н, ассоциированный профессор КазНПУ имени Абая

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

**Мелдебекова А.А.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

**Адельбаева А.К.** – ст.преподаватель КазНПУ имени Абая

### INFORMATION ABOUT AUTHORS

**Akhatova M. K.** – *master's student of Abai Kaznpu, specialty «Economics»*

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

**Azbergenova R.** – *candidate of Economic Sciences, Senior lecturer, Associate Professor , Kazakh National Pedagogical university named after Abay*

**Zhazylbek L.** – *docent, Kazakh National Pedagogical university named after Abay*

**Tugolbaeva D.M.** – *Ph.D. in Economics, Associate Professor of the M. Ryskulbekov National Research University of Economics*

**Asanova A.J.** - *Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay*

**Wang J.** – *master's student of Abai Kaznpu, specialty «Finance»*

**Oralbaeva Zh.Z.** – *candidate of Economics, Associate Professor, Abai KazNPU*

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

**Meldebekova A.A.** – *Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay*

**Adelbayeva A.K.** – *Senior lecturer, Kazakh National Pedagogical university named after Abay*