

ҚР ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ  
КАСПИЙ ҚОҒАМДЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ  
ЭКОНОМИКА ЖӘНЕ БАСҚАРУ ЖОҒАРЫ МЕКТЕБІ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И *ВЫСШЕГО* ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ  
КАЗАХСТАН  
КАСПИЙСКИЙ ОБЩЕСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

THE MINISTRY OF SCIENCE AND EDUCATION OF THE REPUBLIC OF  
KAZAKHSTAN  
CASPIAN UNIVERSITY  
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT



ЖАҒАНДЫҚ ЭКОНОМИКА: ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ СЫН-ҚАТЕРЛЕР  
МЕН ТРЕНДТЕР

Халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдары  
2024 жылғы 28 қараша  
2 бөлім

ГЛОБАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И ТРЕНДЫ  
Материалы международной научно-практической конференции

28 ноября 2024 г.  
2 часть

GLOBAL ECONOMY: MODERN CHALLENGES AND TRENDS  
Materials of the international scientific and practical conference

November 28, 2024  
Part 2

Алматы 2024

**УДК 339**  
**ББК 65.5**

Редакционная коллегия:

Н.А.Аманкелді, Р.С.Парманова, Г.Ш.Калиакпарова, Е.Е.Гриднева,  
М.Куандыкова (отв. секретарь сборника)

Жаһандық экономика: қазіргі заманғы сын-қатерлер мен трендтер =  
Глобальная экономика: современные вызовы и тренды = Global economy:  
modern challenges and trends: Материалы международной научно-  
практической конференции. – Алматы: Каспийский Общественный  
Университет, 2024. – Ч.2. - 352 с. - каз., рус., англ.

**ISBN 978-601-7993-47-4**

В сборнике представлены доклады участников Международной научно-практической конференции «Глобальная экономика: современные вызовы и тренды». В работе конференции приняли участие ученые, практики, преподаватели, магистранты и студенты не только ВУЗов Казахстана, но и зарубежья.

Материалы конференции представляют интерес, как для профессорско-преподавательского состава ВУЗов, так и для представителей бизнес-среды, организаторов государственных программ экономического развития страны.

**УДК 339**  
**ББК 65.5**

**ISBN 978-601-7993-47-4** © КОУ, 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

Егай А.С., Изатуллоева Т.О. Влияние социальных медиа на поведение потребителей .....	6
Елден А.А. Особенности организации учета и аудита в туристическом бизнесе .....	13
Ерғалиев Ә.Е. , Калышев.С.М. Қазақстанның сыртқы экономикалық қызметі.....	18
Еримбетова А.Е., Бактиярова А.Ж. Кәсіпорындағы менеджмент жүйесін жетілдіру бағыттары....	23
Жалибекова А.Қ. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау.....	28
Жанкулакова А.Д., Садиева Л.В. Криптовалюта как защита от инфляции в условиях глобализации .....	33
Жунусова Д.С. Финансовая устойчивость страховых компаний в условиях кризиса.....	39
Жұмаш Н.Е., Куандыкова М.Б. Қазақстанның болашақтағы экономикасы: даму бағыттары мен мүмкіндіктері .....	44
Зайнелканов З.Д. Особенности развития экономики Казахстана .....	49
Ибраева А.С., Отарбаева А.Б. Қазіргі кездегі Қазақстан Республикасындағы экологиялық қауіпсіздіктің өзектілігі .....	52
Исанғали А.Б., Отарбаева А.Б.Кәсіпорындарда персоналды ынталандыру жүйесінің тиімділігін бағалау .....	59
Каканова А.Д. , Гумар Н.А. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау және бағалау .....	63
Каримова И., Свиридова Е.В. Влияние цифровизации и финансовых технологий (FinTech) на банковский сектор Республики Казахстан .....	71
Келіс А., Отарбаева А. Б. Ұйымның бәсекеге қабілеттілік факторы ретінде корпоративтік мәдениетті қалыптастыру .....	76
Кесекбаев Д.Р. Роль цифровой экономики в современном мире .....	80
Ким С.С., Исмаилова Г.А. Влияние цифровых технологий на финансовые услуги.....	85
Кожабаяева Н.К., Өмір А.Ж. Бизнес саласындағы тәуекел-менеджменті және басқару әдістері.....	90
Котлярова А.В., Жолдасова Г.И. Анализ конкурентоспособности продукции и разработка рыночной стратегии предприятия ЖТІ.....	97
Кошубаева А.К., Шерзатов К.А. Кәсіпорынның өндірістік қорларының есеб.....	103
Кромина В.К., Крамарчук Т.В. Проблемы диверсификации рисков инвесторов в современных условиях .....	109
Крохмаль Алексей. Организация бухгалтерского учета денежных средств.....	114
Крохмаль Андрей. Организация учета доходов и расходов .....	118
Күміс А. И Заманауи ұйымда мансапты жоспарлау және дамыту.....	123
Кузенбаева М.Н. Влияние цифровизации экономики на малые и средние предприятия.....	127
Қайрат Н.Қ. Қазақстандағы мемлекеттік қызметтерді көрсету мәселелері және оларды жақсарту жолдары .....	130
Қайырболат И.Т., Куандыкова М.Б. Ауыл шаруашылықты мемлекеттік реттеу.....	135
Қасымова Ж.Т., Тураров Д.Р. Қазіргі кездегі Қазақстан халқы ассамблеясының тиімділік деңгейі .....	138

Құмар А.Е., Мархаева Б.А. Кәсіпорындағы еңбекақының есебі мен талдауы .....	146
Қызбалаева А.Қ., Гумар Н.А. Цифрландырудың дәстүрлі банктік қызметтерге әсері.....	151
Лемяцких Д.А. Оценка эффективности системы мотивации персонала на предприятиях .....	155
Ли В.Ю. Роль национального банка в мировой экономике.....	162
Лойко М. Маркетинг устойчивого потребления: влияние ESG – факторов на потребительские предпочтения .....	166
Макаева Т. Р., Бавдунова А. Н., Ащеулова Н.А. Брендинг как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия.....	171
Мамедов А.Ю. Бухгалтерский и налоговый учет доходов предприятия .....	177
Мақсот М.Б. Қазақстанда шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдау.....	185
Марипова Ф. Д. Учет и аудит кредиторской и дебиторской задолженности .....	189
Мейіржан Б.С., Каримова М.Д. Нейрондық желелерді пайдалану арқылы тұтынушы сұраныстарын болжау .....	193
Мирасова А. Қ., Калиакпарова Г.Ш. Учет и аудит расчетов с покупателями и заказчиками .....	199
Молдаханова.А.К. , Гумар Н.А. Дәстүрлі банк жүйесін трансформациялаудағы қаржылық технологиялардың (FinTech) рөлі.....	206
Мурат Ж.К., Бактиярова А.Ж. Кәсіпорын мысалында тәуекелдерді басқару жүйесін әзірлеу .....	210
Мукаш А. А., Куандыкова М.Б. Цифрландыру жағдайында еңбек нарығын мемлекеттік реттеу. 214	
Мұхит Б., Куандыкова М.Б. Ұлттық байлықты есептеу. ұлттық мүлікті есептеу .....	220
Николаев Г.Е. , Исмагулова Т.А. Тенденция повышения налогов в Казахстане .....	225
Оразбаев Р.Н., Отарбаева А.Б. Білім беру салаларында маркетингтік стратегияны қалыптастыру .....	231
Орынбасаров Е.Д., Аким С.Е., Куандыкова М.Б. Кәсіпкерлерге арналған инновациялық тәсілдері кешенді талдау .....	238
Разакова А.Я., Танибергенова Г.Б. Особенности организации бухгалтерского учета в строительстве .....	243
Рузахунов И. П., Бушуева Е.К., Маукенова А.А. Роль новых медиа в трансформации fashion-индустрии: от визуальной культуры к цифровому активизму .....	249
Сайлаубек Ж.Ж. Сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеу: тенденциялар мен проблемалар .....	255
Сансызбайқызы Д., Мархаева Б.А. Бухгалтерский учет и аудит оплаты труда в организации .....	260
Саткен А. М., Бактиярова А.Ж. Аймақтың тұрақты дамуын мемлекеттік реттеу .....	266
Сериков А.А., Каримова М.Д. Мемлекеттік және жергілікті басқару органдарының шағын кәсіпкерлікті қолдауы .....	269
Супиян Е.Н., Газанов А.К., Майдыров С.Г. Инновационный менеджмент в деятельности предприятия .....	276
Сұлтанбай А.Б., Кумарханова Н.Н. Ұйымның қаржылық есептілігі және оның көрсеткіштерін талдау .....	282
Тілеужанқызы А., Мархаева Б.А. Кәсіпорынның негізгі құралдардың талдаудың ерекшеліктері 286	
Төлепберген А.Р., Каримова М.Д. Маркетинг бағдарламасын жоспарлау және құру, стратегиялық жоспар мн.....	290

Төлеутай А.Е., Гумар Н.А. Қазақстан Республикасының ақша - несие саясатының құқықтық негіздері.....	298
Троянова Э.С. Бухгалтерский учет и внутренний контроль товарных операций в торговых организациях Республики Казахстан .....	305
Турегалиева А.Е., Бактиярова А.Ж. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару.....	312
Утеулиева М.А., Тураров Д.Р. Қазақстан Республикасындағы азаматтық қоғамның даму мәселелері .....	317
Фоминых П.С., Айсаев Р.А. Влияние цифровизации на традиционные банковские услуги: анализ тенденций и перспектив .....	324
Хон К.С., Акымбекова А.Р., Таирова С.Г., Кадырова К.Ж. Эволюция алгоритмов таргетинга в цифровом маркетинге .....	329
Шалабаева Ж.С., Бактиярова А.Ж. Ұйымдарда өнім шығаруды жоспарлау стратегиясы .....	335
Шириня Е.А., Асанова А.Ж. Информационная безопасность и социальные сети: влияние на экономическое развитие страны .....	340
Шойбек М., Отарбаева А.Б. Брендинг кәсіпорынның тиімділігін арттыру құралы ретінде.....	347
Югай Т.И., Казанцева Д.П. Развитие маркетинга в сфере онлайн-торговли и электронной коммерции.....	354
Юсупбай А.Ж. Кәсіпорындағы кредиторлық берешек есебінің мәселелері .....	361

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Егай А.С.<sup>1</sup>, Изатуллоева Т.О.<sup>2</sup>

Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
Научный руководитель: к.э.н., ассоциированный профессор Амиргалиева А.Х.

**Аннотация.** Социальные медиа имеют колоссальное влияние на поведение потребителей, благодаря им формируются предпочтения, мнения и желания потребительского сегмента, медиа улучшают восприятие бренда, а также способствуют увеличению продаж и стимулируют повышение статуса организации в глазах потребителей. В научной статье в качестве теоретической основы используются труды Котлера, Котляревской и Рвачева по маркетингу.

**Ключевые слова:** социальные медиа, потребители, поведение потребителей, влияние, бренд, контент.

## ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИАНЫҢ ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ МІНЕЗ-ҚҰЛҚЫНА ӘСЕРІ

Егай А. С.,<sup>1</sup> Изатуллоева Т. О.<sup>2</sup>

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Амиргалиева А.Х

**Аннотация.** Әлеуметтік медиа тұтынушылардың мінез-құлқына үлкен әсер етеді, олардың арқасында тұтынушы сегментінің қалауы, пікірлері мен тілектері қалыптасады, медиа брендті қабылдауды жақсартады, сонымен қатар сатылымның өсуіне ықпал етеді және тұтынушылар алдында ұйымның мәртебесін көтеруге ықпал етеді. Ғылыми мақалада Котлер, Котляревская және Рвачевтің маркетинг бойынша еңбектері теориялық негіз ретінде қолданылады.

**Түйін сөздер:** әлеуметтік медиа, тұтынушылар, тұтынушылардың мінез-құлқы, әсері, бренді, мазмұны

## THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON CONSUMER BEHAVIOR

Yegay A.S.<sup>1</sup>, Izatulloeva T.O.<sup>2</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
Scientific supervisor: Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor Amirgaliyeva A.

**Summary.** Social media has a tremendous impact on consumer behavior, thanks to them, preferences, opinions and desires of the consumer segment are formed, media improve brand perception, as well as contribute to increased sales and stimulate an increase in the status of the organization in the eyes of consumers. The scientific article uses the works of Kotler, Kotlyarevskaya and Rvachev on marketing as a theoretical basis.

**Keywords:** social media, consumers, consumer behavior, influence, brand, content.

В современном обществе, тенденцией которого является систематическое и бурное изменение, все происходит быстротечно, буквально несколько десятков лет назад, человеку не представлялось особой нужды выбирать из бесчисленного множества, марку того же молока. В то время как сейчас глаза разбегаются от большого ассортимента и количества видов данной продукции.

Современный потребитель, в своей сущности погружен в чрезмерное множество товаров и марок, например, раньше, чтобы получить отклик от клиента было достаточным, использование традиционных СМИ, производитель продвигал свою продукцию при помощи рекламы на телевидении, газетах и радио. Но сейчас все кардинально изменилось, благодаря массовой цифровизации, развитию информационных технологий и средств коммуникации, колоссальное множество потребителей, изменили свой вектор восприятия информации, переключив свое внимание с традиционных СМИ, на СМИ современные.

Безусловно, каждое поколение формируется в разной социокультурной среде и получает различный жизненный опыт. [1,32] но в современном мире, разница в формировании размывается, благодаря технологическим изменениям. Так, например, согласно международной статистике сервиса “datareportal” который специализируется на предоставлении данных о диджитал-пространстве во всем мире, в Республике Казахстан число пользователей интернета составляет 92,3%. [4] Данная статистика позволяет в полной мере вывести закономерный факт касательно влияния социальных медиа на поведение потребителей.

Тенденция же эта обусловлена прежде всего простотой и удобством использования, потребителям гораздо удобнее при помощи интернет ресурсов искать информацию касательно интересующего их продукта, сравнивать цены, проверять отзывы, состав и т.д. соответственно увеличились критерии для производителей по эффективному маркетингу и планомерной реализации своего продукта на рынке, в век информационных технологий потребителям тяжелее угодить, ведь у них появилась возможность самостоятельно выбирать, ведь всегда можно найти другой бренд и производителя. Именно поэтому в современном рынке, организации жизненно необходимо помимо существования физического, внедрить существование виртуальное, что в совокупности позволит организации иметь рычаги воздействия на потребителей, эффективно распространять информацию о своей компании и продукте.

В условиях стремительного развития цифровых технологий доступ к интернету играет ключевую роль в обеспечении информационной и социальной активности населения. Казахстан, будучи одной из крупнейших стран Центральной Азии, демонстрирует разнообразие в уровне проникновения интернета по регионам, что отражает различия в инфраструктуре, доступности и использовании цифровых технологий. Представлена карта (рис 1.) проникновения интернета в различных регионах Казахстана. Данные показывают процент населения с доступом к интернету в каждом регионе: среди лидеров – Костанайская и Акмолинская области (по 93%), Жамбылская область (92%) и Павлодарская область (91%). В то же время, наименьший уровень проникновения интернета отмечен в Актюбинской (62%) и Кызылординской областях (66%). Карта подготовлена агентством Wunder Digital Agency на основе данных K Research Central Asia для населения 15 лет и старше, что позволяет оценить уровень цифровой доступности в стране и выделить регионы с наиболее высоким и низким уровнем подключения к сети [3].



## Рисунок 1 – Уровень проникновения интернета по регионам.

Примечание: рисунок составлен на основе статистических данных

Социальные сети оказывают фундаментальное влияние на психику людей, в человеческом естестве заложен принцип, при котором человек доверяет человеку. Негативные отзывы негативно сказываются на доверии потенциальных потребителей, в то время как положительные отзывы имеют тенденцию к стимулированию желания приобрести рекламируемую продукцию, при всем при этом плохой отзыв нельзя просто стереть, на него необходимо ответить, таким образом бренд демонстрирует свое участие и получает возможность реконструировать мнение негативно настроенного клиента, при помощи аргументирования, переубеждения и фактов, превратив его в лояльного клиента

При этом бренд, мало того, что превратил негативно настроенного покупателя в лояльного, он и демонстрирует подомными действиями своей аудитории, то как он справляется с негативными отзывами и реагирует на них, что также повышает доверие потребителей. Стоит отметить и то, что пользователи во время использования социальных сетей, просматривают контент блогеров, медийных личностей, бренд же в свою очередь может использовать это в свою пользу сделав блогера «амбасодором» своей продукции, либо купить публикацию на страничке этого блогера. Зачастую именно после такого влияния, у человека появляется желание осуществить ту или иную покупку, особенно если блогер, эффективно, качественно и структурированно продемонстрировал продукцию бренда.

Существует и другая форма рекламирования своего бренда и продукции при помощи социальных сетей, основываясь на потребляемом контенте, сама сеть в которой находится пользователь при помощи алгоритмов демонстрирует ему товар, который может его заинтересовать, т.е. продукция бренда рекламируется лояльным клиентам, которые с большей вероятностью захотят приобрести рекламируемый товар. В свою очередь, повторная реклама включает в себя таргетинг на пользователей, которые могут стать потенциальными клиентами, именно эффективное позиционирование и структурированный таргетинг, в котором подробно проводится анализ – пола, возраста, хобби и интересов потребителей, в сущности, своей, существенно влияют на то, как потребители покупают продукты брендов, которые последние рекламируют в социальных сетях.

Также производителям и компаниям, которые хотят осуществлять свою деятельность при помощи социальных медиа, перед началом процесса необходимо в первую очередь проанализировать потребности пользователей социальных сетей, ведь потребность это – стремление человека к каким-либо условиям жизнедеятельности, которые в данный момент у него отсутствуют. [2;80] проанализировав потребности во время рекламных компаний в социальных сетях, количество продаж можно увеличить в геометрической прогрессии.

Для того что бы эффективно производить анализ потребностей пользователей интернет ресурсов, необходимо сослаться на пирамиду Маслоу (рис 2.) после того как анализ будет реализован, необходимо осуществить комплекс мероприятий характерных для продаваемого продукта, например, если продукт в своей составляющей перекрывает потребность в любви, радости, гармонии и красоте согласно (рис 2.) например это цветы, подарок и т.д. то исходя из сформированных потребностей клиентов, составляется контент план из видео, постов, рекламных объявлений, историй которые перекликаются в своей составляющей с представленной потребностью.

В следствии чего увеличивается объем продаж, количество потребителей со схожими желаниями просматривающие акаунты и странички бренда также увеличатся, т.к. при помощи эффективной рекламной компании в которой используются методы психологического воздействия – рассказывают о проблеме потребителя, о том, как ее



решить, как их продукт способен данную проблему решить, что будет если проблему не решить и т.д. реализуется воронка продаж.

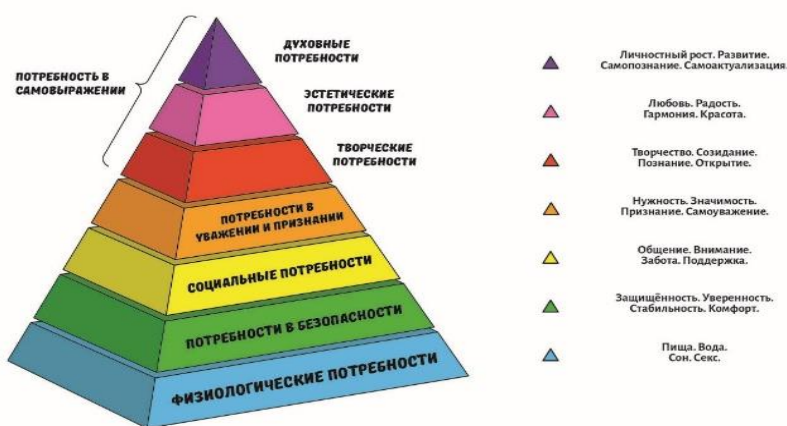


Рисунок 2 - Пирамида потребностей Маслоу.  
Примечание: рисунок составлен на основе источника [6]

Стоит отметить и то, что в современном мире интернет-ресурсы и интернет, в частности, видоизменяются, вводятся блокчейны, искусственный интеллект, машинное обучение [3;51] что также можно использовать во время осуществления рекламных компаний и продаже своей продукции брендами, в интернет-пространстве и в социальных сетях, пользователями которых являются потенциальные клиенты.

Менеджер отвечающий за коммуникацию с клиентом, консультирующий его, может отвечать не оперативно, поскольку в данном общении присутствует человеческий фактор, из-за чего потенциального клиента, можно безвозмездно потерять и он обратится к другому бренду конкуренту, с целью приобрести продукцию уже у него, именно для этого бренд во время коммуникации с клиентом посредством социальных медиа и социальных сетей в частности, может использовать нейронные сети, с целью автоматического консультирования клиентов, в которых если вопросы задаваемые клиентом, имеют базовую составляющую – сколько стоит, имеется ли предоплата, какие гарантии и т.д. то при помощи автоматически сгенерированных ответов полученных в процессе внедрения информации о бренде, он может достаточно эффективно консультировать клиентов, практически моментально.

Безусловно, данный вид взаимодействия с клиентами, на данный отрезок времени находится в начальном состоянии, искусственный интеллект был относительно недавно внедрен в обиход современных пользователей и предпринимателей, но поскольку характерной особенностью машинного интеллекта является самоадаптация и самообучение, то процесс полного видоизменения механизмов коммуникации между потребителями и производителями продукции, произойдет в ближайшее время, в течении 3-5 лет.

В эпоху современной цифровизации, когда потребитель имеет самостоятельный выбор в покупаемом продукте, а также получает возможность оставлять отзывы, комментировать как сам бренд, так и его продукцию, рекомендовать или не рекомендовать его своим коллегам, друзьям и т.д. когда блогеры продают посты, истории и производят рекламу на массовую аудиторию, встает резонный вопрос касательно негативных аспектов социальных медиа.

Помимо того, что они могут нести положительные стороны во время деятельности бренда в виртуальном пространстве, такие как повышение объема продаж, повышение статуса бренда путем эффективного контент-мейкинга, появляются и негативные стороны социальных медиа, которые могут разрушить репутацию бренда, так и вовсе его

уничтожить, классифицировать пагубные воздействия, которые могут возникнуть в социальных медиа можно следующим образом:

Таблица 1 - Классификация пагубных воздействий для брендов, в социальных медиа.

Недобросовестная конкуренция	Общественное порицание	Бойкотирование бренда
Между конкурентами, с целью подрыва репутации.	Между брендом и потребителями, возникшее, в процессе участия бренда в скандале и т.д.	Между брендом и потребителями, с целью подрыва доходов, продаж бренда.
Примечание: Составлено автором на основе собственных исследований.		

Недобросовестная конкуренция в контексте социальных медиа и использования социальных сетей происходит, с целью подрыва репутации бренда со стороны конкурентов, методы реализации недобросовестной конкуренции могут быть разнообразны, конкуренты могут закупить рекламу у популярного блогера или медийной личности, для того что бы он при помощи своих социальных ресурсов и на свою аудиторию которая может или является потенциальными покупателями бренда, запустил объявление с заведомо ложной информацией, в которой в негативной окраске происходит отзыв о бренде, например они являются мошенниками, их продукция некачественная или вовсе не соответствует указанным данным. Даже если эта информация является заведомо ложной и не действительной и бренд постарается оперативно на это среагировать, первичное впечатление у потенциальных покупателей будет испорчено, что может снизить объем, продаж, статус и репутацию бренда.

Общественное порицание, которое возникает в процессе того, когда бренд или компания замешана в скандале, которое влечет за собой негативные реакции в массах, которые выливаются в общественное порицание со стороны потребителей.

Бойкотирование бренда достаточно критическая и убыточная проблема, которая может погубить компанию и привести ее к краху, само же понятие бойкотирование бренда представляет собой форму активного гражданского участия, которая позволяет потребителю сегменту отстаивать свои интересы и показать несогласие с политикой и действиями компании, что способствует к стимулированию изменений в компании, в своей деятельности и поведении.

Влияние социальных медиа на поведение потребителей является высоким критерием в экономической и производственной системе, в социальных медиа реализуются масштабные рекламные компании, которые увеличивают доходность компаний и позволяют повышать свою ликвидность на рынке, учитывая постоянное развитие и глобализацию в современном мире технологий, развития информационной сети и масс-медиа, социальные медиа представляют собой мощный инструмент воздействия на потребителей.

Они позволяют компаниям формировать представление о себе, получая отзывы, рейтинги, для повышения позитивного имиджа, а также эффективного и планомерного распространения информации о своих продуктах и услугах при помощи рекламных инструментов в интернете, более того, социальные медиа воздействуют по своему существу также на развитие трендов в социальных сетях, влияя на моду и стиль жизни потребителей.

Популярные блогеры, медийные личности, актеры и даже политики, которые имеют в социальных сетях достаточную аудиторию могут стать катализатором для полномасштабных изменений в потребительском поведении, в следствии чего воздействовать на восприятие покупаемых товаров или услуг в интернете.

Молодые люди зачастую пристально следят за отзывами на те или иные товары и услуги. TikTok является самым влиятельным медиаресурсом, где молодежь ищет отзывы и обзоры, далее идет социальная сеть Instagram, Telegram и VK.

В ходе опроса респондентам был задан вопрос: «Есть ли такие известные личности в социальных медиа (блогеры, певцы, спортсмены и др.), рекламе которых Вы доверяете?» Ответы распределились следующим образом: 40 % – доверяют лидерам мнений и готовы стать потенциальными покупателями того, что они рекламируют, 60 % – не доверяют лидерам мнений в социальных медиа. При этом женщины доверяют рекламе известных персон в Интернете чаще (54 %), чем мужчины (26 %) (рис. 3).

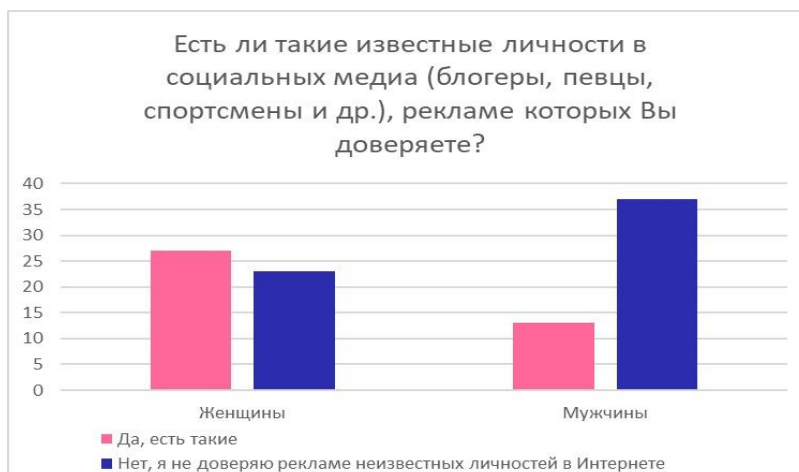


Рисунок 3 – Кому доверится респондент?

Примечание: составлено авторами на основе собственных исследований.

На полученных данных из исследования, проведенного в г. Алматы в период с октябрь по ноябрь 2024 г., где генеральная совокупность исследования – молодежь возраста 18-25 лет, объемом 100 чел. проживающая в г. Алматы. Респондентам был задан такой вопрос: «Совершаете ли Вы покупки в Интернете? Если да, то как часто?» Он был задан с целью выяснить факт и частоту покупок в Интернете молодыми людьми, выявить взаимосвязь с уровнем дохода и полом. В следствии чего ответы респондентов распределились следующим образом: «очень часто совершаю (несколько раз в месяц)» – 25 %, «часто совершаю (1 раз в месяц)» – 35 %, «нечасто совершаю (1-2 раза в два месяца)» – 15 %, «очень редко совершаю (1-2 раза в год)» – 17%, «никогда не покупаю в Интернете» – 8 % респондентов. Это говорит нам о том, что так или иначе покупки совершают все молодые люди, суммарно 60 % совершают покупки часто и очень часто, являются активными покупателями товаров в Интернете, 40 % являются неактивными покупателями. Вероятно, активные покупатели рассматривают покупки в Интернете как развлечение, неактивные – покупают только в случае необходимости.

Но при распределении ответов по половому признаку, оказалось, что респонденты женского пола совершают покупки в Интернете чаще респондентов мужского пола (рис. 4).



Рисунок 4 – Как часто совершаются покупки?

Примечание: Составлено авторами на основе собственных исследований.

Социальные медиа играют ключевую роль в цепочке формирования поведения потребителей, они помогают компаниям реализовывать новые возможности для взаимодействия с целевой аудиторией, влияя на процесс принятия решений потребителями и формирования долгосрочных предпочтений клиентов, при помощи социальных медиа рынок претерпел колоссальные изменения в своем естестве, большинство маркетинговых процессов и коммуникаций с клиентом перешли на цифровые процессы, что увеличила как саму эффективность рекламирования своего продукта т.к. современным предпринимателям в отличии от предпринимателей прошлого, стало значительно легче продавать и значительно легче рекламировать.

Несмотря на выявленные положительные аспекты коммуникации и воздействия на потребителей это имеет и негативную сторону рекламной цифровизации, на данный момент серьезно обострилась важность повышения доверия и статуса среди потребителей, с целью их привлечения и превращения их, в своих клиентов т.к. при увеличении конкурентов на рынке, увеличилась также и потребность в повышении качества предоставляемой продукции так и внедрение эффективного рекламного управления в социальных медиа.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван; [перевод с английского А. Горман]. — Москва: Эксмо, 2023. — 272 с.  
URL: <https://hobbypark.kg/upload/iblock/eb7/3okd16et5wj4dky6wz4d03o334s1ti1c.pdf>
2. Стратегический маркетинг: учебное пособие. В 2 ч.ч. 1 / И.В. Котляревская; Мин-во науки и высшего образования РФ. — 3-е изд., перераб. и доп. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 138 с. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/79249/1/978-5-7996-2924-3\\_2019.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/79249/1/978-5-7996-2924-3_2019.pdf)
3. Исследовательская компания KResearch представила карту уровня проникновения интернета по регионам URL: <https://k-research.kz/search>
4. Рвачев Н.А. Революция в мире маркетинга: как web 3.0 / Н.А Рвачев // Инновации в инвестиции. - 2022. -№8 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/revolyutsiya-v-mire-marketinga-kak-web-3-0-menyaet-litso-biznesa/viewer>
5. Сервис Datareportal представил ежегодный отчёт о цифровом пространстве Казахстана// forbes.kz URL: <http://surl.li/sqvqe>
6. Ахметова К.Ш. Основы маркетинга. - 2018

Сведения об авторах

Егай Алина Сергеевна - студентка, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [yegayalina@gmail.com](mailto:yegayalina@gmail.com)

Изатуллоева Тахмина Олимовна - студентка, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [izatulloevat@gmail.com](mailto:izatulloevat@gmail.com)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

Егай Алина Сергеевна - студентка, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [yegayalina@gmail.com](mailto:yegayalina@gmail.com)

Изатуллоева Тахмина Олимовна - студентка, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [izatulloevat@gmail.com](mailto:izatulloevat@gmail.com)

#### **Information about the authors**

Yegay Alina Sergeevna- student, Caspian Public University, e-mail: [yegayalina@gmail.com](mailto:yegayalina@gmail.com)

izatulloeva Takhmina Olimovna- student, Caspian Public University, e-mail: [izatulloevat@gmail.com](mailto:izatulloevat@gmail.com)

**УДК 657.1.011.56**

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И АУДИТА В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ**

**Елден А.А.<sup>1</sup>**

Научный руководитель – PhD., ассоц. профессор **Мурзалиева А.К.<sup>2</sup>**  
Каспийский Общественный Университет, г.Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** Туристический бизнес включает разнообразные услуги, такие как размещение, транспортировка, питание и экскурсии. Особенности бухгалтерского учета в этой сфере связаны с учетом доходов и расходов, предоплатой и расчетами с партнерами. Важную роль играет соблюдение законодательства, регулирующего учет в туризме в Республике Казахстан. Рассматриваются основные нормативные акты, а также практические аспекты ведения бухгалтерии, включая налогообложение и контроль за финансовыми потоками. Важно также отметить роль внутреннего контроля для обеспечения точности и прозрачности финансовых операций компании.

**Ключевые слова:** туристический бизнес, бухгалтерский учет, доходы и расходы, туры, законодательство, аудит, внутренний контроль.

## **ТУРИСТІК БИЗНЕСТЕ ЕСЕП ПЕН АУДИТТІ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

**Елден А.А.<sup>1</sup>**

Ғылыми жетекші - PhD., қауым. профессор **Мурзалиева А.К.<sup>2</sup>**  
Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы.қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа:** Туристік бизнес әртүрлі қызметтерді қамтиды, мысалы, орналастыру, тасымалдау, тамақтандыру және экскурсиялар. Бұл саладағы бухгалтерлік есептің ерекшеліктері табыстар мен шығыстарды, аванстарды және серіктестермен есеп айырысуларды есепке алумен байланысты. Қазақстан Республикасында туризм саласындағы есептілікке қатысты заңнаманы сақтау маңызды рөл атқарады. Негізгі нормативтік актілер қарастырылып, бухгалтерияны жүргізудің практикалық аспектілері, оның ішінде салық салу және қаржылық ағындарды бақылау талқыланады. Сондай-ақ, компанияның қаржылық операцияларының дәлдігі мен айқындығын қамтамасыз ету үшін ішкі бақылаудың маңыздылығын атап өту қажет.

**Түйін сөздер:** туристік бизнес, бухгалтерлік есеп, табыстар мен шығыстар, турлар, заңнама, аудит, ішкі бақылау.

## FEATURES OF THE ORGANIZATION OF ACCOUNTING AND AUDITING IN THE TOURISM BUSINESS

**Yelden A.A.**<sup>1</sup>

Scientific supervisor – Phd., associate professor **Murzaliyeva A.K.**<sup>2</sup>  
Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary:** The tourism business includes a variety of services, such as accommodation, transportation, catering, and excursions. The specifics of accounting in this field are related to the recognition of income and expenses, advance payments, and settlements with partners. A key role is played by compliance with legislation regulating accounting in tourism in the Republic of Kazakhstan. The main regulatory acts are discussed, as well as practical aspects of bookkeeping, including taxation and monitoring of financial flows. It is also important to highlight the role of internal control in ensuring the accuracy and transparency of the company's financial operations.

**Keywords:** tourism business, accounting, income and expenses, tours, legislation, audit, internal control.

Туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей экономики, которая значительно влияет на социально-экономическое развитие стран и регионов. Однако специфика этого сектора, с его многообразием услуг и клиентской базы, предъявляет особые требования к организации учета и аудита. Туристические компании должны учитывать особенности своей финансовой деятельности, такие как операционные расходы, налогообложение, а также валютные операции, что требует комплексного подхода к ведению отчетности. Туризм включает в себя различные виды услуг, такие как экскурсионные поездки, бронирование гостиниц, транспортные услуги, организацию мероприятий и другие. Поэтому система учета в данной отрасли должна быть гибкой и способной учитывать разнообразие операций.

Основной целью учета в туристической отрасли является отслеживание финансовых потоков, что помогает в оценке прибыльности бизнеса. Это включает учет доходов от продажи туров, учета расходов на обслуживание клиентов, налогообложения, а также контроль за движением денежных средств. Основные принципы учета в туристической сфере заключаются в соблюдении стандартов бухгалтерского учета и налогообложения, а также применении специфических методик, связанных с учетом валютных операций и международных расчетов.

Законодательные акты, регулирующие учет и аудит в сфере туризма, включают в себя законы о бухгалтерском учете, налогообложении, а также специальные нормативы для организаций, работающих в международной сфере. Эти документы обязывают туристические компании соблюдать требования, касающиеся отчетности, ведения бухгалтерских книг и проведения аудиторских проверок.

В условиях современных экономических реалий организации должны стремиться к максимальной прозрачности своей финансовой деятельности. Эффективная система учета и аудита позволяет не только минимизировать риски, но и создать условия для стабильного роста компании. Согласно Закону РК «О туристской деятельности в Республике Казахстан»: туроператорская деятельность – вид предпринимательской деятельности физических или юридических лиц, имеющих право на занятие данным видом предпринимательской деятельности по производству турпродукта, его продвижению и реализации. Также в вышеназванном Законе дается определение турагентской деятельности: предпринимательская деятельность физических или юридических лиц по продвижению и реализации турпродукта, который формирует

туроператор [1]. Порядок учета туристских фирм в огромной степени зависит от классификации договоров, используемых в туризме и заключаемых со сторонними организациями – поставщиками прав на отдельные виды приобретаемых туристской фирмой услуг, с одной стороны, и туристами и турагентами – покупателями готовых туристских продуктов – с другой стороны [4].

Особенностью бухгалтерского учета в туроператорской деятельности является то, что туроператор, заключая договора с различными поставщиками туристских услуг, оплачивая эти услуги, становится частью его актива [2].

Доходы и расходы в туристическом бизнесе разнообразны и могут включать как фиксированные суммы за услуги, так и проценты от продаж туров. Основные источники доходов в туристическом бизнесе: доходы от продажи туров - это основная статья дохода для туроператоров и турагентов. Туроператор покупает туры у поставщиков (например, авиакомпаний, гостиниц, транспортных компаний) и затем продает их клиентам. Эти доходы могут быть как фиксированными (за конкретный тур), так и переменными (например, процент от стоимости туров). Для турагентов доход будет составлять комиссию с продаж, которая может варьироваться в зависимости от объема и условий заключенных контрактов с операторами [2]. Помимо продажи основных туристических пакетов, компании также могут получать доходы от дополнительных услуг, таких как:

- Бронирование отелей и транспортных услуг — турагенты и операторы могут зарабатывать на комиссиях от бронирования отелей, трансферов, билетов на транспорт.

- Экскурсии и дополнительные мероприятия — компании могут организовывать экскурсии, культурные программы или активный отдых, которые также могут приносить доход.

- Страхование — многие туроператоры предлагают своим клиентам дополнительные услуги в виде туристического страхования (медицинского, от несчастных случаев и др.), за счет чего получают комиссионные доходы [3].

В условиях цифровизации многие туристические компании активно развивают онлайн-услуги. Продажа туров через интернет-платформы, бронирование услуг онлайн (отели, авиабилеты и т. д.) также становится важным источником доходов. В данном случае доход состоит не только из комиссий за сделки, но и из предоставления онлайн-платформ (например, для бронирования и покупки услуг), которые могут взимать определенную плату.

Расходы в туристическом бизнесе также имеют свою специфику и могут значительно варьироваться в зависимости от типа предоставляемых услуг, размера компании и ее структуры. Для туроператоров одними из самых крупных расходов являются затраты на закупку туров у поставщиков — авиакомпаний, гостиниц, транспортных компаний и других. Эти расходы могут быть фиксированными или переменными в зависимости от условий договора. Туроператор покупает туры оптом по сниженной цене, а затем продает их по розничной цене с наценкой. А также маркетинговые расходы являются важной статьей бюджета для туристических компаний, поскольку конкуренция в сфере туризма высока, и привлечение клиентов требует значительных затрат. К этому можно отнести расходы на традиционную рекламу (телевидение, радио, печатные издания), а также на интернет-рекламу (контекстная реклама, продвижение в соцсетях, SEO, баннеры на туристических сайтах). К административным расходам можно отнести **заработную плату и социальные отчисления**. Заработная плата и социальные выплаты (пенсионные отчисления, больничные и другие социальные расходы) составляют значительную часть постоянных расходов. Кроме того, компании могут нести дополнительные расходы на обучение и повышение квалификации персонала. Операционные расходы включают в себя аренду помещений (офисов, агентств), коммунальные услуги, расходы на офисную технику и

канцелярские товары, содержание транспортных средств, программного обеспечения и прочие текущие расходы.

Аудит в туристическом бизнесе играет важную роль, обеспечивая прозрачность финансовых операций и повышение доверия со стороны клиентов, партнеров и инвесторов. Он включает не только проверку правильности финансовых документов, но и оценку качества предоставляемых услуг, анализ соблюдения законодательства, а также проверку эффективности внутреннего контроля компании.

Основной задачей аудита является проверка финансовой отчетности компании, чтобы убедиться, что она отражает реальное состояние дел. Аудиторы тщательно проверяют бухгалтерские документы, такие как баланс, отчет о прибылях и убытках, чтобы удостовериться, что доходы и расходы отражены корректно и в соответствии с требованиями бухгалтерских стандартов. Также важной частью аудита является проверка того, как компания управляет своими денежными потоками, как она ведет учет и соблюдает налоговое законодательство. В случае несоответствий или ошибок в отчетности, аудиторы выявляют их и предлагают возможные пути решения. Однако аудит в туристическом бизнесе имеет свои особенности. Туристические компании часто работают с комплексными пакетами услуг, которые могут включать транспорт, проживание, экскурсии, страхование и другие элементы. Это затрудняет учет и контроль всех доходов и расходов. Например, когда туристическая компания продает тур, она может работать с несколькими поставщиками услуг — отелями, авиакомпаниями, транспортными фирмами и так далее. Аудиторы должны удостовериться, что все эти операции правильно учтены, а доходы распределены по соответствующим статьям. Еще одной особенностью является то, что многие туристические компании работают по предоплате. Это требует тщательной проверки авансовых платежей, задатков и возвратов. Аудиторы должны внимательно следить за тем, чтобы доходы и обязательства были признаны в правильных отчетных периодах, и чтобы все суммы, полученные или выплаченные авансом, учитывались корректно.

Аудит также включает проверку системы внутреннего контроля компании. Внутренний контроль — это набор процедур и механизмов, которые помогают предотвратить ошибки и мошенничество [5]. В туристическом бизнесе важным аспектом является проверка того, как внутри компании контролируются финансовые операции, согласовываются крупные расходы и сделки, а также как ведется учет наличных средств и расчетов с клиентами. Аудиторы анализируют, насколько эффективно настроены процессы согласования и проверки операций, насколько надежно работает информационная система компании и насколько правильно отражаются все финансовые операции в отчетности. Не менее важной задачей является проверка соблюдения законодательства. Туристические компании обязаны соблюдать множество юридических и налоговых норм, включая законы о защите прав потребителей, правила лицензирования туристических услуг и требования налоговых органов. Аудиторы проверяют, не нарушает ли компания эти требования, чтобы избежать штрафных санкций или юридических проблем. Кроме того, аудит помогает оценить эффективность бизнес-процессов компании. В ходе проверки можно выявить неэффективные или избыточные операции, которые можно оптимизировать для улучшения финансовых показателей и повышения прибыльности. Например, может быть выявлено, что система учета клиентов или процесс бронирования туров можно улучшить, автоматизировав некоторые процессы или сократив издержки на маркетинг. В конце аудита туристической компании составляется отчет, в котором излагаются все выявленные нарушения и проблемы, а также даются рекомендации по их исправлению. Это может касаться улучшения системы учета, усиления контроля за денежными потоками, улучшения работы с контрагентами или повышения квалификации персонала. Аудиторы также могут предложить компании рекомендации по улучшению взаимодействия с клиентами и повышению качества предоставляемых услуг.



Для того чтобы система учета и аудита в туристическом бизнесе стала более эффективной, важно внедрить несколько ключевых изменений. Во-первых, стоит обратить внимание на автоматизацию учета. Использование современных программных решений позволяет значительно упростить процессы учета бронирований, расчетов с клиентами и поставщиками, а также улучшить качество отчетности. Современные системы могут автоматизировать сбор и анализ данных о доходах, расходах и финансовых потоках, что помогает избежать ошибок и повышает оперативность отчетности. Важным шагом является также улучшение внутреннего контроля. Необходимо регулярно обновлять процедуры и контрольные механизмы, чтобы они соответствовали текущим требованиям законодательства и потребностям бизнеса. Это может включать внедрение четких процедур согласования операций, улучшение контроля за денежными потоками, а также регулярную проверку расчетов с контрагентами. Эффективный внутренний контроль помогает минимизировать риски ошибок и нарушений, а также повышает доверие к компании со стороны клиентов и партнеров. Еще одним важным аспектом является обучение сотрудников. В туристическом бизнесе особенно важно, чтобы сотрудники, занимающиеся учетом и аудитом, были хорошо подготовлены и постоянно обновляли свои знания. Регулярные тренинги и курсы по бухгалтерии, налоговому законодательству и новым технологиям учета помогут персоналу не только избежать ошибок, но и повысить свою профессиональную компетентность.

Основные рекомендации, направленные на автоматизацию учета, улучшение системы внутреннего контроля, повышение квалификации персонала и оптимизацию учета авансов и предоплат, способствуют повышению надежности финансовой отчетности и улучшению качества предоставляемых услуг. Внедрение аналитических инструментов для мониторинга ключевых показателей, а также регулярная проверка соответствия нормативным актам, являются важными мерами, обеспечивающими не только точность и достоверность информации, но и своевременную идентификацию потенциальных угроз для компании. Таким образом, совершенствование системы учета и аудита в туристическом бизнесе является необходимым условием для обеспечения долгосрочной устойчивости и успеха организации в условиях высокой конкуренции и постоянно изменяющегося внешнего и внутреннего экономического окружения. Комплексный подход, включающий современные информационные технологии, оптимизацию бизнес-процессов и совершенствование контроля, представляет собой ключ к повышению эффективности и результативности деятельности туристической компании.

В современных условиях туристический бизнес требует системного подхода к организации учета и аудита, что обусловлено разнообразием предоставляемых услуг и сложностью финансовых операций. Обеспечение прозрачности, точности и эффективности финансовой отчетности становится одним из главных факторов успешного развития компаний в этой отрасли. Для этого необходимы автоматизация процессов, строгий контроль за движением денежных средств и своевременное соблюдение требований законодательства.

Особое внимание следует уделить внедрению современных технологий учета, совершенствованию внутреннего контроля и повышению профессиональной подготовки сотрудников. Эти меры помогают минимизировать риски, повышают доверие со стороны партнеров и клиентов, а также создают условия для стабильного финансового роста.

Грамотный подход к организации учета и аудита в туристической сфере позволит компаниям адаптироваться к вызовам конкурентной среды, повысить качество предоставляемых услуг и добиться долгосрочного успеха в условиях динамично изменяющегося рынка.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. О туристкой деятельности в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211> (дата обращения: 18.11.2024).
2. Особенности учета в туризме [Электронный ресурс]. – URL: <https://uchet.kz/branch/uchet-v-turizme-s-izmeneniyami-na-2018-god/171368/> (дата обращения: 18.11.2024).
3. Товма Н.А. Бухгалтерский учет в туризме: учебное пособие. – Алматы: «Қазақ университеті», 2017. – 300 с. URL: [http://e-lib.dulaty.kz/en/lib/document/SK\\_ELIV/7E544915-1688-4D94-93D3-CB080CF8D14A/](http://e-lib.dulaty.kz/en/lib/document/SK_ELIV/7E544915-1688-4D94-93D3-CB080CF8D14A/) (дата обращения: 18.11.2024).
4. Нурсейтов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях – 2015. — №5 — С. 8-11. URL: <http://library.atu.kz/files/41614.pdf> (дата обращения: 18.11.2024).
5. Темирова Г.Г. Бухгалтерский учет и аудит. – 2011. — С. 106-110 — URL: <https://library.tou.edu.kz/fulltext/buuk/a276.pdf> (дата обращения: 18.11.2024).

### Сведения об авторах

\*Елден Аяжан Абзалқызы – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [ayazhan.yelden@gmail.com](mailto:ayazhan.yelden@gmail.com)

\*\*Мурзалиева Айменай Кенесбаевна – PhD., ассоц. профессор, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [aimenay.murzaliyeva@gmail.com](mailto:aimenay.murzaliyeva@gmail.com)

### Авторлар туралы мәліметтер

\*Елден Аяжан Абзалқызы – студент, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: [ayazhan.yelden@gmail.com](mailto:ayazhan.yelden@gmail.com)

\*\*Мурзалиева Айменай Кенесбаевна – PhD., қауым. профессор, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: [aimenay.murzaliyeva@gmail.com](mailto:aimenay.murzaliyeva@gmail.com)

### Information about the authors

\*Yelden Ayazhan Abzalkyzy – student, Caspian Public University, e-mail: [ayazhan.yelden@gmail.com](mailto:ayazhan.yelden@gmail.com)

\*\*Murzaliyeva Aimenay Kenesbayevna Phd., associate professor, Caspian Public University, e-mail: [aimenay.murzaliyeva@gmail.com](mailto:aimenay.murzaliyeva@gmail.com)

## УДК 339.9

## ҚАЗАҚСТАННЫҢ СЫРТҚЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІ

Ерғалиев Ә.Е.<sup>1</sup>, Калышев С.М.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

### Андатпа

Мақала Сыртқы экономикалық қызметті мемлекеттік реттеу туралы қарастырылады. Бұл жерде мемлекет пен басқа елдердің экономикалық субъектілері арасындағы тауарлар, қызметтер, капитал мен жұмыс күшінің қозғалысы. Мемлекет СЭҚ-ті реттеу арқылы ішкі нарықты қорғауды, экономикалық дамуды, ұлттық қауіпсіздікті қамтамасыз етуді, халықаралық сауданың тиімділігін арттыруды көздейді. Бұл реттеу

эртүрлі әдістер мен нысандар арқылы жүзеге асады, олар өз кезегінде мемлекеттің сыртқы экономикалық саясатын анықтайды. Мемлекет бұл реттеудің эртүрлі нысандары мен әдістерін тандап, оларды экономикалық жағдайлар мен ұлттық мүдделерге сәйкес бейімдейді.

### **Кілтті сөздер**

Ішкі нарық, экономика, мемлекет, сауда, саясат, капитал, субъект, халықаралық сауда.

Қазіргі кез келген елдің сыртқы экономикалық кешені сыртқы экономикалық операцияларды жүзеге асыратын шаруашылық жүргізуші субъектілердің жиынтығын, мемлекеттік билік және басқару органдарының, сондай-ақ сыртқы экономикалық қызметті дамытуға жәрдемдесетін қоғамдық ұйымдар мен бірлестіктердің жиынтығын қамтиды. Олардың барлығы белгілі бір дәрежеде сыртқы экономикалық емес қызметке қатысатын субъектілер немесе сыртқы экономикалық қызмет субъектілері болып табылады. Бұл мақалада Қазақстандағы сыртқы экономикалық қызметі туралы қарастырамыз яғни кеден бақылауы, экспорт пен импорт сияқты [1, 86].

Сыртқы экономикалық қызметті мемлекеттік реттеу елдің экономикасының сыртқы байланыстарының тиімді әрі үйлесімді дамуын қамтамасыз ету мақсатында жүзеге асырылады. Бұл реттеу сыртқы сауда, инвестиция, валюта айналымы, халықаралық қаржы операциялары мен трансшекаралық қызметтерді қамтиды. Мемлекеттік реттеудің нысандары мен әдістері әр түрлі болуы мүмкін, алайда оларды негізгі түрде төмендегідей жүйелеуге болады:

**Заңнамалық және нормативтік-құқықтық актілер:** Мемлекет сыртқы экономикалық қызметті реттеу үшін түрлі заңдар, жарлықтар, қаулылар, ережелер мен стандарттарды қабылдайды. Бұл заңдар халықаралық сауда ережелерін, инвестицияларды қорғау, кеден рәсімдерін, салық салу саясатын және басқа да маңызды мәселелерді реттейді.

**Кеден бақылауы мен тарифтік реттеу:** Сыртқы экономикалық қызметке қатысты кедендік бақылау мен тарифтер мемлекет тарапынан жүзеге асырылады. Бұл жүйе импорт пен экспортты реттейтін маңызды құрал болып табылады. Мысалы, тарифтерді (кеден баждарын) көтеру немесе төмендету арқылы мемлекет тауарлардың айналымын реттейді.

**Экспорттық-импорттық бақылау мен квоталау:** Бұл мемлекеттік реттеудің маңызды нысаны болып табылады, онда мемлекет белгілі бір тауарлар мен қызметтердің экспорты мен импортына квота немесе тыйым салынуы мүмкін. Бұл экономиканың белгілі бір салаларын қорғау үшін қолданылады.

**Лицензиялау:** Кейбір тауарлар мен қызметтерге экспорт және импорт жасау үшін мемлекеттік лицензиялау қажет болуы мүмкін. Бұл тәсілдің мақсаты — сыртқы сауданың сапасын бақылау, қоршаған орта мен халықтың денсаулығына зиянды өнімдерді елге кіргізбеу.

**Халықаралық келісімдер мен ұйымдар арқылы реттеу:** Елдер арасында жасалған келісімдер мен мүшелік келісімдері сыртқы экономикалық қызметті реттеуде маңызды рөл атқарады. Мысалы, Дүниежүзілік сауда ұйымы (ДСҰ) арқылы халықаралық сауда ережелері орнатылады.

**Кеден баждары:** Мемлекет экспорт пен импорт кезінде тауарларға салық салады. Кеден баждары мемлекет бюджетіне түсімдер әкеліп қана қоймай, сондай-ақ сыртқы нарыққа тауарлардың кірісін және шығысын реттеуге мүмкіндік береді.

**Субсидиялар:** Мемлекет кейбір өндірістер мен қызметтерді қолдау үшін субсидиялар ұсынуы мүмкін. Бұл әдіс әсіресе экспортты дамыту мақсатында қолданылады.

**Демпингке қарсы шаралар:** Егер елдер белгілі бір өнімдерді төмен бағамен сыртқа шығарса (демпинг), мемлекет өз нарығын қорғау үшін демпингке қарсы шаралар енгізуі мүмкін.

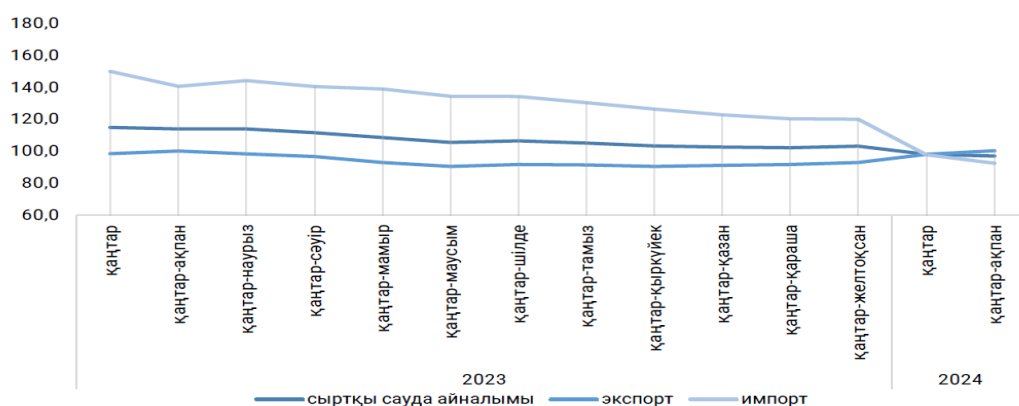
**Квоталау және сандық шектеулер:** Мемлекет сыртқы сауда ағындарын шектеу үшін белгілі бір тауарлар мен қызметтерге сандық шектеулер немесе квоталар енгізуі мүмкін. Бұл әдіс елдің ішкі нарығын қорғау және нарықтағы тұрақтылықты сақтау үшін пайдаланылады

Осыған орай Елбасымыздың бағдарламасы туралы айта өтсем Президент Қасым-Жомарт Тоқаев БҰҰ-ның Орталық Азия экономикаларына арналған арнайы бағдарламасына (СПЕКА) қатысушы мемлекеттер басшыларының бірінші саммитінде елдің экономикалық дамуы тұрғысынан импорт пен экспорт мәселелеріне назар аударды және талқыланды:

- **Импортты алмастыру.** Қазақстанға импорттық жеткізілімдерге тәуелділікті төмендетуге мүмкіндік беретін локализацияның жоғары үлесі бар өндіріс циклін құруды .
- **Экспортты ұлғайту.** Мысалы, Қасым-Жомарт Тоқаев Қазақстанның БҰҰ-ның Орталық Азия елдерінің экономикасын дамыту жөніндегі арнайы бағдарламасына (СПЕКА) қатысатын елдерге өз өнімдерінің экспортын 2,3 миллиард доллар сомасына 175 шикізаттық емес тауар позициясы бойынша ұлғайтуға дайындығын атап өтті.
- **Сауда ынтымақтастығын дамыту.** Қасым-Жомарт Тоқаев елдер арасындағы тауар айналымы "жасыл" дәліздерді құру және түрлі кедергілерді жою есебінен артады деп есептеді. Ол құрылыс және тамақ өнеркәсібі саласындағы сауда ынтымақтастығын күшейтуді көздеді.

**Қазақстан Республикасының 2023-2024 жылғы сыртқы сауда айналымын қарастырып өтсем.**

1.Сурет- Қазақстан Республикасының 2023-2024 жылғы сыртқы сауда айналымының динамикасы.



Суретте сыртқы сауда айналымы көрсетілген яғни экспорт және импорт пайыз көрсеткішімен. 2024 жылғы қаңтар-ақпанда сыртқы айналым Қазақстанда 20 400,5 млн АҚШ долларын құрады. 2023 жылғы қаңтар-ақпанмен салыстырғанда 2,9 % азайған.

2.Сурет- Қазақстаннан экспорт айналымы 12 229,1 АҚШ долларын құрады. Бұл суретте Қазақстаннан көп көлемде экспортталған олар:

Ескерту: Бұл сурет Ұлттық статистика бюросы Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінен алынған.

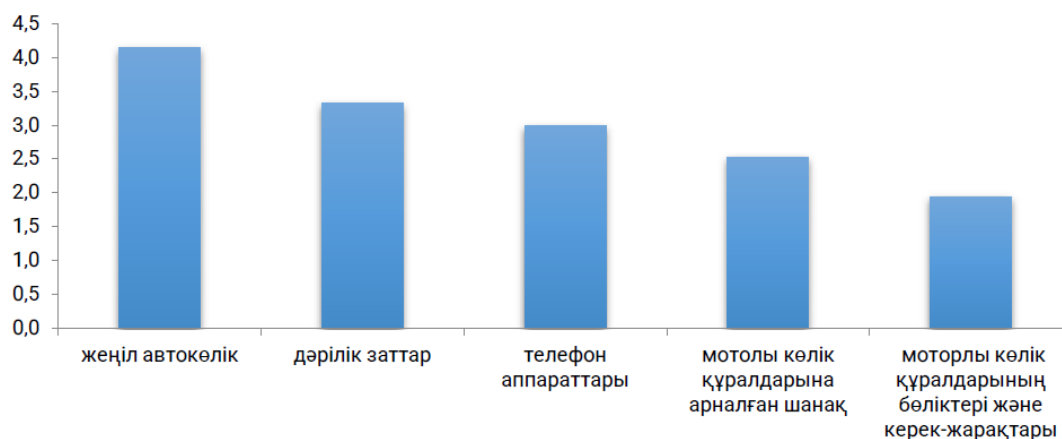


1. Шикі мұнай және мұнай өнімдері.
2. Тазартылған мыс және өңделмеген мыс қорытпалары.
3. Кендер және мыс концентраттары.
4. Химиялық радиоактивті элементтер және изотоптар мен радиоактивті кендер.
5. Ферроқорытпалар осы экспорт тауарлары Қазақстаннан сыртқы басқа елдерге шығарылған.

3. Сурет-Қазақстанға импорт 8 171,4 млн АҚШ доллары бюджетке түскен.

Ескерту: Бұл сурет Ұлттық статистика бюросы Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінен алынған.

Импорт тауарлар Қазақстанға көп мөлшерде кірген яғни айта кетсем ол жерде 1. Жеңіл автокөлік, Дәрілік заттар, Телефон аппараттары, Моторлы көлік құралдарына арналған шанақ, моторлы көлік құралдарының бөліктері және керек-жарақтар.



Ескерту: Сурет Ұлттық статистика бюросы Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінен алынған.

Қазақстан Республикасының шығарылған экспорттағы негізгі әріптес елдері: Италия (21,3%), Қытай (18,5%), Ресей (10,3%), Франция (6,9%), Түркия (4,8%), Нидерланды (4,6%), болып табылады.

Қазақстан Республикасына кірген импорттағы негізгі әріптес елдері: Ресей (28%), Қытай (25,7%), Германия (5,3%), АҚШ (4,3%), Корея Республикасы (3,4%), Түркия (3,3%) болып табылады.

Қорытындылай келе сыртқы экономикалық қызмет бұл компания таңдаған экспорттық стратегияға, сыртқы нарықтардағы жұмыс нысаны мен әдістеріне сәйкес экспорттық өнімді құрудың (әзірлеудің), өндірудің және өткізудің бірыңғай технологиялық процесінің негізіне алынған жүйе құраушы факторлар кешені. Көлік кәсіпорындары мен логистика объектілерін дамыту Біртұтас көлік-логистикалық жүйе болып табылады. [2,156]

Кедендік бақылау және жүктерге терминалдық қызмет көрсету саласын дамытудың маңыздылығы жүк ағындары бағытының өзгеруіне, елімізде импорттық тауарларды тұтынудың жоғары болуына байланысты кеден саласында мемлекеттік бақылауды

арттыру үшін тауарды электрондық алдын ала декларациялау қолданылады, кеден органдарының қызметінде электрондық құжат айналымы орталықтары дамиды, кедендік кедергілер алынып тасталады.[3,46]

Қазақстанның тауар айналымын арттыру үшін бірқатар жүйелі шаралар қажет. Олардың ең тиімділерін көрсете өтсем:

Қазақстанның негізгі экспорттық тауарлары (мұнай, газ, металл, ауыл шаруашылығы өнімдері) шектеулі нарықтарға тәуелді. Экспортты арттыру үшін жаңа нарықтарға шығу қажет. Бұл үшін:

- Қазақстан өнімдерінің сапасын арттырып, халықаралық стандарттарға сәйкес келтіру.

- Энергетикалық, өнеркәсіптік және аграрлық тауарларды басқа аймақтарға, әсіресе Азия мен Еуропа елдеріне жеткізу.

- «Бір белдеу – бір жол» жобасы аясында жаңа мүмкіндіктерді пайдалану.

Ал енді Қазақстандағы импортты дамыту үшін бірнеше стратегиялар қарастыруға болады:

1. Менің ойым Халықаралық нарықтармен байланыстарды нығайту яғни сауда келісімдерін жасау керек.

- Қазақстанның халықаралық сауда келісімдерін кеңейтуі қажет. Бұл екі жақты және көпжақты келісімдер, сондай-ақ Дүниежүзілік сауда ұйымы (ДСҰ) мен Еуразиялық экономикалық одақ аясындағы ынтымақтастық арқылы импорттық тауарлардың келуін жеңілдетеді.

- Қазақстан басқа елдермен тарифтерді төмендету, квоталар мен салықтық жеңілдіктер алу бойынша келіссөздер жүргізу керек. Бұл елге шетелдік тауарларды тиімдірек әкелуге мүмкіндік береді.

- Қазақстанның сыртқы саясаты мен экономикалық дипломатиясын пайдалану арқылы жаңа елдерден импорт тауарларын алу мүмкіндігін арттыру. Бұл әсіресе Қытай, Еуропа елдері және Оңтүстік-Шығыс Азия елдері сияқты ірі нарықтармен тығыз байланыс орнатуға мүмкіндік береді.

Экспорт-импортты дамыту үшін жоғарыда аталған стратегиялар мен шараларды жүзеге асыру Қазақстанның сыртқы сауда көлемін арттыруға, экономиканың тұрақтылығын қамтамасыз етуге және халықтың тауарлар мен қызметтерге қолжетімділігін жақсартуға мүмкіндік береді деп ойлаймын.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Ковшар Е. А. Внешнеэкономическая деятельность: Учебное пособие. - Минск: РИВІ, 2012. – 404 с.

2. Покровская, В. В. Внешнеэкономическая деятельность : учебник для бакалавриата и магистратуры / В. В. Покровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2015. — 731 с. — Серия : Бакалавр и магистр.

3. Внешнеэкономическая деятельность : таможенный аспект: В 603 материалы IV Всерос. студ. науч.-практ. конф. (Новосибирск, 18-19 октября 2022 г.) / Сиб. гос. ун-т путей сообщения. - Новосибирск : Изд-во СГУПС, 2023. - 271 с.

4. Интернет ресурс: Сыртқы сауда айналымы <https://stat.gov.kz/industries/economy/foreign-market/publications/172045/>

5. Елбасының бағдарламасы экспорт пен импорт негізінде <https://www.akorda.kz/ru/prezident-prinyal-uchastie-v-sammite-specialnoy-programmy-oon-dlya-ekonomik-centralnoy-azii-speka-24105831>

### Авторлар туралы мәліметтер

\*Ерғалиев Әділ Есболович – Каспий Қоғамдық университетінің «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: yergaliev001@gmail.com

**\*\*Калышев Сайран Магауянович** - Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: ss991@inbox.ru

**ӘОЖ: 334.02**

## **КӘСПОРЫНДАҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖҮЙЕСІН ЖЕТІЛДІРУ БАҒЫТТАРЫ**

**Еримбетова А.Е.<sup>1</sup>, Бактиярова А.Ж.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақала серпінді өзгертін сыртқы ортада олардың тиімділігін, бәсекеге қабілеттілігін және тұрақтылығын арттыру мақсатында кәсіпорындардағы басқару жүйесін жетілдірудің ағымдағы бағыттарын талдауға арналған. Автор менеджмент жүйесінің негізгі элементтерін қарастырып, кәсіпорын қызметінің барлық аспектілерін жақсартуға бағытталған стратегиялық тәсілдерді ұсынады. Өндірістік және басқару процестерін үздіксіз жетілдіруге ықпал ететін инновациялық шешімдер мен әдістерді біріктіру мәселелері қарастырылады. Мақалада ұзақ мерзімді табысқа жету үшін енгізілген өзгерістердің тиімділігін үздіксіз бақылау және талдау жүйесін құрудың маңыздылығы атап өтілген.

**Кілт сөздер:** басқару процесі, бәсеке қабілеттілік, табыс, талдау жүйесі, инновациялық шешімдер, бақылау, тиімділік.

**Аннотация.** Статья посвящена анализу актуальных направлений совершенствования системы менеджмента на предприятиях с целью повышения их эффективности, конкурентоспособности и устойчивости в условиях динамично меняющейся внешней среды. Автор исследует ключевые элементы системы менеджмента и предлагает стратегические подходы, направленные на улучшение всех аспектов деятельности предприятия. Рассмотрены вопросы интеграции инновационных решений и методов, способствующих постоянному улучшению производственных и управленческих процессов. Статья подчеркивает важность создания системы постоянного мониторинга и анализа эффективности внедряемых изменений для достижения долгосрочного успеха.

**Ключевые слова:** процесс управления, конкурентоспособность, доход, система анализа, инновационные решения, контроль, эффективность.

**Summary.** The article is devoted to the analysis of current directions of improvement of the management system at enterprises in order to increase their efficiency, competitiveness and sustainability in the conditions of a dynamically changing external environment. The author examines the key elements of the management system and offers strategic approaches aimed at improving all aspects of the enterprise. The issues of integration of innovative solutions and methods that contribute to the continuous improvement of production and management processes are considered.

**Key words:** management process, competitiveness, income, analysis system, innovative solutions, control, efficiency.

Кәсіпорындар жұмыс істейтін заманауи ортаны болжау қиын және өте өзгермелі. Соңғы онжылдық Қазақстандағы экономикалық жағдайдың тұрақсыздығын, әртүрлі салалардағы және меншік нысандарындағы кәсіпорындардың қызметінде тәуекелдердің көптеген себептерінің болуын көрсетеді. Оның үстіне жаңа факторлардың пайда болуы (мысалы, жүздеген елдерде енгізілген карантиндік шектеулер кәсіпорындардың едәуір бөлігінің іскерлік белсенділігінің төмендеуіне әкелді) олардың қызметінің, соның ішінде басқарудың тиімділігіне әсер етеді. Сондықтан әрбір кәсіпорын өзінің басқару жүйесін зерттеп, жетілдіруі қажет, бұл өз кезегінде кәсіпорын қызметінің тиімділігін арттырудың

негізі болып табылады. Қазіргі заманғы кәсіпорындар бәсекеге қабілетті, инвесторлар үшін тартымды, табысты және жаңа нарықтарды бағындыруға қабілетті болуға ұмтылады. Мұндай кәсіпорындар ең жаңа технологияларды пайдаланатын, тиімді басқару жүйесі және жоғары инновациялық әлеуеті бар кәсіпорындар бола алады.

Кәсіпорын қызметінің тиімділігін арттыру үшін оған тәуелді факторларды үнемі бағалау және жетілдіру қажет. Осы факторлардың бірі менеджмент болып табылады, ол белгілі бір түрде кәсіпорын қызметінің экономикалық нәтижелерін де, сондай-ақ қызметкерлердің, мемлекеттік органдардың және ел тұрғындарының мүдделі нәтижелерін де анықтайды. Сондықтан басқарудың жай-күйін және оны жақсарту мүмкіндіктерін бағалаудың әртүрлі тәсілдері бұрыннан қолданылып келеді. Кәсіпорынның тиімді жұмыс істеуі үшін жақсы ұйымдық құрылымның болуы жеткіліксіз. Сондай-ақ кәсіпорынды басқару және жақсартуларды қолдау үшін сенімді негіз бола алатын жақсы ойластырылған басқару жүйесі қажет. Басқару жүйесінің тиімділігін қамтамасыз ету үшін кәсіпорынның қызметіне әсер етуі мүмкін факторларды ескеру қажет.

Кәсіпорынның басқару жүйесін жетілдіру оның бәсекеге қабілеттілігін,

№	Бағыт	Сипаттама	Нәтиже
1	<b>Сапа менеджменті стандарттарын енгізу</b>	Халықаралық сапа стандарттарын енгізу (ISO 9001).	Өнімнің сапасын 15%-ға арттыру, клиенттердің қанағаттанушылығын жоғарылату
2	<b>Процестерді автоматтандыру</b>	Ақпараттық технологиялар мен ERP жүйелерін енгізу.	Процестердің тиімділігін 20%-ға арттыру, шығындарды 10%-ға азайту
3	<b>Адам ресурстарын дамыту</b>	Қызметкерлерді оқыту, мотивация жүйесін жетілдіру.	Өнімділікті 25%-ға арттыру, кадрлар айналымын 5%-ға төмендету
4	<b>Инновациялармен басқару</b>	Жаңа технологиялар мен өнімдер енгізу.	Бәсекеге қабілеттілікті 20%-ға арттыру, жаңа өнімдердің шығарылуын 10%-ға көбейту
5	<b>Тәуекелдерді басқару</b>	Тәуекелдерді бағалау және басқару жүйесін енгізу.	Қаржылық тәуекелдерді 15%-ға азайту, дағдарысқа дайын болу

тұрақтылығын және ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз етудің ең маңызды міндеті болып табылады. Экономикалық ауытқулар, технологиялық инновациялар және өзгермелі тұтынушылар қажеттіліктері сияқты жылдам өзгертін сыртқы және ішкі факторлар жағдайында компаниялар өз қызметінің тиімділігін сақтау үшін басқару тәсілдерін бейімдеуге мәжбүр. Процестерді ұйымдастыру, әрекеттерді үйлестіру және мақсаттарға жету үшін негіз болып табылатын басқару жүйесі үнемі жаңартуды және оңтайландыруды талап етеді.

Менеджмент жүйесін жетілдірудің негізгі мақсаты – компанияның жалпы өнімділігін арттыру, өнім немесе қызмет көрсету сапасын жақсарту, тұтынушылардың қанағаттану деңгейін арттыру және соның нәтижесінде пайданы арттыру. Жақсарту процесі құрылатын ең маңызды аспектілер стратегиялық жоспарлау, тәуекелдерді басқару, ресурстарды тиімді пайдалану және инновациялық технологияларды енгізу болып табылады.

Кәсіпорында басқару жүйесін оңтайландырудың бірнеше негізгі бағыттары бар. Солардың бірі – процесті бақылау мен жақсартуға халықаралық деңгейде мойындалған



тәсілді қамтамасыз ететін ISO сияқты сапа менеджменті стандарттарын енгізу. Тағы бір маңызды бағыт – ақпараттық технологияларды енгізу және бизнес-процестерді автоматтандыру ашықтықты арттырады және шығындарды азайтады. Сонымен қатар, адами әлеуетті дамытуға, қызметкерлерді оқыту мен ынталандыруға, инновациялар мен жоғары нәтижелерге ықпал ететін корпоративтік мәдениетті қалыптастыруға ерекше назар аудару қажет.

1-кесте– кәсіпорынның барлық салаларында оңтайландыру процесін іске асырудың негізгі жолдарын көрсететін бағыттар

Кәсіпорынды басқару жүйесі нақты көрсеткіштермен бағалануы мүмкін және олардың бүкіл жүйенің жалпы тиімділігіне әсерін анықтауға болатын өзара байланысты ішкі жүйелердің жиынтығынан тұрады. Бұл кәсіпорынды басқару жүйесін жан-жақты бағалауға және оны икемді және тиімді құруға мүмкіндік береді. Дегенмен, кәсіпорынды басқару жүйесінің құрылымы мен оның әрбір ішкі жүйесінің салмағы мыналарға байланысты өзгеретінін ескеру қажет:

- сыртқы және ішкі ортаның өзгеруі;
- стратегиялық мақсаттар;
- заманауи технологияларды пайдалану деңгейі, соның ішінде басқару қызметі;
- қаржы-шаруашылық қызметінің нәтижелері;
- әрқашан кез келгенімен бірге жүретін әртүрлі тәуекелдер экономикалық белсенділік және басқа факторлар.

Кәсіпорынның менеджмент жүйесін жетілдіру — бұл тиімділік пен өнімділікті арттыру, сапаны жоғарылату және шығындарды азайту бағытындағы маңызды қадам. Осы мақсатта көптеген компаниялар өздерінің басқару жүйелерін үздіксіз жаңартып, жетілдіруге тырысады. Кестеде көрсетілген бағыттар кәсіпорынның барлық салаларында оңтайландыру процесін іске асырудың негізгі жолдарын көрсетеді [1] .

**1. Сапа менеджменті стандарттарын енгізу** – халықаралық сапа стандарттарын (мысалы, ISO 9001) енгізу арқылы кәсіпорындар өнімдерінің сапасын арттырып, тұтынушылардың сенімін нығайтады. Бұл өз кезегінде өнім сапасын 15%-ға арттыруға және клиенттердің қанағаттанушылығын жоғарылатуға мүмкіндік береді.

**2. Процестерді автоматтандыру** – қазіргі заманғы ақпараттық технологиялар мен ERP жүйелерін енгізу бизнес процестерін автоматтандырып, ұйымның тиімділігін арттырады. Бұл шаралар нәтижесінде процестердің тиімділігі 20%-ға өсіп, шығындар 10%-ға төмендейді.

**3. Адам ресурстарын дамыту** – қызметкерлердің кәсіби біліктілігін арттыру, мотивация жүйелерін жетілдіру және кадрларды тұрақтандыру мақсатында жүргізілетін шаралар компанияның өнімділігін 25%-ға арттырып, кадрлар айналымын 5%-ға азайтуға көмектеседі.

**4. Инновациялармен басқару** – жаңа технологиялар мен өнімдерді енгізу арқылы компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттырып, нарықта өзінің орнын нығайтады. Бұл өзгерістер жаңа өнімдердің шығарылуын 10%-ға көбейтіп, компанияның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін 20%-ға арттырады.

**5.Тәуекелдерді басқару** – кәсіпорындар тәуекелдерді басқару жүйелерін енгізу арқылы қаржылық және операциялық тәуекелдерді тиімді басқаруды қамтамасыз етеді. Нәтижесінде тәуекелдер 15%-ға азайып, дағдарыс жағдайларына дайын болу деңгейі жоғарылайды.

ISO 9001 стандартының жеті негізгі принципі бар. Бұл принциптерді әрбір ұйым өз қызметінде жүзеге асыруы тиіс:

1. Клиентке бағдарлану — тұтынушылардың қажеттіліктерін және үміттерін қанағаттандыру.

2. Жетекшілік — ұйым ішінде мақсаттарға жетуге бағытталған тиімді басшылықты қалыптастыру.

3. Қызметкерлердің қатысуы — барлық деңгейдегі қызметкерлердің сапаға деген жауапкершілігін арттыру.

4. Процесс тұрғысынан басқару — барлық процестерді тиімді басқару және олардың өзара байланысын қамтамасыз ету.

5. Үздіксіз жақсарту — процестер мен өнімдердің сапасын үнемі жақсарту.

6. Фактілерге негізделген шешім қабылдау — деректер мен ақпараттарды пайдалану арқылы қабылданатын шешімдер.

7. Жабдықтаушылармен өзара пайдалы қатынастар — жабдықтаушылармен тиімді және өзара пайдалы қатынастарды дамыту.

**ISO 9001** жүйесін енгізу кәсіпорынның көптеген процестерін оңтайландыруға көмектеседі. Бұл стандартты ұстанатын ұйымдар өздерінің сапаға бақылауын күшейтіп, өнімдер мен қызметтердің сапасын арттырып, қызметкерлердің жұмыс өнімділігін жоғарылата алады.

**Мысал 1:** Өндірістік кәсіпорын

Өндірістік кәсіпорындарда ISO 9001 енгізу өнімнің сапасын бақылауды жүйелендіруге мүмкіндік береді. Мысалы, автомобиль бөлшектерін шығаратын компания:

- Процесстерді стандартизациялау: Өндірістің әрбір кезеңі анықталды және стандартталды. Бұл өнімде ақауларды болдырмауға және өндірістік процестерде жіберілетін қателіктерді азайтуға көмектесті.

- Клиенттердің кері байланысы: Клиенттерден пікірлер жинау арқылы өнімнің сапасын жақсарту бойынша қажетті шаралар қабылданды.

- Жұмысшыларды оқыту: Өндірістегі қызметкерлердің кәсіби біліктілігін арттыру, бұл өз кезегінде сапаның артуына әкелді.

**Мысал 2:** Қызмет көрсету саласы

Қызмет көрсету саласында ISO 9001 стандарты қызметтің сапасын жақсартуға көмектеседі. Мысалы, техникалық қызмет көрсету компаниясы:

- Қызметкерлерді оқыту: Қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін барлық қызметкерлерді жүйелі түрде оқытты.

- Тұтынушылардың пікірін жинау: Қызмет көрсеткеннен кейін тұтынушылардан кері байланыс алу және бұл ақпаратты қызметті жақсарту үшін пайдалану.

- Процестерді бақылау: Қызмет көрсету процесінің әрбір кезеңі қадағаланатын болды, бұл клиенттерге көрсетілетін қызметтің сапасын арттырды.

**ISO 9001** сертификаты ұйымдарға артықшылықтары:

1. Тұтынушылардың сенімін арттыру: ISO 9001 сертификаты ұйымның өнімдері мен қызметтерінің жоғары сапасын растайды және клиенттердің сенімін арттырады.

2. Бәсекелестік артықшылық: ISO 9001 сертификаты ұйымға нарықта бәсекелестерінен ерекшеленуге мүмкіндік береді.

3. Шығындарды төмендету: Процестерді стандарттау мен оңтайландыру шығындарды азайтуға көмектеседі.

4. Тұрақты даму: ISO 9001 ұйымға үздіксіз жақсарту қағидаларын қолдануға мүмкіндік береді, бұл ұйымның ұзақ мерзімді тұрақтылығына әсер етеді.

**ISO 9001** сертификаты ұйымдарға көптеген артықшылықтар береді:

1. Клиенттердің сенімін арттыру: ISO 9001 сертификаты ұйымның өнімдері мен қызметтерінің жоғары сапасын растайды және клиенттердің сенімін арттырады.

2. Конкуренттік артықшылық: ISO 9001 сертификаты ұйымға нарықта бәсекелестерінен ерекшеленуге мүмкіндік береді.

3. Шығындарды төмендету: Процестерді стандарттау мен оңтайландыру шығындарды азайтуға көмектеседі.

**Инновациялармен басқару** — бұл кәсіпорында инновациялық үрдістерді басқару, жаңа технологияларды, әдістер мен тәсілдерді енгізу арқылы кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыруды мақсат тұтатын кешенді процесс.

Инновацияларды басқаруда әртүрлі стратегияларды қолдануға болады:

**Технологиялық көшбасшылық:** Бұл стратегия бойынша кәсіпорын жаңа технологияларды әзірлеп, оларды бірінші болып енгізеді. Бұл бәсекелестердің алдына шығып, нарықта көшбасшы болуға мүмкіндік береді.

**Адаптивті стратегия:** Кәсіпорын сыртқы ортаның өзгерістеріне жылдам бейімделіп, қолданыстағы технологиялар мен тәсілдерді жетілдіреді. Бұл стратегия нарықтағы өзгерістерге сәйкес өз өнімдерін немесе қызметтерін үнемі жаңартып отыруды талап етеді.

**Инклюзивті стратегия:** Бұл стратегия кәсіпорында инновацияларды барлық деңгейлерде енгізуді көздейді, яғни әр қызметкердің ұсыныстарын ескеру арқылы жалпы инновациялық мәдениет қалыптастыруға ұмтылады.

#### **Мысал-1:**

Apple компаниясы өзінің смартфонсы, iPhone арқылы өнімдік инновацияның тамаша мысалын көрсетті. Компания алғаш рет 2007 жылы сенсорлы экранды телефонды шығарып, мобильді телефондар нарығында революция жасады. iPhone-ның жаңа дизайн концепциясы, қолданушы интерфейсі мен операциялық жүйесі нарықта үлкен өзгерістер әкелді. Бұл өнімнің арқасында Apple смартфондар нарығында көшбасшыға айналды. [3]

Инновациялармен басқару — кәсіпорынның тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырудың маңызды құралы. Оны тиімді ұйымдастыру үшін дұрыс стратегияны таңдау, инновациялық процестерді дұрыс басқару және ұйым ішіндегі инновациялық мәдениетті дамыту қажет. Инновациялар мен басқару жүйесінің тиімділігі кәсіпорынның табысына үлкен әсер етеді, сондықтан да бұл саланы дамыту — стратегиялық маңызға ие.

Кәсіпорынның табысты жұмысы мен дамуы оның адам ресурстарын тиімді басқаруына тікелей байланысты. Адам ресурстарын басқару (АРБ) — бұл кәсіпорындағы қызметкерлердің әлеуетін барынша пайдалану, олардың дамуын қамтамасыз ету, еңбек өнімділігін арттыру және компанияның стратегиялық мақсаттарына қол жеткізу үшін барлық қажетті шараларды жүзеге асыру процесі. Адам ресурстарын басқару саласы бүгінгі таңда экономикалық өзгерістер мен бәсекелестік жағдайында аса маңызды орын алады.

#### **Адам ресурстарын басқарудағы маңызды аспектілер**

• Адам ресурстарын басқару процесі көптеген факторларға байланысты. Тиімді басқару үшін төмендегі аспектілерге көңіл бөлу қажет:

• Ұйымның мәдениеті мен құндылықтары: Кәсіпорынның ішкі мәдениеті қызметкерлердің мотивациясына және еңбек өнімділігіне әсер етеді. Біріккен құндылықтар мен ортақ мақсаттар кәсіпорынның табыстылығын арттыруға мүмкіндік береді.

• Қызметкерлердің дамуы: Білікті мамандарды қалыптастыру кәсіпорынның ұзақ мерзімді дамуына ықпал етеді. Қызметкерлерді оқыту мен қайта даярлау олардың біліктілігін арттырады, ал бұл өз кезегінде кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатады.

#### **Адам ресурстарын басқарудың стратегиясы**

Кәсіпорынның адам ресурстарын басқару стратегиясы оның ұзақ мерзімді даму мақсаттарына сәйкес келуі тиіс. Бұл стратегияға келесі бағыттар кіреді. Таланттарды тарту: Кәсіпорын өзіне жоғары білікті мамандарды тартуға ұмтылуы керек. Бұл үшін кәсіпорын беделі, жұмыс шарттары мен даму мүмкіндіктері маңызды.

• Қызметкерлерді ұстап қалу: Қызметкерлерді жұмысқа қызықтырып, олардың ұзақ уақыт бойы ұйымға адал болуын қамтамасыз ету.

• Ұйымдағы өзгерістерді басқару: Кәсіпорынның дамуында өзгерістер орын алғанда, адамдарға бұл өзгерістерге бейімделуге көмектесу қажет.

Адам ресурстарын басқару функциялары кәсіпорындағы қызметкерлерді басқару мен ұйымдастыруға бағытталған. Бұл функциялар еңбек қатынастарын, кадрларды іріктеу мен орналастыруды, кәсіби даму мен мотивацияны қамтиды. [4]

Кәсіпорында менеджмент жүйесін жетілдіру — бұл тек ұйымның ішкі тиімділігін арттыру үшін ғана емес, сондай-ақ оның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін нығайту үшін маңызды шара. Менеджмент жүйесінің тиімділігі ұйымның жалпы даму стратегиясына, мақсаттарына жетуге ықпал етеді, сондай-ақ қызметкерлердің жұмысына мотивация береді және корпоративтік мәдениетті қалыптастырады.

Қорыта айтқанда, кәсіпорынның менеджмент жүйесін жетілдіру — бұл ұзақ мерзімді және кешенді процесс. Оны жүзеге асыру үшін тек жоғарғы басқару деңгейінің емес, барлық деңгейдегі қызметкерлердің де қатысуы қажет. Менеджмент жүйесінің әрбір бағытын жетілдіру кәсіпорынның табысын арттыруға, ішкі процестерді тиімді жүргізуге және сыртқы нарықта бәсекеге қабілетті болуға мүмкіндік береді. Жаңа әдіс-тәсілдерді енгізу, инновациялық технологияларды қолдану, қызметкерлерді дамыту, сапа мен қаржыны бақылау жүйесін жетілдіру — осының барлығы кәсіпорынды басқарудың тиімділігін арттыруға ықпал ететін маңызды факторлар болып табылады.

### **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:**

1. Стремиадин В.М. (2016). Интеграция процесінде қосалқы қабылдаудың кинематографиялық нәтижелеріне қол жеткізу процесінде басқарудың тиімділігін бағалау. Экономикалық инновациялар, 5-С. Мына мекенжайда қолжетімді: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2016\\_5-6\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_19).
2. Тиллер, С.Р. (2012). Ұйымдастыру құрылымы және басқару жүйелері. Инженериядағы көшбасшылық және менеджмент, 12(1), 20–23. doi: [http://doi.org/10.1061/\(asce\)lm.1943-5630.0000160](http://doi.org/10.1061/(asce)lm.1943-5630.0000160)
3. Дракер П. (2012). Басқару. ХХІ ғасыр визалары. Манн, Иванов және Фербер. Қол жетімді: <https://www.libfox.ru/405163-11-piter-druker-menedzhment-vyzovy-xxi-veka.html#book>.
4. Назарчук Т.В., Косюк О.М. (2016). Ұйымдастырушылық басқару. Киев: «Оку әдебиеті орталығы», 560.
5. Дрля, М. (2015). Басқару жүйесін қайта құрылымдау және жоғары басшылықтың рөлі. Болашақ әлем үшін сапа, Халықаралық сапа академиясы. Будапешт.

### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Еримбетова Аружан Ержанқызы - Каспий Қоғамдық Университетінің 4 курс студенті, e-mail: erimbetovaaruzhan@mail.ru

\*\*Бактиярова Альфия Жалеловна- э.ғ.м,аға оқытушы,Каспий Қоғамдық Университеті,e-mail:alasha\_80@mail.ru

**ӘОЖ 338.001**

## **КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ**

**Жалибекова А.Қ.<sup>1</sup>**

Ғылыми жетекшісі – э.ғ.д. **Мархаева Б.А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақала кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдауға арналып, оның тиімділігі мен тұрақтылығын бағалаудағы маңызды құрал ретінде қарастырылған. Қаржылық талдаудың негізгі әдістері, соның ішінде коэффициенттік, тігінен және көлденең талдау зерттелген. Өтімділік, қаржылық тұрақтылық, рентабельділік және ресурстарды тиімді

пайдалану көрсеткіштеріне ерекше назар аударылған. Тұрақты түрде жүргізілетін қаржылық талдау кәсіпорынға экономикалық ортадағы өзгерістерге жылдам жауап беруге және нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді.

**Түйін сөздер:** қаржылық жағдай, қаржылық талдау, талдау әдістемесі, қаржылық есептілік, өтімділік, рентабельділік, қаржылық тұрақтылық

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Жалибекова А.К.**<sup>1</sup>

Научный руководитель – д.э.н. **Мархаева Б.А.**<sup>2</sup>

<sup>12</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** Статья посвящена анализу финансового состояния предприятия как ключевому инструменту для оценки его эффективности и устойчивости. Рассмотрены основные методы финансового анализа, включая коэффициентный, вертикальный и горизонтальный анализ. Особое внимание уделено показателям ликвидности, финансовой устойчивости, рентабельности и эффективности использования ресурсов. Выявлено, что регулярный финансовый анализ позволяет компании оперативно реагировать на изменения в экономической среде и повышать свою конкурентоспособность на рынке.

**Ключевые слова:** финансовое состояние, финансовый анализ, методология анализа, финансовая отчетность, ликвидность, рентабельность, финансовая устойчивость

## ANALYSIS OF THE ENTERPRISE'S FINANCIAL CONDITION

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

Scientific supervisor - Markhayeva B.A. <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** The article is dedicated to the analysis of the financial condition of the enterprise, which is considered an essential tool for assessing its efficiency and stability. The main methods of financial analysis, including ratio analysis, vertical, and horizontal analysis, are discussed. Special attention is given to indicators of liquidity, financial stability, profitability, and effective resource utilization. Regular financial analysis allows the enterprise to quickly respond to changes in the economic environment and enhances its competitiveness in the market.

**Keywords:** financial condition, financial analysis, analysis methodology, financial statements, liquidity, profitability, financial stability

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау – бұл оның қаржылық көрсеткіштері мен қызметінің нәтижелерін бағалау процесі деп түсіндіріледі, сондай-ақ ол субъектінің тұрақтылығы, өтімділігі, рентабельділігі және қаржылық тәуекелдерін анықтау мақсатында жүргізіледі. Бұл талдау бизнестің күшті және әлсіз жақтарын анықтауға, оның өздігінен қаржыландырылу қабілетін, сондай-ақ қаржылық міндеттемелерді орындау және болашақта даму мүмкіндігін бағалауға көмектеседі.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау қаржылық кемшіліктерін ашуға мүмкіндік береді және мемлекеттің қаржылық-экономикалық ахуалын тұрақтандыру мәселелеріне жауап беруге көмектеседі. Кәсіпорынның экономикалық жағдайы қоғамдағы оның рөліне байланысты, яғни ол өзінен әлдеқайда ірі экономикалық жүйелерге (көбіне өзі орналасқан саладағы басқа ұйымдарға) - тапсырыс берушілерге, қаланың, аймақтың, саланың, мемлекеттің экономикасына қаншалықты маңызды.

Қаржылық жағдай тұрақты, тұрақсыз және дағдарыстық болуы мүмкін. Осыған байланысты қаржылық талдау өте маңызды. Себебі қаржылық қатынастар мен, сәйкесінше, кәсіпорындардың қаржылық жағдайында экономика субъектілері арасындағы барлық өзара қатынастардың ерекшеліктері көрінеді.

Қаржылық талдау - бұл кәсіпорындардың қаржылық жағдайы мен компаниялардың акцияларының құнын объективті бағалауға мүмкіндік беретін негізгі көрсеткіштер, параметрлер, коэффициенттер мен мультипликаторларды зерттеу, сондай-ақ ақшалай қаражаттарды орналастыру шешімдерін қабылдау мақсатында жүргізіледі. Қаржылық талдаудың мақсаты - кәсіпорынның қаржылық жағдайын сипаттау болып табылады [1].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдаудың мақсаттарына мыналар жатады:

- өтімділігі мен төлем қабілеттілігін бағалау;
- қаржылық тұрақтылығы мен рентабельділігін анықтау;
- активтер мен міндеттемелерді басқарудағы мәселелерді анықтау;
- қаржылық жағдайды жақсарту бойынша ұсыныстар әзірлеу;
- болашақ қаржылық нәтижелерді болжау.

Қаржылық жағдайды талдаудың негізгі міндеттері мыналарды қамтиды:

- кәсіпорынның активтерін сипаттау;
- меншікті айналым қаражаты мен қаржылық тұрақтылығын бағалау;
- кәсіпорынның айналым қаражатын тиімді пайдалануын және оның іскерлік белсенділігін бағалау;
- есеп айырысулар жағдайын және есептік қаржылық тәртіпті сақтауын талдау;
- кәсіпорынның төлем қабілеттілігін бағалау;
- баланс құрылымының банкроттық тәуекелінің белгіленген критерийлеріне сәйкестігін бағалау;
- кәсіпорынның қаржылық жағдайын жалпы бағалау және оны нығайту шараларын әзірлеу;

- ақша қаражаттарының қозғалысын талдау [2].

Қаржылық талдаудың ақпараттық базасы бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік деректері болып табылады, оларды зерттеу кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалауға, оның активтері мен пассивтеріндегі өзгерістерді анықтауға, табыстар мен шығыстардың болуын тексеруге, даму перспективаларын анықтауға мүмкіндік береді.

Қаржылық есептілік деп кәсіпорынның өткен кезеңдегі қаржылық-шаруашылық қызметін кешенді түрде сипаттайтын барлық көрсеткіштер жүйесін айтамыз. Қаржылық есептілік - бұл есепке алудың алуан түрлерінің негізінде құрылған сандық сипаттамалар және жазба түсініктемелерінің жүйесін қамтитын анықтаушы құжаттар да болып табылады. Есепке алу мен есеп берудің арасында байланыс тек есепте алынатын нәтижелі мәліметтер синтезделген көрсеткіштер түрінде сәйкес есеп беру нысандарына енген жағдайда ғана орнатылады. Есеп беру процесін жасау есеп жұмысының соңғы сатысы болып табылады.

Қаржылық есептіліктің мақсаты өз пайдаланушыларына қаржылық жағдайы туралы, ұйымның қызмет нәтижелері және қаржылық жағдайының өзгерістері туралы ақпараттарды беру болып табылады. Қаржылық есептілік пайдаланушыларының қатарына потенциалдын инвесторлар, кредиторлар, жабдықтаушылар, сатып алушылар, еңбеккерлер, сондай-ақ мемлекеттік органдар, т. б. кіреді.

Қаржылық талдаудың түрлері 1-ші кестеде көрсетілген.

Кесте -1 Талдау түрлері [1,2]

Түрлері	Мазмұны
Пайдаланушылар бойынша	- Ішкі қаржылық талдау: қаржылық талдауды кәсіпорын қызметкерлері жүргізеді - Сыртқы қаржылық талдау: қаржылық талдауды кәсіпорында жұмыс істемейтін тұлғалар жүргізеді
Талдау бағыты бойыншы	- Ретроспективті талдау: өткен қаржылық ақпаратты талдау - Перспективалық талдау: қаржылық жоспарлар мен болжамдарды талдау
Тәптіштеу бойынша	- Экспресс-талдау: талдау негізгі қаржылық көрсеткіштер бойынша жүргізіледі - Тәптіштелген қаржылық талдау: барлық көрсеткіштер бойынша жүргізіледі және кәсіпорынның толық сипаттамасын береді
Өткізу сипаты бойынша	- Қаржылық есептілікті талдау: бухгалтерлік есептілік деректері бойынша талдау - Арнайы талдау; арнайы тапсырма бойынша талдау

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау әдістері 2-кестеде берілген.

Кесте-2 Талдау әдістері [1,2,3]

Әдіс	Қандай әдістерді қамтиды?	Неліктен қолданылады?
Сапалық талдау	Тігінен және көлденең талдау Баланс өтімділігін талдау Графикалық талдау	Сапалық талдау әдістері бухгалтерлік есеп баптарының құрылымы мен динамикасын зерттейді. Активтер мен міндеттемелердің баптары салыстырылады, баланс өтімділігі туралы қорытынды жасалады, баптардың

		мәндеріндегі өзгерістердің үрдістері талданады
Коэффициенттік талдау	Өтімділікті талдау Қаржылық тұрақтылықты талдау Рентабельділікті талдау Іскерлік белсенділікті талдау	Коэффициенттік талдау сапалық талдау әдістеріндегі сияқты бухгалтерлік есеп баптарын емес, осы есептіліктен алынған коэффициенттерді зерттейді
Интегралды талдау	Көпфакторлы регрессиялық модельдер арқылы тәуекел мен банкроттық диагностикасы Банктік рейтингтер Салалық рейтингтеу	Интегралды талдау кәсіпорынның тәуекелі мен банкроттық деңгейін анықтайтын көпфакторлы регрессиялық модельдерді құруға негізделеді

Қаржылық коэффициенттердің келесі топтары көбінесе маңызды деп саналады:

- өтімділік коэффициенттері;
- іскерлік белсенділік коэффициенттері;
- рентабельділік коэффициенттері;
- капитал тұрақтылығы немесе құрылымы коэффициенттері;
- нарықтық белсенділік коэффициенттері.

Барлық әдістерді бір уақытта қолдану компанияның қаржылық жағдайын, оның іскерлік серіктес ретіндегі сенімділігін және даму перспективаларын дәлірек бағалауға мүмкіндік береді.

Қаржылық тұрақтылық - кәсіпорынның өз міндеттемелерін уақытында орындауға, нарықтық жағдайлардағы өзгерістерге бейімделуге, әрі ұзақ мерзімді перспективада табысты жұмыс істеуге қабілеттілігі. Қаржылық тұрақтылықтың негізгі индикаторларының бірі - кәсіпорынның капиталының құрылымы. Егер кәсіпорынның меншікті капиталының үлесі жоғары болса, бұл оның қаржылық тұрақтылығының көрсеткіші болып табылады, себебі мұндай кәсіпорын сыртқы қарыздарға аз тәуелді болады. Қарыздың шамадан тыс болуы қаржылық тұрақтылыққа қауіп төндіреді. Қаржылық тұрақтылықты сақтай отырып, кәсіпорын қарыздарын басқару керек, яғни қарызды тиімді пайдалану мен оны уақытында өтеу маңызды. Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі, яғни оның ағымдағы міндеттемелерін орындау қабілеті, оның қаржылық тұрақтылығын анықтайды. Қаржылық тұрақтылықты талдау барысында қаржылық есептіліктің негізгі элементтерін, сондай-ақ кәсіпорынның активтері мен міндеттемелері, оның қаржылық саясатымен қатар ағымдағы және болашақтағы қаржылық ахуалы зерттеледі [1,4].

Қаржылық талдау алгоритмі келесі кезеңдерді қамтиды:

- қажетті ақпаратты жинау (көлемі тапсырмалардың және қаржылық талдаудың түріне байланысты);
- ақпараттың сенімділігін бағалау (әдетте тәуелсіз аудит нәтижелерін пайдалану арқылы);
- ақпаратты өңдеу (аналитикалық кестелер мен агрегатталған есептілік нысандарын құру) [5].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау оны кешенді бағалаумен аяқталады. Кешенді бағалаудан кейін қаржылық жағдайды жақсарту бойынша шаралар әзірленеді, бұл ретте кәсіпорынның қаржылық стратегиясын жақын және алыс болашаққа әзірлеуге ерекше назар аударылады.

Сонымен, кәсіпорынның қаржылық жағдайы - бұл капиталдың айналым процесіндегі қазіргі күйін көрсететін категория. Бұл кәсіпорынның өздігінен даму және өздігінен қаржыландыру қабілетін сипаттайды. Қаржылық жағдай - кәсіпорынның



экономикалық қызметінің тиімділігін көрсететін ең маңызды сипаттама, сондықтан оның қаржылық жағдайын дұрыс бағалау және оның маңыздылығын түсіну өте мәнді болып табылады. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау басшылыққа қаржылық стратегияны жақсарту және ресурстарды тиімді басқару жөнінде негізделген шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді.

Қорытынды кезеңде кәсіпорынның қаржылық жағдайына кешенді баға беріледі, соның негізінде қаржылық көрсеткіштерді жақсарту, капитал құрылымын оңтайландыру және ресурстарды тиімді басқаруды арттыру бойынша ұсыныстар әзірленеді. Қаржылық талдау басшылыққа кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру және қаржылық нәтижелерін жақсарту үшін негізделген шешімдер қабылдауға көмектеседі.

### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:**

1. Джаншанло Р.Е. және т.б. Қаржылық талдау : Оқу құралы. / Р.Е. Джаншанло, М. Байдаулетов, Э.А. Актурева. - Алматы: Қазақ университеті, 2017. - 288 б. - ISBN 978-601-04-2803-4.<http://rmebrk.kz/book/1174371/>
2. Жумабекова Г.Ж. Қаржылық талдау : Оқу құралы. . - Астана: Қаржы академиясы, 2016. - 173 б. - ISBN 978-601-80628-3-4.<http://rmebrk.kz/book/1175778/>
3. Қожабеков С.С. Қаржылық талдау негіздері [Текст] : оқу құралы / С.С. Қожабеков, С.А. Тлеубаева, 2022. - 264 б.
4. Базарова Б.Т. Қаржылық есеп беру және талдау [Текст] : оқу құралы / Б.Т. Базарова, А.К. Джакупова, 2022. - 138 б.
5. Financial Statement Analysis Notes: Meaning, Importance, Methods, & Types for Accountancy! <https://testbook.com/>

#### **Сведения об авторах**

\*Жалибекова Айдана Қанатқызы, студентка, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [aydana100505@gmail.com](mailto:aydana100505@gmail.com)

\*\*Мархаева Баянслу Ахилбековна, д.э.н., профессор Каспийского общественного университета, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\* Жалибекова Айдана Қанатқызы, студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [aydana100505@gmail.com](mailto:aydana100505@gmail.com)

\*\*Мархаева Баянслу Ахилбековна, э.ғ.д., Каспий қоғамдық университетінің профессоры, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

#### **Information about the authors**

\*Zhalibekova Aydana Kanatkyzy, student, Caspian Public University, e-mail: [aydana100505@gmail.com](mailto:aydana100505@gmail.com)

\*\*Markhaeyva Bayanslu, doctor of economic sciences, professor of Caspian University, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

**УДК 338.012**

## **КРИПТОВАЛЮТА КАК ЗАЩИТА ОТ ИНФЛЯЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Жанкулакова А.Д. <sup>1</sup>, Садиева Л.В. <sup>2</sup>**

Научный руководитель КОУ: м.э.н. сеньор лектор Большекбаева К.О.

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию потенциала криптовалют как инструмента защиты от инфляции в условиях глобализации. Рассматриваются их ключевые свойства, такие как ограниченная эмиссия и децентрализация, которые обеспечивают сохранение стоимости. Анализируется влияние глобализации на распространение и использование криптовалют, их преимущества и ограничения. Особое внимание уделяется кейсам применения криптовалют в странах с высокой инфляцией, а также перспективам их интеграции в национальные и международные экономические системы.

**Ключевые слова:** криптовалюта, инфляция, глобализация, макроэкономика, децентрализация, финансовая защита, цифровое золото.

## КРИПТОВАЛЮТА ЖАҢДАНУ ЖАҒДАЙЫНДА ИНФЛЯЦИЯДАН ҚОРҒАНЫС РЕТІНДЕ

Жанкулакова А.Д.<sup>1</sup>, Садиева Л.В.<sup>2</sup>

Ғылыми жетекші ҚОУ: э.ғ.к. Большекбаева К.О.

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аннотация.** Мақала жаһандану жағдайында криптовалюталардың инфляциядан қорғану құралы ретіндегі әлеуетін зерттеуге арналған. Олардың құнды сақтауын қамтамасыз ететін шектеулі эмиссия және орталықсыздандыру сияқты негізгі қасиеттері қарастырылады. Криптовалюталардың таралуы мен қолданылуына жаһанданудың әсері, олардың артықшылықтары мен шектеулері талданады. Ерекше назар жоғары инфляция деңгейі бар елдердегі криптовалюталарды қолдану жағдайларына, сондай-ақ оларды ұлттық және халықаралық экономикалық жүйелерге біріктіру перспективаларына бөлінеді.

**Түйінді сөздер:** криптовалюта, инфляция, жаһандану, макроэкономика, орталықсыздандыру, қаржылық қорғаныс, цифрлық алтын.

## CRYPTOCURRENCY AS INFLATION PROTECTION IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Zhankulakova A.D.<sup>1</sup>, Sadiyeva L.V.<sup>2</sup>

Scientific Advisor: PhD in Economics, Senior Lecturer Bolshekbayeva K.O.

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract.** The article explores the potential of cryptocurrencies as a tool for inflation protection in the context of globalization. Their key properties, such as limited issuance and decentralization, which ensure value preservation, are examined. The impact of globalization on the adoption and use of cryptocurrencies, along with their advantages and limitations, is analyzed. Particular attention is paid to case studies of cryptocurrency applications in countries with high inflation and the prospects of integrating them into national and international economic systems.

**Keywords:** cryptocurrency, inflation, globalization, macroeconomics, decentralization, financial protection, digital gold.

Инфляция - это увеличение общего уровня цен на товары и услуги в экономике в течение определенного периода времени, что приводит к уменьшению покупательной способности денег. Это означает, что за те же самые деньги покупатель может приобрести меньше товаров и услуг из-за роста цен. Инфляция может возникать по разным причинам, таким как рост затрат на производство, увеличение спроса на товары, или денежная политика Национального Банка. Умеренная инфляция обычно считается нормой в развитых экономиках и может способствовать стимулированию экономической активности, но высокая инфляция может иметь негативные последствия для экономики. Высокая, нестабильная и непредсказуемая инфляция представляет собой серьезную

опасность для экономики любой страны. Борьба с инфляцией всегда стоит на первом месте в списке задач для экономических властей. Глобализация — это процесс интеграции национальных экономик в мировую систему через торговлю, инвестиции и финансовые рынки. Она способствует повышению эффективности производства, доступу к технологиям и усилению конкуренции, но также усиливает неравенство, экономическую уязвимость и зависимость стран от внешних факторов. В условиях глобализации экономическая взаимосвязанность повышает риски, такие как инфляция, которая становится глобальной проблемой и требует совместных усилий для решения. Одним из таких новых решений, которые могут помочь в условиях глобальной экономической нестабильности, являются криптовалюты (таблица 1).

Таблица 1. Классификация виртуальных валют.

	<b>Централизованные</b>	<b>Децентрализованные</b>
<b>Конвертируемые</b>	Администратор, провайдеры услуг по обмену; пользователи; Реестр хранится у эмитента; возможность обмена на фиатную валюту Пример: WebMoney (Вебмани)	Провайдеры услуг по обмену; пользователи (отсутствует администратор); реестр операций хранится распределённо; возможность обмена на фиатную валюту Пример: (Bitcoin) Биткоин
<b>Неконвертируемые</b>	Администратор, провайдеры услуг по обмену; реестр хранится у эмитента; отсутствует возможность обмена на фиатную валюту Пример: World of Warcraft Gold (золото в игре «World of Warcraft»)	Не существует

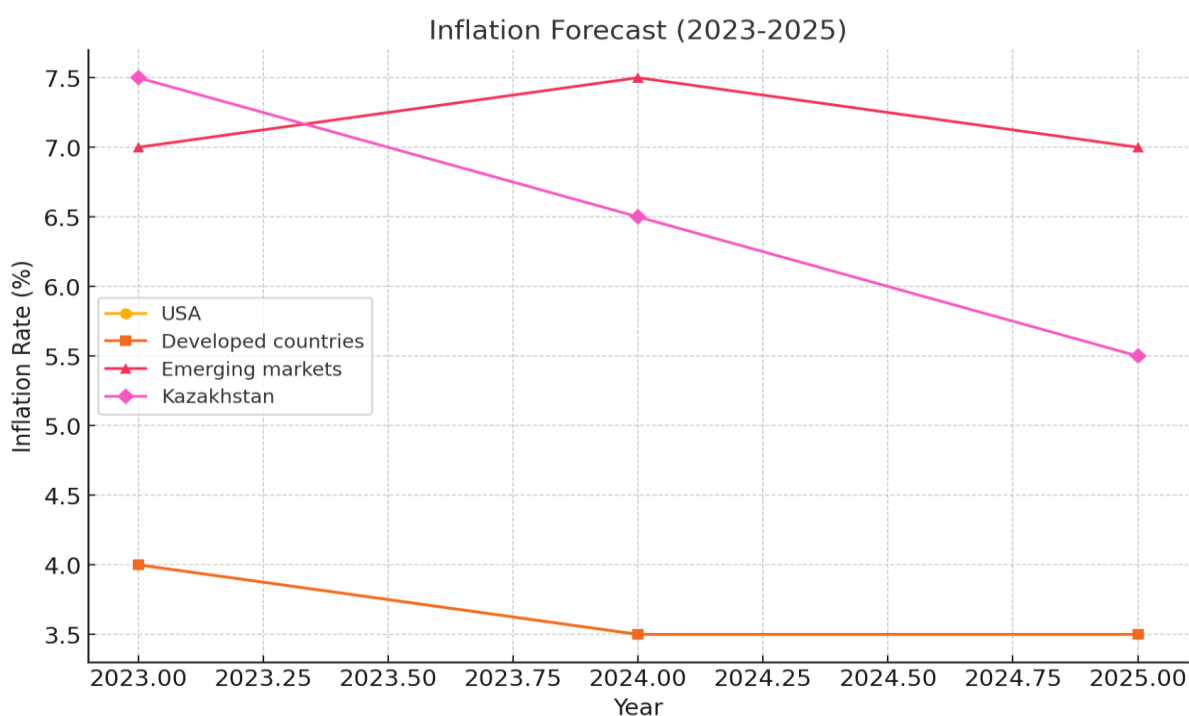
Примечание: таблица составлена на основе источника [4, с. 15].

Эти децентрализованные виртуальные валюты, основанные на блокчейн-технологии и криптографических алгоритмах, не зависят от центральных властей и финансовых учреждений. Благодаря своей распределённой архитектуре, криптовалюты обеспечивают прозрачность, независимость и возможность совершать транзакции напрямую между пользователями, без посредников. Это не только снижает издержки, но и повышает скорость операций. Примеры таких криптовалют включают Bitcoin (Биткоин), Litecoin (Лайткоин) и Ripple (Риппл). Биткоин (Bitcoin) — это первая и наиболее известная криптовалюта, основанная на технологии блокчейн, которая была предложена анонимным разработчиком под псевдонимом Сатоши Накамото в 2008 году. Биткоин является децентрализованным цифровым активом, не зависящим от центральных банков и государственных органов. Его особенностью является ограниченная эмиссия — всего 21 миллион монет, что делает его привлекательным инструментом для защиты от инфляции. Биткоин стал основой для развития всего криптовалютного рынка и используется как средство сбережения и обмена, а также для международных платежей. В условиях глобализации и экономической нестабильности, криптовалюты могут служить инструментом защиты от инфляции и укрепления финансовой независимости.

В 2023–2024 годах инфляция в США и западных странах остаётся повышенной, отражая долговременные последствия пандемии, энергетических кризисов и изменений в глобальных цепочках поставок. По данным на 2023 год, инфляция в США достигала примерно 4%, снижаясь с более высоких уровней 2022 года, когда она превышала 9,1% — максимальный показатель с 1981 года. Базовая инфляция в 2023 году остаётся высокой,

что связано с ростом цен на услуги и товары, исключая энергоносители и продукты питания

Прогнозы Международного валютного фонда на 2024 год указывают, что инфляция в развитых странах может стабилизироваться около 3–4%, в то время как в развивающихся государствах она будет выше, достигнув 7–8%. В Казахстане по прогнозу Национального Банка Казахстана ожидается замедление инфляции с 7,5-9,5% в 2024 году до 5,5-7,5% в 2025 году. При этом факторы, такие как рост зарплат, высокая стоимость сырья и геополитическая нестабильность, продолжают оказывать давление на экономики (график 1).



**График 1.** Прогноз инфляции 2023-2025 гг.

Примечание: график составлен авторами на основе источника [1, с. 15].

На этом фоне криптовалюты, такие как биткойн, рассматриваются как потенциальный инструмент для защиты капитала. Благодаря ограниченной эмиссии и дефляционным свойствам они предлагают альтернативу традиционным активам, подверженным инфляционным рискам, хотя их высокая волатильность остаётся значительным ограничением для массового использования.

Ограниченная эмиссия криптовалют является одной из их ключевых особенностей, отличающих их от традиционных фиатных валют, и делает их привлекательными в качестве средства защиты от инфляции. Например, биткойн имеет максимальное предложение в 21 миллион монет, что предотвращает инфляционное обесценение, часто сопровождающее увеличение денежной массы в экономике, как это происходит с фиатными валютами, когда центральные банки увеличивают объем денег в обращении. Это ограничение предложения криптовалюты помогает поддерживать её стоимость, так как её количество не зависит от решений правительства или центральных банков, что снижает инфляционные риски.

В отличие от традиционных валют, инфляция которых возникает из-за роста денежной массы, криптовалюты с фиксированным предложением предлагают защиту от инфляции, так как их количество ограничено. Поэтому они могут служить надежным способом сохранения капитала в периоды экономической нестабильности и высокой инфляции, особенно в странах с неустойчивыми национальными валютами.

Криптовалюты обладают дефляционными свойствами, действуя как "цифровое золото", и могут сохранять свою стоимость в условиях нестабильности. Так же в Казахстане планируется запуск токенизированных золотых монет на базе Национального центра финансовых активов (НФЦА). Это позволит расширить доступ к таким активам для частных и институциональных инвесторов и создать новые возможности для хранения и передачи ценностей в цифровом формате. Благодаря децентрализации и блокчейн-технологии они менее уязвимы к политическим и экономическим кризисам. Также криптовалюты обеспечивают быстрые и дешевые транзакции, не зависящие от географических или временных ограничений. Несмотря на высокую волатильность, они могут быть привлекательной альтернативой традиционным инвестиционным активам, хотя остаются подвержены регуляторным рискам и проблемам безопасности. Обладая рядом преимуществ, криптовалюта имеет такие риски, как отсутствие регулирования. Это делает их уязвимыми для манипуляций, мошенничества и других незаконных действий. В отсутствие строгих стандартов безопасности и защиты прав потребителей инвесторы могут столкнуться с риском потерять средства. Например: криптовалютные биржи могут быть закрыты или лишены лицензии, что приведет к невозможности вывода средств. Из-за своей анонимности криптовалюты часто используются для незаконных операций, таких как отмывание денег, финансирование терроризма или покупка запрещенных товаров (например, наркотиков). Это может привести к репутационным рискам и возможному вмешательству правоохранительных органов.

Для более полного понимания, мы провели кейс-анализ использования криптовалют в странах с высокой инфляцией, таких как Венесуэла и Турция, где нестабильность национальных валют заставляет граждан искать альтернативы для защиты своих сбережений от обесценивания. В Венесуэле инфляция достигала астрономических уровней, более 1 000 000% в 2018 году, что привело к обесцениванию боливара. В таких условиях криптовалюты, в первую очередь биткойн, стали важным инструментом для сохранения капитала. Криптовалюты позволяют венесуэльцам совершать международные переводы и торговать на рынках без необходимости использовать валюту страны, которая теряла свою стоимость. Биткойн и другие цифровые активы стали средством защиты от инфляции, а также удобным способом для получения доходов, часто через ремесленные онлайн-бизнесы, связанные с криптовалютами. По данным исследований, венесуэльцы активно используют криптовалюты для закупки товаров в интернет-магазинах, а также для перевода средств из-за рубежа, поскольку традиционные способы перевода часто сопровождаются высокими комиссиями и ограничениями. В Турции инфляция также значительно возросла в последние годы, что привело к девальвации лиры. В 2021 году турецкая лира потеряла более 40% своей стоимости, что стимулировало спрос на криптовалюты. Турецкие граждане начали активно инвестировать в криптовалюты как в средство защиты от инфляции и девальвации национальной валюты. Особенно это заметно среди молодёжи и тех, кто заинтересован в быстром росте капитала. В 2021 году количество криптовалютных пользователей в Турции значительно возросло, и криптовалюты стали распространённым средством сбережения, несмотря на высокую волатильность рынка. Примером использования криптовалют в Турции является рост интереса к биткойну и эфириуму, а также популяризация платформ для торговли криптовалютами среди населения.

Также мы провели сравнительный анализ эффективности криптовалют и традиционных активов. Криптовалюты часто сравнивают с золотом, которое исторически использовалось как защита от инфляции и финансовых кризисов. Золото имеет долгую историю хранения ценности, однако его доступность ограничена (например, через покупку физических слитков или ювелирных изделий) и оно подвержено волатильности на рынке. В отличие от золота, криптовалюты могут быть более ликвидными, так как их можно быстро перевести в другую валюту через цифровые платформы. Но при этом криптовалюты могут демонстрировать более высокую волатильность, что может

представлять риск для краткосрочных инвесторов. Недвижимость традиционно считается надежным активом для защиты от инфляции, так как её стоимость, как правило, растет в долгосрочной перспективе. Однако недвижимость требует значительных первоначальных вложений и не всегда легко ликвидируется. В отличие от недвижимости, криптовалюты могут быть быстро проданы или обменены на другие активы. Однако высокая волатильность криптовалютных рынков может привести к значительным краткосрочным потерям, в отличие от более стабильных активов, таких как недвижимость. Криптовалюты также предлагают более низкие барьеры для входа, что делает их доступными для широкого круга инвесторов.

В заключение, инфляция остается важной проблемой для глобальной экономики, с возможными негативными последствиями как для национальных валют, так и для общего экономического климата. В условиях глобализации и экономической нестабильности, криптовалюты, такие как Bitcoin, становятся перспективным инструментом защиты капитала, обеспечивая альтернативу традиционным активам, подверженным инфляционным рискам. Ограниченная эмиссия и дефляционные свойства криптовалют делают их привлекательными для сохранения покупательной способности, однако высокая волатильность и регуляторные риски ограничивают их использование в качестве стабильного средства обмена. Интеграция криптовалют в национальные экономики сталкивается с препятствиями, такими как опасения по поводу стабильности национальных валют и сложности их использования как стабильного средства обмена. Тем не менее, некоторые страны, например, Эль-Сальвадор, уже признали Bitcoin законным платёжным средством, а другие разрабатывают цифровые валюты, которые могут объединить преимущества криптовалют и стабильность традиционных валют. В условиях экономических кризисов и инфляции криптовалюты могут продолжать развиваться как инструмент защиты капитала и альтернативу традиционным финансовым системам. Их развитие зависит от дальнейшего совершенствования технологий, увеличения институциональных инвестиций, а также от повышения уровня доверия со стороны пользователей и государственных структур.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. [Электронный ресурс]. – 2022.-URL: <https://www.rbc.ru/quote/amp/news/62ea5a269a794735dba66ae5> (дата обращения: 19.11.2024).
2. [Электронный ресурс]. – 2024.-URL: <https://www.caravan.kz/amp/analytics/infljacija-i-obmenniki-kriptoaljut-hto-zhdjot-finansovyj-rynok-kazahstana/> (дата обращения: 19.11.2024).
3. [Электронный ресурс]. – 2024.-URL: <https://primeminister.kz/ru/news/natsbank-prognoziruuet-zamedlenie-inflyatsii-v-2025-godu-do-urovnya-55-75-28996#:~:text=Национальный%20Банк%20Казахстана%20принял%20участие,стабилизаци%20вокруг%20среднесрочного%20таргета%205%25>. (дата обращения: 19.11.2024).
4. [Электронный ресурс]. – 2024.-URL: [https://eurasiangroup.org/files/FATF\\_docs/Virtualnye\\_valyuty\\_FATF\\_2014.pdf](https://eurasiangroup.org/files/FATF_docs/Virtualnye_valyuty_FATF_2014.pdf) (дата обращения: 19.11.2024).

## ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Жунусова Д.С.<sup>1</sup>

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** В статье рассмотрены ключевые вызовы, с которыми сталкиваются страховые компании в период экономических кризисов. Целью данного исследования является анализ влияния пандемии на финансовую устойчивость страховых компаний и рассмотрение механизмов корректировки, используемых для минимизации влияния кризиса. В статье указаны на основные проблемы, возникшие во время пандемии: рост страховых выплат, снижение доходности инвестиций и снижение платежеспособности клиентов. На примере стран-членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС) анализируются успешные стратегии, такие как цифровизация бизнес-процессов, изменение страховых продуктов и укрепление резервов. Исследование также подчеркивает важность государственной поддержки и международного сотрудничества для стабилизации страхового сектора во время кризиса.

**Ключевые слова:** страховые компании, кризис, риск, финансовая устойчивость, цифровизация.

## ДАҒДАРЫС ЖАҒДАЙЫНДА САҚТАНДЫРУ КОМПАНИЯЛАРЫНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫ

Жунусова Д.С.<sup>1</sup>

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ. Қазақстан Республикасы

**Аннотация:** Мақаланың негізгі тақырыбы экономикалық дағдарыс кезеңінде сақтандыру компаниялары тап болатын негізгі сын-қатерлерді зерттеу болып табылады. Зерттеудің мақсаты пандемияның сақтандыру компанияларының қаржылық тұрақтылығына әсерін талдау және дағдарыстың әсерін барынша азайту үшін пайдаланылатын түзету тетіктерін қарау болып табылады. Мақалада пандемия кезінде туындаған негізгі проблемалар: сақтандыру төлемдерінің өсуі, инвестициялар кірістілігінің төмендеуі және клиенттердің төлем қабілеттілігінің төмендеуі қарастырылады. Еуразиялық экономикалық одаққа (ЕАЭО) мүше елдердің мысалында бизнес-процестерді цифрландыру, сақтандыру өнімдерінің өзгеруі және резервтердің нығаюы сияқты табысты стратегиялар талданады. Зерттеу сондай-ақ дағдарыс кезінде сақтандыру секторын тұрақтандыру үшін мемлекеттік қолдау мен халықаралық ынтымақтастықтың маңыздылығын атап көрсетеді

**Түйінді сөздер:** сақтандыру компаниялары, дағдарыс, тәуекел, қаржылық тұрақтылық, цифрландыру.

## FINANCIAL STABILITY OF INSURANCE COMPANIES IN A CRISIS

Zhunusova D.S.<sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract:** The main topic of the article is the study of the key challenges faced by insurance companies during economic crises. The purpose of this study is to analyze the impact

of the pandemic on the financial stability of insurance companies and to consider the adjustment mechanisms used to minimize the impact of the crisis. The article examines the main problems that arose during the pandemic: an increase in insurance payments, a decrease in investment returns and a decrease in customer solvency. Using the example of the member countries of the Eurasian Economic Union (EAEU), successful strategies such as digitalization of business processes, changing insurance products and strengthening reserves are analyzed. The study also highlights the importance of government support and international cooperation to stabilize the insurance sector during the crisis

**Keywords:** insurance companies, crisis, risk, financial stability, digitalization.

Финансовая устойчивость страховых компаний представляет собой важнейший элемент стабильности мировой экономики. В условиях кризиса, вызванного пандемией COVID-19, данный сектор оказался под беспрецедентным давлением. Страховые компании, выполняя функции защиты интересов бизнеса и населения, столкнулись с ростом числа страховых случаев, падением доходности инвестиционных портфелей и снижением доверия клиентов.

Особенно остро эти вызовы отразились на странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС), где страховой сектор занимает значительную роль в обеспечении социально-экономической стабильности. В России, Казахстане, Беларуси и других странах союза компании были вынуждены оперативно адаптироваться к новым реалиям. В частности, пандемия выявила уязвимость традиционных бизнес-моделей и необходимость ускоренного внедрения цифровых технологий.

Важным аспектом стало влияние государственных мер поддержки. Программы субсидирования, создание резервных фондов и налоговые послабления способствовали сохранению ликвидности компаний. Вместе с тем кризис продемонстрировал, что для повышения устойчивости сектора требуется усиление внутреннего риск-менеджмента, пересмотр инвестиционных стратегий и активизация работы с клиентами.

Пандемия COVID-2019 стала настоящим вызовом для всего человечества. Последовавший за всеобщим локдауном экономический кризис стал тестом на прочность не только для национальных государств, но и для региональных объединений. В данном контексте Евразийский экономический союз не стал исключением. В условиях неопределенности в связи с высокой скоростью распространения COVID-19 в качестве первоочередных мер сдерживания распространения COVID-19 странами были приняты меры изоляции регионов со вспышками вируса. Проведение карантинных мер, принимаемых для снижения скорости распространения COVID-19, резко сокращает экономическую активность. Данные меры реализуются с разной степенью радикальности: от ограничений на международные перемещения, приостановку работы общественных заведений и общественного транспорта до полного закрытия транспортного сообщения, падает спрос на туристические и транспортные услуги введения режима чрезвычайной ситуации. [1.с.6].

Страховой сектор стран ЕАЭС оказался под давлением в связи с ухудшением финансовых показателей и ростом неопределенности на рынках. Казахстан, Россия и другие государства пережили спад спроса на многие виды страхования и значительное увеличение числа страховых случаев, что повлияло на общий финансовый результат. К тому же, падение доходности от инвестиционных портфелей усугубило экономическое положение страховщиков, вынудив их пересмотреть стратегию управления активами. С момента начала пандемии в Казахстане и других странах ЕАЭС наблюдается резкий рост числа страховых случаев, связанный с заболеваниями, вызванными COVID-19. В Казахстане, согласно официальным данным Национальной ассоциации страховых компаний (НАСК), в 2020 году зафиксирован рост числа медицинских страховок на 25%. Это также подтверждается ростом страховых выплат, особенно в сегменте здоровья и



жизни, что повлекло за собой увеличение финансовых обязательств страховых компаний. В России также произошло значительное увеличение выплат по медицинским страховкам, что отразилось на финансовых отчетах крупнейших страховых компаний. К примеру, в России в 2020 году наблюдался рост выплат по медицинскому страхованию на 18%, а по полисам страхования жизни – на 22%. Схожая ситуация наблюдается и в Армении, где, несмотря на меньший размер рынка, страховые компании вынуждены были увеличить выплаты в связи с ростом числа страховых случаев. В Кыргызстане также увеличились расходы по медицинскому страхованию, что было вызвано высоким спросом на полисы, покрывающие лечение COVID-19.

Всего три казахстанские страховые компании выпустили на рынок такой продукт, как страховка от COVID-19. Первопроходцем стала СК «Евразия» – еще в январе 2020-го, за два месяца до объявления о пандемии, компания начала продавать полисы за 3,9 тыс. тенге. Полис покрывал до 500 тыс. тенге расходов на лечение пациентов с «коронай». Через месяц, в феврале, СК «Евразия» подняла страховую сумму до 2,5 млн тенге, а стоимость полиса увеличила до 1% от страховой суммы. Это значит, что клиент, купивший полис за 5 тыс. тенге, мог рассчитывать на выплату до 500 тыс. тенге. Как уточнили «Курсиву» в компании, антивирусное страхование действовало в СК «Евразия» буквально пару месяцев – 18 марта 2020 года компания приостановила страхование от COVID-19 физических лиц и работников юридических лиц, за исключением страхования заемщиков по банковским программам. К этому времени было застраховано 690 человек. По словам директора департамента, PR и рекламы СК «Евразия» Юрия Долгова, большинство клиентов застраховалось на 500 тыс. тенге – такую страховую сумму выбрали около 80% застрахованных. В апреле 2020 года страховку от коронавируса запустила Freedom Finance Life Kazakhstan. Эта программа действует до сих пор и предусматривает страховые выплаты, если клиент из-за заражения COVID-19 оказался в больнице или скончался. Стоимость полиса – от 4,9 тыс. до 24,5 тыс. тенге (в зависимости от страховой суммы). Страховые выплаты составят 100–500 тыс. в случае госпитализации и 1–5 млн тенге в случае летального исхода. С момента запуска программы Corona Protect страховку оформили более 5 тыс. человек – она оказалась наиболее популярной среди казахстанцев. Примерно в то же время свою программу по страхованию от COVID-19 начал продавать «Халык-Life». Стоимость полиса составляет от 5 тыс. до 60 тыс. тенге (в зависимости от срока страхования). Застраховаться можно на 3, 6 и 12 месяцев. Страховые случаи те же – госпитализация или смерть. Сумма выплат составляет 200–600 тыс. тенге в первом случае и 2–6 млн тенге – во втором. С момента запуска программы в компании было заключено более 1,2 тыс. договоров страхования, сообщила председатель правления АО «Халык-Life» Жанар Жубаниязова. Три четверти договоров заключено на страховую сумму 2 млн тенге, 15% договоров – на сумму 6 млн тенге, 10% договоров – на сумму 4 млн тенге. [2.с.35].

Другим значимым фактором, повлиявшим на финансовую устойчивость страховых компаний в странах ЕАЭС, стало резкое падение доходности от инвестиций. Казначейские и корпоративные облигации, акции и другие финансовые активы стали приносить меньше прибыли, что привело к сокращению прибыли страховщиков. В Казахстане в 2020 году отмечается снижение доходности на 6%, что связано с падением фондовых рынков и общемировым экономическим спадом. В России ситуация была аналогичной: крупнейшие компании в страховом секторе также зафиксировали падение на 6-7% от стоимости своих активов, что было обусловлено снижением рыночных котировок. В Казахстане и России, с целью минимизации рисков, страховщики начали активнее вкладываться в более стабильные активы, такие как государственные облигации и недвижимость. В странах ЕАЭС также усилилась тенденция к увеличению доли золота в портфелях, что дало определенную стабильность на фоне высокой волатильности на финансовых рынках.

Кроме экономических факторов, пандемия также оказала влияние на уровень доверия клиентов к страховым компаниям. В условиях кризиса многие казахстанцы,

россияне и жители других стран ЕАЭС начали уменьшать расходы на долгосрочные страховые программы. В Казахстане объем продаж полисов жизни в 2020 году снизился на 10-15%. В других странах ЕАЭС, таких как Россия и Беларусь, наблюдается схожая ситуация, когда спрос на долгосрочные страховые продукты также упал.

Тем не менее, в условиях неопределенности наибольший рост наблюдается в сегментах медицинского страхования, страхования от несчастных случаев и краткосрочных полисов. Это свидетельствует о том, что в условиях экономической нестабильности и пандемии люди стремятся обеспечить себе базовую защиту, при этом отказавшись от долгосрочных обязательств. Таким образом, страховые компании были вынуждены адаптироваться к этим изменениям и разрабатывать новые продукты, которые могли бы соответствовать потребностям клиентов в новых условиях.

Для того чтобы поддержать финансовую стабильность страховых компаний в условиях кризиса, правительства стран ЕАЭС внедрили различные меры государственной помощи. В Казахстане и России были предоставлены налоговые льготы и субсидии, направленные на поддержку страховых компаний, занимающихся медицинским страхованием. Эти меры помогли обеспечить ликвидность в краткосрочной перспективе и снизить финансовую нагрузку на страховщиков. К примеру, в Казахстане в рамках программы обязательного медицинского страхования (ОСМС) государство продолжало субсидировать часть расходов, что позволило снизить давление на частные компании. В России также была реализована программа поддержки малого и среднего бизнеса, в том числе для страховщиков, что позволило улучшить финансовые результаты на фоне экономического кризиса. В Беларуси были предложены дополнительные налоговые послабления для компаний, работающих в сфере социального медицинского страхования. Государственные меры также включали стимулирование спроса на страховые продукты путем введения налоговых льгот для страхователей. В Казахстане, например, был увеличен объем субсидий на медицинские полисы, что помогло частично компенсировать падение продаж в других сегментах.

Пандемия COVID-19 продемонстрировала необходимость усиления внутреннего контроля и риск-менеджмента. Страховые компании, работающие в странах ЕАЭС, начали активно пересматривать свои стратегии управления рисками и инвестиций, чтобы повысить свою финансовую устойчивость в условиях кризиса. Одним из важнейших шагов, предпринятых страховыми компаниями в странах ЕАЭС, стала активная цифровизация их процессов. В Казахстане компании, такие как "Haluk Life", разработали онлайн-платформы для продажи полисов и предоставления услуг, что позволило сохранить клиентский поток и снизить операционные расходы. В России аналогичные решения внедрили крупнейшие страховщики, такие как "Росгосстрах", "ВСК", "Ренессанс страхование", что дало им возможность поддерживать высокий уровень обслуживания в условиях ограничений, связанных с пандемией. Как отмечает вице-президент Всероссийского союза страховщиков Виктор Дубровин: "Мы, как и многие другие отрасли, шли к цифровизации давно. Но пандемия дала определенный толчок, и страховщики, стремясь максимально соответствовать запросам клиентов и тенденциям времени, совершили огромный прорыв с точки зрения онлайн-взаимодействия. При этом страховщики и сами изменились. Локдауны и невозможность работать по привычной схеме создали условия, когда бизнес-процессы менялись стремительно, в считанные дни и даже часы. И страховщики существенно изменили свои внутренние алгоритмы работы". В Армении и Кыргызстане также наблюдается рост интереса к цифровым инструментам для оформления полисов и обработки заявок. Мобильные приложения и онлайн-платформы стали важным элементом работы страховых компаний, обеспечивая доступность услуг для клиентов [3.с.13].

С целью повышения устойчивости в условиях экономической нестабильности страховые компании в странах ЕАЭС начали активно пересматривать свои инвестиционные стратегии. В Казахстане акцент был сделан на более стабильные активы,

такие как недвижимость и золото. Это позволило частично компенсировать потери, вызванные падением фондовых рынков. В России также наблюдается аналогичный тренд: компании начали диверсифицировать свои инвестиции, сокращая долю высокорисковых активов в пользу более стабильных инструментов. В Беларуси были запущены программы для стимулирования инвестиций в экологически чистые проекты, такие как зеленые облигации, что способствовало улучшению финансовых показателей. Поддержки компаний в кризисные периоды, включая фонд страхования, который помог покрыть расходы на увеличение числа страховых случаев, связанных с пандемией. В Казахстане также были введены меры для поддержания устойчивости страхового сектора, в том числе программа субсидирования кредитов для малого и среднего бизнеса, включающего страховые компании. Эти меры способствовали поддержанию платежеспособности и ликвидности многих страховщиков.

Кризис, вызванный пандемией, показал необходимость пересмотра подходов к управлению рисками и внедрению новых технологий в деятельность страховых компаний. Ранее используемые методики перестали быть достаточными, что потребовало значительных изменений в бизнес-моделях страховщиков. В условиях кризиса страховые компании начали активно внедрять цифровые решения для оптимизации своей деятельности. Компании, такие как Ренессанс Страхование и ВСК в России, значительно увеличили использование цифровых платформ для оформления полисов и обработки заявок на выплаты, что позволило им снизить затраты и повысить уровень удовлетворенности клиентов. В Казахстане, в свою очередь, страховая компания "Halyk Life" разработала и внедрила онлайн-платформу для покупки страховых полисов и дистанционных консультаций с клиентами, что помогло ей сохранить свою клиентскую базу в условиях пандемии [4.с.15].

В ответ на кризис страховщики начали пересматривать свои инвестиционные стратегии. В условиях нестабильных финансовых рынков страховые компании начали активно инвестировать в альтернативные активы, такие как недвижимость, зеленые облигации и инфраструктурные проекты, что позволило снизить риски и повысить доходность в условиях кризиса. Компания "ВСК" в России, например, увеличила свои вложения в рынок недвижимости, что помогло компенсировать падение доходности от традиционных активов.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. «Мировой кризис 2020: вызовы для мира и ЕАЭС. Опыт выхода из кризиса 2014/15 годов» Аналитическая записка по состоянию на 31.03.20
2. Российская газета - Спецвыпуск: Страхование №245(8596) – URL: <https://rg.ru/2021/10/26/pandemiia-izmenila-strahovuiu-otrasl-i-predpochteniiia-klientov.html>
3. А. Березина, В. Мельников. (2020). Цифровизация и инновации в страховом секторе России. Москва: Юрайт.
4. "Сколько казахстанцев застраховались от COVID-19" – Kursiv.kz, 26.04.2021

### **Сведения об авторе**

\*Жунусова Дарина Санатбековна – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [darinajunusova123@gmail.com](mailto:darinajunusova123@gmail.com)

\*Кулахмедова Галия Турабековна – к.э.н., асс.проф., Каспийский Общественный Университет

### **Автор туралы мәліметтер**

\*Жунусова Дарина Санатбековна – студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [darinajunusova123@gmail.com](mailto:darinajunusova123@gmail.com)

\*Кулахмедова Галия Турабековна – э.ф.к, профессор, Каспий Қоғамдық университеті

### **Information about the authors**

\*Zhunusova Darina Sanatbekovna – student, Caspian Public University, e-mail:

ӘОЖ 330.5.051

## ҚАЗАҚСТАННЫҢ БОЛАШАҚТАҒЫ ЭКОНОМИКАСЫ: ДАМУ БАҒЫТТАРЫ МЕН МҮМКІНДІКТЕРІ

Жұмаш Н.Е.<sup>1</sup>, Куандықова М.Б.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Андатпа.** Қазақстанның болашақтағы экономикасы – еліміздің дамуындағы маңызды бағыттардың бірі болып табылады. Тәуелсіздік жылдарында Қазақстан экономикасы көп өзгерістерге ұшырап, әлемдік аренада өзіндік орны мен мәртебесін бекітті. Алайда, ғаламдық және ішкі нарықтағы тұрақсыздықтар, жаңа технологиялар мен жаһандық трендтер еліміздің экономикалық даму бағытына жаңа сын-тегеуріндер мен мүмкіндіктер әкеледі.[1]

Еліміздің болашақтағы экономикасының тұрақтылығы мен бәсекеге қабілеттілігіне тікелей байланысты. Елдің геосаяси орналасуы, табиғи ресурстары және халықтың білім деңгейі жаңа мүмкіндіктерге жол ашуда. Бірақ ғаламдық сын-қатерлер мен ішкі экономикалық қиындықтар мемлекеттен тиімді стратегияларды талап етеді. Бұл мақалада Қазақстан экономикасының болашақтағы даму бағыттары мен мүмкіндіктері қарастырылады..

**Кілтті сөздер:** Экономикалық әртарапандыру, Жасыл экономика, Индустриялық даму, Цифрлық трансформация, Инновациялық технологиялар, Қаржылық тұрақтылық, Энергетика саласының болашағы, Ауыл шаруашылығының дамуы, Жаңа жұмыс орындарын құру, Құқықтық және институционалдық реформалар, Ұлттық экономиканың жаһандану үдерістері, Қазақстанның экспорттық әлеуеті, Тұрақты даму және экологиялық саясат, Инфрақұрылымды дамыту.

**Анотация.** Будущая экономика Казахстана является одним из важнейших направлений развития страны. За годы независимости экономика Казахстана претерпела значительные изменения и утвердила свое место и статус на мировой арене. Однако глобальная и внутренняя рыночная нестабильность, новые технологии и глобальные тренды вносят новые вызовы и возможности в развитие экономического пути страны.

Стабильность и конкурентоспособность будущей экономики страны напрямую зависят от её геополитического положения, природных ресурсов и уровня образования населения, что открывает новые возможности. Однако глобальные угрозы и внутренние экономические трудности требуют от государства разработки эффективных стратегий. В этой статье рассматриваются направления развития и возможности экономики Казахстана в будущем

**Ключевые слова:** Экономическое диверсифицирование, Зеленая экономика, Индустриальное развитие, Цифровая трансформация, Инновационные технологии, Финансовая стабильность, Будущее энергетической отрасли, Развитие сельского хозяйства, Создание новых рабочих мест, Правовые и институциональные реформы, Процессы глобализации национальной экономики, Экспортный потенциал Казахстана, Устойчивое развитие и экологическая политика, Развитие инфраструктуры.

**Annotation.** The future economy of Kazakhstan is one of the key areas of the country's development. Over the years of independence, Kazakhstan's economy has undergone significant changes and established its own place and status in the global arena. However, global and

domestic market instability, new technologies, and global trends pose new challenges and opportunities for the country's economic development path.

The stability and competitiveness of the country's future economy are directly linked to its geopolitical location, natural resources, and the level of education of its population, which opens new opportunities. However, global threats and internal economic difficulties require the state to adopt effective strategies. This article will explore the future development directions and opportunities for Kazakhstan's economy.

**Keywords:** Economic diversification, Green economy, Industrial development, Digital transformation, Innovative technologies, Financial stability, The future of the energy sector, Agricultural development, Creation of new jobs, Legal and institutional reforms, Globalization of the national economy, Kazakhstan's export potential, Sustainable development and environmental policy, Infrastructure development.

Қазақстан экономикасын әртараптандыру — еліміздің экономикалық дамуында маңызды бағыт болып табылады. Бұл процесс табиғи ресурстарға (негізінен мұнай мен газ) тәуелділікті азайту, жаңа салаларды дамыту және экономиканың тұрақты әрі әртүрлі салаларға негізделген жүйесін құруға бағытталған. Экономика әртараптандырылған кезде елдің ұзақ мерзімді экономикалық тұрақтылығы қамтамасыз етіледі, жаңа жұмыс орындары ашылады және елдің әлемдік нарықта бәсекеге қабілеттілігі артады.

Қазақстанда экономиканы әртараптандырудың бірнеше маңызды аспектілері бар:

#### 1. Өнеркәсіпті дамыту

Өнеркәсіп саласы мұнай мен газ секторына тәуелділікті азайту үшін маңыздылыққа ие. Қазақстанда өңдеу өнеркәсібін дамыту, әсіресе металлургия, химия өнеркәсібі, машина жасау және құрылыс материалдары өндірісін кеңейту маңызды. Бұл салаларға инвестиция тарту және заманауи технологияларды енгізу өнеркәсіптің тиімділігін арттыруға септігін тигізеді.

#### 2. Ауыл шаруашылығын дамыту

Қазақстанның кең жері мен табиғи ресурстары ауыл шаруашылығы саласының даму үшін зор әлеуетке ие. Мал шаруашылығын, өсімдік шаруашылығын дамыту, органикалық ауыл шаруашылығы мен агротехнологияларды енгізу арқылы елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету, экспорттық нарықтарға шығу мүмкіндіктері артады.

#### 3. Туризмді дамыту

Қазақстанда экотуризм, мәдени туризм, тау шаңғысы курорттары мен тарихи ескерткіштерге негізделген туризмді дамыту мүмкіндігі бар. Туризмді дамыту арқылы елдің экономикасына қосымша табыс көзі пайда болады, әсіресе ауылдық аймақтарда жаңа жұмыс орындары ашылады.

#### 4. Қызмет көрсету саласы

Қызмет көрсету саласы экономиканың үлкен секторына айналуы керек. Бұл секторда қаржы, білім беру, денсаулық сақтау, ақпараттық технологиялар, логистика және көлік қызметтері ерекше орын алады. Қазақстанда цифрлық экономика, IT-секторды дамыту, инновациялық стартаптарды қолдау маңызды қадам болып табылады.

#### 5. Инфрақұрылымды дамыту

Қазақстанның экономикалық дамуында инфрақұрылымның маңызы зор. Жолдар, теміржолдар, әуежайлар және порттар сияқты көлік инфрақұрылымын дамыту, сондай-ақ, энергетика және сумен жабдықтау жүйелерін жаңарту еліміздің экономикалық әлеуетін арттыруға көмектеседі. Бұл, әсіресе, аймақтық интеграция және сауда үшін өте маңызды.

#### 6. Инновация мен білім беру

Инновациялық даму мен ғылыми-зерттеу жұмыстары экономика әртараптандыруының маңызды құрамдас бөлігі. Қазақстанда жоғары білім жүйесін жетілдіру, ғылыми зерттеулер мен технологияларды коммерцияландыруды ынталандыру маңызды. Бұл үшін инновациялық хабтар мен стартаптарды дамыту қажет.

#### 2. Цифрлық экономика және инновациялар

Қазақстанның цифрлық экономикасы және инновацияларды дамыту елдің экономикалық дамуы мен әлеуметтік прогресі үшін маңызды бағыттардың бірі болып табылады. Цифрландыру және инновациялар экономика мен өмірдің барлық салаларын қамтуда, олар бизнес, мемлекеттік басқару, білім беру, денсаулық сақтау, қаржы секторы және тағы басқа салаларда тиімділікті арттырып, жаңа мүмкіндіктер мен жұмыс орындарын құруға мүмкіндік береді [2].

#### 1. Цифрлық экономика: Қазақстанның жаңа даму парадигмасы

Цифрлық экономика — бұл ақпараттық-коммуникациялық технологиялар (АКТ), деректерді өңдеу, интернет және басқа цифрлық құралдар негізінде жұмыс істейтін экономикалық жүйе. Цифрландырудың басты мақсаты — дәстүрлі экономиканың тиімділігін арттыру, жаңа салалар мен нарықтарды дамыту және елдің бәсекеге қабілеттілігін көтеру.

##### 1.1. Цифрландырудың негізгі бағыттары

Қазақстан цифрлық экономикаға көшу барысында бірнеше стратегиялық бағыттарды айқындады:

- Цифрлық инфрақұрылым: Интернет және ұялы байланыс желілері, дата-орталықтар, кең жолақты байланыс пен заманауи коммуникациялық жүйелерді дамыту.
- Электронды үкімет: Мемлекеттік қызметтерді цифрландыру, азаматтарға онлайн қызметтер көрсету, қоғамдық бақылау мен ашықтықты қамтамасыз ету.
- Ақпараттық қауіпсіздік: Цифрлық деректердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін жаңа стандарттар мен шараларды енгізу.
- Қаржы технологиялары (FinTech): Цифрлық төлем жүйелері, блокчейн технологиясы, цифрлық валюталар мен жаңа қаржы қызметтерін дамыту.
- Цифрлық сауаттылық: Халықтың цифрлық сауаттылығын арттыру үшін арнайы оқыту және оқу бағдарламаларын жүзеге асыру.

##### 1.2. Қазақстандағы цифрлық жобалар мен бастамалар

Қазақстан цифрлық экономиканы дамыту үшін бірқатар маңызды мемлекеттік жобаларды іске асырып келеді:

- "Цифрлық Қазақстан" бағдарламасы (2018): Бұл бағдарламаның негізгі мақсаты — еліміздің цифрландыруын жеделдету, ұлттық экономика мен мемлекеттік басқаруды цифрландыру, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар секторын дамыту. Бағдарламада инфрақұрылымды дамыту, мемлекеттік қызметтерді онлайн ұсыну, өнеркәсіптерді цифрландыру, цифрлық қаржыларды дамыту сияқты бағыттар қарастырылған.

- "Smart City" жобасы: Қазақстанда бірнеше қалада ақылды қалаларды (Smart City) құру бастамасы қолға алынды. Бұл жобалардың мақсаты — қалалардағы өмір сүру сапасын арттыру, қоғамдық қызметтердің тиімділігін арттыру және экологиялық мәселелерді шешу.

- "E-Government" (Электронды үкімет): Қазақстан азаматтарға мемлекеттік қызметтерді онлайн алуға мүмкіндік беретін электронды үкімет жүйесін дамытуда. Бұл жүйе арқылы халыққа мемлекеттік қызметтер көрсету процестері жеңілдетіліп, ашықтық және қолжетімділік қамтамасыз етілуде.

2. Инновациялар: Жаңа технологиялар мен идеяларды енгізу. Инновациялар — бұл жаңа идеяларды, әдістерді және технологияларды енгізу арқылы экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру. Қазақстанның инновациялық дамуының негізгі бағыты — ғылыми зерттеулер мен жаңа технологияларды коммерцияландыру, жоғары технологиялық кәсіпорындарды дамыту, стартап экожүйесін қалыптастыру.

##### 2.1. Инновациялық экожүйені қалыптастыру

Қазақстанда инновациялық экожүйені дамыту үшін бірнеше маңызды шаралар қабылданды:

- Технопарктер мен инкубаторлар: Қазақстанда инновациялық стартаптарды қолдау үшін арнайы технопарктер мен инкубаторлар ашылған. Олар стартаптарға қаржылай және

консультациялық қолдау көрсетеді, инновациялық идеяларды жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Мысалы, Алматыдағы "Almaty Tech Garden" және Нұр-Сұлтандағы "Astana Hub" технопарктері — елдегі ең ірі инновациялық хабтар.

- Ғылыми-зерттеу институттары мен университеттер: Қазақстандағы ғылыми-зерттеу институттары мен университеттерде жаңа технологияларды әзірлеу және коммерцияландыруға бағытталған жұмыстар жүргізілуде. Назарбаев Университеті, ҚазҰТУ сияқты жоғары оқу орындары инновациялық жобаларды дамытуда маңызды рөл атқарады. [4].

- Қаржыландыру және инвестициялар: Қазақстанда инновациялық жобалар мен стартаптарды қаржыландыру үшін венчурлік қорлар мен мемлекеттік гранттар ұсынылады. KazakhInvest және Damu қоры сияқты ұйымдар инновациялық жобаларды қаржыландырады.

## 2.2. Жаңа технологияларды енгізу

Қазақстан жаңа технологияларды өндіріске енгізуде белсенді әрекет етіп жатыр:

- Индустрия 4.0: Қазақстан өнеркәсіптерінде "Индустрия 4.0" концепциясын енгізу басталды, бұл автоматтандырылған жүйелер, робототехника, жасанды интеллект, мәліметтерді жинау және өңдеу технологияларын қолдануды көздейді.

- Жасанды интеллект (AI): Жасанды интеллект саласындағы зерттеулер мен қолданбалы шешімдер Қазақстанда қарқынды дамып келеді. Әсіресе ауыл шаруашылығында және денсаулық сақтау саласында AI технологияларын пайдалану артып отыр.

- Блокчейн технологиясы: Қазақстанда блокчейн және криптовалюталарды реттеу мен дамыту бағытында жұмыс істелуде. Қазақстандық компаниялар блокчейн негізінде әртүрлі қолданбаларды әзірлеуде [3].

## 2.3. Стартап мәдениетін дамыту

Стартаптар инновациялар мен жаңа технологиялардың көзі болып табылады. Қазақстанда стартап экожүйесі дамып келеді, және жастарға арналған акселераторлар мен инкубаторлар құрылуда:

- "Astana Hub": Бұл Қазақстандағы ең ірі стартап алаңы болып табылады. Мұнда стартаптар мен жас кәсіпкерлерге түрлі қолдау көрсетіледі, оның ішінде кеңес беру, қаржыландыру, маркетингтік көмек және халықаралық нарыққа шығу мүмкіндіктері бар.

- "Tech Garden": Алматыда орналасқан бұл инкубатор да стартаптарға жоғары технологиялық жобаларын іске асыруға көмектеседі, сондай-ақ оларды халықаралық нарыққа шығаруға бағытталған.[5].

## 2.4. Инновациялық саясат

Қазақстан инновацияларды дамыту мақсатында бірнеше мемлекеттік бағдарламалар мен шаралар қабылдады:

- "Инновациялық технологияларды дамыту тұжырымдамасы": Бұл құжатта инновациялық саясатты дамыту үшін қажетті жағдайлар мен шаралар айқындалған.

- Инновациялық жобаларды қолдау үшін салықтық жеңілдіктер: Қазақстанның заңнамасында инновациялық кәсіпорындарға салықтық жеңілдіктер мен субсидиялар қарастырылған.

- Инновациялық кәсіпорындарға гранттар мен қаржыландыру: Қазақстандық стартаптарға инновациялық жобаларды қаржыландыру үшін мемлекеттік гранттар мен венчурлік қорлар қолданылады.

## 3. Қазақстандағы цифрлық экономика мен инновацияларды дамытудағы қиындықтар

Қиыншылықтар мен кедергілер:

- Цифрлық инфрақұрылымның жеткіліксіздігі: Елдегі кейбір шалғай аймақтарда интернет желісі мен цифрлық инфрақұрылымның сапасы төмен болуы цифрлық экономикаға көшу процесін баяулатады.

- Кадрлық тапшылық: Цифрлық және инновациялық салаларда білікті мамандардың тапшылығы бар, әсіресе жоғары технологиялар мен жасанды интеллект салаларында.
- Қаржылық қолдау: Инновациялық жобалар мен стартаптарды қаржыландыру мәселесі әлі де толық шешілмеген. Венчурлік капитал мен инвестициялар көбінесе тәуекелді қабылдауға дайын емес [6].
- Заңнамалық және реттеуші мәселелер: Цифрлық технологияларды дамытуға қатысты кейбір заңнамалық және нормативтік мәселелер шешілмеген, мысалы, жеке деректердің қауіпсіздігі және цифрлық активтерді реттеу мәселелері.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:**

1. Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспары. – Астана: ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы, 2020.
2. Назарбаев, Н.Ә. "Қазақстанның жаңа кезеңдегі экономикалық саясаты". – Алматы: "Қазығұрт", 2018.
3. Қуандықов, М.Қ. Қазақстанның индустриялық-инновациялық дамуы: мәселелері мен перспективалары. – Алматы: "Раритет", 2021.
4. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі. Экономикалық шолу. – Астана, 2022.
5. Досқалиева, Г. "Жасыл экономика және экологиялық тұрақты даму: Қазақстанның болашағы". – Алматы: "Ұлттық кітапхана", 2020.
6. Мақыш, С.М. Экономикалық теория: пәні мен әдіс-тәсілдері. – Алматы: "Экономика", 2021.

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\***Жұмаш.Н.Е** – Каспий Қоғамдық университетінің «Мемлекеттік қызмет» мамандығының 4-ші курс студенті, [nursultanzhumash@mail.ru](mailto:nursultanzhumash@mail.ru)

\*\***Куандыкова Маржан Болатбековна**- Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

#### **Сведения об авторах**

\***Жұмаш.Н.Е** -студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Государственная служба», [nursultanzhumash@mail.ru](mailto:nursultanzhumash@mail.ru)

\*\***Куандыкова Маржан Болатбековна**-преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент " Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\***Zhumash.N**-is a 4th year student of the Caspian Public University with a degree in Public Service, [nursultanzhumash@mail.ru](mailto:nursultanzhumash@mail.ru)

**Kuandykova Marzhan Bolatbekovna**-Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, master of economics, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)



## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Зайнельканов З.Д. <sup>1</sup>

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
Научный руководитель м.э.н., Большекбаева К.О.

**Аннотация:** В статье рассматриваются особенности развития экономики Казахстана в контексте современных вызовов и глобальных тенденций. Анализируются ключевые факторы, влияющие на экономический рост, включая роль природных ресурсов, развитие инфраструктуры, диверсификацию экономики и внедрение инновационных технологий. Особое внимание уделено государственной политике в области поддержки малого и среднего бизнеса, а также стратегическим инициативам, направленным на интеграцию Казахстана в мировую экономику. Оценивается влияние международных экономических партнерств, таких как ЕАЭС и инициативы «Один пояс — один путь». Выделены перспективы устойчивого роста с учётом экологических и социальных факторов.

**Ключевые слова:** экономика Казахстана, экономический рост, диверсификация, государственная политика, устойчивое развитие.

## FEATURES OF KAZAKHSTAN'S ECONOMIC DEVELOPMENT

Zainelkanov Z.D. <sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
scientific supervisor, Master of Economic Sciences, Bolshekbayeva K.O.

**Abstract:** The article examines the features of economic development in Kazakhstan in the context of modern challenges and global trends. Key factors influencing economic growth are analyzed, including the role of natural resources, infrastructure development, economic diversification, and the introduction of innovative technologies. Particular attention is paid to government policies aimed at supporting small and medium-sized businesses, as well as strategic initiatives for integrating Kazakhstan into the global economy. The impact of international economic partnerships, such as the EAEU and the Belt and Road Initiative, is assessed. Prospects for sustainable growth, considering environmental and social factors, are highlighted.

**Keywords:** Kazakhstan economy, economic growth, diversification, government policy, sustainable development.

## ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫНЫҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Зайнельканов З.Д. <sup>1</sup>

Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы  
ғылыми жетекші э.ғ.м., Большекбаева К.О

**Андапта:** Мақалада Қазақстан экономикасының қазіргі заманғы сын-қатерлер мен жаһандық үрдістер контексіндегі даму ерекшеліктері қарастырылады. Экономикалық өсімге әсер ететін негізгі факторлар, соның ішінде табиғи ресурстардың рөлі, инфрақұрылымды дамыту, экономиканы әртараптандыру және инновациялық технологияларды енгізу талданады. Шағын және орта бизнесті қолдауға бағытталған мемлекеттік саясатқа, сондай-ақ Қазақстанның әлемдік экономикаға интеграциялау жөніндегі стратегиялық бастамаларына ерекше назар аударылады. ЕАЭО және «Бір

белдеу – бір жол» бастамалары сияқты халықаралық экономикалық әріптестіктердің әсері бағаланады. Экологиялық және әлеуметтік факторларды ескере отырып, орнықты өсудің перспективалары белгіленеді.

**Кілт сөздер:** Қазақстан экономикасы, экономикалық өсім, әртараптандыру, мемлекеттік саясат, орнықты даму.

Қазақстан, расположенный в самом центре Евразии, является одной из наиболее динамично развивающихся экономик региона. Обладая обширными природными ресурсами — нефтью, газом, углем, рудными ископаемыми и редкоземельными металлами, страна обеспечивает стабильный экономический рост и привлекает значительные иностранные инвестиции.

Ключевой особенностью экономики Казахстана является его уникальное географическое положение. Будучи транзитным узлом между Европой и Азией, а также между Россией и Китаем, страна играет важную роль в международной торговле и глобальных транспортных коридорах. Казахстан активно развивает инфраструктуру, включая Транссибирскую железную дорогу, маршруты через Каспийское море и инициативу «Один пояс — один путь», что укрепляет его позиции как логистического центра.

Еще одной значимой чертой экономики является стратегическое стремление к диверсификации. В последние годы правительство Казахстана принимает активные меры для снижения зависимости от нефтяного сектора, фокусируясь на развитии других отраслей, таких как сельское хозяйство, туризм, IT-технологии и сфера услуг. Для достижения этой цели создаются благоприятные условия для привлечения иностранных инвестиций, модернизируется законодательство, а также внедряются программы по стимулированию инноваций.

Важную роль в повышении конкурентоспособности экономики играет цифровизация. Казахстан активно внедряет передовые технологии, развивая электронную коммерцию, цифровую инфраструктуру и государственные онлайн-сервисы. Эти шаги способствуют повышению эффективности бизнеса и улучшению качества жизни граждан.

Статья подробно рассматривает особенности экономики Казахстана, включая ключевые отрасли, инвестиционную политику и государственные инициативы по стимулированию роста и модернизации. Также анализируются перспективы экономического развития страны, с особым акцентом на инновации, цифровизацию и роль Казахстана в глобальной экономике.

Қазақстан выделяется среди стран богатством природных ресурсов, особенно нефти и газа, что делает эту отрасль ключевым элементом национальной экономики. Государство занимает лидирующие позиции в добыче и экспорте углеводородов, что оказывает значительное влияние на формирование ВВП и экспортных доходов.

Нефтегазовая отрасль страны динамично развивается благодаря привлечению зарубежных инвестиций и внедрению передовых технологий. Международные компании активно участвуют в добыче, переработке и транспортировке энергоресурсов, что способствует созданию новых рабочих мест, развитию транспортной и промышленной инфраструктуры, а также укреплению международного сотрудничества.

Осознавая риски избыточной зависимости от нефтегазового сектора, Казахстан активно диверсифицирует свою экономику. Важное внимание уделяется развитию таких направлений, как сельское хозяйство, туризм, IT-сектор и услуги.

Сельское хозяйство является одной из приоритетных отраслей благодаря обширным плодородным землям и благоприятным климатическим условиям. Казахстан известен как крупный производитель зерна, мяса и молочной продукции, что способствует продовольственной безопасности страны и росту экспортного потенциала.

Туризм также развивается как перспективное направление. Казахстан привлекает внимание туристов своими природными красотами, историческими памятниками и

уникальной культурой. Правительство инвестирует в развитие туристической инфраструктуры и проводит мероприятия для повышения узнаваемости страны на международной арене.

Казахстан активно работает над улучшением инвестиционной привлекательности. Иностранным инвесторам предоставляются налоговые льготы, упрощенные административные процедуры и гарантии защиты их прав.

В рамках поддержки инноваций государство создает условия для развития стартапов и малых предприятий. Технопарки, инкубаторы и другие специализированные площадки предлагают инфраструктуру и консультационные услуги для реализации инновационных проектов, что способствует формированию современной экономики, основанной на знаниях и технологиях.

Практические рекомендации:

#### 1. Углубление диверсификации экономики

Для обеспечения устойчивого развития Казахстану следует продолжать активно диверсифицировать экономику, развивая как традиционные отрасли (сельское хозяйство, туризм), так и перспективные направления: информационные технологии, возобновляемую энергетику и высокотехнологичное производство. Эффективным инструментом могут стать специальные экономические зоны, программы поддержки стартапов и инновационных предприятий, а также льготные условия для внедрения зеленых технологий.

#### 2. Привлечение инвестиций

Иностранные инвестиции играют ключевую роль в ускорении экономического роста. Для повышения их притока необходимо продолжать совершенствовать инвестиционный климат, включая упрощение административных процедур, обеспечение надежной правовой защиты и создание прозрачных условий для ведения бизнеса. Рекомендуется проводить международные форумы, презентации перспективных проектов и активное продвижение Казахстана как выгодного инвестиционного направления на глобальном уровне.

#### 3. Развитие человеческого капитала

Ключ к долгосрочному успеху экономики — инвестиции в человеческий капитал. Важно модернизировать систему образования, ориентируя её на современные потребности рынка труда, а также стимулировать научные исследования и инновационную деятельность. Кроме того, государству следует развивать программы профессиональной подготовки и переподготовки, чтобы обеспечить граждан необходимыми навыками для работы в высокотехнологичных отраслях.

#### 4. Укрепление цифровой инфраструктуры

Цифровизация экономики является одним из важнейших направлений развития. Казахстану необходимо расширять доступ к высокоскоростному интернету, улучшать качество связи и развивать цифровые платформы для бизнеса и населения. Также важно повышать уровень цифровой грамотности и обеспечивать доступ к государственным услугам через электронные сервисы. Это не только повысит эффективность экономики, но и создаст условия для роста сектора ИТ и других цифровых отраслей.

Реализация данных рекомендаций позволит Казахстану укрепить свои экономические позиции, повысить конкурентоспособность и заложить основу для долгосрочного устойчивого роста.

Экономика Казахстана обладает уникальными особенностями, которые влияют на ее развитие и перспективы. Среди ключевых факторов, способствующих экономическому росту страны, можно выделить развитие нефтегазовой отрасли, диверсификацию экономики, создание благоприятного инвестиционного климата и развитие инновационных технологий.

Казахстан нацелен на укрепление позиций среди ведущих экономических держав региона и активно работает над улучшением своих экономических показателей. Страна имеет

значительный потенциал для развития различных секторов и привлечения иностранных инвестиций, что открывает перспективы для стабильного экономического роста и процветания в будущем.

#### Список использованной литературы

1. <https://kokshetau.asia/newskz/ekonomnews/osobennosti-ekonomiki-kazahstana-vzglyad-v-budushhee/> (Электронный ресурс)
2. Национальный банк Республики Казахстан. (2023). Экономический обзор Казахстана: текущие тенденции и прогнозы. Получено с сайта: <https://www.nationalbank.kz>

#### Сведения об авторе

1. Зайнелканов Зулкарнай Дауренович студент, Каспийского Общественного Университета, Казахстан, Алматы, e-mail: [fasup9@gmail.com](mailto:fasup9@gmail.com)

УДК 504.06

### ҚАЗІРГІ КЕЗДЕГІ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ҚАУІПСІЗДІКТІҢ ӨЗЕКТІЛІГІ

Ибраева А.С.<sup>1</sup>, Отарбаева А.Б.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Ұсынылған мақала Қазақстан Республикасының экологиялық қауіпсіздік мәселелері мен жағдайларын зерттеуге арналған. Осы тұста мемлекеттік басқару, сонымен қатар мемлекеттік органдар мен лауазымды тұлғалардың атқаратын функциялары талданды. Экологиялық қауіпсіздікті қамтамасыз ету мақсатындағы ұлттық саясаттың негізгі бағдары, перспективалары мен сын-қатерлері айқындалды. Экологиялық қауіпсіздік саласындағы мемлекеттік қызмет және шетелдік тәжірибеге көз жүгірту арқылы аталмыш саланы реттеуді жетілдірудің мүмкін жолдары ұсынылды.

**Түйін сөздер:** экология, экологиялық қауіпсіздік, мемлекеттік қызмет, ұлттық қауіпсіздік, экологиялық мәселелер.

### АКТУАЛЬНОСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Ибраева А.С.<sup>1</sup>, Отарбаева А.Б.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Представленная статья посвящена изучению вопросов и условий экологической безопасности Республики Казахстан. Рассматривая данный вопрос как часть национальной безопасности, особое внимание было уделено его влиянию на здоровье и потенциал населения РК. Определены основные ориентиры, перспективы и вызовы национальной политики в целях обеспечения экологической безопасности. Были предложены возможные пути совершенствования регулирования данной отрасли путем изучения государственной службы в области экологической безопасности и зарубежного опыта.

**Ключевые слова:** экология, экологическая безопасность, государственная служба, национальная безопасность, экологические проблемы.

## THE RELEVANCE OF ENVIRONMENTAL SECURITY IN THE MODERN REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Ibrayeva A.S.<sup>1</sup>, Otarbayeva A.B.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** The presented article is devoted to the study of issues and conditions of environmental security of the Republic of Kazakhstan. Considering this issue as a part of national security, special attention was paid to its impact on the health and potential of the population of the RK. Here the state management as well as functions performed by state bodies and officials are analysed. The main benchmarks, perspectives and challenges of the national policy to ensure environmental security have been identified. Possible ways to improve the regulation of this sector by studying the public service in the field of environmental security and foreign experience were proposed.

**Keywords:** ecology, environmental security, public service, national security, environmental problems.

Еліміздегі экологиялық қауіпсіздік мәселесі – адамзат өркениетінде күн тәртібінде тұрған ең өзекті мәселелердің бірі. Бұл мәселе ХХ ғасыр соңында ғылыми-техникалық прогресс өршіген тұста өз бастауын алған болатын, яғни, адамдардың антропогендік және техногендік ықпалдарының нәтижесінде экологиялық мәселелер пайда болды дей аламыз. Мемлекеттік басқарудың аталмыш саласын реттеуі қоршаған ортамызды қорғау барысындағы мемлекеттік саясатты дұрыс жүргізумен пара-пар десек те болады.

Экологиялық қауіпсіздікке кепілдік беретін бірден-бір заңи құжат – Қазақстан Республикасының Конституциясы. ҚР Конституциясының *31-бабына* сәйкес «Мемлекет адамның өмір сүруі мен денсаулығына қолайлы айналадағы ортаны қорғауды мақсат етіп қояды» деп көрсетілген. Бұл дегеніміз, мемлекет және оның аталмыш саладағы ведомстволық органдары экологиялық қауіпсіздіктің орнығуына тікелей жауапты. Бірақ, өзіміздің қоршаған ортамыздың таза, дұрыс сақталуын тек мемлекетке ғана артып қоюымыз дұрыс емес, себебі ҚР Конституциясының *38-бабына* сәйкес «Қазақстан Республикасының азаматтары табиғатты сақтауға және табиғат байлықтарына ұқыпты қарауға міндетті» [1]. Сондықтан, бұл күллі адамзат баласының конституциялық міндеті деп танымыз.

Жалпы экологиялық қауіпсіздік не үшін қажет? Оның негізгі мәні – қоршаған ортаның тепе-теңдігін бұзбай, экологиялық тазалықты сақтап, адамдардың қажеттіліктерін қамтамасыз ете отырып мемлекеттік басқаруды жүзеге асыру болып табылады. Қазақстан Республикасындағы экологиялық қауіпсіздік елдің орнықты дамуының негізгі факторына айналууда. Мемлекеттік қызмет экологиялық саясатты әзірлеу және іске асыру арқылы экологиялық нормалардың сақталуын бақылауды қамтамасыз ету арқылы экологиялық мәселелерді шешуде орталық рөл атқарады. Бұл тұста мемлекет нормашығарушылық және бақылаушылық функцияларын жүзеге асырады деп тұжырымдай аламыз.

*Экологиялық қауіпсіздік* – ұлттық қауіпсіздіктің бір бөлігі. 2016 жылы 6 қаңтарда «Қазақстан Республикасының ұлттық қауіпсіздігі туралы» Заң қабылданған болатын және онда экологиялық қауіпсіздікке келесідей түсіндірме берілген: «*Экологиялық қауіпсіздік* – қоршаған ортаға антропогендік және табиғи әсерлер салдарынан туындайтын қауіп-қатерлерден адамның және азаматтың өмірлік маңызы бар мүдделері мен құқықтарының, қоғам мен мемлекеттің қорғалуының жай-күйі болып табылады» [2].

Сонымен бірге, экологиялық қауіпсіздік – бұл табиғатты қорғау ғана емес, сонымен қатар азаматтардың денсаулығы мен экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету. Климаттың өзгеруі және экожүйелерге тұрақты қауіп төнген жағдайда табиғи ресурстарды сақтауға бағытталған стратегияны әзірлеу маңызды, оны тиімді пайдалануды мемлекеттік қызмет қолдауы керек. 2021 жылдың 2 қаңтарында Қазақстан Республикасының Экологиялық Кодексі қабылданған болатын. Онда қоршаған ортаны қорғау, қоршаған ортаны қорғау саласындағы мемлекеттік басқару, экологиялық қатынастарды мемлекеттік реттеу, экологиялық нормалау секілді негізгі басымдықты алатын тарауларға жеке-жеке түсінік бере отырып, мемлекеттік басқарудың экологиялық қауіпсіздік саласындағы функциялары көрсетілген [3]. Ол тақырыпқа мақаламыздың барысында тоқталып өтетін боламыз.

Жалпы экологиялық саладағы мемлекеттік қызметті *ҚР Экология және табиғи ресурстар министрлігі* жүзеге асырады. Бұл мемлекеттік органның негізгі функцияларына келесілерді жатқызамыз:

- 1) мемлекеттік экологиялық саясатты әзірлеу және іске асыру;
- 2) су ресурстарын қорғау;
- 3) қоршаған ортаның сапасын бақылау;
- 4) табиғи ресурстарды басқару;
- 5) экологиялық жағдайларды талдау және алдын-ала болжау;
- 6) экология саласындағы халықаралық ынтымақтастық және өзара келісімдерді жүзеге асыру;
- 7) өзекті экологиялық жобаларды, бағдарламаларды әзірлеп, іске асыру.

Ендігі кезекте еліміздегі ең өзекті экологиялық мәселелерді атап өтейін. Барлығымыз білетін табиғи экологиялық жүйелердің бұзылуы, флора-фаунаның тозуы салдарынан тұрғындардың денсаулығына, әлеуметіне елеулі зиян келтірген Арал теңізі аймағы және Семей өңірі экологиялық апатты аймақтар болып жарияланған еді. Қазіргі таңда, бұрынғы Семей полигонының жанындағы шектес 85 елді мекенде 71,9 мың халықта онкологиялық аурулардың белгісі көрініп, қан айналымы жүйесінің аурулары, жаңа туған сәбилердегі кеселдердің және ерте қартаю секілді әртүрлі апаттық жағдайлардың көрінісі өте жоғары деңгейде болды. Ал Арал өңірі экологиялық апат аймағында (186,3 мың халқы бар 178 елді мекен) әйелдер мен балалардың арасындағы асқазан-ішек аурулары, туа біткен патологиялардың жоғарғы деңгейі байқалады [4, 28 б.].

Келесі бір өзекті мәселе ретінде ауаның ластануын қарастырсақ болады. Республиканың аумағындағы автокөліктер ауа бассейнінің және қоршаған ортаның басқа компоненттерінің ластануына айтарлықтай септігін тигізу үстінде. Оның шығарындылары, әсіресе үлкен қалаларда, 25-50% құрайды. Атмосфераның автомобильдердің пайдаланылған газдарымен ластануы бойынша бірінші орында Алматы - 75%, одан кейін Ақтөбе - 47,1, Семей - 46,6, Тараз - 43,1, Өскемен - 41,4% тұр. Ең аз пайдаланылған газ Жезқазған - 14,8, Петропавл - 26,3 және Риддер - 27,6% атмосферасында болады. Алайда, атмосфералық ауаның ең жоғары газдануы Қостанай - 84,7% және Орал - 81,7% сияқты қалаларда белгіленді, мұнда өнеркәсіптік кәсіпорындар мен автокөліктер жоғарыда аталған қалаларға қарағанда салыстырмалы түрде аз. Автокөліктер ауаны және белгілі бір дәрежеде топырақ пен суды негізгі ластанушы заттар болып табылады [5].

Сонымен қатар, еліміздегі экологиялық апатқа ұшырап жатқан нүктелерінің бірі – су көздері, олар, әсіресе, зиянды қоқыстардан және қалдық суларды жіберуден ластану үстінде. Ластанған су көздерінің қатарына келесілерді жатқыза аламыз: Ертіс, Іле, Елек, Нұра, Сырдария өзендері және де Самарқанд су қоймасы. Осы тұста сулы-батпақты жерлерді, ормандарды және жануарлар әлемін қорғау секілді экологиялық проблемалар туындауы мүмкін.

Қазақстанда оның бірегей табиғи жағдайларын ескере отырып, экологиялық қауіпсіздік проблемалары бірінші кезекте су ресурстарын қоса алғанда, табиғи

ресурстарды ұтымды пайдалану мәселелері болып табылады. Қазақстанда қазіргі таңда тұщы судың, яғни ауыз суының тапшылығы өте өзекті, бұл тек табиғи факторлардың ғана емес, сонымен қатар су ресурстарын тиімсіз пайдаланудың, климаттық өзгерістердің және су айдындарының ластануының нәтижесі болып табылады. Қазақстан – орташа жылдық жауын-шашын мөлшері жылына 300 мм-ден аспайтын дала аймағы жоғары ел. Бұл Орталық Азия елдерін, соның ішінде Қазақстанды әлемдегі ең құрғақ аймақтардың біріне айналдырады. Су ресурстары Ертіс, Орал және Сырдария сияқты бірнеше ірі өзендерде шоғырланған, бірақ олардың саны көбінесе экономиканың барлық секторлары мен халықтың қажеттіліктері үшін жеткіліксіз, сонымен бірге жоғарыда атап өткеніміздей, аталмыш өзендер де экологиялық апатқа ұшырау үстінде. Қазақстан Республикасы экологиялық қауіпсіздікті, оның ішінде су ресурстары саласындағы қауіпсіздікті қамтамасыз етудің маңыздылығын түсінеді және жағдайды жақсарту үшін оңтайлы қадамдар жасауда деп айта аламыз.

Соңғы жылдары Қазақстан су қауіпсіздігін жақсартуға және су ресурстарын тиімді пайдалануға бағытталған бірнеше атаулы мемлекеттік бағдарламаларды белсенді түрде іске асыруда. Осыған байланысты ҚР Үкіметі 2002 жылы қаңтар айында «2002-2010 жылдарға арналған «Ауыз су» салалық бағдарламасы туралы» қаулы шығарған болатын. Аталмыш бағдарлама елдің халқын қажетті мөлшерде және кепілдікті сапасында ауыз сумен тұрақты қамтамасыз ету, азаматтардың денсаулығы жай-күйін жақсарту мақсатында қабылданған еді. 2024 жылы ҚР Үкіметімен «Қазақстан Республикасының су ресурстарын басқару жүйесін дамытудың 2024 – 2030 жылдарға арналған тұжырымдамасы» қабылданған болатын [6]. Ал бұл бағдарлама сумен жабдықтау және су бұру инфрақұрылымын жақсарту, суару жүйелерін жаңарту және ауыл шаруашылығында суды пайдалану тиімділігін арттыру жобаларын қамтиды. Сонымен бірге, бағдарлама жаңа су қоймаларын салуды, арналарды жаңғыртуды, сумен жабдықтау және су бұру жүйесін жақсартуды, сондай-ақ су ресурстарын үнемдеуге көшуді көздейді. Бағдарламаның маңызды бөлігі су объектілерінің ластануынан қорғау және су сапасын бақылау жүйесін құру болып табылады.

Экологиялық мәселелерге байланысты осы уақытқа дейін әртүрлі тұжырымдамалар қабылданып, халықтың қоғамдық әлеуетін дамытуда елеулі өзгерістер орын алып отыр. Мемлекет дамуының стратегиялық құжаттары әзірленді, табиғат қорғау заңнамасының негізі құралды. Аталмыш саладағы маңызды қатынастарды бірден-бір реттеуші ретінде келесідей құқықтық актілерді айта аламыз. Мысалы, 2021 жылғы ҚР «Экологиялық кодексі», 2006 жылғы «Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы» ҚР Заңы, 2017 жылғы «Жер қойнауы және жер қойнауын пайдалану туралы» ҚР Кодексі, 2003 жылғы кешенді Орман, Су және Жер кодекстері қабылданып, әлі күнге қолданылып келеді.

Экологиялық проблемалар Қазақстанның тұрақты дамуы үшін аса маңызды сын-тегеуріндер болып табылады. Географиялық орналасуын, климаттың өзгеруін және табиғи ресурстарды қарқынды пайдалануды ескере отырып, ел су мен ауа ресурстарының ластануы, жердің деградациясы, биоәртүрліліктің жоғалуы және климаттың өзгеруінің салдары сияқты елеулі экологиялық қауіптерге тап болады. Бұл мәселелерді шешуде **мемлекеттік органдар** және олардың *тиімді экологиялық саясаттар мен шараларды реттеу, бақылау және енгізу қабілеті* шешуші рөл атқарады.

ҚР Экология және табиғи ресурстар министрлігі қоршаған ортаны қорғау саласындағы мемлекеттік басқаруды жүзеге асыратын *орталық атқарушы орган* болып табылады. Одан өзге, аталмыш министрліктің Экологиялық реттеу және бақылау комитеті белсенді қызмет атқарады. Оның негізі функциялары ретінде келесілерді айта аламыз:

- *Экологиялық нормалар мен стандарттардың сақталуын бақылау*: комитет кәсіпорындарды, ұйымдарды және жеке тұлғаларды қоршаған ортаны қорғау туралы, оның ішінде су бұру, атмосфераға ластаушы заттардың шығарындылары, сондай-ақ қалдықтармен жұмыс істеу мәселелері бойынша заңнаманың сақталуына тексереді.

- *Экологиялық сараптаманы жүзеге асыру*: комитет ірі құрылыс, инфрақұрылымдық және өнеркәсіптік объектілер үшін жобаларға экологиялық сараптама және қоршаған ортаға әсерді бағалауды (ҚОӘБ) жүргізеді.

Қазақстанның облыстары мен қалалары деңгейінде жергілікті Экология және қоршаған орта басқармалары жұмыс істейді, олар экологиялық бағдарламаларды іске асыру бойынша функцияларды жүзеге асырады және жергілікті жерлерде экологиялық стандарттардың сақталуын бақылайды. Олар қалдықтарды іске жарату, су айдындарын қорғау және табиғи аумақтарды қорғау сияқты жергілікті экологиялық мәселелерді шешуде маңызды рөл атқарады.

Аталмыш мемлекеттік органдар, ұйымдар немесе лауызымды тұлғалар экологиялық қауіпсіздікті іске асыру үшін келесідей әрекеттерді жүзеге асырады: табиғи ресурстарды сақтау, ұтымды пайдалану, қалпына келтіру; қоршаған орта мен ел халқы үшін антропогендік факторлардың қауіптілік деңгейін азайту; экологиялық теңгерімділікті қамтамасыз ету; экологиялық апат аймақтардағы халық үшін теріс салдарды жою; қоғамды экологияландыру; экологиялық жоғары мәдениетті қалыптастыру; ҚР азаматтарының экологиялық ақпаратқа қол жеткізу алуын қамтамасыз ету; халықаралық ынтымақтастықта әріптестік қатынастарды орнату және сол секілді өзге де уәкілетті әрекеттерді жүзеге асырады [2].

Өсіп келе жатқан экологиялық қатерлер аясында Қазақстан табиғи ресурстарды орнықты басқаруға және экологиялық жағдайды жақсартуға бағытталған шаралар қабылдауда. Қазақстан Республикасының бірыңғай мемлекеттік экологиялық саясаты Қазақстан Республикасының Үкіметі әзірлеген негізгі бағыттар бойынша іске асырылады.

Осы тұста **2024-2029 жылдарға арналған «Таза Қазақстан» экологиялық мәдениетті дамыту тұжырымдамасын атап өтсек болады. Аталмыш тұжырымдаманы ҚР Президенті Қ.Тоқаев** Экология және табиғи ресурстар министрлігіне мүдделі мемлекеттік органдармен бірлесіп жүзеге асыруды тапсырған болатын. Экологиялық мәдениет пен жауапкершіліктің жоғары деңгейін қалыптастыру, экологиялық білім мен практиканы дамыту, сондай-ақ экологиялық саясатты тиімді іске асыру тұжырымдаманың негізі болып табылады. Бұл кешенді шешімдер мен халықтың барлық тобының белсенді қатысуын талап етеді.

Келесі бағдарлама «Нұрлы жол», 2015 жылы іске қосылған бұл бағдарлама елдің инфрақұрылымын дамытуға, соның ішінде сумен жабдықтау мен су бұруды жақсартуға, су айдындарының жағдайын қалпына келтіруге және жақсартуға бағытталған. Бағдарлама шеңберінде су объектілерін, су қоймаларын және ирригациялық жүйелерді жаңғырту бойынша жобалар 2022 жылға дейін іске асырылды.

Ең басты қарастырылатын стратегия – «Қазақстан-2050» стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» еліміздің «жасыл» даму жолына көшуі кезінде экономиканың орнықты және тиімді нарықтық моделін құрудың нақты бағдарларын белгілеп берген болатын. «Жасыл экономика» экономикалық өркендеуді халықтың өмір сүру сапасының жоғары деңгейімен, қоршаған ортаға және адам денсаулығына барынша аз зиян келтіре отырып табиғи ресурстарды орнықты және ұтымды пайдаланумен біріктіреді, сондай-ақ қазіргі және болашақ ұрпақтың мүдделерін ескереді және елдің қабылдаған халықаралық экологиялық міндеттемелеріне, конвенцияларға сәйкес келген болатын. Бірақ бұл ұлттық жоба 2021 жылы бекітіліп, 2023 жылға дейін іске асырылған болатын.

Қазақстан Республикасы тек қана ұлттық жобаларды іске асырып, ішкі реттеуші құқықтық актілер шығарып қана қоймай, жаһандық экологиялық бастамаларға да белсенді қатысады. Еліміз 30-ға жуық халықаралық келісімшарттарға қол қоя отырып, ратификациялауды жүзеге асырды. Кейбір халықаралық маңызды конвенцияларды атап өтейік.

Алыс қашықтықтағы трансшекаралық ауаның ластануы туралы Конвенция (Женева, 1979) – бұл адамдардың денсаулығы мен қоршаған ортаға әсер ететін елдердің



шекаралары арқылы ұзақ қашықтыққа тасымалданатын ауаның ластануын азайтуға бағытталған халықаралық келісім. ҚР аталмыш конвенцияны 2000 жылдың қазан айында ратификациялаған болатын [7]. Бұл құжатқа қосылу Қазақстан үшін қандай артықшылықтар береді деген сұрақ туындауы мүмкін. Мысалы, ауаның ластануын азайту жөніндегі халықаралық іс-әрекеттерге қатысу; халықаралық ұйымдардан техникалық көмек және кеңес алу. Орталық Азия үшін, оның ішінде Қазақстан үшін бұл Конвенцияның стратегиялық маңызы бар. Аймақтағы ауаның ластануы көбінесе трансшекаралық сипатқа ие және халықаралық келісімдердегі ынтымақтастық оның әсерін азайтуға, өмір сүру жағдайларын жақсартуға және барлық деңгейдегі ластанудан болатын зиянды азайтуға көмектеседі.

Сонымен қатар, Біріккен Ұлттар Ұйымының Климаттың өзгеруі туралы негіздемелік конвенциясы (Рио-де-Женейро, 1992) - БҰҰ-ның Қоршаған орта және даму жөніндегі конференциясы аясында қабылданды. Конвенция климаттың өзгеруіне қарсы халықаралық күш-жігердің негізі болып табылады. Ал еліміз бұл құжатты 1995 жылы ратификациялаған болатын [8]. Бұл қосылу елдің климаттық өзгеруіне қарсы халықаралық күш-жігерге деген ұмтылысын және парниктік газдар шығарындыларын азайтудың жаһандық процестеріне қатысуын көрсетті.

Қазақстанның БҰҰ-ның Климаттың өзгеруі туралы негіздемелік конвенциясына қосылуы және басқа да халықаралық климаттық бастамаларға қатысуы елдің жаһандық климаттық проблемаларды шешуге ұмтылысын растайды. Сонымен қатар, Қазақстан үшін экологиялық тұрақтылық пен көміртегі көздеріне энергетикалық тәуелділікке байланысты сын-қатерлер маңызды болып қала береді. Осы тұрғыда шығарындыларды азайту жөніндегі Ұлттық жоспарларды іске асыру және жаңартылатын энергия көздерін дамыту ел саясатындағы маңызды бағыттарға айналуға.

Қоршаған ортаны қорғау саласындағы мемлекеттік органдар, мекемелер мен лауазымды тұлғалардың рөлі туралы жоғарыда атап өттік. Олар өз функцияларын келесідей реттеу құралдары арқылы жүзеге асырады:

- 1) қоршаған ортаны қорғау саласындағы қызметті лицензиялау;
- 2) экологиялық нормалау;
- 3) қоршаған ортаны қорғау саласындағы техникалық реттеу;
- 4) экологиялық бағалау;
- 5) мемлекеттік экологиялық сараптама;
- 6) экологиялық рұқсаттар және қоршаған ортаға әсер ету туралы декларациялар;
- 7) қоршаған орта мен табиғи ресурстар мониторингі;
- 8) мемлекеттік экологиялық бақылау;
- 9) қалдықтарды жинау, сұрыптау және тасымалдау жөніндегі қызметтің хабарлама жасау тәртібі;
- 10) парниктік газдардың шығарылуы мен сіңірілуі саласындағы мемлекеттік реттеу.

Экологиялық мәселелерді шешудің маңызды аспектілерінің бірі – қоршаған ортаның жай-күйін бақылау. Бұл үшін Қазақстанда ауаның, судың, топырақтың және экожүйелердің басқа да компоненттерінің сапасы туралы өзекті ақпарат алуға мүмкіндік беретін экологиялық мониторинг жүйелері әзірленуде. Бұл процесте антропогендік факторлардың қоршаған ортаға әсерін бағалауға, табиғи ресурстарды тазарту мен пайдаланудың жаңа әдіс-тәсілдерін, бағдарламаларын жасауға бағытталған ғылыми зерттеулер маңызды рөл атқарады.

**Қорытындылайтын болсақ**, экологиялық қауіпсіздік саласындағы мемлекеттік саясат Қазақстан Республикасының Конституциясы негізінде жүзеге асырылады және табиғи жүйелердің, қоғамның өмірлік маңызы бар мүдделері мен жеке адамның құқықтарының қоршаған ортаға антропогендік және табиғи әсер етудің нәтижесінде туындайтын қатерлерден қорғауды қамтамасыз етуге бағытталған.

Қазақстанның экологиялық проблемаларын шешудегі және қоршаған ортаны қорғаудағы мемлекеттік қызметінің рөлін асыра бағалау мүмкін емес, өйткені ол елдегі

экологиялық саясаттың, экологиялық бастамаларды реттеу мен іске асырудың негізгі қозғаушысы болып табылады. Соңғы онжылдықтарда Қазақстан Республикасы табиғи ресурстарды қорғауға, халықтың өмір сүру сапасын жақсартуға және өзгермелі экологиялық жағдайларға бейімделуге бағытталған стратегиялар мен бағдарламаларды әзірлеу мен енгізуде елеулі қадамдар жасады.

ҚР Экология және табиғи ресурстар министрлігі, сондай-ақ басқа да мемлекеттік және жергілікті органдар сияқты ведомстволық мекемелер «Қоршаған ортаны қорғаудың мемлекеттік бағдарламасы», «Жасыл экономикаға көшу бағдарламасы» сияқты мемлекеттік бағдарламаларды құруға және жүзеге асыруға белсенді қатысады. Бұл бағдарламалар ластану деңгейін төмендетуге, табиғи ресурстарды ұтымды пайдалануға, биоәртүрлілікті қорғауға және ірі өнеркәсіптік және ауылдық аймақтардағы экологиялық жағдайды жақсартуға бағытталған.

Сонымен қатар, мемлекеттік қызмет қоршаған ортаның жай-күйін бақылауда және экологиялық стандарттардың сақталуын бақылауда шешуші рөл атқарады, бұл жағымсыз экологиялық факторларды анықтауға және жоюға ықпал етеді. Ғылыми зерттеулер мен халықаралық ынтымақтастық жаһандық және жергілікті экологиялық мәселелерді тиімді шешуге бағытталған экологиялық жұмыстың, бағдарламалардың маңызды аспектілері болып табылады.

Осылайша, Қазақстан Республикасының мемлекеттік қызметі экологиялық орнықты стратегиялар мен бағдарламаларды енгізу, сондай-ақ табиғи ресурстарды тиімді басқару арқылы елдің экологиялық қауіпсіздігін қамтамасыз етуде және қоршаған ортаның сапасын жақсартуда өзінің маңызды рөлін жалғастыруда. Болашақта осы бағдарламаларды табысты іске асыру және экологияға мемлекеттік көзқарасты ұдайы жетілдіру Қазақстанның орнықты дамуы мен оның азаматтарының әл-ауқаты үшін түйінді мәнге ие болады.

### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:**

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы – 1995.
2. Қазақстан Республикасының ұлттық қауіпсіздігі туралы Қазақстан Республикасының 2012 жылғы 6 қаңтардағы № 527-IV Заңы.
3. Қазақстан Республикасының 2021 жылғы 2 қаңтардағы № 400-VI ҚРЗ Экологиялық Кодексі.
4. Абубакирова Қ.Д. Таныбаева А.Қ. Базарбаева Т.А. Қазақстан Республикасының экологиялық қауіпсіздігі. – Алматы: Қазақ ун-ті, 2015. – 228 б.
5. Современная концепция экологической безопасности Республики Казахстан [Электронды ресурс]. – 2007. – URL: <https://www.vestnik-kafu.info/journal/11/421/> (алынған күні: 19.11.2024).
6. Үкіметінің 2024 жылғы 5 ақпандағы № 66 қаулысы.
7. Қазақстан Республикасының Ауаның алыс қашықтықта шекарааралық ластануы туралы конвенцияға қосылуы туралы Қазақстан Республикасының 2000 жылғы 23 қазан N 89-II Заңы.
8. «БҰҰ ның Климаттың өзгеруі туралы негіздемелік конвенциясын ратификациялау туралы» ҚР Президентінің 1995 жылғы 4 мамырдағы № 2260 Жарлығы.

#### **Автор туралы мәліметтер**

\*Ибраева Айжан Серикқызы – «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4 курс студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: aizhan2004.04@list.ru

\*\*Отарбаева Айжан Базарбаевна – Экономика ғылымдарының магистрі, сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: A-o777@mail.ru

#### **Сведения об авторе**

\*Ибраева Айжан Серикқызы – студентка 4 курса специальности «Государственная служба и управление», Каспийский общественный университет, e-mail: aizhan2004.04@list.ru

\*\*Отарбаева Айжан Базарбаевна – Магистр экономических наук, сеньор-лектор, Каспийский общественный университет, e-mail: A-o777@mail.ru

#### **Information about the author**

\*Ibraeva Aizhan Serikkyzy - 4th year student of speciality «Public Service and Management», Caspian Public University, e-mail: aizhan2004.04@list.ru

\*\*Otarbayeva Aizhan Bazarbayevna – Master's degree in Economics, Senior Lecturer, Caspian Public University, e-mail: A-o777@mail.ru

**УДК 33.331**

### **КӘСІПОРЫНДАРДА ПЕРСОНАЛДЫ ЫНТАЛАНДЫРУ ЖҮЙЕСІНІҢ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ**

**Исанғали А.Б.<sup>1</sup>, Отарбаева А.Б.<sup>2</sup>**

Каспий Қоғамдық Университеті, Қазақстан Республикасы, Алматы қ.

**Аңдатпа.** Бұл мақалада кәсіпорындарда персоналды ынталандыру жүйесінің тиімділігін бағалау мәселесі қарастырылады. Персоналды тиімді ынталандыру ұйымның жалпы өнімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттырудың маңызды факторы болып табылады. Зерттеуде ынталандыру жүйесінің негізгі элементтері, оның ішінде материалдық және материалдық емес ынталандыру құралдары талданады. Сондай-ақ, персоналдың мотивациясын арттыруға әсер ететін факторлар анықталып, қазіргі заманғы әдістердің тиімділігіне шолу жасалады. Мақалада персоналды ынталандыру жүйесін бағалаудың критерийлері мен әдістемесі ұсынылып, нәтижелерін жақсартуға бағытталған ұсыныстар беріледі. Бұл зерттеу кәсіпорындарға өз қызметкерлерінің өнімділігін арттыру және ұйым ішіндегі жұмыс жағдайын жақсарту мақсатында пайдалы бола алады.

**Кілт сөздер:** персоналды ынталандыру, мотивациялау, ұйымның өнімділігі, бәсекеге қабілеттілік, ынталандыру әдістері, жұмыс жағдайын жақсарту, ұйым, персонал.

**Аннотация.** В данной статье рассматривается проблема оценки эффективности системы мотивации персонала в предприятиях. Эффективная мотивация персонала является важным фактором повышения общей производительности и конкурентоспособности организации. В исследовании анализируются основные элементы системы мотивации, включая материальные и нематериальные инструменты стимулирования. Также выявляются факторы, влияющие на повышение мотивации персонала, и проводится обзор эффективности современных методов. В статье предлагаются критерии и методология оценки системы мотивации персонала, а также рекомендации, направленные на улучшение результатов. Данное исследование может быть полезным для предприятий в целях повышения продуктивности сотрудников и улучшения рабочих условий внутри организации.

**Ключевые слова:** мотивация персонала, мотивация, производительность организации, конкурентоспособность, методы мотивации, улучшение условий труда, организация, персонал

**Annotation.** This article examines the problem of assessing the effectiveness of the personnel motivation system in enterprises. Effective personnel motivation is an important factor in increasing the overall productivity and competitiveness of an organization. The study analyzes the main elements of the motivation system, including material and non-material incentive tools. It also identifies factors that influence the increase in personnel motivation and provides an overview of the effectiveness of modern methods. The article proposes criteria and methodology

for assessing the personnel motivation system, as well as recommendations aimed at improving the results. This study can be useful for enterprises in order to increase employee productivity and improve working conditions within the organization.

**Key words:** personnel motivation, motivation, organizational productivity, competitiveness, motivation methods, improvement of working conditions, organization, personnel.

Кез келген кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі мен тұрақты дамуы оның адами ресурстарына тәуелді. Қызметкерлердің жұмысына деген ынтасын арттыру – ұйымның стратегиялық мақсаттарына жетуіндегі басты факторлардың бірі. Бұл тұрғыда тиімді мотивация жүйесін құру және оның нәтижелілігін бағалау өзекті мәселе болып табылады. Қазіргі заманғы кәсіпорындарда персоналды ынталандыру – ұйымның табысты жұмыс істеуін қамтамасыз ететін маңызды аспектілердің бірі. Қызметкерлердің кәсіби белсенділігі мен жұмысқа деген қызығушылығын арттыру арқылы кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін және тұрақтылығын нығайтуға болады. Ынталандыру жүйесі қызметкерлердің қажеттіліктері мен күтілімдерін ескеріп, материалдық және материалдық емес құралдарды тиімді пайдалануды талап етеді.

Персоналды ынталандыру – бұл қызметкерлердің жұмысқа қызығушылығын арттыруға, олардың әлеуетін толық іске асыруға және еңбек тиімділігін көтеруге бағытталған шаралар жүйесі. Ынталандырудың негізгі мақсаттары: қызметкерлердің ұйымға адалдығын арттыру, жұмыс сапасын жақсарту, еңбек өнімділігін арттыру және т.б.

Компанияның көзқарасы бойынша, мотивация жүйесі жеке қажеттіліктер мен тілектерге сәйкес келетін және осылайша мінез-құлықты ынталандыратын мақсаттарды белгілеуді қамтиды. Мотивация осы мақсаттарға жету үшін қажет. Әрбір басшы өзінің қарамағында еңбекқор, жауапты және нәтижелі қызметкерлерді көргісі келеді. Бірақ қызметкер өз міндеттерін өнімді орындау үшін оған қызығушылық таныту керек, яғни, персоналды ынталандыру қажет. Қазіргі уақытта кадрлардың кәсіби дамуын ынталандыру ресурстарды тиімді пайдалануды қамтамасыз етудің және бар кадрлық резервті ұйымдастырудың негізгі құралдарының бірі болып табылады. Мотивация процесінің негізгі мақсаты – жалпы өнімділікті арттыруға мүмкіндік беретін, бар еңбек ресурстарын пайдаланудан максималды нәтиже алу және қазіргі заманғы өндіріс жүйесінің табыстылығы.[1]

Тәжірибеде персоналды ынталандырудың екі негізгі түрі ерекшеленеді – материалдық және материалдық емес мотивация. Материалдық ынталандыру арқылы персоналды мотивациялау ұғымы мен түрлері арнайы түсіндіруді қажет етпейді. Мұндай мотивация қызметкерге өз қызметтік міндеттерін сапалы орындағаны үшін ақшалай төлемдер беру болып табылады. Персоналды материалдық мотивациялаудың түрлеріне бір реттік сыйақылар, бонус жүйесі арқылы марапаттау, жалақыны қосымша арттыру, пайыздық үстемелер және т.б. жатады.

Ешкімге құпия емес, ақша – күнделікті өмірдегі ең маңызды ресурстардың бірі. Көптеген құндылықтарды ақшаға сатып алуға, ірі сатып алуларға жұмсауға немесе инвестицияларға салуға болады. Сондықтан материалдық мотивация қызметкерді ынталандырудың және оның қызметін көтермелеудің ең оңтайлы шешімі болып табылады.[2]

Материалдық емес мотивацияға қызметкерлерге психологиялық әсер ету әдістері жатады. Материалдық емес мотивация – бұл қызметкерлердің жұмысына қызығушылығын арттырып, олардың ұйымға деген адалдығын нығайтуға бағытталған әдістер мен құралдар жүйесі. Бұл мотивация түрі қызметкерлердің ішкі қажеттіліктері мен жеке басымдықтарын ескеруге негізделген. Қызметкерлердің жұмыс тиімділігі мен жалпы қанағаттануын тек материалдық сыйақы арқылы арттыру әрдайым жеткілікті бола бермейді. Жұмыс орнындағы жайлы психологиялық климат, өзін-өзі дамыту мүмкіндігі, басшылық тарапынан тану және қолдау – қызметкерлердің жұмысқа деген ынтасын

арттырудың маңызды аспектілері болып табылады. Мысал келтіретін болсақ: құрмет пен тану, кәсіби даму мүмкіндіктері, жұмыс жағдайларын жақсарту, әлеуметтік қолдау, икемді жұмыс тәртібі.

Кәсіпорындарда персоналды ынталандыру қаншалықты тиімді? Мотивацияланған қызметкерлерсіз ұйым ең жоғары тиімділікпен жұмыс істей алмайды. Әрбір қызметкерді ынталандыруға тиіс мотивация жүйесін әзірлеу басшы үшін күрделі және көп уақытты қажет ететін міндет. Бұл жағдайда туындайтын мәселелер көбінесе қызметкерлерді материалдық және материалдық емес ынталандырудың дұрыс балансын табумен байланысты, өйткені бұл компанияға адалдық пен қызметкерлердің тиімділігін сақтап қана қоймайды, сонымен қатар шығындарды азайтады және өзгерістерге қарсылықты төмендетеді. Қазіргі уақытта әрбір отандық кәсіпорында қызметкерлерді ынталандырудың өзіндік жүйесі бар. Дегенмен, бұл жүйелердің әрқайсысының артықшылықтарымен қатар, компания қызметкерлеріне өз әлеуетін толық іске асыруға және компанияның дамуын «баяулатуға» мүмкіндік бермейтін өз кемшіліктері бар.[3]

Сонымен, кәсіпорындарда персоналды ынталандыру тиімді екеніне көзіміз жетеді. Кәсіпорындағы персоналды ынталандыру жүйесінің тиімділігі – бұл ұйымның стратегиялық мақсаттарына жетуіне, қызметкерлердің жұмыс өнімділігін арттыруына және олардың кәсіпорынға деген адалдығын нығайтуына әсер ететін маңызды фактор. Тиімді ынталандыру жүйесі қызметкерлердің қажеттіліктерін қанағаттандыру мен ұйым мүдделерін үйлестіруге бағытталған. Осы орайда ынталандыру тиімділігіне әсер ететін бірнеше факторларды айта кеткім келіп отыр. Олар:

#### 1. Қызметкерлердің қажеттіліктерін түсіну

Әрбір қызметкердің мотивациясы жеке қажеттіліктері мен басымдықтарына байланысты. Жұмыс беруші қызметкерлердің материалдық және материалдық емес қажеттіліктерін анықтап, соларға сай ынталандыру құралдарын қолдануы қажет.

#### 2. Ұйымның басқару стилі

Ашық және әділ басқару стилі персоналдың мотивациясына оң әсер етеді. Басшылық тарапынан сенім мен қолдауды сезінген қызметкерлер өздерін маңызды сезініп, жұмысқа қызығушылықпен қарайды.

#### 3. Ынталандыру жүйесінің кешенділігі

Материалдық және материалдық емес ынталандыру құралдарын үйлестіре қолдану қызметкерлерге жан-жақты қолдау көрсетуге мүмкіндік береді.

#### 4. Кері байланыс

Қызметкерлердің еңбегін бағалау және оларға жүйелі түрде кері байланыс беру ынталандырудың тиімділігін арттырады.

Міне, осы факторлар кәсіпорындағы персоналды мотивациялау тиімді екеніне дәлел бола алады. Тиімді түрде ұйымдастырылған персоналды ынталандыру жүйесі кәсіпорын үшін келесідей артықшылықтарды қамтамасыз етеді.

Біріншіден, еңбек өнімділігінің артуы. Қызметкерлер өз жұмысына қызығушылықпен және жауапкершілікпен қарайды, бұл жалпы өнімділіктің артуына әкеледі.

Екіншіден, кадр тұрақтылығы. Ынталандыру жүйесі арқылы қызметкерлерді ұзақ мерзім бойы ұстау мүмкіндігі артады, бұл кадрлық ауыс-түйістердің азаюына ықпал етеді. Себебі, өзіңе ұнайтын, өзіңе қолайлы жұмыс орынынан кеткің келмейді. Осылайша, кәсіпорында кадр тұрақтылығы қалыптасады.

Үшіншіден, ұжымдағы оңтайлы атмосфера. Персоналды ынталандыру ұжымдық рухты күшейтіп, командалық жұмысты жақсартады. Кәсіпорында жиі тренингтер өткізіліп тұрса, ондағы қызметкерлердің бір-бірімен ара-қатынасы нығаяды.

Төртіншіден, қызметкерлердің кәсіби өсуі. Қызметкерлердің біліктілігін арттыру және мансаптық өсуге жағдай жасау олардың жұмыс сапасын жақсартады. Бұл материалдық емес мотивация түріне жатады. Қызметкердің дәрежесі өскен сайын, оның жұмысқа қызығушылығы артатыны сөзсіз.

Бесіншіден, ұйымның беделінің артуы. Тиімді ынталандыру жүйесі бар кәсіпорындар тартымды жұмыс орны ретінде танылып, жоғары білікті мамандарды тартуға мүмкіндік береді және ұйым басқа ұйымдардың арасында танымалдылыққа ие болады.

№	Артықшылықтар	Пайдасы
1	Еңбек өнімділігінің артуы	Қызметкерлерге көмек көрсету арқылы еңбек өнімділігін арттыруға болады. Жағдайы жасалған персонал жұмысқа бар ынтасын салары анық.
2	Кадр тұрақтылығы	Қызметкерлерге ынта беру арқылы, оларға әр түрлі іс-шаралар ұйымдастыру- кадрлардық тұрақтылығына алып келеді.
3	Ұжымдағы қолайлы атмосфера	Персоналды ынталандыру арқылы және оған жағдай жасау арқылы жұмыстағы атмосфераны қолайлы етуге болады.
4	Қызметкерлердің кәсіби өсуі	Қызметкерлерге материалдық емес мотивация көрсете отырып, олардың кәсіби өсуіне мүмкіндік беріледі.
5	Ұйым беделінің артуы	Ұйымдағы қызметкерлердің ұйымға көңілі толған сайын, ол ұйым туралы басқаларына да кеңес беруі мүмкін. Осылайша ұйымның беделі арта түседі.

Егер де ұйымда персоналды ынталандыру болмаса не болар еді? Кәсіпорын бұрыңғыдай жетістіктерге жете алады ма? Менің ойымша, кәсіпорында персоналды ынталандырудың болмауы немесе тиімсіз ұйымдастырылуы ұйымның жұмысына елеулі зиян келтіруі мүмкін. Ынталандыру жүйесі қызметкерлердің жұмысқа деген қызығушылығы мен белсенділігін арттыратын негізгі құрал болғандықтан, оның жоқтығы жұмыс сапасының төмендеуіне және басқа да теріс салдарға әкеледі. Соның бірі- еңбек өнімділігінің төмендеуі. Қызметкерлердің мотивациясы болмаған жағдайда, олардың жұмысқа деген қызығушылығы азайып, жауапкершілік деңгейі төмендейді. Бұл жұмыс нәтижесінің сапасына тікелей әсер етеді.

Екінші кезекке кадрлардың жиі ауысуын жатқызуға болады. Қызметкерлер лайықты марапат пен қолдау таппаған жағдайда, басқа ұйымдарға кету мүмкіндігі артады. Себебі, персоналға шамадан тыс жүк артылатын болса, осыған сәйкес қосымша марапат не болмаса ынталандыратын әрекеттер орын алмаса, персоналдың жұмыстан кетуі әбден мүмкін. Бұл кәсіпорынға кадр тұрақсыздығын және жаңа қызметкерлерді оқытуға қосымша шығындарды алып келеді.

Тағы бір салдарына тоқталатын болсақ, ол- ұйымның беделінің түсуі. Қызметкерлер арасында жұмысқа деген қызығушылықтың жоқтығы кәсіпорынның сыртқы имиджіне әсер етеді. Осылайша көптеген персоналдар жұмыстан шығуы мүмкін. Кадрлардың тұрақсыздығы туралы естіген адам, ондай ұйымға жұмысқа бармайды деп ойлаймын. Жақсы жұмыс орнын іздеген талантты мамандар мұндай ұйымнан аулақ болады.

Жалпы, мотивация-ең мықты қозғаушы күш. Қызметкерлерді мотивациялау - жақсы жұмыс істеу немесе нашарлау үшін адам ресурстарын жандандыратын немесе оятатын ең күшті және ықпалды құралдардың бірі. Сондықтан мотивация өте маңызды, тек қай кезден басқа менеджерлер жұмыс орнындағы тиімсіздікті болдырмайды. Марапаттау жүйесі әрбір ұйымның маңызды аспектісі болып табылады, өйткені ол ұйымның өнімділігіне әсер етеді. Қызметкерлер жұмыста қол жеткізген жетістіктері үшін тиісті түрде марапатталмаған жағдайда, бұл төмендеуге әкелуі мүмкін.[4]

Қазіргі нарық жағдайында қаржылық басқару әдістері барған сайын дамып, жетілдіріліп келеді, соның арқасында қолданылатын экономикалық ынталандырулардың тиімділігі артып келеді. Бұдан әр қызметкерге және тұтастай алғанда бүкіл еңбек ұжымына қызметкерлер жеке мақсаттарына қол жеткізуді, сондай-ақ еңбек мәселелерін шешуді тиімді үйлестіре алатындай жағдайлар жасауға болады деген қорытынды жасауға болады. [5] Сонымен қатар, ынталандырудың экономикалық әдістеріне шамадан тыс назар аудару ұсынылмайды, өйткені бұл автоматты түрде жұмысшылардың әлеуметтік-психологиялық ынталандыру аймағының төмендеуіне әкеледі және дәл осы сала ішкі істерге жауап береді. Мотивациялау кәсіпорынның жұмыс өнімділігін арттыруға көмектесетін бірден-бір әдіс деген түйінге келуге болады.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:**

- 1.«Мотивация персонала как фактор повышения эффективности функционирования организации» Шарова Е.Б
- 2.«Система мотивации персонала организации: преимущества и проблемы ее эффективного развития» Иванова О.Е , Полиенко Е.Г
3. Уразалиев, И.А. Ұйымдардағы персоналдың мотивациясы / И.А.Уразалиев. — Мәтін: тікелей // Жас ғалым. - 2023. - № 15 (462). — 151-153 б. — URL: <https://moluch.ru/archive/462/101586/>
4. «Влияние мотивации персонала на эффективность деятельности предприятия» Бонйани Адонис
5. Баялиева, А. К. Влияние мотивации сотрудников на эффективность предприятия / А. К. Баялиева. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 49 (444). — С. 79-81. — URL: <https://moluch.ru/archive/444/97329/>

#### **ӘОЖ 336.67**

#### **КӘСІПОРЫННЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ ЖӘНЕ БАҒАЛАУ**

**Каканова А.Д.<sup>1</sup>, Гумар Н.А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау және бағалау инвесторларға, қаржы менеджерлеріне және басқа да мүдделі тараптарға кәсіпорынның қаншалықты тиімді және тұрақты жұмыс істеп жатқанын түсінуге мүмкіндік беретін маңызды процесс. Қаржылық жағдайды талдау көрсеткіштерінің жиынтығы кәсіпорынның үздіксіз экономикалық қызметін, оның төлем қабілеттілігін, инвестициялық тартымдылығын және қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету мүмкіндіктерінің толық сипаттамасын алуға мүмкіндік береді. Бұл мақалада кешенді талдау және бағалау жүргізу үшін қажетті негізгі элементтер мен әдістер қарастырылады. Талдау мен бағалау тек кәсіпорынның ағымдағы қаржылық жағдайына ғана емес, сонымен бірге алынған нәтижелерге сүйене отырып, болашаққа болжам жасау арқылы жүзеге асырылады.

**Түйін сөздер:** қаржылық есептілік, бухгалтерлік баланс, активтер, капитал, өтімділік, шығын, рентабельділік.

#### **АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Каканова А.Д.<sup>1</sup>, Гумар Н.А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Анализ и оценка финансового состояния предприятия – важный процесс, который позволяет инвесторам, финансовым менеджерам и другим заинтересованным сторонам понять, насколько эффективно и устойчиво работает предприятие. Комплекс показателей анализа финансового положения позволяет получить детальное описание способности обеспечить непрерывную экономическую деятельность предприятия, его платежеспособность, инвестиционную привлекательность и финансовую устойчивость. В данной статье рассматриваются основные элементы и методы, необходимые для проведения комплексного анализа и оценки. Анализ и оценка проводится не только текущего финансового положения предприятия, но и на основе полученных результатов, делая прогнозы на будущее.

**Ключевые слова:** финансовая отчетность, бухгалтерский баланс, активы, капитал, ликвидность, убыток, рентабельность.

## ANALYSIS AND ASSESSMENT OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE COMPANY

Kakanova A.D.<sup>1</sup>, Gumar N.A.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** Analysis and assessment of the financial condition of the company is an important process that allows investors, financial managers and other interested parties to understand how effectively and sustainably the company operates. A set of indicators of financial position analysis allows obtaining a detailed description of the ability to ensure continuous economic activity of the company, its solvency, investment attractiveness and financial stability. This article discusses the main elements and methods necessary for conducting a comprehensive analysis and assessment. Analysis and assessment is carried out not only of the current financial position of the company, but also on the basis of the results obtained, making forecasts for the future.

**Keywords:** financial statements, balance sheet, assets, capital, liquidity, loss, profitability.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау және бағалау кәсіпорынның тиімділігін, тұрақтылығын және табыстылығын түсінуде өте маңызды рөл атқарады. Талдау қаржылық есептілікті, негізгі қаржылық коэффициенттерді, сондай-ақ саламен және бәсекелестермен салыстырмалы талдауды зерттеуге негізделген.

Қаржылық талдау – кәсіпорынның қаржылық жағдайын өзгертуге, оның өз міндеттемелерін уақытында өтеу қабілетіне, қолда бар активтерді пайдалану тиімділігін арттыруға қабылданған және жоспарланған шаруашылық шешімдерінің әсерін зерттейтін экономикалық ғылым саласы [1, 9 б].

Қаржылық талдаудың кез келген түрінің негізгі мақсаты әртүрлі басқару шешімдерін негіздеу, дайындау және қабылдау үшін кәсіпорынның ішкі мәселелерін анықтау және бағалау болып табылады. Қаржылық талдау дағдарыстың бастапқы құбылыстарын диагностикалауда және кәсіпорынның қаржылық жағдайын жақсартуға бағытталған іс-шараларды жоспарлауда, сондай-ақ инвестицияларды (қарыз қаражаттарын) тартуда ерекше маңызды рөл атқарады.

Қаржылық талдаудың негізгі міндеттері:

- 1) кәсіпорын қаражатының сипаттамасы;
- 2) кәсіпорынның меншікті айналым қаражатымен қамтамасыз етілуін және оның қаржылық тұрақтылығын бағалау;
- 3) кәсіпорынның айналым қаражатын пайдалану тиімділігін және оның шаруашылық белсенділігін бағалау;



- 4) есеп айырысулардың жай-күйін және бухгалтерлік - қаржылық тәртіптің сақталуын талдау;
- 5) кәсіпорынның төлем қабілеттілігін бағалау;
- 6) кәсіпорынның банкроттық тәуекелінің белгіленген өлшемдеріне сәйкес баланс құрылымының қанағаттандырылуын бағалау;
- 7) кәсіпорынның қаржылық жағдайын жалпы бағалау және оны нығайту шараларын әзірлеу;
- 8) ақша ағындарын талдау [2, 50 б].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайы оның қалыпты жұмыс істеуі үшін қажетті қаржы ресурстарының болуымен, төлем қабілеттілігімен, өтімділігімен және қаржылық тұрақтылығымен сипатталады және кәсіпорынның нақты және әлеуетті қаржылық мүмкіндіктерін көрсететін көрсеткіштер жүйесімен анықталады [7, 9 б].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын бағалау әдістерін келесі кестеде қарастырайық.

Кесте 1 – Кәсіпорын қаржылық жағдайын бағалау әдістері

Әдіс	Түрлері	Қолданылу мақсаты
1.Сапалық талдау	Тік және көлденең талдау Баланс өтімділігін талдау Графикалық талдау	Сапалық талдау әдістері қаржылық есептілік баптарының құрылымы мен динамикасын зерттейді. Активтер мен міндеттемелер баптарын салыстыру жүргізіледі, баланстың өтімділігі туралы қорытынды, өзгеру тенденциялары талданады.
2.Коэффициенттік талдау	Өтімділікті талдау Қаржылық тұрақтылықты талдау Рентабельділік талдауы Іскерлік белсенділікті талдау	Коэффициенттерді талдау сапалық талдау әдісіндегідей қаржылық есеп берудің баптарын емес, осы есептерден алынған коэффициенттерді зерттейді.
3.Интегралдық талдау	Тәуекел мен банкроттықты диагностикалау үшін көп факторлы регрессия модельдері Банк рейтингтері Салалық рейтинг	Интегралдық талдау кәсіпорынның тәуекел және банкроттық деңгейін анықтайтын көп факторлы регрессия модельдерін құруға негізделген.

Барлық әдістерді бір мезгілде қолдану кәсіпорынның қаржылық жағдайын, оның іскер серіктес ретіндегі сенімділігін және даму перспективаларын дәлірек бағалауға мүмкіндік береді [4, 23 б].

Қаржылық есептілік – қаржылық жағдайды талдаудың негізгі элементі болып табылады. Ол баланс, пайда мен залал туралы есеп және ақша қаражатының қозғалысы туралы есеп сияқты бірнеше элементтерді қамтиды.

Бухгалтерлік баланс – шаруашылық жүргізуші заңды тұлғаның белгілі бір күнгі, көбіне күнтізбелік кезеңнің (айдың, тоқсанның, жылдың) басындағы не аяғындағы қаржы-шаруашылық жай-күйін ақшалай түрінде жинақтап сипаттайтын бухгалтерлік есеп құжаты. Ол кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын және оның міндеттемелерді орындау қабілетін көрсетеді. Мысалы, егер активтер міндеттемелерден асып кетсе, бұл тұрақты қаржылық жағдайды көрсетуі мүмкін [2, 45 б].

Пайда мен залал туралы есеп. Бұл есеп табыстылықты талдауға мүмкіндік беретін белгілі бір уақыт кезеңіндегі кірістер мен шығыстар туралы ақпаратты береді. Кірістер мен шығыстардың динамикасын түсіну кәсіпорынның операциялық тиімділігін бағалауға көмектеседі [5, 112 б]. Мысалы, таза пайданың артуы бизнес табыстылығының жақсарғанын куәландырады.

Ақша қаражатының қозғалысы туралы есеп операциялық, инвестициялау және қаржыландыру ағындарына назар аудара отырып, компанияның ақша ағынындағы өзгерістерді көрсетеді. Бұл компанияның қолма-қол ақшаны қалай жасайтынын және пайдаланатынын түсінудің маңызды құралы [3, 78 б]. Негізгі аспект ұзақ мерзімді тұрақтылық үшін маңызды болып табылатын операциялардан оң ақша ағыны болып табылады.

Қазіргі уақытта қаржылық талдау әдісін 6 негізгі түрге бөліп қарастыруға болады:

1) Көлденең (уақыт көлемінде) талдау – есеп берудің әрбір позициясын өткен кезеңмен салыстыру. Ол өткен кезеңдегімен салыстырғандағы бухгалтерлік есептің түрлі баптарының абсолюттік және салыстырмалы ауытқуларын анықтауға мүмкіндік береді.

2) Тікелей (құрылымдық) талдау – әрбір есеп позициясының жалпы нәтижеге тигізетін әсерін айқындай отырып, қорытынды қаржылық көрсеткіштердің құрылымын анықтау. Ол жалпы баланс немесе оның бөлімдері бойынша қорытынды көрсеткіштегі жеке баптардың үлес салмағын анықтауға мүмкіндік береді.

3) Трендтік талдау барлық көрсеткіштер 100% деп алынатын базистік жыл деңгейінен, бірқатар жылдар көрсеткіштерінің салыстырмалы ауытқуын есептеуге негізделеді. Трендтік талдау әрбір есеп позициясын бірқатар өткен кезеңдермен салыстыруды және трендті, яғни жеке кезеңдердің дербес ерекшеліктері мен кездейсоқ әсерлерінен тазартылған көрсеткіш динамикасының негізгі тенденциясын анықтауды көрсетеді. Трендтің көмегімен болашақтағы көрсеткіштердің мүмкін болатын маңызы қалыптасады, ал одан кейін перспективті, болжамдық талдау жүргізіледі.

4) Салыстырмалы (кеңістіктік) талдау – бұл фирмалардың, еншілес фирмалардың, бөлімшелердің және цехтардың жекелеген көрсеткіштері бойынша есебінің құрама көрсеткіштерін шаруашылық ішіндегі талдау, сондай-ақ берілген фирманың көрсеткіштерін орташа салалық және орташа жалпы экономикалық мәліметтері бар бәсекелес фирмалардың көрсеткіштерімен салыстырғандағы шаруашылық аралық талдау болып табылады.

5) Факторлық талдау – бұл жекелеген факторлардың (себептердің) қорытынды көрсеткішке тигізетін әсерін зерттеудің детерминдік (анықтау) немесе реттелмеген тәсілдері көмегімен талдау.

6) Қаржылық коэффициенттер әдісі. Коэффициенттер салыстырмалы шамалар болып табылады, оларды есептеу кезінде шамалардың біреуін бірлік ретінде алып, ал екіншісін бірлікке қатынасы ретінде көрсетіледі. Қаржылық коэффициенттерді есептеу баланстың жеке баптарының арасында болатын өзара байланыстарға негізделген. Олар кәсіпорынның қаржылық жағдайын кезекті факторлық талдау үшін алғашқы база болып табылады және олар талдау нәтижесінде талдау жүргізушіге жасырын құбылыстарды ашуға мүмкіндік беретін екі шаманың арасындағы өзара математикалық қатынастарды көрсетеді [8, 6 б].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын сипаттайтын көрсеткіштердің бірі оның төлем қабілеттілігі болып табылады, яғни, төлем міндеттемелерін уақытылы өтеу үшін қолма-қол ақша ресурстарына ие болу мүмкіндігі. Төлем қабілеттілігін бағалау салыстырмалы өтімділік көрсеткіштерін есептеу негізінде жүзеге асырылады.

Өтімділік коэффициенттері – бұл борышкердің сыртқы капиталды тартпай-ақ ағымдағы қарыз міндеттемелерін төлеу қабілетін анықтау үшін қолданылатын қаржылық көрсеткіштердің маңызды класы. Өтімділік коэффициенттері компанияның қарыздық міндеттемелерді төлеу қабілеттілігін және оның қауіпсіздігінің маржасын ағымдағы – коэффициентті, жедел коэффициентті және операциялық ақша ағынының коэффициентін қоса есептейтін көрсеткіштерді есептеу арқылы өлшейді [9].

## Кесте 2 – Өтімділік коэффициенттері

Көрсеткіштер	Оңтайлы мәні	Маңызы
--------------	--------------	--------

1. Абсолютті өтімділік коэффициенті	0,2 – 0,7	Абсолютті өтімділік коэффициенті өтімділіктің қатаң өлшемі болып табылады, ол қысқа мерзімді берешектердің қай бөлігі қажет болған жағдайда қолда бар ақша қаражаттарының негізінде дереу өтелетіндігін көрсетеді.
2. Жедел өтімділік коэффициенті	0,8 – 1,0	Жедел өтімділік коэффициенті қорларды сату мүмкіндігі болмаған, дағдарыстық жағдайда ұйымның қысқа мерзімді міндеттемелерін өтеу мүмкіндігін бағалауға мүмкіндік береді.
3. Ағымдағы өтімділік коэффициенті	2,0 – 2,5	Ағымдағы өтімділік коэффициенті бір теңге қысқа мерзімді міндеттемеге қанша теңге қысқа мерзімді активтерден келетіндігін көрсете отырып, ұйымның жалпы өтімділігіне баға береді.

Бұл үш көрсеткіш ұйымның қаржылық жағдайына тек жан-жақты мінездеме беріп қоймай, әртүрлі сыртқы қолданушылардың аналитикалық ақпараттарының қызығушылығына жауап береді. Мысалы, шикізаттар мен материалдарды жеткізушілерді абсолютті өтімділік коэффициенті қызықтырады. Ұйымды несиелейтін банктер, жылдам өтімділік коэффициентіне басты назар аударады. Ұйымның акциялары мен облигацияларын иеленушілер көп жағдайда ұйымның қаржылық тұрақтылығын ағымдағы өтімділік коэффициентімен бағалайды.

Өтімділік пен төлемқабілеттілік экономикалық категория ретінде тепе – тең емес, бірақ тәжірибеде олар өзара тығыз байланысты ұғымдар.

Кәсіпорынның төлемқабілеттілігі – бұл кәсіпорынның өзінің қысқа мерзімді міндеттемелерін (қарыздарын) уақытында және толық көлемде өтеу қабілеттілігін сипаттайтын қаржылық көрсеткіш. Яғни, кәсіпорынның қаржылық жағдайы оның барлық ағымдағы төлемдеріне (жалақы, салықтар, несие төлемдері және басқа міндеттемелер) жауап беруге қаншалықты дайын екендігін көрсетеді.

Кәсіпорынның төлемқабілеттігін талдауда қалыпты жағдайда келесі коэффициенттер есептеледі:

1. Ағымдағы төлемқабілеттілік коэффициенті = Қысқа мерзімді активтер / Қысқа мерзімді кредиторлық қарыздар.

Бұл коэффициент ұйымның қысқа мерзімді кредиторлық қарыздары қаншалықты оның қысқа мерзімді активтерімен жабылатындығын көрсетеді. Ағымдағы төлемқабілеттілік көрсеткішінің ең төменгі мәні – 2-ге тең.

2. Жылдам төлемқабілеттілік коэффициенті = ( Қысқа мерзімді дебиторлық қарыздар + Ұзақ мерзімді дебиторлық қарыздар + Ақша қаражаттары мен оның баламалары) / Қысқа мерзімді кредиторлық қарыздар.

Жылдам төлемқабілеттіліктің төменгі мәні шамамен – 1-ге тең.

3. Абсолютті төлемқабілеттілік коэффициенті = Ақша қаражаттары мен оның баламалары / Қысқа мерзімді кредиторлық қарыздар.

Бұл коэффициент өтімділіктің қатаң өлшемі болып табылады, ол қысқа мерзімді кредиторлық берешектердің қай бөлігі қажет болған жағдайда қолда бар ақша қаражаттарының негізінде дереу өтелетіндігін көрсетеді. Коэффициенттің толық төлемқабілеттілік жағдайындағы ең төменгі мәні – 0,25-ке тең.

4. Жалпы төлемқабілеттілік коэффициенті = Баланс валютасы / (Қысқа мерзімді міндеттемелер + Ұзақ мерзімді міндеттемелер).

Бұл көрсеткіш ұйымның қарыздарын өтей алудың нақты мүмкіндіктерін көрсетеді. Аталған көрсеткіш қызмет көрсету кезінде: капиталды өтеу, инвестицияларды қорларға, дивиденттерді төлеу және т.б. шығындарын жабу үшін ұйымның шаруашылық қызметінің нәтижесінде алған ақша қаражаттарының жеткіліктілігін сипаттайды.

Жалпы төлемқабілеттілік жоғары коэффициенті сырттан қосымша қаражаттарды тарту үшін қолайлы мүмкіндіктерінде минималды қаржылық тәуекелділікті көрсетеді.

Коэффициент деңгейінің төмендеуі ұйымның (оның іскерлік белсенділігінің) кеңейгендігі немесе қысқарғандығын сипаттайды. Жалпы төлемқабілеттілік коэффициентінің қалыпты шегі -  $\geq 2$  [10, 16 б].

Кәсіпорын қызметінің тиімділігі және оның табыс әкелу қабілеті пайдалылық (рентабельділік) коэффициенттерінің көмегімен бағаланады.

Рентабельділік – өндіріс процесіндегі қаражаттардың қолдануы дәрежесін және шығындарды қайтару деңгейін, сондай-ақ өнімді өткізуді сипаттайтын кәсіпорындағы өндіріс тиімділігінің негізгі құндық сапалық көрсеткіштерінің бірі.

Рентабельділік көрсеткіштерінің, рөлі мен маңыздылығы мынада:

1) Кәсіпорынның тиімді жұмыс атқаруын бағалаудағы маңызды критерийлердің бірі.

2) Кәсіпорын қызметінің сапалық, нәтижелік көрсеткіші болып табылады.

3) Рентабельділіктің өсуі кәсіпорынның тұрақтылығына әсер етеді.

4) Оның өсуі нарықтық экономикада бәсекелестік жағдайында жеңіске алып келеді.

5) Иеленушілерге (акционерлерге) оның деңгейі өте маңызды болып табылады, яғни, кәсіпорынға деген қызығушылық артып, акция бағасы өседі.

6) Кредиторлар мен заем берушілер де оның деңгейіне қарай отырып қарыздарын қайтара алу мүмкіндігіне сараптама жасайды.

7) Кәсіпорынның рентабельділік динамикасын салық органдары, қор биржалары меңгереді.

8) Инвесторлар үшін де маңызды болып табылады.

Активтердің рентабельділігі (ROA). Рентабельділік шығындар мен шығыстарға қатысты бағаланады және активтермен салыстыра отырып, компания сату мен пайда табу үшін активтерді орналастырудың қаншалықты тиімді екендігін біледі. ROA өлшемінде «қайтару» терминін пайдалану әдеттегідей таза пайда немесе таза кірісті білдіреді – барлық шығындардан, шығыстардан және салықтардан кейін сатудан түскен пайда мәні. ROA – бұл жалпы активтерге бөлінген таза кіріс.

ROS (Return On Sales) – сатудың табыстылығы. Бұл көрсеткіш кәсіпорынның жалпы пайда/сатудан түскен кірісі ретінде есептеледі. Бұл кірістің әрбір теңгесі қанша пайда әкелетінін көрсетеді. Яғни, егер ROS 20% болса, бұл әрбір алынған табыс теңгесі үшін кәсіпорынға 20 тиын пайда қалады деген сөз.

ROE (Return On Equity) – капиталдың табыстылығы. Кәсіпорынның пайдасы/меншікті капиталы ретінде есептеледі. Міндеттемелерді есепке алмай, кәсіпорынның меншікті қаражатынан пайданың қаншалықты тиімді алынатынын көрсетеді [11].

Рентабельділік – бұл кез-келген кәсіпорынның қызметіне объективті және әділ бағалау жүргізуге көмектесетін маңызды көрсеткіш. Осыған байланысты ол, мысалы, пайда алудың түрлі түрлеріне қарағанда әлдеқайда көп аналитикалық мүмкіндіктер береді. Кейбір коэффициенттердің мәндеріне негізделген тұжырымдар жасай отырып, менеджменттің құзыретті шешімдерін жасай алады және компанияның дамуына және әлауқатына жетелейді [6, 22 б].

Кәсіпорынның қаржылық жағдайына әсер ететін маңызды факторлардың бірі – сыртқы ортаның, атап айтқанда нарықтық жағдайлар мен макроэкономикалық факторлардың әсері. Бұл факторлар ұйымның стратегиялық шешімдеріне, өндірістік және қаржылық нәтижелеріне елеулі ықпал етуі мүмкін. Нарықтық және сыртқы жағдайларды бағалау кәсіпорынның болашақтағы табысты жұмыс істеуіне, қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз етуіне және даму стратегиясын қалыптастыруына мүмкіндік береді.

Нарықтық және сыртқы жағдайларды бағалау әдістері:

1. PESTEL талдауы: Бұл әдіс саяси, экономикалық, әлеуметтік, технологиялық, экологиялық және құқықтық факторларды бағалауға мүмкіндік береді. PESTEL талдауы кәсіпорынға өз саласындағы мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтауға көмектеседі.

2. SWOT талдауы: SWOT талдауы (күшті және әлсіз жақтар, мүмкіндіктер мен қауіптер) кәсіпорынның ішкі және сыртқы жағдайларын бағалауға арналған әдіс болып табылады. Сыртқы факторлар (мүмкіндіктер мен қауіптер) нарықтық және сыртқы жағдайлардан туындайды.

3. Бәсекелестерді талдау: Нарықтағы бәсекелестердің стратегияларын, өнімдерін, бағаларын және басқа да көрсеткіштерін зерттеу кәсіпорынға нарықтық жағдайларды дұрыс бағалауға мүмкіндік береді.

4. Сала талдау: Саладағы тенденциялар, сұраныс динамикасы, жаңа технологиялар мен инновациялар туралы зерттеулер жүргізу де сыртқы жағдайларды бағалаудың бір бөлігі болып табылады.

Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау процесі ішкі және сыртқы ортадағы өзгерістерге уақытылы әрекет етуді қамтамасыз ететін үздіксіз міндеттер тізімі болып табылады. Қаржылық талдау және бағалау кәсіпорынның тиімділігін арттыру, инвестициялар тарту және қаржылық тәуекелдерді басқару үшін қажетті ақпарат береді. Сондықтан бұл процесс үнемі жүргізіліп отыруы тиіс. Себебі, сыртқы жағдайлар мен ішкі өзгерістерге қаржылық талдау мен бағалау нәтижелерін қолдана отырып, жылдам жауап беру кәсіпорынның табысты жұмыс істеуі үшін маңызды әрекеттер жиынтығы болып табылады.

### ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Шиян Д.В., Строченко Н.И. Финансовый анализ: учеб. пособие - К.: Издательство А.С.К., 2005. – 240 с.

2. Ковалев, В.В. Финансовый Анализ: Учебник для ВУЗов. М.: Финансы и Статистика, 2023. - 519 с.

3. Иванов Д.И. Основы Финансовой Отчетности и Анализа. СПб.: Экономический институт, 2022. – 255 с.

4. Игнатьева Е.В. Методика анализа финансового состояния предприятия // Молодой ученый. – 2015. – № 5. – 275 с.

5. Попов, А.А. Финансовый Менеджмент: Практическое Руководство. Новосибирск: Издательство "Наука", 2021. – 244 с.

6. Баймұқашева М.Қ. Кәсіпорын экономикасы : оқу құралы. Атырау, 2019. - 204 б.

7. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности промышленного предприятия. – Мн.: ИСЗ, 2012. – 300 с.

8. Демесінов Т.Ж. Қаржылық талдау: Оқулық. - Алматы: ЖШС РПБК Д 29 «Дәуір», 2011.-320 б.

9. Қаржылық энциклопедия [Электрондық ресурс]. – 2021.- URL: <https://kz.nesrakonk.ru/liquidityratios> (кіру күні: 18.11.2024).

10. Джаншанло Р.Е., Байдаулетов М., Ақтөреева Э.Ә. Қаржылық талдау: Оқу құралы.- Алматы, 2017. - 288 б.

11. Оценка компании с помощью показателей рентабельности ROS, ROA, ROE [Электронный ресурс] – 2022.- URL: <https://investfuture.ru/edu/articles/otsenka-kompanii-c-pomoschju-pokazatelej-rentabelnosti-ros-roa-roe> (дата обращения: 19.11.2024).

#### Авторлар туралы мәліметтер

\*Каканова Аида Даденбасовна – студент, Каспий Қоғамдық университеті, email: [aika.kakanova@mail.ru](mailto:aika.kakanova@mail.ru)

\*\*Гумар Назира Ануарбекқызы – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Каспий Қоғамдық университеті, email: [gumnaz@mail.ru](mailto:gumnaz@mail.ru)

#### Сведения об авторах

\*Каканова Аида Даденбасовна – студент, Каспийский Общественный Университет, email: [aika.kakanova@mail.ru](mailto:aika.kakanova@mail.ru)

\*\*Гумар Назира Ануарбековна – к.э.н., ассоциированный профессор, Каспийский Общественный Университет, email: [gumnaz@mail.ru](mailto:gumnaz@mail.ru)

**Information about the authors**

\*Kakanova Aida Dadenbasovna – student, Caspian Public University, email: [aika.kakanova@mail.ru](mailto:aika.kakanova@mail.ru)

\*\*Gumar Nazira Anuarbekovna – PhD, associate professor, Caspian Public University, email: [gumnaz@mail.ru](mailto:gumnaz@mail.ru)

УДК 336.02

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (FINTECH) НА БАНКОВСКИЙ СЕКТОР РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Каримова И.<sup>1</sup>, Свиридова Е.В.<sup>2</sup>

Научный руководитель: доктор PhD Имрамзиева М.Я.

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В данной статье рассматривается преобразующее влияние цифровизации и финансовых технологий (FinTech) на банковский сектор Республики Казахстан, а также интеграция инновационных технологий, таких как мобильный банкинг, блокчейн и искусственный интеллект. В исследовании подчеркивается, как финансовые технологии повышают качество обслуживания клиентов, операционную эффективность и доступность финансовых услуг, одновременно решая проблемы кибербезопасности и нормативно-правовой базы. Рассмотрены глобальные тенденции и позиция Казахстана по внедрению цифровых технологий, предложены рекомендации по устойчивому развитию банковского сектора.

**Ключевые слова:** цифровизация, финансовые технологии, банковский сектор Казахстана, инновации, финансовые услуги.

## ЦИФРЛАНДЫРУ ЖӘНЕ ҚАРЖЫ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫНЫҢ (FINTECH) ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БАНК СЕКТОРЫНА ӘСЕРІ

Каримова И.<sup>1</sup>, Свиридова Е.В.<sup>2</sup>

Ғылыми жетекшісі: PhD докторы Имрамзиева М.Я.

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университет, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада цифрландыру мен қаржы технологияларының (FinTech) Қазақстан Республикасының банк секторына трансформациялық әсері, сондай-ақ мобильді банкинг, блокчейн және жасанды интеллект сияқты инновациялық технологиялардың интеграциясы қарастырылады. Зерттеу қаржылық технологиялардың киберқауіпсіздік пен нормативтік-құқықтық база мәселелерін шеше отырып, тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын, операциялық тиімділікті және қаржылық қызметтердің қолжетімділігін қалай арттыратынын көрсетеді. Цифрлық технологияларды енгізу бойынша Қазақстанның жаһандық үрдістері мен ұстанымы қаралды, банк секторын тұрақты дамыту бойынша кеңестер ұсынылды.

**Түйін сөздер:** цифрландыру, қаржы технологиялары, Қазақстанның банк секторы, инновациялар, қаржылық қызметтер.

## THE IMPACT OF DIGITALIZATION AND FINANCIAL TECHNOLOGIES (FINTECH) ON THE BANKING SECTOR OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Karimova I.<sup>1</sup>, Sviridova E.V.<sup>2</sup>

Scientific supervisor: PhD Imramzieva M.Y.

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Annotation.** This article examines the transformative impact of digitalization and financial technologies (FinTech) on the banking sector of the Republic of Kazakhstan, as well as the integration of innovative technologies such as mobile banking, blockchain and artificial intelligence. The study highlights how financial technologies improve customer service, operational efficiency and accessibility of financial services, while addressing cybersecurity and regulatory challenges. Global trends and Kazakhstan's position on the introduction of digital

technologies are considered, recommendations for the sustainable development of the banking sector are proposed.

**Keywords:** digitalization, financial technologies, Kazakhstan's banking sector, innovations, financial services.

**Введение.** Цифровизация и стремительное развитие финансовых технологий (FinTech) трансформируют банковский сектор во всем мире, в том числе и в Казахстане. Благодаря интеграции цифровых инструментов, таких как блокчейн, искусственный интеллект (ИИ) и мобильный банкинг, работа банков становится более эффективной, клиентоориентированной и инновационной. Однако эти достижения также создают проблемы, связанные с кибербезопасностью и соблюдением нормативных требований. В этой статье рассматривается влияние цифровизации и финансовых технологий на банковский сектор Казахстана, выделяются возможности и проблемы, связанные с данными технологиями.

**Литературный обзор.** Глобальный рост числа финтех-стартапов подчеркивает их революционный потенциал, предлагая клиентам более быстрые и дешевые альтернативы традиционным банковским услугам. В Казахстане финтех-приложения в основном ориентированы на потребительское финансирование, микрозаймы и платежные услуги [1, с. 244]. Исследования подчеркивают, что финансовые технологии улучшают качество обслуживания клиентов и операционную эффективность, одновременно обеспечивая доступ к финансовым услугам в районах с недостаточным уровнем обслуживания [2, с. 18].

Одним из важных факторов внедрения финансовых технологий является растущее использование мобильного и интернет-банкинга. Пандемия еще больше ускорила эту тенденцию, поскольку банки были вынуждены внедрять модели удаленного предоставления услуг [3, с. 32]. Более того, достижения в области искусственного интеллекта и анализа больших данных позволили банкам персонализировать услуги и эффективно прогнозировать поведение клиентов [4, с. 53].

Помимо улучшения взаимодействия с клиентами, финансовые технологии коренным образом меняют операционные модели банков. Традиционные банки все чаще внедряют цифровые экосистемы для повышения гибкости и масштабируемости. Например, облачные технологии снижают затраты на инфраструктуру и улучшают доступность данных, позволяя банкам предоставлять услуги более эффективно [1, с. 247]. Кроме того, интеграция API облегчает взаимодействие со сторонними поставщиками услуг, предоставляя широкий спектр инновационных продуктов, адаптированных к потребностям клиентов.

В то же время развитие финансовых технологий усилило конкуренцию в финансовом секторе. Цифровые платежные системы, такие как Kaspi Pay и транзакции на основе QR-кода, завоевали значительную долю рынка, бросив вызов традиционным банковским услугам. Этот сдвиг не только создает возможности для роста, но и вынуждает банки постоянно внедрять инновации для поддержания лояльности клиентов [2, с. 19]. По мере того, как банки трансформируются, чтобы оставаться конкурентоспособными, конвергенция традиционных и цифровых моделей становится определяющей характеристикой банковского сектора Казахстана.

**Методология.** В данном исследовании используется всесторонний анализ качественных и количественных данных для оценки развития цифровых технологий в банковском секторе Казахстана. Источниками данных являются финансовые отчеты, отраслевая статистика и соответствующие тематические исследования за 2022-2023 годы. Для оценки проникновения цифровых технологий в банковское дело использовались аналитические инструменты, такие как балльно-индексный метод [5, с. 19].

Для обеспечения всестороннего анализа в исследование были включены данные как крупных, так и небольших финансовых учреждений, что позволило выявить



тенденции в различных сегментах рынка. Использование панельных данных позволило изучить динамические эффекты цифровизации с течением времени, подчеркнув прогресс, достигнутый банками во внедрении таких инноваций, как мобильный банкинг и интеграция API. Кроме того, в ходе анализа были рассмотрены макроэкономические факторы, такие как роль правительственных инициатив в продвижении цифровизации и их влияние на эффективность всего сектора.

Графическое представление результатов, такое как таблицы и диаграммы, было использовано для визуализации ключевых тенденций и взаимосвязей между внедрением цифровых технологий и эффективностью банковской деятельности. Например, данные из Kaspi.kz помогли проиллюстрировать быстрый рост цифровых платежей и возросшую роль цифровых платформ в банковских операциях [1, с. 245]. Этот методологический подход позволил получить представление об эффективности стратегий цифровизации и областях, требующих дальнейшего совершенствования.

**Результаты и обсуждение.** Применение финансовых технологий в банковском секторе Казахстана:

Финтех-инновации в Казахстане сосредоточены вокруг:

1. Цифровых платежных систем: Технологии, которые используются в Kaspi.kz произвели революцию в том, как потребители взаимодействуют с финансовыми услугами, предлагая беспрепятственные транзакции и расширяя доступ к цифровому банкингу [6, с. 241].

2. Кредитных платформ: Пиринговое (P2P) и бизнес-пиринговое (P2B) кредитование растет, предоставляя альтернативные варианты кредитования.

3. Блокчейна и криптовалюты: Блокчейн изучается для обеспечения безопасности транзакций, в то время как внедрение криптовалют остается ограниченным из-за нормативных ограничений [7, с. 247].

Операционная эффективность и снижение затрат:

Интеграция искусственного интеллекта, роботизированной автоматизации процессов (RPA) и облачных вычислений оптимизировала операционные процессы в банковском секторе. Эти технологии помогают сократить расходы, повысить эффективность принятия решений и снизить риски [8, с. 45].

Проблемы и риски:

Хотя цифровизация дает значительные преимущества, она также сопряжена с рисками:

1. Угрозы кибербезопасности: Растущая активность в сфере цифровых технологий делает банки уязвимыми для кибератак.

2. Проблемы регулирования: Отсутствие всеобъемлющих нормативных актов в области финансовых технологий создает проблемы для интеграции в традиционные банковские системы.

Таблица 1 - Рост цифровых банковских услуг в Казахстане (2022-2023 гг.)

Показатель	2022	2023	Темпы прироста (%)
Количество активных цифровых пользователей	19,3 миллиона	23 миллиона	19%
Цифровые транзакции (в миллиардах тенге)	501,3	596,8	16%
Финтех-стартапы	150	200	33%

Внедрение финтех-решений:

В Казахстане значительно возросло распространение финансовых технологий, особенно в сфере цифровых платежей, кредитных платформ и автоматизированных

банковских услуг. Такие банки, как Kaspi.kz, стали пионерами в области интеграции финтех-решений, предлагая удобные услуги, такие как платежи на основе QR-кода и мобильный банкинг. Растущее предпочтение цифровых технологий традиционному банковскому обслуживанию отражает более широкую глобальную тенденцию к расширению доступа к финансовым услугам [6, с. 242].

Сравнение эффективности цифровых и традиционных банковских услуг:

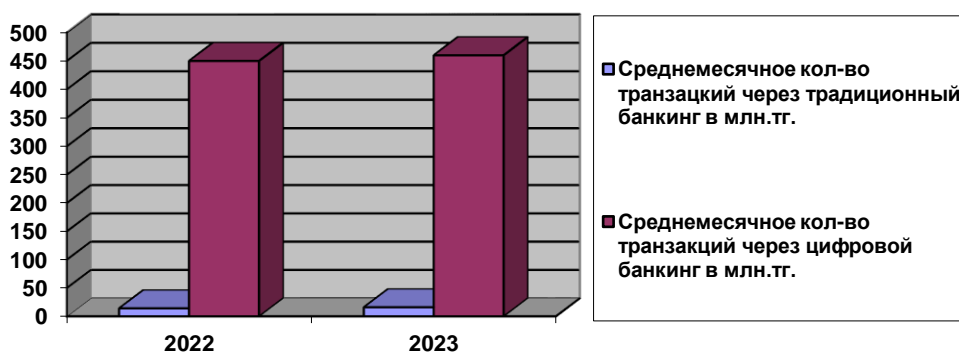


Рисунок 1 – Сравнение среднемесячного количества транзакций через традиционный и цифровой банкинг в млн. тенге за 2022-2023 годы

Примечание: рисунок составлен на основе источника [9].

Среднемесячное количество транзакций через традиционный банкинг в 2022 году составило 14 млн, а в 2023 году увеличилось до 16 млн, что демонстрирует прирост на 14,29%. Это обусловлено устойчивым доверием к традиционным финансовым учреждениям у части клиентов, особенно старшего поколения, которые продолжают использовать офлайн-услуги, а также стабильностью инфраструктуры традиционного банкинга в условиях ограниченного проникновения интернета в ряде регионов.

В 2022 году среднемесячное количество транзакций в цифровом банке составило 450 млн, а в 2023 году увеличилось до 460 млн, что демонстрирует прирост на 2,22%. Несмотря на более низкий темп прироста по сравнению с традиционным банкингом, абсолютные показатели цифровых транзакций превышают традиционный банкинг в десятки раз. Причиной служит развитие финансовых технологий, предоставляющих дополнительные финансовые инструменты, включая мгновенные переводы, онлайн-кредиты и цифровые кошельки. Однако низкий темп прироста (2,22%) может указывать на то, что рынок цифрового банкинга близок к насыщению, особенно в крупных городах.

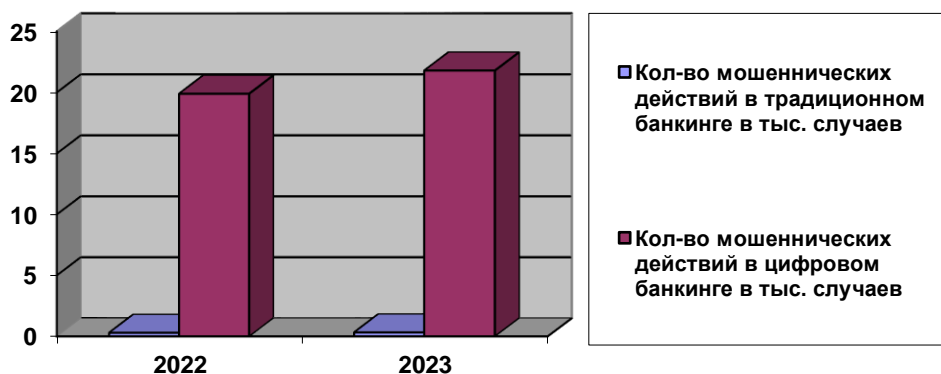


Рисунок 2 - Сравнение количества мошеннических действий в традиционном и цифровом банкинге в тыс. случаев за 2022-2023 годы

Примечание: рисунок составлен на основе источника [10].

Количество зафиксированных мошеннических действий в традиционном банкинге увеличилось с 290 случаев в 2022 году до 320 случаев в 2023 году, что демонстрирует прирост на 10,34%. Несмотря на этот рост, абсолютные показатели мошенничества в традиционном банкинге остаются минимальными в сравнении с цифровым сегментом, потому что существует физическая проверка личности клиента, что затрудняет проведение мошеннических операций. Прирост случаев мошенничества может быть связан с постепенной цифровизацией услуг, предоставляемых в традиционном банкинге (например, через банкоматы или онлайн-заявки).

Количество мошеннических действий в цифровом банкинге увеличилось с 19,9 тыс. в 2022 году до 21,8 тыс. в 2023 году, что демонстрирует прирост на 9,55%. Такой высокий прирост объясняется разнообразием схем мошенничества, включая фишинг, взломы аккаунтов, мошеннические сайты и схемы социальной инженерии, а также достаточно низкой финансовой грамотностью части пользователей, что делает их более уязвимыми к новым формам мошенничества.

Влияние цифровизации на прибыльность:

Банки, которые рано перешли на цифровизацию, добились существенного роста прибыльности. Цифровые платформы не только сократили операционные расходы, но и предоставили лучшие возможности для монетизации благодаря таким сервисам, как интеграция с электронной коммерцией и финансовые инструменты на основе подписки.

**Заключение.** Цифровизация банковского сектора Казахстана стала ключевым фактором инноваций и эффективности, значительно изменив способы предоставления и потребления финансовых услуг. Интеграция финтех-решений, таких как цифровые платежные платформы, аналитика на основе искусственного интеллекта и блокчейн-технологии, позволила банкам повысить операционную эффективность, снизить затраты и обеспечить персонализированный подход к работе с клиентами. Эти достижения не только повысили доступность и инклюзивность финансовых услуг, но и укрепили способность сектора адаптироваться к меняющимся требованиям потребителей и глобальным тенденциям.

Однако переход к цифровому банкингу сопряжен с трудностями. Риски кибербезопасности, неопределенность в области регулирования и необходимость постоянного технологического обновления остаются актуальными проблемами. Решение этих проблем требует совместного подхода с участием политиков, финансовых учреждений и поставщиков технологий. Продвигая политику, благоприятствующую инновациям, и обеспечивая надежную систему защиты данных, Казахстан может продолжать использовать цифровизацию в качестве инструмента устойчивого роста своего банковского сектора, укрепляя свои позиции в глобальной финансовой экосистеме.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Gumar, N. A., Zhanibekova, G. K., et al. (2023). Влияние цифровых технологий на эффективность банковской деятельности. Экономика: стратегия и практика, 18(3), 241-250.
2. Adrian, T., & Ashcraft, A. B. (2016). Shadow banking: a review of the literature. *Banking Crises: Perspectives*, 282-315.
3. Broby, D. (2021). Financial technology and the future of banking. *Financial Innovation*, 7(1), 1-19.
4. Liu, F. H., Norden, L., & Spargoli, F. (2020). Does uniqueness in banking matter? *Journal of Bank Finance*, 120, 105941.
5. Kaspi.kz Исследование (2022). Финансовые отчеты.

6. Makhitarova, E. S., & Galyaeva, L. E. (2022). Анализ влияния цифровой среды на банковскую деятельность. Вестник Алтайской академии экономики и права, 7(2), 261-267.
7. Филиппов, Д. И. (2018). О влиянии финансовых технологий на развитие финансового рынка. Российский бизнес, 19 (5), 1437-1464.
8. Vishnu, S., et al. (2017). Data-centered dependencies and opportunities for RPA in banking. Journal of Financial Transformation, 45(1), 68–76.
9. Анализ рынка платежей в Республике Казахстан за 2023 год [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.pwc.com/kz/en/publications/publication\\_assets/strategy-payments-july-2024-rus.pdf](https://www.pwc.com/kz/en/publications/publication_assets/strategy-payments-july-2024-rus.pdf)
10. Снижение мошенничества в Казахстане [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/pravstat/press/news/details/633400?lang=ru>

#### **Сведения об авторах**

\*Каримова Инара – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: inarakarimova0@gmail.com

\*\*Свиридова Екатерина Витальевна – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: katiokka.03@gmail.com

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\* Каримова Инара - Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: inarakarimova0@gmail.com

\*\* Свиридова Екатерина Витальевна - Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: katiokka.03@gmail.com

#### **Information about the authors**

\*Karimova Inara – student of the Caspian Public University, e-mail: inarakarimova0@gmail.com

\*\*Sviridova Ekaterina Vitalievna – student of the Caspian Public University, e-mail: katiokka.03@gmail.com

ӘОЖ 33.331

## **ҰЙЫМНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ КОРПОРАТИВТІК МӘДЕНИЕТТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ**

**Келіс Асия,<sup>1</sup> Отарбаева А. Б.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Қазақстан Республикасы, Алматы қаласы, Каспий қоғамдық университеті, Экономика және басқару жоғары мектебі

**Аңдатпа.** Бұл мақала ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің факторларының бірі ретінде корпоративтік мәдениеттің рөлін зерттеуге арналған. Автор корпоративтік мәдениетті қалыптастырудың негізгі тәсілдерін, оның қызметкерлердің жұмысына әсерін, сондай-ақ корпоративтік мәдениет пен компанияның стратегиялық дамуы арасындағы байланысын қарастырады.

**Кілт сөздер:** корпоративтік мәдениет, бәсекеге қабілеттілік, мотивация, көшбасшылық, компанияның құндылықтары, тиімділік, инновация, стратегия, жұмыс атмосферасы, бедел.

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию роли корпоративной культуры как одного из факторов конкурентоспособности организации. Автор рассматривает

основные пути формирования корпоративной культуры, ее влияние на работу сотрудников, а также связь корпоративной культуры со стратегическим развитием компании.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, конкурентоспособность, мотивация, лидерство, ценности компания, эффективность, инновация, стратегия, рабочая атмосфера, авторитет.

**Annotation.** This article is devoted to the study of the role of corporate culture as one of the factors of organizational competitiveness. The author considers the main ways of forming corporate culture, its impact on the work of employees, as well as the connection between corporate culture and the company's strategic development.

**Key words:** corporate culture, competitiveness, motivation, leadership, company values, efficiency, innovation, strategy, work atmosphere, authority.

Корпоративтік мәдениет — бұл ұйым мүшелері арасында ортақ құндылықтар, нормалар, дәстүрлер мен нанымдардың жиынтығы, ол қызметкерлердің жұмыс процесінде мінез-құлқын және қарым-қатынасын анықтайды. Бұл ұйымның ішкі динамикасын реттейтін, сондай-ақ сыртқы серіктестер мен клиенттермен байланыстарды қалыптастыратын «жазылмаған кодекс» рөлін атқарады. Корпоративтік мәдениет ұйымның рухани негізін құрап, оның нарықтағы орнын, дамуы мен жетістіктерін айқындайды. Әрбір компания үшін мәдениет тек жұмыс атмосферасын ғана емес, сонымен қатар бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастырудың маңызды құралы болып табылады.

Белгілі ғалым Эдгар Шайн корпоративтік мәдениетті үш деңгейге бөледі:

1. **Артефактілер** – бұл мәдениеттің көрінетін, сезілетін элементтері: кеңсе дизайны, қызметкерлердің киім үлгісі (дресс-код), ұйымдастырылатын рәсімдер мен күнделікті тәжірибелер. Бұл элементтер тікелей байқалатын және сырттай айқын көрінетін мәдени белгілер болып табылады.

2. **Құндылықтар** – әртүрлі жағдайларда ұйым мүшелерінің қандай іс-әрекеттер жасау қажеттігін көрсететін саналы нанымдар. Құндылықтар ұйымның стратегиялық бағытына, жұмыс принциптеріне және қызметкерлердің күнделікті іс-әрекеттеріне негіз болады.

3. **Негізгі нанымдар** – бұл терең деңгейдегі мәдениет элементтері, олар адамдардың «дұрыс» және «бұрыс» деген ұғымдарын қалыптастырады. Көп жағдайда бұл элементтер бейсаналы түрде әрекет етеді және ұйымның барлық қызметінде көрініс табады.[1]

Осылайша, корпоративтік мәдениет тек қызметкерлердің күнделікті жұмысын ғана емес, сонымен қатар олардың мотивациясын, қанағаттануын және жалпы өнімділігін де айқындайды. Ол ұйымның ішкі ахуалына әсер етіп, компанияның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігіне тікелей ықпал етеді.

Корпоративтік мәдениет ұйымның бәсекеге қабілеттілігіне айтарлықтай әсер етеді, себебі ол қызметкерлердің жұмысқа деген қатынасын, ынталандыру деңгейін және жалпы ұйымның ішкі динамикасын айқындайды. Бұл мәдениет ұйымның нарықта тиімді әрекет ету қабілетіне, сондай-ақ оның тұрақтылығы мен өсуіне тікелей ықпал етеді.[2]

Алдымен, корпоративтік мәдениеттің қызметкерлердің жұмыс тиімділігіне ықпал етуі маңызды. Мәдениеті айқын, құндылықтарға негізделген ұйымдарда қызметкерлердің жұмысқа деген қатысуы жоғары болады. Олар өз жұмысына жауапкершілікпен қарайды, ал бұл өз кезегінде өнімділікке және компанияның өнімдері мен қызметтерінің сапасына тікелей әсер етеді. Қызметкерлер жұмысқа тартылған кезде, олар өз міндеттерін барынша орындауға ұмтылады, бұл ұйымның жалпы тиімділігін арттырады. Бұл фактор компанияның бәсекеге қабілеттілігін күшейтуге және нарықтағы орнын нығайтуға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар, корпоративтік мәдениет ұйымдағы қарым-қатынас стилін де айқындайды. Ашық және шынайы коммуникация орнаған компаниялар ішкі мәселелерді тиімді шешеді, дағдарыстық жағдайларда тез арада бейімделіп, қажетті шешімдер қабылдайды. Мұндай ортада қызметкерлер арасында сенім қалыптасады, бұл өз кезегінде компанияның тұрақтылығын қамтамасыз етеді. Сонымен қатар, ашық қарым-қатынас мәдениеті сыртқы тұтынушылармен, серіктестермен және клиенттермен байланыстарды жақсартады, олардың қанағаттануын арттырады, бұл да ұйымның нарықтағы позициясын нығайтуға әсер етеді.

Корпоративтік мәдениет талантты мамандарды тарту мен сақтауға да үлкен әсер етеді. Күшті корпоративтік мәдениет бар ұйымдар жоғары білікті және дарынды қызметкерлерді өзіне тартады. Олар өз күш-жігері мен кәсіби қасиеттерінің бағаланатынын сезініп, жұмысына деген ынта-жігері артады. Мұндай ұйымдар қызметкерлерге кәсіби өсу мүмкіндіктерін ұсынады, бұл олардың ұзақ уақыт бойы компанияда қалуына және ұйымға деген адалдықтарының жоғары болуына септігін тигізеді. Дарынды қызметкерлерді тарту мен сақтау ұйымның бәсекелестік артықшылықтарының бірі болып табылады.

Компанияның корпоративтік мәдениеті оның инновацияларға деген қабілетіне де ықпал етеді. Мәдениеті инновацияларды қабылдауға, өзгерістерге бейімделуге бағытталған ұйымдар сыртқы нарықтағы өзгерістерге жылдам жауап береді. Мұндай компаниялар жаңа технологиялар мен жұмыс әдістерін енгізу арқылы нарықтық өзгерістерге жылдам бейімделеді. Бұл оларға өз бәсекелестерінен озып, нарықта алдыңғы қатарда болуға мүмкіндік береді.

Икемді және инновациялық мәдениет компанияның дамуында маңызды рөл атқарады, себебі ол жаңа мүмкіндіктер мен нарықтық сұраныстарға бейімделуге мүмкіндік береді.[4]

Аталған факторлар компанияның сыртқы беделіне де әсер етеді. Жақсы дамыған корпоративтік мәдениет ұйымның имиджін қалыптастырып, оны сенімді серіктес ретінде танытады. Әлеуметтік жауапкершілік пен этикалық құндылықтарды ұстанатын компаниялардың нарықтағы тұрақтылығы жоғары болады, ал олардың бәсекеге қабілеттілігі артатыны сөзсіз. Мықты корпоративтік мәдениет сыртқы тұтынушылар мен әлеуетті инвесторларға компанияның сенімді және этикалық екенін көрсетеді, бұл оның нарықтағы позициясын күшейтеді.

Мықты корпоративтік мәдениет кейбір компаниялар үшін тек қана ұйым ішіндегі ахуалды реттеп қана қоймай, олардың нарықтағы көшбасшылық позицияларын қалыптастыруға да септігін тигізді. Мұндай мәдениеттер инновациялар мен тұрақты даму негізінде құрылып, компаниялардың бәсекеге қабілеттілігін айтарлықтай арттырады. Бұл тұрғыда **Google** компаниясының тәжірибесі айрықша назар аударады. Google-дің корпоративтік мәдениетінің негізінде ашықтық пен еркіндік жатыр. Компанияның негізгі философиясы — қызметкерлерді өз идеяларын еркін білдіруге ынталандыру. Мұнда шығармашылық шекаралары жоқ, қызметкерлер өздерінің жобаларында тәуелсіздік пен жауапкершілік алады. Google-дің жұмыс ортасы қызметкерлердің идеяларын, пікірлерін бөлісіп, олардың жүзеге асуына барынша жағдай жасауға бағытталған. Компанияда ешқандай түбегейлі иерархия жоқ — бұл басқарушылар мен қызметкерлер арасында еркін қарым-қатынас орнатуға мүмкіндік береді.[4]

Google-дің жұмыс мәдениетінде «өзгерістерге ашық болу» принципі де маңызды рөл атқарады. Компания қызметкерлерінің жаңа идеяларға деген ашықтығын қолдап, оларды іске асыру үшін қажетті ресурстармен қамтамасыз етеді. Мысалы, Google қызметкерлеріне аптасына 20% уақытын өз жобаларына жұмсауға рұқсат береді. Бұл инновациялық идеялардың пайда болуына және жаңа өнімдер мен қызметтердің енгізілуіне ықпал етеді. Атап айтқанда, **Gmail** және **Google News** сияқты өнімдер дәл осы еркіндік пен шығармашылықтың арқасында дүниеге келген.

Тағы бір айрықша мысал ретінде **Zappos** компаниясын атауға болады. Zappos өзінің корпоративтік мәдениетінде клиенттерге деген ерекше назар мен қызметкерлерге деген қамқорлықты ұштастырады. Бұл компания үшін корпоративтік мәдениет тек қызметкерлердің бір-бірімен қарым-қатынасын емес, сонымен қатар клиенттермен өзара іс-қимылын да қалыптастыратын маңызды күшке айналған. Zappos компаниясы клиенттермен сенімді және адал қарым-қатынас орнатып, олардың қажеттіліктеріне жоғары деңгейде жауап береді, ал қызметкерлер өздерін құрметтелген әрі бағаланған сезінеді. Мұндай мәдениет компанияның қызметкерлері мен тұтынушылары арасындағы адалдықты арттырып, Zappos-қа онлайн-сауда нарығында көшбасшы болуға мүмкіндік берді. Бәсекелестерінен ерекшеленіп, клиенттерге деген шынайы қамқорлық пен ерекше қызмет көрсету мәдениетін қалыптастырған Zappos нарықта тұрақты жетістікке жетіп, өзінің бәсекеге қабілеттілігін арттырды [5].

Бұл мысалдар корпоративтік мәдениеттің тек ұйымның ішкі динамикасына ғана емес, сонымен қатар сыртқы нарықтағы табысына да тікелей әсер ететінін көрсетеді. Мықты және стратегиялық тұрғыдан қалыптасқан корпоративтік мәдениет компанияларға тек қана тиімді жұмыс істеуге емес, сондай-ақ индустрияның көшбасшысы болуға мүмкіндік береді.

Корпоративтік мәдениетті қалыптастыру және оны қолдау, әрине, айқын артықшылықтарға карамастан, күрделі әрі ұзақ процесс болуы мүмкін. Бұл салада ұйымдар кейде келесі қиындықтарға тап болады:

Жаңа құндылықтар мен корпоративтік мәдениеттегі өзгерістерді енгізу қызметкерлер тарапынан қарсылыққа ұшырауы мүмкін, әсіресе өзгерістер таныс жұмыс әдістеріне және қалыптасқан дәстүрлерге қауіп төндірген жағдайда. Қызметкерлердің өзгерістерді қабылдауы олардың жұмыс тәртібіне немесе әлеуметтік ортасына әсер ететініне деген алаңдаушылықпен байланысты болуы мүмкін.

Егер компанияның басшылығы корпоративтік мәдениетті қалыптастыру мен дамытуға белсенді түрде араласпаса, онда ұйымның құндылықтары мен ішкі нормалары қызметкерлер тарапынан маңызсыз немесе елеусіз деп қабылдануы мүмкін. Басшылықтың мәдениетті басқаруға деген белсенді қатысуы – оның тиімділігі мен ұйым ішіндегі жалпы ахуалдың тұрақтылығы үшін шешуші фактор.

Халықаралық немесе көпмәдениетті ұйымдарда әртүрлі елдер мен мәдениеттерден келген қызметкерлердің түрлі корпоративтік мәдениетке деген көзқарастарының болуы жиі қақтығыстарға әкелуі мүмкін. Әртүрлі ұлттық және мәдени ерекшеліктер жұмыс процесіне әсер етуі мүмкін, бұл ұйым ішінде түсінбеушілік пен жанжалдарға себеп болуы ықтимал [6].

Кейбір ұйымдар корпоративтік мәдениеттің қалыптасуын және оның тиімділігін бағалау үшін қажетті құралдар мен әдістерге ие болмауы мүмкін. Бұл өз кезегінде мәдениет өзгерістерін бақылау мен оңтайландыруды қиындатуы, сондай-ақ алға жылжуды бағалауға қажетті деректердің болмауына әкелуі мүмкін.

Қорытындылай келе, корпоративтік мәдениет ұйымның бәсекеге қабілеттілігін айқындайтын басты факторлардың бірі болып табылады. Күшті, орнықты корпоративтік мәдениет қалыптастыру – бұл тек ішкі атмосфераны жақсарту ғана емес, сонымен қатар қызметкерлердің қатысуын арттыру, өнімдер мен қызметтердің сапасын жоғарылату, компанияның нарықтағы беделін нығайту сияқты маңызды қадамдарды да қамтиды. Бірақ мұның бәрі үшін көшбасшылық, қарым-қатынас, мотивация және үздіксіз оқыту сияқты аспектілерді ескеріп, оларды тиімді жүзеге асыру қажет. Қатаң бәсекелестік жағдайда өз корпоративтік мәдениетіне инвестиция салған компаниялар тек қана қазіргі кезеңде емес, алдағы уақытта да нарықта озық тұрып, ұзақ мерзімді тұрақты даму мен жетістікке жету мүмкіндігіне ие болады.

## **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:**

1. Карпова И.В. Корпоративтік мәдениет: ұйымды басқарудағы рөлі. М., 2020.

2. Шайн, Э. Корпоративтік мәдениет: ұйымдастырушылық мәдениеттер қалай қалыптасады және оларды қалай өзгертуге болады. М.: Альпі Баспагері. (2010).
3. Герчикова, И. В. Корпоративтік мәдениет және оның ұйымның дамуына әсері. (2009).
4. <https://hurma.work/ru/blog/korporativnaya-kultura-google-kak-v-kompanii-uderzhivayut-luchshih-sotrudnikov/>
5. <https://hurma.work/ru/blog/dostavlyaya-schaste-principy-korporativnoj-kultury-zappos/>
6. <https://www.wrike.com/ru/blog/chto-takoe-korporativnaya-kultura-kak-ee-sozdat/>

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

**Келіс Асия** – Каспий Қоғамдық университетінің «Менеджмент» мамандығының 4-ші курс студенті.

**Отарбаева Айжан Базарбаевна** - Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: [a-o777@mail.ru](mailto:a-o777@mail.ru)

#### **Сведения об авторах**

**Келіс Асия** – студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Менеджмент».

**Отарбаева Айжан Базарбаевна** – преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент» Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: [a-o777@mail.ru](mailto:a-o777@mail.ru)

#### **Information about the authors**

**Kelis Asya** -4th year student of the Caspian Public University, specialty “Management “

**Otarbaeva Aizhan Bazarbaevna** – teacher of the Department of Economics and Management of the Caspian Public University, Master of Economic Sciences, e-mail: [a-o777@mail.ru](mailto:a-o777@mail.ru)

УДК 338.1

## **РОЛЬ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**Кесекбаев Д.Р.<sup>1</sup>**

Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
научный руководитель м.э.н., Большекбаева К.О.

**Аннотация:** В данной статье рассматривается влияние цифровой экономики на наше общество и глобальные рынки. Особое внимание уделяется ключевым аспектам ее развития, включая цифровизацию и автоматизацию бизнеса, внедрение новых технологий, например Искусственный Интеллект и блокчейн, трансформацию трудовых отношений. Анализируются плюсы цифровой экономики, такие как повышение эффективности и прозрачности процессов. В заключение делается вывод о необходимости активного взаимодействия с государством, бизнеса и общества для устойчивого развития экономики.

**Ключевые слова:** цифровизация, цифровые технологии, бизнес-модель, блокчейн.

## **ҚАЗІРГІ ӘЛЕМДЕГІ ЦИФРЛЫҚ ЭКОНОМИКАНЫҢ РӨЛІ**



**Кесекбаев Д.Р.<sup>1</sup>**

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ, Қазақстан Республикасы  
Ғылыми жетекші э.ғ.м., Бөлшекбаева Қ.О.

**Аңдатпа:** Бұл мақала цифрлық экономиканың біздің қоғамға және жаһандық нарықтарға әсерін қарастырады. Оны дамытудың негізгі аспектілеріне, оның ішінде цифрландыру мен бизнесті автоматтандыруға, жасанды интеллект пен блокчейн сияқты жаңа технологияларды енгізуге, еңбек қатынастарын өзгертуге ерекше көңіл бөлінеді. Цифрлық экономиканың тиімділік пен процестердің ашықтығын арттыру сияқты артықшылықтары талданады. Қорытындылай келе, экономиканың тұрақты дамуы үшін мемлекетпен, бизнеспен және қоғаммен белсенді өзара іс-қимыл қажет деген қорытынды жасалады.

**Түйін сөздер:** цифрландыру, цифрлық технологиялар, бизнес-модель, блокчейн

## **THE ROLE OF THE DIGITAL ECONOMY IN THE MODERN WORLD**

**Kessekbayev D.R.<sup>1</sup>**

Caspian University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
scientific supervisor, Master of Economic Sciences, Bolshekbaeva K.O.

**Abstract:** This article examines the impact of the digital economy on our society and global markets. Particular attention is paid to key aspects of its development, including digitalization and automation of business, the introduction of new technologies, such as Artificial Intelligence and blockchain, and the transformation of labor relations. The advantages of the digital economy, such as increased efficiency and transparency of processes, are analyzed. In conclusion, a conclusion is made about the need for active interaction with the state, business, and society for sustainable economic development.

**Key words:** digitalization, digital technologies, business model, blockchain.

Современный мир на данный момент переживает настоящую глубокую трансформацию под влиянием цифровых технологий. Развитие мобильных устройств, интернета, облачных сервисов и ИИ создает новую экономическую систему, которая называется цифровой экономика. Это понятие охватывает многие сферы, связанные с обработкой, передачей и использованием информации.

Цифровые технологии оказывают огромное влияние на бизнес, государственное управление и жизнь простых граждан. Эти технологии открывают новые возможности для быстрого роста экономики, повышения производительности и создания новых бизнес-моделей. Однако параллельно этому появляются новые вызовы, связанные с безопасностью данных, правовой защитой и цифровым неравенством.

Цель статьи – сделать анализ о роли цифровой экономике в современном мире, выявить ключевые аспекты, плюсы и минусы, а также рассмотреть перспективы дальнейшего развития цифровых технологий.

### **Понятие и сущность цифровой экономики**

Цифровая экономика – это экономическая деятельность, которая основывается на использовании цифровых технологии в качестве основного ресурса. Впервые термин

появился в 1995 году Дон Тапскоттом в его книге «Цифровая экономика: обещания и опасности в эпоху сетевых технологий».

Ключевые элементы цифровой экономики:

•**Данные:** они выступают новым видом ресурса, который используется для создания ценности

•**Цифровые платформы:** представляют инфраструктуру для взаимодействия пользователей, разработчиков и организаций.

•**Инновационные технологии:** ИИ, блокчейн, интернет-вещей и облачные вычисления.

Цифровая экономика влияет на все сферы жизни, от производства и торговли до образования и здравоохранения. Ее развитие способствует повышению эффективности процессов, снижению издержек и созданию новых рабочих мест.

#### **Преимущества цифровой экономики**

Развитие цифровых технологий создает множество преимуществ, помогая глобальному прогрессу и повышению качества жизни. Среди положительных аспектов можно выделить:

1. Увеличение производительности труда. Внедрение автоматизации и новых технологий позволяет сэкономить время выполнения рутинных задач и сфокусироваться на более важных задачах. Например, использование ИИ в производственных процессах повышает точность и снижает количество ошибок.

2. Упрощение доступа к информации. Цифровая экономика предоставляет доступ к большим объемам данных, которые используются для принятия более эффективных решений. Это способствует росту конкуренции и улучшению качества услуг и продукции.

3. Создание новых бизнес-моделей. Цифровые платформы такие как YandexGo, Alibaba, Amazon в полном объеме изменили традиционные подходы к торговле и предоставлению услуг. Они обеспечивают доступ к рынкам и позволяют малому бизнесу конкурировать с крупными компаниями.

4. Гибкость в организации труда. Цифровая экономика способствует распространению удаленной работе. Это делает рабочий процесс более удобным и доступным для большого количества людей.

5. Экономия ресурсов. Цифровизация процессов снижает использование бумаги, топлива и других материальных ресурсов, что способствует устойчивому развитию и охране окружающей среды.

#### **Вызовы цифровой экономики.**

Несмотря на преимущества, цифровая экономика может столкнуться с рядом неприятностей, требующих решения:

1. Кибербезопасность. Рост цифровых данных повышает риск утечек информации и кибератак. Различные компании и государства вынуждены выделять средства на защиту своих систем и данных.

2. Цифровое неравенство. Неравномерный доступ к технологиям между регионами и социальными группами создает «пропасть», которая создает ограничения развитию экономики в отдельных странах и усложняет интеграцию глобальных рынков.

3. Правовые и этические вопросы. Цифровая экономика поднимает вопросы регулирования, защиты интеллектуальной собственности и конфиденциальности. Развитие технологий часто обгоняет законодательство, создавая правовые пробелы.

4. Зависимость от технологий. Зависимость от цифровых технологий делает системы уязвимыми к сбоям и техническим неполадкам.

5. Замещение рабочих мест. Автоматизация приводит к исчезновению некоторых традиционных профессий, вызывая рост безработицы в отдельных отраслях.

#### **Примеры внедрения цифровых технологий.**

Множество стран активно внедряет технологии в государственное управление. Например, Казахстан реализовал проекты электронного правительства, позволяющие получать государственные услуги через интернет, включая голосования и опросы. В рамках программы «Цифровой Казахстан» осуществляется переход на электронные услуги, создание цифровых хабов.

Цифровизация бизнеса:

Amazon: компания трансформировала мировой рынок розничной торговли, предложив быстрые онлайн покупки.

YandexGo: благодаря использованию цифровой платформы изменил традиционные модели работы транспортных услуг.

Alibaba: создала крупную в мире экосистему электронной коммерции, объединив потребителей, бизнесы и производителей.

Здравоохранение. Телемедицина активно набирает обороты благодаря цифровым технологиям, позволяя пациентам получать консультации и услуги врачей онлайн. Также использование больших данных помогает прогнозировать заболевания и разрабатывать новые лекарства.

В перспективе развития цифровой экономики. можно рассмотреть ускорение внедрения искусственного интеллекта позволяет ему стать ключевым элементом экономики, автоматизируя процессы, анализируя большие данные и улучшать обслуживание клиентов.

Интернет вещей объединяет устройства в единую сеть, что помогает оптимизировать производство, логистику и повседневную жизнь людей. Например, умные дома и умные города станут реальностью в ближайшее время.

Блокчейн может изменить финансовую систему, повысив прозрачность транзакций, а также найти применение в других отраслях экономики.

Цифровые технологии помогут сократить потребление ресурсов и минимизировать вред окружающей среде, например через оптимизацию логистики и управление энергией.

Цифровая экономика- мощный инструмент позволяющий изменить мир. Она создает новые возможности для развития всех сфер в жизни. Бизнес, государство, общество, повышая доступность и эффективность процессов. Однако ее успешное внедрение требует решения множества вызовов, например кибербезопасность, правовая регуляция и цифровое неравенство.

В будущем цифровая экономика продолжит играть важную роль в глобальном развитии, предоставляя новые инструменты для достижения устойчивого и процветающего роста общества.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тапскотт Д. *Цифровая экономика : обещания и опасности в эпоху сетевых технологий*. -М.:Альпина Паблишео, 1999.
2. Сакал А.В. *Цифровая экономика : основные направления и перспективы развития*. // Экономика и управление, 2021, №3, с.45-56.
3. World Bank. *Digital Economy for development: Policy Insights*. -Washington, 2022.

### Сведения об авторе.

Кесекбаев Данияр Русланович студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [daniarkesekbaev2@gmail.com](mailto:daniarkesekbaev2@gmail.com)

### Information about the author.

Kesekbaev Daniyar Ruslanovich student, Caspian Public University, e-mail: [daniarkesekbaev2@gmail.com](mailto:daniarkesekbaev2@gmail.com)

**Автор туралы мәлімет.**

Кесекбаев Данияр Русланович, Каспий мемлекеттік университетінің студенті, e-mail: daniarkesekbaev2@gmail.com

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ

Ким С.С.<sup>1</sup>, Исмаилова Г.А.<sup>2</sup>

Научный руководитель доктор PhD, ассоц.  
профессор ОП «Финансы» Имрамзиева М.Я.  
Каспийский Общественный Университет, г. Алматы,  
Республика Казахстан

**Аннотация.** В этой статье рассматривается тема влияния цифровых технологий на финансовые услуги. Актуальность темы заключается в большой скорости развития технологий и их внедрении во все сферы жизни. Авторы изучают процесс цифровизации услуг финансовых организаций. В данной публикации, особое внимание уделяется обзору последних тенденций, инноваций, их воздействие на потребителя и на рынок финансовых услуг в целом. Применяются следующие методы исследования: анализа, сравнения, статистического анализа и прогнозирования. А также, проведен обобщенный анализ и прогнозирование роли цифровых технологий в оптимизации процессов в сфере финансовых услуг с точки зрения авторов.

**Ключевые слова:** цифровизация, цифровые технологии, финансовый сектор, финансовая политика, теневая экономика, экономика.

## ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ҚЫЗМЕТТЕРГЕ ӘСЕРІ

Ким С.С.<sup>1</sup>, Исмаилова Г.А.<sup>2</sup>

Ғылыми жетекшісі PhD докторы,  
«Қаржы» БББ қауымд. профессор Имрамзиева М.Я.

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада цифрлық технологиялардың қаржылық қызметтерге әсері тақырыбы қарастырылады. Тақырыптың өзектілігі технологиялардың даму жылдамдығында және оларды өмірдің барлық салаларына енгізуде жатыр. Авторлар қаржы ұйымдарының қызметтерін цифрландыру процесін зерттейді. Бұл басылымда соңғы тенденцияларды, инновацияларды, олардың тұтынушыға және жалпы қаржылық қызметтер нарығына әсерін шолуға ерекше назар аударылады. Зерттеудің келесі әдістері қолданылады: талдау, салыстыру, статистикалық талдау және болжау. Сондай-ақ, авторлар тұрғысынан қаржылық қызметтер саласындағы процестерді оңтайландырудағы цифрлық технологиялардың рөлін жалпылама талдау және болжау жүргізілді.

**Түйін сөздер:** қаржы секторын цифрландыру, қаржы саясаты, көлеңкелі экономика, цифрлық технологиялар, инноваци.

## IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON FINANCIAL SERVICES

Kim S.S.<sup>1</sup>, Ismailova G.A.<sup>2</sup>

Scientific supervisor PhD Doctor, assoc. Professor of the OP "Finance" Imramziyeva  
M.Y. Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** This article discusses the impact of digital technologies on financial services. The relevance of the topic lies in the high speed of technology development and their implementation in all spheres of life. The authors study the process of digitalization of financial institutions' services. In this publication, special attention is paid to an overview of the latest trends, innovations, their impact on the consumer and on the financial services

market as a whole. The following research methods are used: analysis, comparison, statistical analysis and forecasting. Also, a generalized analysis and forecasting of the role of digital technologies in optimizing processes in the field of financial services from the point of view of the authors is carried out.

**Keywords:** Digitalization of the financial sector, tax policy, shadow economy, digital technologies, services, economy.

В настоящее время цифровые технологии оказывают значительное влияние на финансовые услуги, переформатируя способы, которыми люди взаимодействуют с финансовыми институтами, управляют своими средствами и осуществляют финансовые операции.

Цифровые технологии представляют новые возможности для улучшения клиентского опыта, оптимизации процессов, повышение безопасности финансовых операций и развития новых продуктов и услуг. Кроме того, они могут способствовать сокращению издержек и обеспечению большей прозрачности в финансовой сфере.

С развитием информационно - коммуникационных технологий совершенствуются и услуги финансового сектора, большая часть из которых на данный момент цифр визирована. Инновационные технологии упрощают и даже автоматизируют процессы, благодаря чему увеличивается объем предоставляемых услуг. На сегодняшний день одним из решающих факторов, влияющих на конкурентоспособность, является способность быстро адаптироваться к инновациям, а также правильно, и что не менее важно - вовремя, применять их на практике в своей сфере деятельности.

В современном мире технологии играют ключевую роль во всех сферах жизни, включая финансы. Этот процесс трансформации финансовой системы не только открывает новые возможности для участников рынка, но и ставит перед ними сложные вызовы. В данной статье мы рассмотрим влияние технологий, таких как цифровые инновации, искусственный интеллект (AI), блокчейн и финансовые технологии (финтех), на финансовую систему.

Инновации, привносимые цифровыми технологиями в экономику, значительно упрощают процесс решений многих проблем. Авторами был проведен анализ, в результате которого выявили следующие задачи в экономике, решаемые с помощью цифровых технологий:

1. Скорость выполнения задач. Многие задания, выполняемые в прошлом длительное количество времени, на сегодняшний день упрощены, если не автоматизированы.

2. Снижение затрат предприятий. Так как практически всю информацию можно хранить в электронном формате, отпала необходимость в бумажном носителе информации.

3. Обратная связь. Наличие социальных сетей, различных платформ на просторах интернета помогает компаниям в налаживании взаимодействия со своими клиентами [1].

На основании этой информации, авторы провели сравнительный анализ факторов, влияющих на финансовые услуги в прошлом и настоящем (таблица 1).

Таблица 1 - Факторы финансовых услуг, на которые оказали влияние цифровые технологии

Факторы	До появления цифровых технологий	После появления
1	2	3

Удобство	Когда цифровые технологии были еще недоступны, даже самые простые задачи, такие как получение документов, оплата коммунальных услуг или налогов, могли превратиться в мучительное ожидание в длинных очередях, забирая полдня у людей. Кроме того раньше без цифровых технологий расчет налогов был гораздо более сложным процессом. Люди должны были заполнять бумажные формы и ручным образом выполнять сложные	Цифровые технологии позволили клиентам получать финансовые услуги онлайн, что обеспечивает более удобный и быстрый доступ к банковским услугам, особенно для тех, кто живет в удаленных или малонаселенных районах, где раньше не было доступа к банковским услугам или пунктам обслуживания, инвестициям и платежным системам.
	математические расчеты. Это могло быть довольно трудоемким и запутанным процессом для многих.	
Стоимость услуг	Когда цифровых технологий не было, стоимость услуг зачастую была выше из-за необходимости использования более ресурсоемких и медленных процессов, таких как бумажная работа и ручная обработка данных.	С развитием цифровых технологий, автоматизации и оптимизации процессов, стоимость услуг обычно снижается благодаря увеличению эффективности и сокращению затрат на персонал и ресурсы.
Безопасность и защита данных	Безопасность и защита данных в эпоху, когда не было цифровых технологий, зависели в основном от физических мер защиты, таких как замки, сейфы и охрана. Однако, угрозы были менее сложными и не такими масштабными, как сейчас, и защита данных не требовала такого же уровня сложности и внимания, как сегодня, когда информация хранится и передается через цифровые средства.	С развитием цифровых технологий финансовые учреждения активно работают над обеспечением безопасности данных клиентов и транзакций.
Финансовые услуги	До цифровой технологии финансовые услуги предоставлялись в основном через традиционные банки и финансовые учреждения, используя бумажные документы и физические транзакции. Клиенты могли обращаться в банковские отделения, чтобы открыть счета, оформить кредиты или провести операции с наличными. Также существовали услуги почтовых переводов и телеграфных денежных переводов для удаленных операций. Однако весь процесс был более медленным и менее удобным по сравнению с современными цифровыми технологиями.	Цифровые технологии способствуют появлению новых финансовых продуктов, таких как крипто валюты, платежные приложения, робо-консультации и т.д.

Мошенничество	Когда цифровых технологий не было, мошенничество происходило в основном в физической форме: кражи, мошеннические схемы, подделка документов и т. д. В то время схемы мошенничества были ограничены доступом к физическим объектам и документам, и обычно требовали физического присутствия или манипуляций.	С развитием цифровых технологий, к сожалению, всплеск мошенничества стал неотъемлемой частью нашей реальности. Сегодня множество людей сталкиваются с ситуацией, когда на их имена оформляются кредиты, которых они на самом деле не брали.
Примечание: составлено авторами		

Цифровизация несёт прямые выгоды для потребителей финансовых услуг, связанные с повышением инклюзии, расширением доступа к услугам, снижением издержек и сокращением затрат времени на проведение сделок. Внедрение цифровых интерфейсов позволяет расширить возможности взаимодействия поставщиков и потребителей финансовых услуг и повысить уровень конкуренции на финансовом рынке [2].

Одним из важных факторов, влияющих на проведение финансовых операций является безналичный платеж. В безналичных платежах отсутствует необходимость в физическом обращении, вследствие чего сокращается время проведения операций, что является удобным как для клиентов, так и для компаний. Большим преимуществом данного способа платежа является легкость отслеживания и анализа, что позволяет компаниям и клиентам более точно управлять своими финансами. Можно добавить, что такие платежи способствуют появлению и развитию финансовых инноваций, таких как онлайн-платежи, мобильные приложения и так далее.

Рисунок 1, указывает на тенденцию роста числа пользователей, на высокую востребованность такого способа платежа у населения.

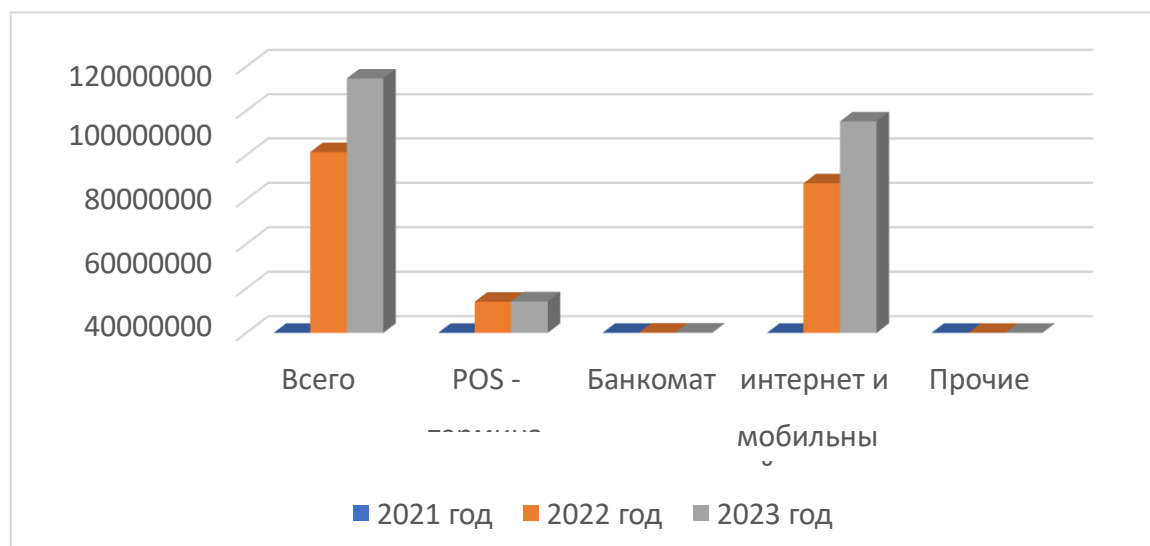


Рисунок 1 - Объём безналичных платежей в разрезе видов, проводимых операций за 2021-2023 годы (млн. тенге)

Примечание: рисунок составлен на основе источника [3].

Блокчейн - еще одна технология, которая может существенно изменить финансовую систему. Благодаря своей децентрализованной и прозрачной природе, блокчейн может обеспечить надежную основу для различных финансовых операций, таких как



трансграничные платежи, краудфандинг и управление активами [4].

Технологии оказывают все большее влияние на финансовую систему. Цифровые технологии, такие как искусственный интеллект, большие данные и блокчейн, трансформируют традиционные финансовые услуги, повышая их эффективность, снижая затраты и открывая новые возможности для клиентов.

Технологии предоставляют ряд возможностей для финансовой системы:

- Повышение эффективности: цифровые технологии позволяют автоматизировать многие задачи, которые ранее выполнялись вручную, что приводит к повышению эффективности и снижению затрат.

- Новые продукты и услуги: технологии позволяют создавать новые продукты и услуги, которые ранее были невозможны или недоступны.

- Расширение доступа: технологии позволяют расширить доступ к финансовым услугам для людей и предприятий, которые ранее были исключены.

Одной из самых важных целей в развитии рынка финансовых технологий — это сокращение доли теневой экономики. Для этого существуют и развиваются следующие способы помощи в борьбе с теневой экономикой:

1. Электронные платежи: использование электронных платежей сокращает использование наличных денег, что делает потоки денежных средств более видимыми и вследствие позволяет бороться с уклонением от уплаты налогов.

2. Идентификация клиентов: компании разрабатывают инновационные методы идентификации рисков, для того чтобы снизить риск отмывания денег

3. Автоматизация контроля: использование автоматизированных систем позволяет более эффективно контролировать и мониторить операции, выявляя потенциальные нарушения [5].

Развитие рынка финансовых технологий играет важную роль в уменьшении теневой экономики, обеспечивая более прозрачные и эффективные финансовые процессы

Следует отметить, что цифровые технологии значительно изменяют финансовые услуги. Мобильные приложения, онлайн-платформы и автоматизированные системы позволяют клиентам осуществлять операции быстрее и удобнее, улучшая доступность финансовых услуг. Технологии блокчейн и цифровые валюты изменяют способы проведения транзакций и управления активами, снижая издержки и повышая прозрачность. Искусственный интеллект и аналитика данных помогают финансовым институтам предсказывать потребности клиентов, персонализировать предложения и обеспечивать более точное управление рисками. Тем не менее, внедрение цифровых технологий в финансовые услуги представляет собой как вызовы, так и перспективы. С одной стороны, это требует значительных инвестиций в технологическую инфраструктуру, безопасность и обучение персонала. С другой стороны, это открывает новые возможности для улучшения клиентского опыта, оптимизации процессов и создания инновационных продуктов. Важно балансировать между конкурентоспособностью и рисками, связанными с цифровизацией, такими как кибербезопасность и приватность данных.

В заключении можно подчеркнуть, что цифровые технологии имеют огромное влияние на финансовые услуги, переопределяя способы взаимодействия между финансовыми институтами и клиентами. Прогнозирование влияния цифровых технологий на финансовые услуги предполагает дальнейшее углубление интеграции технологий, таких как искусственный интеллект, машинное обучение и аналитика данных, для создания более инновационных и адаптивных финансовых продуктов и услуг. Это также включает в себя рост использования блокчейна для улучшения безопасности и прозрачности транзакций, а также расширение использования цифровых валют и цифровых платежных систем. Предполагается, что в будущем финансовые компании будут более активно взаимодействовать с клиентами через мобильные приложения и онлайн-платформы, предлагая более персонализированные и удобные услуги. Однако важно учитывать риски, связанные с кибербезопасностью и

приватностью данных, чтобы обеспечить стабильность и доверие в цифровой финансовой среде. В целом, эволюция цифровых технологий обещает продолжать трансформировать ландшафт финансовых услуг, содействуя развитию более инновационных и удобных финансовых решений для всех участников рынка.

### Список использованной литературы

1. Гусева И. Х., Кокшеева Р. Применение цифровых технологий в области налогового и таможенного администрирования [Электронный ресурс]. - 2019. - URL: <https://caer.narxoz.kz/jour/article/view/121/122> (дата обращения: 15.04.2024).
2. Рынок финансовых технологий РК [Электронный ресурс]. - 2021. - URL: <https://ranking.kz/reviews/industries/rynok-finansovyyh-tehnologij-rk-2020.html> (дата обращения: 15.04.2024).
3. Платежные карточки и электронные банковские услуги на основе данных НБ РК [Электронный ресурс]. - 2019. - URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/elektronnye-bankovskie-uslugi> (дата обращения: 17.04.2024).
4. Бабаназаров Н. Ш., Ильясов И. Влияние технологий на финансовую систему: возможности и вызовы [Электронный ресурс]. - 2023. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tehnologiy-na-finansovuyu-sistemu-vozmozhnosti-i-vyzovy/viewer> (дата обращения: 15.04.2024).
5. Цифровые технологии: эффективный путь в борьбе с теневой экономикой [Электронный ресурс]. - 2023. - URL: <https://kgd.gov.kz/ru/news/cifrovye-tehnologii-effektivnyy-put-v-borbe-s-tenevoy-ekonomikoy-1-135776> (дата обращения: 15.04.2024).

### Сведения об авторах

\*Ким Светлана Светославовна - студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [svetakim20045@gmail.com](mailto:svetakim20045@gmail.com)

\*\*Исмаилова Гульназ Абдуганиевна студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [igulnaz415@gmail.com](mailto:igulnaz415@gmail.com)

### Авторлар туралы мәліметтер

\*Ким Светлана Светославовна - студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [svetakim20045@gmail.com](mailto:svetakim20045@gmail.com)

\*\* Исмаилова Гульназ Абдуганиевна - студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [igulnaz415@gmail.com](mailto:igulnaz415@gmail.com)

### Information about the authors

\*Kim Svetlana Svetoslavovna - student, Caspian Public University, e-mail: [svetakim20045@gmail.com](mailto:svetakim20045@gmail.com)

\*\* Ismailova Gulnaz Abduganieva - student, Caspian Public University, e-mail: [igulnaz415@gmail.com](mailto:igulnaz415@gmail.com)

**ӘОЖ 658.5.011**

## БИЗНЕС САЛАСЫНДАҒЫ ТӘУЕКЕЛ-МЕНЕДЖМЕНТІ ЖӘНЕ БАСҚАРУ ӘДІСТЕРІ

**Кожабаета Н.К.<sup>1</sup>, Өмір А.Ж.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.**

Тәуекел-менеджменті - кәсіпорынның жалпы басқару жүйесінің маңызды бөлігі болып табылады және стратегия, тактика мен нақты шараларды қамтиды. Тәуекелдерді азайту және басқару әртүрлі әдістер арқылы жүзеге асырылады: тәуекелден аулақ болу, локализация, бөлу және өтеу. Тәуекелдерді басқару жүйесі тәуекелді анықтау, бағалау және оған жауап беру кезеңдерінен тұрады. Қате шешімдер немесе нарықтағы белгісіздік жағдайында тәуекелді төмендетудің алдын алу шаралары ерекше маңызға ие. Тәуекелдерді басқару әдістері кәсіпорындардың әртүрлі жағдайларына бейімделуі керек және алдын ала талдау жұмыстарының толықтығы мен сапасына байланысты.

**Кілтті сөздер:** тәуекел, тәуекелдерді басқару, стратегия, ақпараттық қамтамасыз ету, мониторинг, болжау.

## УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ В БИЗНЕС-СФЕРЕ

**Кожабаяева Н.К.<sup>1</sup>, Омир А.Ж.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

### **Аннотация.**

Риск-менеджмент является важной частью общей системы управления предприятием и включает в себя стратегию, тактику и конкретные меры. Снижение и управление рисками осуществляется с помощью различных методов: уклонение от риска, его локализация, распределение и компенсация. Система управления рисками состоит из этапов определения, оценки и реагирования на риски. В условиях неопределенности на рынке или при ошибочных решениях особенно важны меры по снижению рисков. Методы управления рисками должны быть адаптированы к различным условиям предприятий и зависят от полноты и качества предварительного анализа.

**Ключевые слова:** риск, управление рисками, стратегия, информационное обеспечение, мониторинг, прогнозирование.

## RISK MANAGEMENT AND CONTROL METHODS IN THE BUSINESS FIELD

**Kozhabayeva N.K.<sup>1</sup>, Omir A.Zh.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** Risk management is an important part of the overall management system of an enterprise and includes strategy, tactics, and specific measures. Risk reduction and management are carried out through various methods: risk avoidance, localization, distribution, and compensation. The risk management system consists of stages of identifying, assessing, and responding to risks. In situations of market uncertainty or incorrect decisions, risk mitigation measures are particularly significant. Risk management methods should be adapted to various conditions of enterprises and depend on the completeness and quality of preliminary analysis.

**Key words:** risk, risk management, strategy, information provision, monitoring, forecasting.

Тәуекел-менеджменті – өте кең ұғым, ол басқарудың барлық бағыттары мен аспектілерін қамтитын түрлі мәселелермен байланысты [1,246.]. Осы саладағы менеджердің негізгі міндеттері – тәуекелді аймақты анықтау, тәуекел деңгейін бағалау, тәуекелдің алдын алу үшін шаралар әзірлеу және қабылдау; залал болған жағдайда оны оңтайлы түрде өтеу бойынша шаралар қабылдау; талдау жүргізу және тәуекелдердің алдын алу.

Тәуекел әртүрлі жағдайларда артады: қате басқарушылық шешімдер қабылдағанда, орындалмаған тапсырмалар кезінде, орындаушыны таңдаудағы сәтсіздіктерде,

маркетингтік болжамдардағы қателіктерде, басшылықтың менеджердің радикалды ұсыныстарын қабылдаудан бас тартуы кезінде.

Нарықтық экономика жағдайында өндірушілер, сатушылар және сатып алушылар бәсекелестік жағдайында тәуелсіз әрекет етеді, яғни өз тәуекелдеріне жауап береді. Сондықтан олардың қаржылық болашағы болжанбаған және аз жоспарланған. Тәуекел-менеджменті – бұл тәуекелдерді бағалау, тәуекелдерді басқару және бизнесте туындайтын қаржылық қатынастарды басқару жүйесі [2,396.]. Тәуекелді белгілі бір шараларды қолдана отырып басқаруға болады, олар белгілі бір дәрежеде тәуекел оқиғасының болуын болжауға және тәуекел деңгейін төмендету бойынша шараларды уақтылы қабылдауға мүмкіндік береді.

Тәуекелдерді басқару – бұл тәуекелдердің анықталуын, талдануын, бағалануын, тәуекелдің алдын алу, тәуекелді төмендету және ықтимал шығындарды шаруашылық процесіне қатысушылар арасында бөлу шараларын қамтитын өнер мен ресми әдістердің үйлесімі[3,886.]. Тәуекелдерді басқару тәуекелдерді анықтау мен талдауға және тәуекелді оқиғалардың жағымсыз салдарын барынша азайту бойынша жоспарланған шараларды әзірлеуге негізделеді.

Бұл анықтамадан тәуекелдерді басқарудың тәсілі туындайды, ол жоспарлау кезеңінде үш кезеңнен тұрады: 1. Жобаның тәуекелдерін анықтау; 2. Тәуекелдің қауіптілік дәрежесін бағалау; 3. Жауап беру шараларын әзірлеу.

Тәуекелдерді анықтау – бұл кәсіпорынның жағдайына әсер ететін тәуекелдерді анықтау және тәуекелдердің сипаттамаларын құжаттау. Тәуекелдерді анықтау үшін бастапқы ақпарат пен тәуекелдердің қайдан туындайтыны туралы түсінік қажет. Ең алдымен, түпкілікті өнімнің сипаттамасы қажет, өйткені тәуекелдер жобаның ерекшеліктеріне тікелей байланысты. Құн мен мерзімдерді бағалау тәуекелдің тым қатал шеңбермен байланысты екенін көрсетуі мүмкін. Жұмыс күші қажеттілігін талдау топ мүшелерін ауыстыру қиын болатынын анықтауға мүмкіндік береді. Жеткізу жоспарын талдау материалдарды сатып алуға байланысты тәуекелдерді анықтайды.

Тәуекелдерді анықтау процесіне жүйелілік беру үшін тәуекел көздері бойынша ұйымдастырылған бақылау нысандары қолданылады. Олар орта, басқа процестердің кодтары, өнімдер, қолданылатын технологиялар, топтың тәжірибесі сияқты факторларды қамтиды. Бұл кезеңде көп нәрсе басшының тәжірибесіне байланысты. Айта кету керек, тәуекелдерді анықтау (басқа процестер сияқты) бір реттік процедура емес және жағдай өзгерген сайын жүйелі түрде қайталануы керек.

Жұмыс тәжірибесі жинақталған сайын, менеджер өзінің тәуекелдер классификаторын жасайды. Классификация негіздері кәсіпорынның қызметінің ерекшеліктеріне байланысты таңдалады.

Тәуекелдерді бағалау – бұл кәсіпорынның жағдайына мүмкін болатын әсерлердің мөлшерін анықтау үшін жүргізіледі. Негізінен, бұл тәуекел оқиғаларының қандайлары жауап шараларын қажет ететінін анықтауға бағытталған. Тәуекелдерді бағалау үшін қатысушылардың мүмкіндіктері, тәуекел көздері мен тәуекел оқиғаларының тізімі, шығынды бағалау деректері қажет. Кезеңнің нәтижесі тәуекелдерді екі топқа бөлу болып табылады:

- Жауапты талап ететін оқиғалар (бұл оқиғаларға ерекше назар аудару қажет);
- Жауапты талап етпейтін оқиғалар (бұл оқиғаларға әзірге ерекше назар аударудың қажеті жоқ).

Бұл кезеңде менеджердің тәжірибесі өте маңызды рөл атқарады, ол ең үлкен қауіп төндіретін тәуекелдерді анықтауға мүмкіндік береді.

Жауап шараларын әзірлеу – бұл тәуекелдердің алдын алу және тәуекел оқиғаларына жауап беру үшін қажетті әрекеттерді бөлу.

Тәуекел оқиғаларына жауап беру келесі іс-шараларды қамтуы мүмкін:

- Тәуекелдің ықтимал себебін жою арқылы нақты қауіптің алдын алу;
- Тәуекел оқиғасының нәтижесінде күтілетін шығын мөлшерін азайту;

- Тәуекел оқиғасының салдарын қабылдау.

Кейбір жағдайларда қауіптің алдын алу оңай, ал басқаларында – дайындалып, шығындарды азайтуға тырысып, қажетсіз оқиғаның орын алуына мүмкіндік беру ақылға қонымды. Егер тәуекел оқиғасынан болатын залал тым үлкен болса, онда бұл тәуекелге жол бермеу үшін алдын ала шаралар қабылдау қажет.

Тәуекелдерді басқарудың жалпыұйымдастырушылық саясаты, соның ішінде тәуекелдерді анықтау, өлшеу, мониторинг және бақылау әдістемелері компанияның жоғарғы басшылығымен әзірленеді. Бұл саясаттың мақсаты – тәуекелдердің ұйымдық стратегия мен заң талаптарына сәйкестігін қамтамасыз ету және тәуекелдерді басқару мәдениеті компанияның барлық мүшелерімен бөлісілуіне көз жеткізу.

Тәуекелдерді олардың өзара байланысында түсіну және басқару үшін тәуекелдердің әртүрлі түрлерін анықтау және бағалау кешенді түрде жүргізілуі тиіс. Тәуекелдерді талдау жеткілікті жоғары деңгейде жүзеге асырылады, бұл компания тәуекелдерін тұтастай бағалауға мүмкіндік береді. Бұл басқару тәуекелдерінің бүкіл ұйымды қамтитынына, тәуекелдердің әртүрлі түрлерінің өзара байланысын және олардың компанияға бірлескен әсерін түсіну және оны ескере отырып, барлық стратегиялық және тактикалық шешімдерді қабылдауға мүмкіндік беретініне сенімділік береді.

Тәуекел-менеджменті – бұл тәуекелдердің анықталуын, талдануын, бағалануын, тәуекелдің алдын алу, тәуекелді төмендету және ықтимал шығындарды шаруашылық процесіне қатысушылар арасында бөлу шараларын қамтитын өнер мен ресми әдістердің үйлесімі[4,576.]. Тәуекелдерді басқару тәуекелдерді анықтау мен талдауға және тәуекелді оқиғалардың жағымсыз салдарын барынша азайту бойынша жоспарланған шараларды әзірлеуге негізделеді.

Шынайы шаруашылық жағдайларда, тәуекел факторларының әртүрлі әсер ету жағдайында, кәсіпорын қызметінің белгілі бір жақтарына әсер ететін тәуекел деңгейін төмендетудің әртүрлі әдістері қолданылуы мүмкін. Өнеркәсіптік кәсіпорындардың шаруашылық тәжірибесінде қолданылатын тәуекелдерді басқару әдістерінің алуан түрлілігін төрт түрге бөлуге болады:

1. Тәуекелден аулақ болу әдістері;
2. Тәуекелді локализациялау әдістері;
3. Тәуекелді бөлу әдістері;
4. Тәуекелді өтеу әдістері.

Тәуекелден аулақ болу әдістері шаруашылық тәжірибеде ең кең таралған әдістердің бірі. Бұл әдісті, әдетте, тәуекелге бармай, сенімді әрекет етуді жөн көретін кәсіпкерлер пайдаланады. Мұндай басшылар сенімсіз серіктестерден бас тартады, тек өздерінің сенімділігін дәлелдеген серіктестермен – тұтынушылармен және жеткізушілермен жұмыс істеуге тырысады, серіктестер шеңберін кеңейтпейді және т.б. Өндірістік бағдарламаның бұзылу қаупінен, яғни шикізат, материалдар және жинақтаушы бұйымдарды жеткізу кестелерінің бұзылуынан тәуекелден аулақ болу үшін кәсіпорындар күмәнді немесе белгісіз жеткізушілердің қызметтерінен бас тартады.

Тәуекелден аулақ болу тактикасын ұстанатын кәсіпорындар жүзеге асуы немесе тиімділігіне сенімділігі жоқ инновациялық және басқа жобалардан бас тартады. Мысалы, «тәуекелсіз стратегияны» ұстанатын банктер тек нақты қамтамасыз етілген несиелерді береді, яғни мүлік немесе тауар кепіліне.

Тәуекелден аулақ болудың тағы бір мүмкіндігі тәуекелді үшінші тарапқа беру болып табылады. Осы мақсатта өз әрекеттерін сақтандыру немесе «кепілгерлер» іздеу арқылы тәуекелді толықтай оларға аудару жүзеге асырылады. Ықтимал шығындарды сақтандыру сәтсіз шешімдерден сенімді қорғаныс ғана емес, сонымен қатар кәсіпорын басшыларын шешім қабылдау кезінде неғұрлым мұқият болуға мәжбүрлейді және олар сақтандыру шарттарына сәйкес алдын алу шараларын үнемі жүргізіп отыруды талап етеді. Кең мағынада, кәсіпорын аймақтық қаржы-шаруашылық мәмілелерін сақтандыру жүйесін және қайта сақтандыру жүйесін құру бастамасымен де шыға алады.

Тәуекелді локализациялау әдістері тәуекел көздерін нақты анықтауға және бөлуге болатын сирек жағдайларда қолданылады. Экономикалық тұрғыдан ең қауіпті кезеңді немесе қызмет аймағын бөліп, оны бақылауға алу арқылы кәсіпорынның соңғы тәуекел деңгейін төмендетуге болады. Бұл әдістерді көптеген ірі өндірістік компаниялар ұзақ уақыт бойы қолданады, мысалы, инновациялық жобаларды енгізуде немесе үлкен күмән тудыратын жаңа өнім түрлерін игеруде.

Тәуекелді бөлудің негізгі әдістерінің бірі – жалпы тәуекелді басқа қатысушылармен біріктіру арқылы бөлу, олар да бір істің сәттілігіне мүдделі. Кәсіпорын өз тәуекел деңгейін төмендете алады, егер жалпы проблемаларды шешу үшін серіктес ретінде басқа кәсіпорындарды немесе тіпті жеке тұлғаларды тартса. Бұл үшін акционерлік қоғамдар, қаржы-өнеркәсіп топтары құрылуы мүмкін; кәсіпорындар бір-бірінің акцияларын сатып ала алады немесе айырбастайды, әртүрлі консорциумдарға, ассоциацияларға, концерндерге кіре алады. Интеграция тік немесе диагональды болуы мүмкін – бір бағынышты немесе бір саладағы бірнеше кәсіпорындардың бірігуі, баға саясатын үйлестіру, шаруашылық аймақтарды бөлу, «қарақшылыққа» қарсы бірлескен әрекеттер үшін; немесе көлденең – технологиялық сатылардың, жабдықтау және өткізу операцияларының тізбегі бойынша. Бұл жағдайда кәсіпорынның кіріс және шығыс бөліктерінде болжамды тауар нарықтары, сенімді ұзақ мерзімді сұраныс және өндірісті қамтамасыз ету үшін қажетті бұйымдарды жеткізу арналарын құру арқылы қосымша әсерге қол жеткізіледі. Кейбір жағдайларда жалпы тәуекелді уақыт бойынша немесе ұзақ мерзімді жобаның немесе стратегиялық шешімнің іске асырылу кезеңдері бойынша бөлу мүмкін болады. Бұл тәуекелді басқару әдістер тобына диверсификацияның әртүрлі нұсқалары да кіреді.

Тәуекелді өтеу әдістері тәуекелді азайтуға бағытталған басқа құралдар болып табылады және, әдетте, алдын алу шараларына жатады (автоматты басқару теориясында бұл «шуды басу арқылы басқару» деп аталады). Өкінішке орай, бұл әдістер, әдетте, көп еңбекті қажет етеді және олардың тиімділігі алдын ала жүргізілген талдау жұмыстарының толықтығына және мұқияттылығына байланысты.

Осы типтегі ең тиімді әдістердің бірі – стратегиялық жоспарлау. Тәуекелді өтеу құралы ретінде стратегиялық жоспарлау бүкіл кәсіпорынның қызметін қамтитын болса ғана тиімді. Стратегияны әзірлеу процесі кәсіпорынның әртүрлі салаларына енген кезде толыққанды стратегиялық жоспарлау жұмыстары белгісіздіктің көп бөлігін жояды. Бұл өндірістік циклдің тар орындарының пайда болуын болжауға, кәсіпорынның нарықтағы позициясының әлсіреуіне алдын ала әрекет етуге, кәсіпорынның тәуекел факторларын алдын ала анықтауға және сәйкесінше өтемдік іс-шаралар жоспарын әзірлеуге, резервтерді пайдалануға мүмкіндік береді.

Бұл әдістің нұсқаларының бірі «сыртқы экономикалық жағдайды болжау» әдісі болып табылады. Оның мәні белгілі бір кәсіпорын үшін болашақ ортаны бағалау және сценарийлерін әзірлеуден тұрады. Бұл әдіс әлеуетті серіктестердің әрекеттерін немесе бәсекелестердің әрекеттерін болжауға, кәсіпорын шығатын нарық секторларындағы және сегменттеріндегі өзгерістерді, сондай-ақ аймақтық және макроэкономикалық болжауға негізделеді.

Әрине, бұл болжамдар үнемі ағымдағы ақпаратты бақылаусыз мүмкін емес. Сондықтан тағы бір маңызды және тиімді әдіс «әлеуметтік-экономикалық және құқықтық ортаны бақылау» болып табылады. Мұнда нормативтік және анықтамалық ақпараттың компьютерлік жүйелерін алу, коммерциялық ақпараттық желілерге қосылу, талдау зерттеулерін жүргізу, консалтингтік фирмалардан және жеке кеңесшілерден қызметтерге тапсырыс беру пайдалы құрал болуы мүмкін.

Резервтер жүйесін құру әдісі сақтандыруға жақын, бірақ ол кәсіпорын ішінде шоғырланады. Бұл жағдайда кәсіпорында шикізат, материалдар және жинақтауыштарды сақтандыру қорлары, ақша қаражатының резервтік қорлары жасалады, оларды дағдарыс жағдайларында қолдану жоспарлары әзірленеді, бос қуаттар пайдаланылмайды, жаңа

байланыстар мен серіктестіктер алдын ала орнатылады. Өзін-өзі сақтандыру – осы әдістің көріністерінің бірі – кәсіпорын сақтандыру полисін сатып алғаннан гөрі, өз қауіпсіздігін өзі қамтамасыз етуді жөн көретін жағдайды білдіреді. Өзін-өзі сақтандыру орталықтандырылмаған нысаны – тәуекелге ұшыраған кәсіпорындардың ішінде тікелей табиғи және қаржылық сақтандыру қорларын құру. Өзін-өзі сақтандырудың негізгі мақсаты – қаржылық және коммерциялық қызметтің уақытша қиындықтарын жедел еңсеру.

Нарықтағы сұранысты белсенді түрде қалыптастыру әдісі тәуекелдермен күрестің тағы бір бағыты болып табылады. Бұл әдісті қолданатын кәсіпорын өз өнімдеріне деген сұранысты қалыптастыруды бастайды. Мұны жүзеге асыру үшін әртүрлі маркетингтік әдістер мен тәсілдер пайдаланылады: нарықты сегменттеу, оның көлемін бағалау, жарнамалық науқанды ұйымдастыру, оның ішінде әлеуетті тұтынушылар мен инвесторларды өнімнің және жалпы кәсіпорынның ең тиімді қасиеттері туралы жан-жақты ақпараттандыру, бәсекелестердің мінез-құлқын талдау, бәсекелестік күрес стратегиясын әзірлеу, шығындарды басқару саясатын әзірлеу және т.б.

Қосымша ақпарат алу әдісі келесі алғышартқа негізделеді: барлық шешімдер ақпарат қаншалықты сенімді болса, соншалықты дұрыс және оңтайлы болып табылады, ал неғұрлым толық ақпарат нақты болжам жасауға және тәуекелді төмендетуге мүмкіндік береді, сондықтан ақпарат өте құнды тауарға айналады.

Лимит қою әдісі – бұл шығындардың, сатылымдардың, несиенің және т.б. шекті сомаларын белгілеу [5,63б.]. Лимит қою тәуекел дәрежесін төмендету үшін банктермен, кәсіпорындармен және субъектілермен қолданылады, мысалы, несие беру, тауарларды несиеге сату, капитал салу сомаларын анықтау кезінде. Лимиттер дилерлер түрлі операцияларды компания атынан жүргізетін жағдайларда да қолданылады. Әрбір дилерге жеке лимиттер тағайындалады: сауда техникасы бойынша (рұқсат етілген тәуекел деңгейі, ашық позицияның лимиті, күнделікті рұқсат етілген шығындар лимиті), жұмыс нәтижелері бойынша (кезең ішіндегі ең төменгі пайда деңгейі, пайданың өсуіне қарай марапаттау жүйесі). Лимит әрбір операция бойынша енгізілуі тиіс. Сонымен қатар, жалпы бөлімшенің тәуекел лимиті мен шығындар лимиті анықталуы керек. Нарықтағы өзгерістер тәуекелдерді басқару бойынша нұсқаулар мен механизмдерді икемді түрде түзетуге әкелуі керек.

Секьюритизация – бұл екі банктің несиелік операцияға қатысуы, мұнда бірінші банк шарттарды әзірлейді және несие келісімін жасайды, ал екінші банк қарыз алушыға несие береді; бағалы қағаздарды шығару; қауіпсіздік қызметін ұйымдастыру, ол шаруашылық және экономикалық мәселелерге жауап береді.

Тәуекелдерді басқарудың маңызды элементі – қызметкерлердің біліктілігін арттыру жүйесін дамыту, бұл қызметкерлердің тәуекелдерін азайтуға және соның салдарынан туындайтын шығындарды азайтуға айтарлықтай ықпал етеді. Қызметкерлердің біліктілігін арттыру, қызметкерлер жұмысының сапасына байланысты шығындарды азайту тәсілі ретінде, әсіресе, қызмет көрсету саласында үлкен мәнге ие, дегенмен, жаппай өндіріс саласында тар мамандандырылған жұмыс орындары көбінесе қызметкерлердің жоғары біліктілігін талап етпейді.

Нұсқаулықтар жасау – бұл әртүрлі құрылымдық бөлімшелер мен жеке қызметкерлердің қызметін нақты реттеу, олардың міндеттерінің шеңберін, жауапкершілік деңгейін және шешім қабылдаудағы өкілеттіктерін айқындайды. Нұсқаулықтар жасау тәуекелдерді басқарудың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Әрбір қызметкер немесе операция түрі үшін нақты нұсқаулықтар қажет. Нұсқаулықта рұқсат етілген операциялардың толық тізімі, олардың орындалу тәртібі, есеп беру процедурасы және әрбір орындаушының жауапкершілігі анықталуы керек.

Қорытындылай келе, тәуекел-менеджменті – бұл кәсіпорындардың тұрақты дамуы мен табысты қызмет етуі үшін маңызды элемент болып табылады. Тәуекелдерді басқару жүйесі капитал салымдарының қауіптерін анықтау, бағалау және оларды азайтуға

бағытталған кешенді шаралар мен әдістерді қамтиды. Нарықтық жағдайда тәуекелдерден толықтай аулақ болу мүмкін емес, сондықтан стратегиялық жоспарлау, тәуекелдерді локализациялау, бөлу және өтеу тәсілдерін қолдану қажет. Тәуекелдерді басқарудың тиімділігі ақпараттық қолдауға, қызметкерлердің біліктілігін арттыруға және алдын алу шараларын уақтылы қолдануға байланысты. Сонымен қатар, әрбір кәсіпорынның нақты жағдайына бейімделген ситуациялық тәсіл тәуекелдерді азайтуда маңызды рөл атқарады. Сақтандыру мен өзін-өзі сақтандыру тәуекелдерді төмендетудің сенімді құралдары болып табылады, бірақ оларды қолдану шектеулі жағдайларға байланысты болуы мүмкін. Қаржылық және құқықтық ортадағы өзгерістерді үнемі бақылау және алдын ала болжау кәсіпорынның тәуекелдерді тиімді басқаруына мүмкіндік береді. Тұтастай алғанда, тәуекелдерді басқарудың кешенді әдістері кәсіпорынның табысқа жетуін және оның нарықтағы орнықтылығын қамтамасыз етеді.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Воробьев С. Н., Балдин К. В. Тәуекелдерді басқару: оқу құралы. – М.: Юнити-Дана, 2012.
2. Тихонов Е. П. Кәсіпорынды басқарудағы тәуекелдер: түрлері, талдау, бағалау, төмендету әдістері. – М.: Кітап зертханасы, 2011.
3. Уколов А. И., Гупалова Т. Н. Корпоративтік тәуекелдерді басқару: хеджирлеу құралдары: оқу құралы. – М.: Директ-Медиа, 2014.
4. Фомичев А. Н. Тәуекел-менеджменті: оқулық. – М.: Дашков және К, 2016.
5. Гончаров Д.С. Ресейлік компаниялар үшін тәуекелдерді басқарудың кешенді тәсілі. - М.: Вершина, 2008 ж.

### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Кожабаета Назгуль Кенжекызы – Каспий Қоғамдық университетінің «Корпоративті қаржы» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: kozhabaevanazgul@gmail.com

\*\*Өмір Айнұр Жұмахановна- Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: omir\_ainura@mail.ru

### **Сведения об авторах**

\* Кожабаета Назгуль Кенжекызы-студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности “Корпоративные финансы”, e-mail: kozhabaevanazgul@gmail.com

\*\* Омир Айнур Жумахановна-преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент» Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: omir\_ainura@mail.ru

### **Information about the authors**

\* Kozhabaeva Nazgul Kenzhekyzy-4th year student of the Caspian Public University, specialty "Corporate finance", e-mail: kozhabaevanazgul@gmail.com

\*\* Omir Ainur Zhumakhanovna-Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, master of economics, e-mail: [omir\\_ainura@mail.ru](mailto:omir_ainura@mail.ru)



## АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ И РАЗРАБОТКА РЫНОЧНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЖТІ

Котлярова А.В.<sup>1</sup>, Жолдасова Г.И.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В современных условиях высокой конкуренции на рынке предприятия вынуждены проводить комплексный анализ конкурентоспособности своей продукции. Это включает оценку качества, цены, инновационности и соответствия требованиям целевой аудитории. Успешная рыночная стратегия базируется на результатах такого анализа и направлена на укрепление позиций компании, улучшение ее конкурентных преимуществ и удовлетворение потребностей клиентов. В статье рассматриваются методы анализа конкурентоспособности, такие как SWOT-анализ, конкурентный бенчмаркинг и PESTLE-анализ, а также предлагаются подходы к формированию эффективной рыночной стратегии, включающей диверсификацию, ценовую политику и продвижение продукции.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность продукции, рыночная стратегия, SWOT-анализ, PESTLE-анализ, конкурентный бенчмаркинг, анализ рынка, конкурентные преимущества, стратегия предприятия, маркетинговые исследования, повышение эффективности.

## ӨНІМДЕРДІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ТАЛДАУ ЖӘНЕ ЖТІ ENTERPRISE ҮШІН НАРЫҚ СТРАТЕГИЯСЫН ӘЗІРЛЕУ

Котлярова А.В.<sup>1</sup>, Жолдасова Г.И.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

**Аннотация.** Нарықтағы жоғары бәсекелестіктің қазіргі жағдайында кәсіпорындар өз өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігіне жан-жақты талдау жүргізуге мәжбүр. Бұған сапа, баға, инновация және мақсатты аудиторияға сәйкестігін бағалау кіреді. Табысты нарықтық стратегия осындай талдау нәтижелеріне негізделеді және компанияның позициясын нығайтуға, оның бәсекелестік артықшылықтарын жақсартуға және тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған. Мақалада SWOT талдау, бәсекелестік бенчмаркинг және PESTLE талдау сияқты бәсекеге қабілеттілікті талдау әдістері талқыланады, сонымен қатар әртараптандыруды, баға саясатын және өнімді жылжытуды қоса алғанда тиімді нарық стратегиясын қалыптастыру тәсілдерін ұсынады.

**Негізгі сөздер:** өнімнің бәсекеге қабілеттілігі, нарық стратегиясы, SWOT талдауы, PESTLE талдауы, бәсекелестік бенчмаркинг, нарықты талдау, бәсекелестік артықшылықтар, кәсіпорын стратегиясы, маркетингтік зерттеулер, тиімділікті арттыру.

## ANALYSIS OF PRODUCT COMPETITIVENESS AND DEVELOPMENT OF MARKET STRATEGY OF THE ENTERPRISE JTI

Kotlyarova A.V.<sup>1</sup>, Zholdasova G.I.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract.** In today's highly competitive market, enterprises are forced to conduct a comprehensive analysis of their products' competitiveness. This includes assessing quality,

price, innovation, and compliance with the target audience's requirements. A successful market strategy is based on the results of such analysis and is aimed at strengthening the company's position, improving its competitive advantages, and satisfying customer needs. The article discusses competitiveness analysis methods such as SWOT analysis, competitive benchmarking, and PESTLE analysis, and proposes approaches to developing an effective market strategy that includes diversification, pricing policy, and product promotion.

**Key words:** product competitiveness, market strategy, SWOT analysis, PESTLE analysis, competitive benchmarking, market analysis, competitive advantages, enterprise strategy, marketing research, efficiency improvement.

Конкуренция – это движущая сила рыночной экономики, которая стимулирует компании улучшать продукцию, оптимизировать затраты и предлагать инновационные решения. Анализ конкурентоспособности продукции позволяет оценить сильные и слабые стороны предприятия в сравнении с его конкурентами, выявить возможности для роста и разработать стратегические планы для достижения успеха на рынке.

Рыночная стратегия – это долгосрочная модель действий, направленная на удовлетворение потребностей целевой аудитории, повышение конкурентоспособности и достижение устойчивого роста. В процессе разработки стратегии необходимо учитывать экономические, социальные и технологические изменения, которые влияют на рынок.

Современная экономика характеризуется высокой степенью конкуренции, глобализацией рынков и постоянными изменениями потребительских предпочтений. В таких условиях предприятия сталкиваются с необходимостью разработки эффективных стратегий, которые позволят не только удерживать свои позиции, но и обеспечивать устойчивый рост. Конкурентоспособность продукции является ключевым элементом успеха, так как именно она определяет, насколько товар или услуга соответствуют требованиям клиентов и превосходят аналоги, предлагаемые конкурентами.

Тема анализа конкурентоспособности и разработки рыночной стратегии остаётся актуальной как для начинающих, так и для крупных международных компаний. Сегодня успешный бизнес невозможно представить без глубокого понимания своих сильных и слабых сторон, изучения конкурентной среды и осознания факторов, которые формируют предпочтения потребителей. Успех компании определяется её способностью оперативно реагировать на изменения и предлагать клиентам решения, соответствующие их текущим и будущим потребностям [5].

Цель данной работы – рассмотреть ключевые аспекты анализа конкурентоспособности продукции, определить факторы, влияющие на её успешность, и представить подходы к разработке рыночных стратегий, которые обеспечивают конкурентные преимущества в условиях нестабильности и высокой неопределённости. Особое внимание уделяется практике применения этих методов на примере крупных международных компаний, таких как Japan Tobacco International (JTI), что позволяет выявить эффективные инструменты и подходы для использования в реальном бизнесе.

Идея конкурентоспособности появилась вместе с зарождением рыночной экономики, когда производители начали осознавать необходимость выделяться среди других участников рынка. На самых ранних этапах хозяйственной деятельности главным критерием успеха было предложение товаров по более низкой цене или лучшему качеству. Однако с усложнением экономических отношений и увеличением количества игроков на рынке началась систематизация подходов к анализу конкуренции.

В XIX веке, с развитием индустриализации и ростом масштабов производства, компании начали сталкиваться с задачей оптимизации издержек и повышения производительности. Это привело к первым попыткам изучить факторы, влияющие на успех бизнеса. В это время анализ конкурентов и исследование рыночных условий велись преимущественно эмпирически, без применения структурированных методов.

Ситуация изменилась в середине XX века, когда началась эпоха глобализации. Рост международной торговли потребовал более точных и научно обоснованных методов оценки конкурентоспособности. Особое значение в это время приобрели исследования, направленные на изучение влияния отраслевой структуры на успех предприятия. В 1980-х годах экономист Майкл Портер предложил модель пяти сил конкуренции, которая стала настоящим прорывом в области анализа (таблица 1). Эта модель позволила систематизировать подходы к изучению рыночной среды, учитывать множество факторов, включая угрозу новых игроков, влияние поставщиков и покупателей, а также угрозу замещения товаров аналогами. [1]

Таблица 1- Анализ конкурентной среды с использованием модели Портера

<b>Сила</b>	<b>Описание</b>	<b>Влияние на конкурентоспособность</b>	<b>Примеры</b>
<b>Угроза новых конкурентов</b>	Потенциальные новые участники, которые могут войти в отрасль.	Высокая угроза новых конкурентов снижает маржу существующих компаний.	Вход новых стартапов в сектор электромобилей (например, Tesla).
<b>Угроза заменителей</b>	Наличие товаров или услуг, которые могут заменить текущие предложения.	Чем больше заменителей, тем сильнее конкуренция и давление на цены.	Переход от традиционных автомобилей к электромобилям или гибридным.
<b>Влияние поставщиков</b>	Возможность поставщиков увеличить цены или снизить качество продукции.	Чем меньше поставщиков, тем больше их власть над ценами и условиями.	Доминирование крупных поставщиков электроники, таких как Intel для процессоров.
<b>Влияние покупателей</b>	Способность потребителей диктовать условия, включая цену и качество.	Высокая покупательская власть снижает прибыльность.	Клиенты крупных интернет-магазинов, таких как Amazon, могут требовать скидки или более высокое качество обслуживания.
<b>Интенсивность конкурентной борьбы</b>	Степень соперничества между существующими игроками на рынке.	Чем выше конкуренция, тем сложнее удерживать высокие цены и маржу.	Конкуренция между производителями смартфонов (Apple, Samsung, Xiaomi).

Параллельно с этим начали развиваться методы стратегического планирования, такие как SWOT-анализ, который позволяет оценивать внутренние сильные и слабые стороны предприятия в контексте внешних угроз и возможностей. В 1990-е годы с ростом компьютерных технологий компании получили доступ к более сложным аналитическим инструментам, что позволило изучать конкуренцию с ещё большей точностью. (таблица 2)

Таблица 2- Пример SWOP-анализа

<b>S (Strengths) — Сильные стороны</b>	<b>W (Weaknesses) — Слабые стороны</b>
преимущества компании или продукта,	внутренние недостатки, которые мешают

которые дают ей конкурентные преимущества.	компании эффективно конкурировать.
<b>О (Opportunities) — Возможности</b>	<b>Т (Threats) — Угрозы</b>
внешние факторы, которые компания может использовать для роста и развития.	внешние факторы, которые могут препятствовать развитию компании.

Сегодня история анализа конкурентоспособности продолжается в условиях цифровой трансформации. Использование больших данных, искусственного интеллекта и других технологий позволяет компаниям не только отслеживать конкурентов в реальном времени, но и прогнозировать их действия, создавая более точные и адаптивные стратегии. Современный анализ выходит за рамки стандартных финансовых и маркетинговых показателей, включая такие аспекты, как устойчивость бизнеса, инновационная активность и соответствие глобальным трендам.

Современный рынок развивается в условиях глобальной нестабильности, усиливающей конкуренцию между предприятиями. Компании вынуждены адаптироваться к быстро меняющимся условиям, вызванным цифровизацией, растущими требованиями потребителей и изменением глобальных правил игры. Конкурентоспособность продукции сегодня выходит за рамки традиционных факторов, таких как цена и качество. На первый план выходят инновации, экологическая ответственность и способность эффективно взаимодействовать с клиентами через цифровые каналы. [9]

Одним из важнейших факторов влияния становится цифровизация. Компании всё чаще внедряют технологии больших данных для прогнозирования спроса, автоматизируют бизнес-процессы и используют искусственный интеллект для персонализации предложений. Например, платформы электронной коммерции, такие как Amazon и Alibaba, задают новые стандарты в скорости доставки, удобстве выбора и доступности товаров, что создаёт сильное давление на остальных игроков рынка.

Одновременно глобализация приводит к усложнению конкурентной среды. Международные компании расширяют своё присутствие, предлагая продукцию по более низкой цене благодаря масштабным операциям и оптимизации затрат. Однако локальные бренды тоже усиливают свои позиции, используя глубокое понимание местных рынков и традиций. Примером этого служат локальные производители органической еды, которые успешно конкурируют с международными корпорациями за счёт аутентичности и ориентированности на локальных клиентов.

Технологические инновации играют ключевую роль в повышении конкурентоспособности. Компании активно внедряют автоматизацию, интернет вещей (IoT) и дополненную реальность (AR) для создания уникального пользовательского опыта. В частности, производители электроники, такие как Apple и Samsung, используют эти технологии для создания высокотехнологичных продуктов, которые становятся неотъемлемой частью современной жизни.

Современные тренды требуют от компаний гибкости и способности к быстрой адаптации. Те, кто не готов к изменениям, рискуют потерять свои позиции, тогда как инновационные и адаптивные игроки выигрывают. Компании, которые делают акцент на устойчивом развитии, цифровизации и ориентации на клиента, становятся лидерами в своих отраслях, задавая новые стандарты конкурентоспособности.

Japan Tobacco International (JTI) – один из лидеров мирового рынка табачных изделий, представляющий такие бренды, как Winston, Camel и Mevius. Компания активно развивает свои позиции на глобальном рынке, опираясь на стратегические инвестиции в маркетинг, инновации, устойчивое развитие и цифровизацию. В 2023 году JTI работала в более чем 130 странах мира, демонстрируя гибкость в адаптации к различным рыночным условиям и законодательным ограничениям.

Компания JTI отличается уникальной способностью адаптироваться к новым вызовам рынка. Она использует разнообразные инструменты анализа конкурентоспособности для оценки своей позиции на рынке, выявления новых возможностей и снижения рисков. В этом разделе будет представлен SWOT-анализ компании, а также ключевые направления её стратегии. (таблица 3)

Таблица 3- Таблица SWOT-анализа компании JTI

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Высокая узнаваемость брендов (Winston, Camel);</li> <li>- Широкая география присутствия;</li> <li>- Значительные инвестиции в инновации, включая разработки бездымных продуктов (Ploom, Logic).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Зависимость от регуляторной среды;</li> <li>- Высокая зависимость от традиционных табачных изделий, несмотря на развитие бездымных продуктов.</li> </ul>
<b>Угрозы</b>	<b>Возможности</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Усиление антитабачного законодательства;</li> <li>- Рост конкуренции со стороны бездымных продуктов других брендов;</li> <li>- Изменение потребительских предпочтений.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Расширение линейки продуктов на основе нагреваемого табака;</li> <li>- Увеличение доли рынка на развивающихся рынках (Юго-Восточная Азия, Африка);</li> <li>- Развитие цифрового маркетинга и прямых продаж.</li> </ul>

JTI инвестирует значительные средства в маркетинг и продвижение своих брендов. Одним из ключевых направлений является акцент на инновации, такие как системы нагревания табака (Ploom). Это позволяет компании оставаться конкурентоспособной в условиях снижения спроса на традиционные сигареты.

Для поддержания лояльности потребителей JTI активно использует программы лояльности, прямые коммуникации и цифровую трансформацию. В последние годы компания внедрила платформы для анализа больших данных, что позволяет точнее оценивать предпочтения целевой аудитории и оперативно адаптировать стратегию. (рисунок 1)

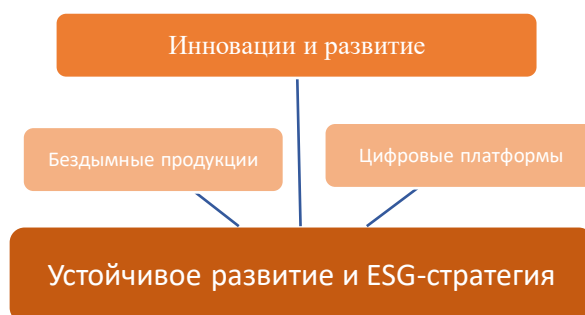


Рисунок 1- Основные направления стратегии JTI

Позиции JTI на глобальных рынках иллюстрирует ключевые аспекты деятельности компании в различных регионах мира. JTI активно развивает своё присутствие на всех крупных рынках, адаптируясь к региональным особенностям и потребностям.

В Северной Америке основное внимание уделяется продвижению инновационных продуктов, таких как бездымные табачные изделия. В Европе, где ужесточается законодательство, компания делает акцент на программы лояльности и адаптацию маркетинговых стратегий к новым условиям. В Азии JTI усиливает свои позиции за счёт популярного бренда Mevius и увеличения производства нагреваемого табака.

На Ближнем Востоке и в Африке компания стремится завоёвывать новые рынки, расширяя дистрибуцию. В Южной Америке ставка делается на локализацию производства и укрепление позиций традиционных брендов, таких как Camel.

Таким образом, JTI демонстрирует гибкость и способность адаптироваться к специфике каждого региона, сохраняя высокие показатели конкурентоспособности на глобальном уровне. (таблица 4)

Таблица 4- Позиции JTI на глобальных рынках (2023 год)

Регион	Доля рынка, %	Основные бренды	Стратегические действия
Северная Америка	18	Winston, Camel	Акцент на развитие бездымных продуктов
Европа	22	Winston, Logic	Программы лояльности, адаптация к антитабачным законам
Азия	28	Winston, Mevius, Ploom	Инновации и расширение производства нагретого табака
Ближний Восток и Африка	15	Winston	Увеличение дистрибуции и развитие новых рынков
Южная Америка	10	Camel	Усиление позиций через локализацию производства

Анализ конкурентоспособности и разработка рыночной стратегии являются неотъемлемыми инструментами успешного управления бизнесом. Современные компании, такие как JTI, доказывают, что использование инновационных подходов и учёт глобальных трендов позволяют не только сохранить позиции, но и развивать новые сегменты рынка.

Для будущего развития важно учитывать такие факторы, как цифровизация, устойчивое развитие и изменение потребностей клиентов. Компании, которые смогут адаптироваться к новым условиям, сохранят конкурентоспособность в долгосрочной перспективе.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТУРАТУРЫ

1. Портер, М. (2001). Конкурентная стратегия: анализ отраслевых и конкурентных сил. — Москва: Альпина Паблишер.
2. Портер, М. (2004). Конкурентные преимущества: Как достигать успеха на международных рынках. — Москва: Альпина Паблишер.
3. Шмидт, Р. (2010). Маркетинговые стратегии: Как строить конкурентные преимущества. — Санкт-Петербург: Питер.
4. Голубков, В. И. (2014). Конкурентоспособность продукции и товаров: основы теории и практики. — Санкт-Петербург: Питер
5. Иванова, Т. В. (2017). Теория и практика управления конкурентоспособностью в международных корпорациях. — Москва: ВЛАДОС.
6. Лебедева, Е. И. (2018). Основы анализа конкурентоспособности предприятия. — Москва: Эксмо.
7. Романов, А. Ю. (2016). Стратегия предприятия: Теория и практика управления конкурентоспособностью. — Москва: Юрайт.
8. World Health Organization (WHO). Tobacco Industry and Public Health.
9. Шикшина, О. А. (2013). Стратегический менеджмент в условиях конкурентных рынков. — Москва: КНОРУС.

10. Гвоздь, В. В. (2018). Конкуентоспособность на рынке табачных изделий в условиях экономической нестабильности. — Москва: РГУ.

#### **Сведения об авторах**

\*Котлярова Анастасия Валерьевна - студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [anastasiya.kotlyarova00@mail.ru](mailto:anastasiya.kotlyarova00@mail.ru)

\*\*Жолдасова Гульфира Идрисовна - сеньор-лектор, ВШЭиУ, Каспийский Общественный Университет e-mail: [gulfira.zholdasova@mail.ru](mailto:gulfira.zholdasova@mail.ru)

#### **Автор туралы ақпарат**

\*Котлярова Анастасия Валерьевна – студент, «Каспий қоғамы». Университет, e-mail: [anastasiya.kotlyarova00@mail.ru](mailto:anastasiya.kotlyarova00@mail.ru)

\*\*Жолдасова Гүлфира Ыдырысқызы – Каспий мемлекеттік университеті экономика және университет жоғары мектебінің аға оқытушысы e-mail: [gulfira.zholdasova@mail.ru](mailto:gulfira.zholdasova@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\*Kotlyarova Anastasia Valerievna - student, Caspian Public University, e-mail: [anastasiya.kotlyarova00@mail.ru](mailto:anastasiya.kotlyarova00@mail.ru)

\*\*Zholdasova Gulfira Idrisovna - senior lecturer, Higher School of Economics and University, Caspian Public University e-mail: [gulfira.zholdasova@mail.ru](mailto:gulfira.zholdasova@mail.ru).

**УДК 657.9**

## **КӘСПОРЫННЫҢ ӨНДІРІСТІК ҚОРЛАРЫНЫҢ ЕСЕБІ**

**Кошубаева А.К.<sup>1</sup>, Шерзатов К.А.<sup>2</sup>**

<sup>12</sup> Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада материалдық өндірістік қорларды есепке алуда туындайтын мәселелер және олардың ерекшеліктері қарастырылды. Есептілікті көрсетуге байланысты мәселелерді ескере отырып, тиімді қаржы-шаруашылық қызметін қамтамасыз етудегі материалдардың орны мен рөлі зерттелді.

**Түйін сөздер:** өндірістік қорлар, материалдардың бухгалтерлік есебі, түгендеу, материалдарды бағалау, материалдық өндірістік қорлар (МӨҚ).

## **УЧЕТ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Кошубаева А.К.<sup>1</sup>, Шерзатов К.А.<sup>2</sup>**

<sup>12</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В данной статье рассмотрены проблемы, возникающие при учете запасов, и их особенности. Исследовано место и роль материалов в обеспечении эффективной финансово-хозяйственной деятельности с учетом вопросов, связанных с отражением отчетности.

**Ключевые слова:** производственные запасы, бухгалтерский учет материалов, инвентаризация, оценка материалов, материально-производственные запасы (МПЗ).

## **ACCOUNTING OF PRODUCTION STOCKS OF THE ENTERPRISE**

**Кошубаева А.К.<sup>1</sup>, Шерзатов К.А.<sup>2</sup>**

<sup>12</sup> Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы



**Summary.** This article discusses the problems that arise when accounting for stocks and their features. The place and role of materials in ensuring effective financial and economic activity is investigated, taking into account issues related to reporting.

**Keywords:** production stocks, accounting of materials, inventory, evaluation of materials, material and production stocks (MPS).

Өндірістік қорлар – бұл материалдық құндылықтар, дайын өнімнің материалдық негізі ретінде өңдеуге немесе өндірісте пайдалануға, жұмыстарды орындауға немесе тұрмыстық қажеттіліктерге арналған еңбек заттары түріндегі айналым қаражаты. Кәсіпорында өндірістік қорларды құрудың мақсаты - өнімді жеткізу кезіндегі өндірістік процестің үздіксіздігін қамтамасыз ету, сондай-ақ жеткізілімнің күтпеген кідірісі немесе осы шикізаттан өндірілетін өнімге сұраныстың күрт өсуі жағдайында кедергілерді болдырмау. Бухгалтерлік есеп шоттарының үлгі жоспарына сәйкес өндірістік қорлар 1300 «Қорлар» кіші бөлімінде есепке алынады. 1300 «Қорлар» кіші бөлімі өндірістік процесте немесе қызметтер көрсету кезінде пайдалануға арналған шикізат немесе материалдар нысанында сатуға арналған активтерді есепке алуға арналған. 1300 – кіші бөлім шоттардың мынадай топтарын қамтиды:

1310 – «Шикізат пен материалдар» – өндірістік процесте одан әрі пайдалануға арналған шикізат пен материалдар, оның ішінде ауыл шаруашылығы материалдары ескеріледі;

1320 – «Дайын өнім» – дайын өнім, оның ішінде ауыл шаруашылығы өнімі ескеріледі;

1330 – «Тауарлар» - тауарлардың, оның ішінде сатып алынған және қайта сату үшін сақталатын ауыл шаруашылығы тауарларының қозғалысына байланысты операциялар көрсетіледі;

1340 – «Аяқталмаған өндіріс» - аяқталмаған өндіріс бойынша шығындар;

1350 – «Өзге қорлар» – алдыңғы топтарда көрсетілмеген өзге де қорлар ескеріледі;

1360 – «Қорлардың құнсыздануынан болған залалдарға бағалау резерві» – қорлардың құнсыздануынан болған залалдарға бағалау резервтері ескеріледі;

1370 – «Қорларды қайтару құқығы бойынша актив» - күтілетін қайтарымдар бөлігінде қорлардың өзіндік құны ескеріледі.

Кәсіпорындағы аналитикалық жұмыстың маңызды кезеңі өндірістік қорларды технологиялық сипаттамалары бойынша және өндіріс процесінде мақсаты мен рөлі бойынша топтастыруды ұйымдастыру болып табылады. Өндірістік қорларды жіктеу қойма шаруашылығын ұтымды ұйымдастыру, аналитикалық есеп жүргізу үшін, сондай-ақ нормалау, жоспарлау, есепке алу, талдау, қорларды басқару және кәсіпорынның басқа да қажеттіліктері үшін қажет.

Өндірістік қорлар:

- өндіріс үдерісіндегі функционалдық рөлі мен мақсаты бойынша;

- техникалық қасиеттері (сорт, өлшем, бренд, профиль және басқа белгілер) бойынша топтастырылады [1].

Өндіріс процесінде функционалды рөлі мен мақсаты бойынша өндірістік қорлар шартты түрде негізгі және көмекші болып бөлінеді. Негізгі өндірістік қорлар - өндірілетін өнімнің негізін құрайтын еңбек объектілері. Оларға шикізат пен негізгі материалдар, сатып алынған жартылай фабрикаттар мен компоненттер кіреді. Мысалы, өндіруші өнеркәсіп үшін шикізат: ағаш, көмір, мұнай, ал материалдар – өңдеу өнеркәсібінің өнімдері (металл, қағаз). Көмекші өндірістік қорлар – бұл негізгі материалдарға белгілі бір қасиеттер мен сапа беретін (лактар, бояулар) немесе еңбек құралдарын (майлау, сұрту материалдары) және басқа да экономикалық мақсаттарда (үй-жайларды тазарту) қолданылатын еңбек заттары. Қосалқы материалдар ретінде отын, ыдыс және ыдыс материалдары, қосалқы бөлшектер бөлек есепке алынады. Әрбір кәсіпорынның



шаруашылық қызметінде материалдық-өндірістік қорлар (бұдан әрі мәтін бойынша МӨҚ) елеулі орын алады және бірде-бір өндірістік процесс оларсыз өтпейді. Сондықтан оларды сатып алу, сақтау және жылжыту мәселелерін ескеру маңызды. Кәсіпорын қызметінің барлық дерлік процестері МӨҚ қозғалысының арқасында жүзеге асырылады, соның ішінде өндіріске, сатуға, басқаруға байланысты процестерді жатқызуға болады.

Материалдық шығындар жалпы өндірістік, жалпы экономикалық және кәсіпорынның өзге де шығындарының құрамына кіруі мүмкін. Кейбір салаларда кәсіпорын шығыстары құрылымындағы материалдық шығындардың үлесі 90%-ға жетуі мүмкін. Ірі кәсіпорындарда қазіргі уақытта өндірістік қорлардың номенклатурасы мыңдаған атаулардан тұрады. Сондықтан оларды сатып алу, олардың қозғалысы және сақтаудың сапалы есебі үлкен еңбек шығындарымен байланысты. Алайда, көптеген кәсіпорындарда материалдық өндірістік қорларды басқару жүйесіне тиісті көңіл бөлінбейтінін атап өткен жөн. Қазіргі уақытта бухгалтерлік есепте материалдық – өндірістік қорлардың есебі Қазақстан Республикасы бухгалтерлік есебінің 2 ҰҚЕС және 2 ХҚЕС сәйкес жүргізіледі. Отандық кәсіпорындарда материалдарды есепке алу бастапқы құжаттама нысандарын және «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» ҚР заңының талаптарын қолдана отырып жүргізіледі. ХҚЕС талаптарына сәйкес материалдарды есепке алу кезінде бизнестің жеке ерекшеліктері мен шаруашылық жағдайларын ескеретін кәсіпорындарда бекітілген ішкі нормативтік актілер ерекше маңызды. Кәсіпорындағы материалдарды есепке алу ережелерін таңдаудың орны мен мәні ұлттық стандарттарға сәйкес бухгалтерлік есеп жүйесінің маңызды элементі болып табылады. Қазіргі уақытта МӨҚ орташа құны бойынша бағалау әдісі жиі кездеседі, бағалаудың бұл әдісін ең қолайлы болып саналады. Ұлттық стандарттарда индикаторды тану кезінде бастапқы бағалауға көп көңіл бөлінеді. Егер біз ХҚЕС-пен салыстыратын болсақ, онда осы стандарттардың әрқайсысында индикатордың бастапқы және кейінгі бағасы ерекшеленетінін білуге болады. Сонымен қатар, кейбір жағдайларда кейінгі бағалау одан да маңызды, өйткені кәсіпкерлік қызметтің өзгеретін шарттары мен экономикадағы процестер ақша құнына, нәтижесінде ұйымның активтері мен міндеттемелерін бағалауға әсер етеді. Есепті кезеңнің соңында бухгалтер қаржылық көрсеткіштерді асыра бағалай алады немесе жай ғана бағалай алады. Жалпы алғанда, бұл операциялар қайта бағалау деп аталады. Бұл айналымнан активтер үшін кездейсоқ емес, себебі бұл құн көптеген шаруашылық жүргізуші субъектілердің балансында айтарлықтай соманы құрайды. Ол үшін барлық аталған активтер материалдық-өндірістік қорлар екенін анықтап алу керек. ХҚЕС сәйкес МӨҚ екі шаманың ең азы бойынша: өзіндік құны бойынша немесе сатудың таза бағасы бойынша кейінгі бағалауды жүргізе отырып, МӨҚ құнының ұлғаюына жол бермейді. МӨҚ - ны өзіндік құннан сатудың таза бағасының деңгейіне дейін көрсету практикасы активтер жоқ деген қағидатқа сәйкес келеді [2, 13 б.].

Материалдық-өндірістік қорларды өзіндік құнынан төмен және өткізудің таза құнына дейін есепке алу – «активтерді сатудан алынатын сомандан немесе пайдалану құнынан асатын өзіндік құн бойынша есепке алынбауы керек» деген қағидаға сәйкес келеді. Ескірген, бастапқы қасиеттерін толығымен немесе ішінара жоғалтқан немесе сату құны төмендеген ағымдағы нарықтық құнын төмендетуге арналған резерв құру 2 ХҚЕС көзделген. Ресми түрде бұл талап кәсіпорын балансында сақталған барлық резервтерге қолданылады. Сонымен қатар, өндірістік қорлардың қоймада болған уақытында олардың нарықтық құнын жоғалтып, ескіргенін немесе сапасын жоғалтқанын анықтау қиынға соғуы мүмкін. Кеңестер үшін босалқыларды есепке алу жөніндегі әдістемелік нұсқаулыққа жүгіну керек. Материалдық-өндірістік қорларды құнсыздандыру кезінде дайын өнімнің ағымдағы нарықтық құны ескеріледі, оны өндіруде шикізат, материалдар және басқа да қорлар пайдаланылады. Егер есепті күнге дайын өнімнің ағымдағы нарықтық құны оның нақты өзіндік құнына сәйкес келсе немесе одан асып кетсе, онда шикізат, материалдар және басқа тауарлы-материалдық құндылықтар үшін материалдық құндылықтардың құнын төмендетуге арналған резерв құрылмайды. Егер, керісінше,

дайын өнімнің өзіндік құны таза сату бағасынан асып кетсе, онда оны өндіру үшін пайдаланылған шикізат болашақтағы мүмкін болатын таза сату бағасына есептен шығарылады [3].

Материалдық өндірістік қорлардың өзіндік құнын төмендету резервін құру қажеттілігі ұзақ циклдық өндірісте туындайды, сол кезде технологияның өзгеруі орын алуы мүмкін және сол себепті кейбір қорларды басқа қорлармен алмастыруға болады.

Қорлардың синтетикалық есебі:

1-кесте – Қорлардың келіп түсуі

Мазмұны	Шот корреспонденциясы	
	Дебет	Кредит
Жабдықтаушылар мен жеткізушілерден келген материалдық есеп айырысу құжатының келгеніне қарамастан кіріске алынды.	1310	3310
Сатылып алынған материалдардың құны кассадан (қолма-қол ақшамен) төленді	1310	1010
Есеп беруге тиісті тұлғалар арқылы сатылып алынған материалдық құндылықтардың құны	1310	1250
Занды тұлғалар мен жеке адамдардан өтеусіз (тегін) келіп түскен материал	1310	6220
Негізгі құралды бұзғаннан, істен шығарғаннан алынған материалдық құндылықтар	1310	6210
Жабдықтаушылар мен жеткізушілерден келген материалдық есеп айырысу құжатының келгеніне қарамастан кіріске алынды.	1310	3310
Кәсіпорындар мен ұйымдардың өз өндірісінде өндіріліп, дайындалып өз қажетіне пайдалануға арналған материалдарды кіріске алу	1310	8110, 8310

2-кесте – Қорлардың есептен шығуы

Мазмұны	Шот корреспонденциясы	
	Дебет	Кредит
Өндіріс пен шаруашылыққа пайдалану үшін жіберілген материалдар:		
- негізі өндіріске;	8110	1310
- көмекші өндіріске;	8310	1310
- цехқа (үстеме шығыстар);	8410	1310
- әкімшілік шығыстарға	7210	1310
Салынып жатқан (аяқталмаған) құрылысқа жіберу мақсатымен есептен шығарылған материалдар	2930	1310
Өндірістік ақауды жөндеу үшін есептен шығарылған материалдар	8110, 8310	1310
Түгендеу барысында бүлінген және жетпей қалған материалдарды есептен шығару	7210	1310

Бухгалтер есепті кезеңнің соңында «тұрып қалған» қорларға қатысты оның өзіндік құнын және таза өткізу құнын салыстырмалы бағалауды жүргізуге дайын болуы керек. Сәйкестендіру материалдық өндірістік қорларды өткізудің таза құнына дейін құнсыздануына әкелуі мүмкін. Егер кейінірек орын алған инфляцияға байланысты өндірісте пайдаланылмаған қорлардың таза сату бағасы жоғарылағаны анықталса,

бухгалтер қорларды қайта бағалауға құқылы, бірақ бағалау бастапқы құннан жоғары болмауы тиіс (сатып алу құны). Егер өндіріс қысқа мерзімді технологиялық циклмен сипатталса, онда шикізат пен материалдар қоймада болмайды және қысқа уақыт ішінде құнын жоғалтуға үлгермей өндіріске 200 шығарылады. Сонымен қатар, инфляция жағдайында шикізат пен материалдардың бағасы сұранысқа ие кез-келген мүліктің құны сияқты өсуге бейім болып келеді. Мұндай жағдайда, керісінше, материалдық-өндірістік қорлардың қалыптасқан бастапқы құны олардың қазіргі нарықтық бағасынан төмен болады және бұл жағдайда активтердің құнын өзгертудің қажеті болмайды.

Аяқталмаған өндіріс үшін де осыны айтуға болады. Оған бастапқы баға беру оңай емес, өндірістік цикл қандай болса да (қысқа мерзімді немесе ұзақ мерзімді), көрсетілген активтің өтімділігі төмен екендігін ескере отырып, оны болашақта бағалау одан да қиын. Сондықтан ішкі және сыртқы көздерден алынған шығындар туралы ақпарат негізінде, объективті ағымдағы бағалау жүргізуге болатын дайын өнім сияқты өтімді активтерге назар аудару қажет. Бүгінгі таңда материалдық өндірістік қорларды есепке алу кәсіпорынның қаржылық шаруашылық қызметінің тиімділігін қамтамасыз етуге байланысты өте өзекті мәселе болып табылады. Өндірістің және айналымның кез-келген сатысында қорлардың жетіспеуі қазіргі процестердің сабақтастығы мен ырғағының бұзылуына әкеледі [4].

Қорлардың артылуы материалдық өндірістік қорларды сақтауға, кәсіпорынның айналым капиталын бұғаттауға бағытталған шығындардың өсуіне ықпал етеді. Демек, кәсіпорынды уақытылы және жеткілікті мөлшерде қормен қамтамасыз ету шығындардың төмендеуіне, пайданың артуына, кәсіпорынның ырғақты және тиімді жұмысына әкеледі. Осыған байланысты өндірістік қорларды есепке алу іскерлік мәселелерді шешуге бағытталуы керек және жеткізілімдердің уақтылығын бақылауды қамтамасыз етуге, артықшылықтар мен жетіспеушіліктерді анықтауға және жалпы қажетті ресурстарды уақтылы және толық ұсыну арқылы өндірістік қорларды ұтымды пайдалануға ықпал етуі керек және материалдық өндірістік құндылықтарды тиімді басқару үшін ақпараттардың толық және уақытылы болуын қамтамасыз етуі қажет.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. «Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы» Қазақстан Республикасының 2007 жылғы 28 ақпандағы № 234 Заңы - [www.Законы.kz]
2. Халықаралық Қаржылық Есептілік Стандарты «Қорлар» - [www.Минфин.kz]
3. Қаржылық есеп: оқу құралы / М.Қ. Алиев, М.А. Алтынбеков, Г.С. Тусибаева, Ұ.Б. Юсупов, А.Е. Есенбаева. - Астана : ҚазЭҚХСУ, 2017.
4. Қаржылық есеп: оқулық / Ә.Ә. Әбдіманапов. - Алматы : Таукуль-ПРИНТ.

### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Кошубаева Алуа – студент, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: aluakoshubaeva@mail.ru

\*\*Шерзатов Қанат Аманханұлы – магистр, сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: kan411@mail.ru

### **Сведения об авторах**

\*Кошубаева Алуа – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: aluakoshubaeva@mail.ru

\*\*Шерзатов Канат Аманханович – магистр, сеньор-лектор, Каспийский Общественный Университет, e-mail: kan411@mail.ru

### **Information about the authors**

\*Koshubaeva Alua – student, Caspian Public University, e-mail: aluakoshubaeva@mail.ru

\*\*Sherzatov Kanat Amankhanuly – master, senior lecturer, Caspian Public University, e-mail: kan411@mail.ru

## ПРОБЛЕМЫ ДИВЕРСИФИКАЦИИ РИСКОВ ИНВЕСТОРОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Кромина В.К.<sup>1</sup>, Крамарчук Т.В.<sup>2</sup>

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Данная статья посвящена изучению диверсификации рисков, с которыми сталкиваются начинающие инвесторы. Актуальность темы обусловлена необходимостью построению гибких стратегий для снижения рисков. Предложена авторская формулировка термина инвестирование. Рассмотрены тенденции распространения инвестирования. В статье были применены следующие методы исследования: сравнение, анализ литературы, обобщение и дедукция. Сделан вывод о том, что полностью от риска избавиться невозможно, однако можно контролировать его.

**Ключевые слова:** инвестиционный риск, финансовая грамотность, ликвидность, стратегия, ценные бумаги, капитал.

## ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЛАРДА ИНВЕТОРЛАР ТӘУЕКЕЛДЕРІН ДИВЕРСАФИКАЦИЯЛАУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Кромина В.К.<sup>1</sup>, Крамарчук Т.В.<sup>2</sup>

Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақала жаңадан бастаған инвесторлар кездесетін тәуекелдерді әртараптандыруды зерттеуге арналған. Тақырыптың өзектілігі тәуекелдерді азайту үшін икемді стратегияларды құру қажеттілігіне байланысты. Инвестиция терминінің авторлық тұжырымы ұсынылған. Инвестициялардың таралу тенденциялары қарастырылады. Мақалада келесі зерттеу әдістері қолданылды: салыстыру, әдебиеттік талдау, жалпылау және дедукция. Тәуекелден толық құтылу мүмкін емес, бірақ оны бақылауға болады деген қорытынды жасалған.

**Түйін сөздер:** инвестициялық тәуекел, қаржылық сауаттылық, өтімділік, стратегия, бағалы қағаздар, капитал.

## PROBLEMS OF DIVERSIFICATION OF INVESTORS' RISKS IN MODERN CONDITIONS

Kromina V.K.<sup>1</sup>, Kramarchuk T.V.<sup>2</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract.** This article is devoted to studying the diversification of risks faced by novice investors. The relevance of the topic is due to the need to build flexible strategies to reduce risks. The author's formulation of the term investment is proposed. The trends in the spread of investment are considered. The following research methods were used in the article: comparison, literature analysis, generalization, and deduction. It is concluded that it is impossible to completely get rid of the risk, but it can be controlled.

**Key words:** investment risk, financial literacy, liquidity, strategy, securities, capital.

В современном финансовом мире эффективное управление инвестиционными портфелями становится все более важным в контексте быстро меняющейся экономической среды и финансовых рынков. Инвестирование – это процесс вложения

денег в определенные активы и возможности [1]. Рассмотрим подробнее понятие инвестиции.

Согласно инвестиционному сайту «Investopedia»: инвестирование — это процесс покупки активов с целью получения дохода от роста капитала, дивидендов или процентов на протяжении определенного периода времени [2]. Согласно Международному валютному фонду (МВФ): инвестирование — это размещение денежных средств или других активов в целях получения прибыли в будущем. Согласно консалтинговой компании «The Motley Fool»: инвестирование — это долгосрочная стратегия размещения капитала с целью увеличения его стоимости. Согласно всемирному банку: инвестирование — это аллокация ресурсов в проекты или активы с целью достижения долгосрочных целей, таких как создание рабочих мест, экономический рост или улучшение качества жизни. Согласно Кембриджскому словарю: инвестирование — это акт или процесс вкладывания денег в бизнес, недвижимость или акции в надежде на получение прибыли. Таким образом, авторами было выведено оригинальное определение: “Инвестирование — это стратегическое размещение денежных средств или других ресурсов в активы или проекты с целью получения дохода в форме прироста капитала, дивидендов, процентов или других экономических выгод на протяжении определенного периода времени, с учетом рисков и ожидаемой доходности.”

При покупке инвестором инструментов на фондовом рынке, присутствует вероятность неопределенного количества потерь. Среди них можно выделить: экономические, политические, правовые и технологические риски. Все категории инвестиционных рисков взаимосвязаны между друг с другом. Одним из ключевых аспектов этого управления является диверсификация рисков, которая направлена на минимизацию потенциальных убытков за счет распределения инвестиций между различными активами. Следовательно, необходимо исследовать с какими трудностями и рисками сталкиваются инвесторы для дальнейшего определения путей решения данной проблемы.

Полностью от риска избавиться невозможно, но есть возможность определить тенденции управления ситуацией по ходу действия. Для начала необходимо правильно определить объем риска. Чтобы снизить степень риска, используют разные методы, наиболее популярной из которых является диверсификация. Диверсификация рисков представляет собой план, который включает в себя разделение капитала и инвестиций между различными отраслями экономики [3].

Чтобы наиболее подробно рассмотреть проблему диверсификации рисков в этой статье будут рассмотрены статистические данные инвесторов такие как: их возраст, рисковость вложений, а также тенденции распространения инвестирования. Исходя из этого будут выведены возможные решения проблемы диверсификации рисков в современном мире.

На основе данных Forbes Kazakhstan рассмотрим тенденции распространения инвестирования: В 2020 году в Центральной депозитарии ценных бумаг было открыто более 17 тыс. новых счетов физических лиц. На начало 2021-го количество таких счетов превысило 132 тыс. – на 15 166 больше, чем год назад. Это значит, что лишь 1% населения в возрасте от 15 лет, или 1,4% от экономически активного населения, инвестирует на фондовом рынке. Для сравнения: в США данный показатель составляет 55%. В России, согласно открытым источникам, число инвесторов на фондовом рынке приблизилось к 10% экономически активного населения (рисунок 1).

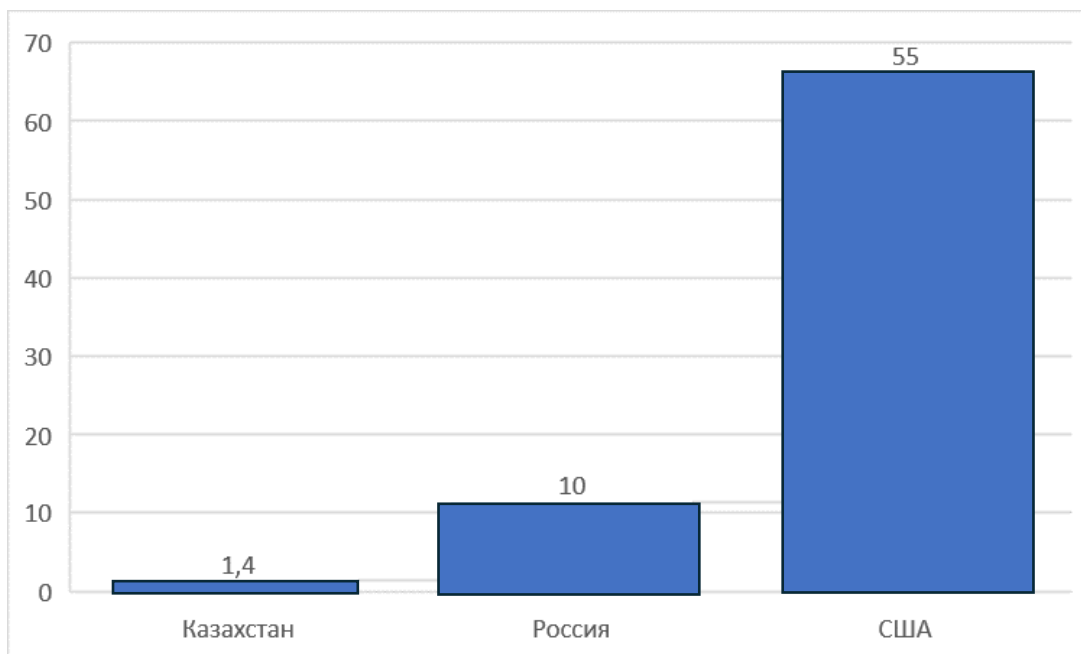


Рисунок 1 – Доля инвесторов в разных странах за 2021 год

Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

Хоть и процент инвестирующего населения всё ещё ничтожно мал, можно заметить стабильный рост части инвестирующего населения. Рассматривая нынешние данные, можно выявить тенденции распространения инвестирования. Так, обратим внимание на возрастной состав инвестирующей доли населения.

Доля молодых розничных инвесторов в Казахстане продолжает расти. В отчетном периоде количество владельцев счетов в ценных бумагах в возрасте от 18 до 24 лет увеличилось в три раза, превысив 70 000 человек. Следующая возрастная категория инвесторов в возрасте от 25 до 34 лет удвоилась и превысила 110 000 человек, приблизившись к наибольшей доле розничных инвесторов – группе инвесторов в возрасте 35–54 лет (128 000 человек). Доля инвесторов в возрасте 55 лет и старше показывает незначительный рост с начала года и составляет 47 000 человек (рисунок 2).

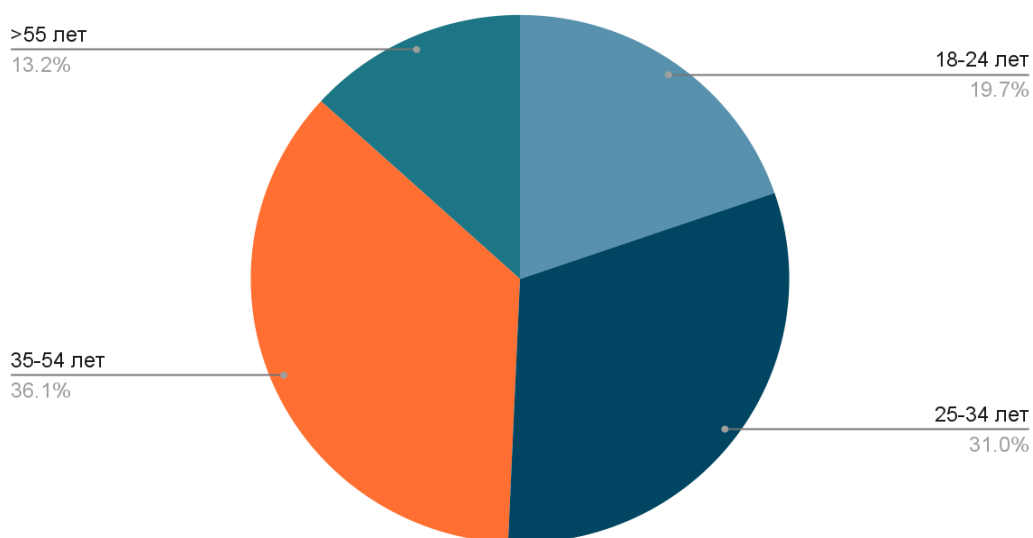


Рисунок 2 – Доля инвесторов по возрастным категориям в Казахстане

Примечание: рисунок составлен на основе источника [5].

Таким образом, была выявлена тенденция заметного роста числа молодых инвесторов. Это говорит о том, что инвестирование является инновационным и перспективным видом вовлечения новых сегментов населения в инвестиционную

деятельность. Это может привести к изменению продуктов и стратегий, которые предлагаются финансовыми учреждениями и возрастание интереса к финансовой грамотности среди молодёжи. Однако, инвестирующее население Казахстана всё ещё составляет меньше 1%.

Выделим основные проблемы инвестирования в Казахстане. Ценные бумаги по своей натуре действительно являются рисковыми. За то, что инвестор просчитал эти риски даётся определённое вознаграждение. Многие люди боятся брать на себя риск. Анализируя исследование которые провели иностранный портал «Cowrywise», были выделены следующие главные четыре страха инвестирования. Страх потери капитала - является главной причиной осторожения инвестирования. Инвестор боится потерять капитал при принятии неверного решения и неправильного подсчёта рисков при составлении инвестиционного портфеля. Данный ответ дали 10% опрошиваемых респондентов.

Недостаток знаний - многие люди, изъявляющие желание начать инвестировать, не владеют определёнными знаниями для начала инвестиционной деятельности, что снижает привлекательность инвестирования для начинающих. Многие респонденты посчитали инвестирование очень сложным процессом, 11% опрошиваемых указало это главной причиной отказа от инвестирования.

Недостаток свободных средств для инвестирования - 30% опрошиваемых отметило недостаток свободных средств для инвестирования как главную причину отказа от инвестирования. Большинство опрошиваемых отметили, что в их восприятии: инвестор - богатый человек. Однако, данное выражение не является корректным, ведь для входа в инвестиционное поле не требуется определённой суммы.

Страх того, что вложенные деньги становятся малоликвидны - этот страх основан на том, что инвесторы, вкладывая средства, не могут изъять их и использовать в любой момент. Сравнивая инвестиции с, привычными народу, бессрочными депозитами. Изъятие средств из бессрочных депозитов не повлияет на покупательную способность изъятых суммы. С инвестициями же ситуация обстоит по-другому исходя из особенностей состояния рынка в данный момент. К примеру, средства понадобились в среду, но в среду акции компании стремительно упали, хоть и прогнозы гласят о том, что состояние роста акций вернётся в стандартное состояние, человек уже не может именно в среду получить ту сумму, которая ему была необходима. Данный страх выразило 7% опрошиваемых. Остальные 42% опрошиваемых ответили на вопрос исследования несколькими причинами [6].

Для снижения рисков выделяют метод диверсификации. Диверсификация рисков — это процесс инвестирования в активы, которые имеют низкую корреляцию друг с другом по отношению к доходности с течением времени. Другими словами, диверсификация риска достигается за счет формирования инвестиционного портфеля с использованием ценных бумаг и классов активов, которые должны по-разному реагировать на рыночные условия.

Диверсификация рисков является важнейшим аспектом эффективного управления портфелем. Благодаря внедрению принципов современной портфельной теории необходимо свести к минимуму бизнес-риски и финансовые риски. Ключевой стратегией для достижения этой цели является диверсификация, которая включает в себя тщательный отбор активов с желаемой долгосрочной доходностью при обеспечении относительно низкой корреляции между ними.

Идея концепции диверсификации состоит в том, чтобы распределить риск среди множества активов или инвестиций. Хотя направление в целом правильное, это достаточно простое толкование диверсификации. Следуя данному положению, можно прийти к выводу, что вложение 1 000 у. е. равными долями в десять различных ценных бумаг обеспечит большую диверсификацию, нежели инвестирование аналогичной суммы



в пять ценных бумаг. Однако ловушка заключается в том, что данная диверсификация пренебрегает взаимосвязью между доходностями ценных бумаг.

Упомянутые выше десять активов могут быть акциями предприятий, работающих в одной отрасли, поэтому их доходности будут сильно связаны между собой. Одновременно с этим, пять акций в другом портфеле могут быть выпущены предприятиями разных отраслей, и взаимосвязь их доходностей окажется небольшой, благодаря чему и обеспечится низкая изменчивость доходности портфеля в целом.

Следующим решением проблем связанных с диверсификацией рисков может являться применение географического разнообразия. Инвесторам следует вкладывать свои активы в разные регионы мира. Данный метод позволяет снизить политические, валютные и системные риски. Преимуществом служит доступ к разным рынкам, что в свою очередь, может привести к большой стабильности и доходности инвестиционного портфеля.

Во-вторых, следует распределять инвестиции между разными отраслями, тем самым, снижая риски связанные с конкретным сектором экономики. В-третьих, недопустимо инвестировать только в определенный промежуток времени. Соответственно, данный метод сглаживает чрезмерную изменчивость вашего портфеля.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что диверсификация рисков - является мощным инструментом для организации стабильного портфеля. Несмотря на это, полностью от риска избавиться невозможно, однако можно контролировать его. Существуют определенные факторы, которые влияют на препятствие инвесторов вкладываться в ценные бумаги. Благодаря внедрению принципов современной портфельной теории возможно свести к минимуму финансовые риски. Но при этом следует учитывать причины возникновения страха начинающих инвесторов.

На данный момент не существует ценных бумаг, которые сочетают в себе такие функции как высокая доходность, надежность, ликвидность. Как правило, если инвестиции надежны, то, соответственно, они имеют довольно низкую доходность. Данная тенденция происходит потому, что инвесторы, которые отдадут предпочтение надежности, сократят доходность благодаря предложению более высокой цены.

В завершение, необходимо подчеркнуть, что для новичков в инвестировании проблемы, связанные с диверсификацией рисков, могут быть усугублены недостаточным знанием финансовых рынков и инструментов. Тем не менее, осознание этого аспекта и применение эффективных стратегий управления риском способны сократить возможные убытки и повысить шансы на успешные инвестиции.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Что такое инвестиции, и чем они важны для каждого казахстанца. [Электронный ресурс]. -URL: <https://ffin.kz/blog/4-chto-takoe-investitsii-i-chem-oni-vadgny-dlya-kadgdogo-kazakhstantsa> (Дата обращения: 13.04.2024)

2. Объяснение инвестирования: типы инвестиций и с чего начать. [Электронный ресурс]. -URL: [https://translated.turbopages.org/proxy\\_u/en-ru.ru.3c169973-66210a2e-a73fb2c6-74722d776562/https/www.investopedia.com/terms/i/investing.asp?\\_\\_ya\\_mt\\_enable\\_static\\_translations=1](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.3c169973-66210a2e-a73fb2c6-74722d776562/https/www.investopedia.com/terms/i/investing.asp?__ya_mt_enable_static_translations=1) (Дата обращения: 18.04.2024)

3. Егор Соколов. Диверсификация рисков: виды, способы и примеры. [Электронный ресурс]. -2023. -URL: <https://dasreda.ru/media/for-managers/diversifikaciya-riskov> (Дата обращения: 13.04.2024)

4. Только 1 казахстанец из 100 инвестирует на фондовом рынке. [Электронный ресурс]. -2021. -URL: [https://forbes.kz/finances/investment/provodniki\\_fondovogo\\_ryinka\\_1617093450/](https://forbes.kz/finances/investment/provodniki_fondovogo_ryinka_1617093450/) (Дата обращения: 18.04.2024)

5. Dana Omirgazy. Number of Registered Investment Sub-Accounts Soars in Kazakhstan. [Электронный ресурс]. -2022. -URL: <https://astanatimes.com/2022/07/number-of-registered-investment-sub-accounts-soars-in-kazakhstan/> (Дата обращения: 18.04.2024)

6. Grillo Adebiiyi. Is the fear of investing hindering your financial growth? – Cowrywise survey. [Электронный ресурс]. -2022. -URL: <https://cowrywise.com/blog/fear-of-investing-survey/> (Дата обращения: 18.04.2024)

#### **Сведения об авторах**

\*Кромина Виолетта Кирилловна – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [Krominavioletta@gmail.com](mailto:Krominavioletta@gmail.com)

\*\*Крамарчук Татьяна Владимировна – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [Kramarcuktatna@gmail.com](mailto:Kramarcuktatna@gmail.com)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Кромина Виолетта Кирилловна – Каспий мемлекеттік университетінің студенті, e-mail: [Krominavioletta@gmail.com](mailto:Krominavioletta@gmail.com)

\*\*Крамарчук Татьяна Владимировна – студент, Каспий мемлекеттік университеті, e-mail: [Kramarcuktatna@gmail.com](mailto:Kramarcuktatna@gmail.com)

#### **Information about authors**

\*Kromina Violetta Kirillovna – student, Caspian Public University, e-mail: [Krominavioletta@gmail.com](mailto:Krominavioletta@gmail.com)

\*\*Kramarchuk Tatyana Vladimirovna – student, Caspian Public University, e-mail: [Kramarcuktatna@gmail.com](mailto:Kramarcuktatna@gmail.com)

**УДК 657.1**

## **ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ**

**Крохмаль Алексей А.<sup>1</sup>**

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** Данная статья раскрывает понятие денежные средств и их эквивалентов в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). Автором изучены основные вопросы организации бухгалтерского учета денежных средств, в частности учёта денег в наличной и безналичной формах в соответствии с законодательством Республики Казахстан и МСФО. Также в статье отражаются аспекты составления отчета о движении денежных средств, приведены его основные составляющие.

**Ключевые слова:** денежные средства, денежные эквиваленты, Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), отчет о движении денежных средств, корреспонденция счетов.

## **АҚШАЛАЙ ҚАРАЖАТТАРДЫҢ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕБІН ҰЙЫМДАСТЫРУ**

**Крохмаль Алексей А.<sup>1</sup>**

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ. Қазақстан Республикасы

**Түйіндеме:** Бұл мақалада Халықаралық қаржылық есептілік стандарттарына (ХҚЕС) сәйкес ақша қаражаттары мен олардың баламалары туралы түсінік ашылады. Автор Қазақстан Республикасының заңнамасы және ХҚЕС-на сәйкес ақша қаражаттарының

бухгалтерлік есебін, атап айтқанда ақшаны есепке алуды ұйымдастырудың негізгі мәселелерін зерттеді. Сондай-ақ, мақалада ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп құрастыру негіздері көрсетілген, оның негізгі компоненттері келтірілген.

**Түйін сөздер:** ақша қаражаттары, ақша баламалары, халықаралық қаржылық есептілік стандарттары (ХЖЕС), ақша қаражаттарының қозғалысы туралы есеп, шоттардың корреспонденциясы.

## ORGANIZATION OF CASH ACCOUNTING

**KrokhmalAlexey A.**<sup>1</sup>

CaspianPublicUniversity,Almaty,Republic of Kazakhstan

**Annotation:** This article reveals the concept of cash and cash equivalents in accordance with International Financial Reporting Standards (IFRS). The author has studied the main issues of the organization of accounting for cash, in particular, accounting for money in cash and non-cash forms in accordance with the legislation of the Republic of Kazakhstan and IFRS. The article also reflects aspects of the preparation of a cash flow statement, its main components are given.

**Keywords:** cash, cash equivalents, International Financial Reporting Standards (IFRS), statement of cash flows, correspondence of accounts.

Согласно МСФО 7 «Отчёт о движении денежных средств» денежные средства это те средства, которые находятся в кассе и на банковских счетах. По поводу определения эквивалентов денежных средств МСФО 7 даёт следующую трактовку: «Эквиваленты денежных средств – это краткосрочные высоколиквидные инвестиции, которые можно легко конвертировать в известные суммы денежных средств и которые подвержены лишь незначительному риску изменения стоимости». Под краткосрочным подразумевается период в три месяца с момента приобретения инвестиции, оставшийся до ее погашения. Эквиваленты денежных средств, служат для краткосрочных денежных обязательств, а не для инвестиций или других целей. Опираясь на МСФО 7 можно увидеть, что в состав денежных средств и их эквивалентов входят: деньги в кассе, денежные средства в пути, деньги на текущих счетах, банковские переводные векселя и прочие векселя, депозиты до востребования, прочие ценные высоколиквидные бумаги [1]. Теперь можно разобрать такой термин как движение денежных средств. Движение денежных средств — это процесс притоков и оттоков у предприятия их денежно-финансовых ресурсов и их эквивалентов в ходе осуществления своей деятельности. Для более детального контроля и анализа своих денежных ресурсов составляется отчёт о движении денежных средств, о котором пойдёт речь немного позже. Стоит отметить, что отчёт о движении денежных средств является не единственным источником контроля и анализа денежных средств. Теперь у нас имеется представления о том, что такое денежные средства, движение денежных средств и их эквивалентов.

Учёт денежных средств ведётся на активных счетах подраздела 1000 «Денежные средства» Типового плана счетов, который включает в себя следующие группы счетов: 1010 «Денежные средства в кассе», 1020 «Денежные средства в пути», 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах», 1040 «Денежные средства на корреспондентских счетах», 1050 «Денежные средства на сберегательных счетах», 1060 «Денежные средства, ограниченные в использовании, 1070 «Учёт электронных денежных средств», 1080 «Прочие денежные средства», 1090 «Оценочный резерв под убытки от обесценения денежных средств»[2]. Организация исходя из своих возможностей, может осуществлять процесс движения денежных средств, как в наличной, так и в безналичной форме. Если организация осуществляет свои расчёты наличной форме, то учёт денежных средств будет осуществляться следующим образом. Приём наличных денег в предприятии, происходит на основании приходно-кассового ордера (ПКО). При приёме наличных денег, выдаётся

квитанция за подписями главного бухгалтера или лица, на то уполномоченного руководством субъекта, и кассира, заверенная печатью. Процесс выдачи денег из кассы проходит на основании расходно-кассового ордера (РКО). Расходно-кассовый ордер подписывается руководством, главным бухгалтером, лицами, которые наделены данными полномочиями, кассиром, а также заверяется печатью. Все приходные и расходные кассовые ордера, до передачи их в кассу регистрируются в журнале регистрации приходных и расходных кассовых документов. Стоит отметить, что процесс выдачи наличных денег из кассы, кассир выдаёт только тому лицу, который указан в расходном ордере или в платёжной ведомости. Для учёта денежных средств и их эквивалентов, выданных из кассы доверенному лицу, для выплаты заработной платы, а также при возврате остатка наличности и оплаченных документов, применяется книга учёта принятых и выданных кассиром денежных средств и их эквивалентов. [3, с. 19]. Денежные средства, которые хранятся в кассе, учитываются на активном синтетическом счёте 1010 «Денежные средства в кассе». В дебет данный счёт записывается, когда денежные средства поступают в кассу. А в кредит этот счёт записывается тогда, когда денежные средства выбывают из кассы. В таблице 1 приведена основная корреспонденция счетов по движению денежных средств в кассе [2].

Таблица 1 – Корреспонденция счетов по учету денежных средств в кассе

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
Поступили денежные средства в кассу от подотчётного лица	1010	1250
Выданы из кассы денежные средства подотчётному лицу	1250	1010
Доход от реализации продукции и оказания услуг	1010	6010
Оплачены счета поставщиков	3310	1010
Получены деньги в кассу с расчётного счёта	1010	1023

Безналичная форма расчётов, это такая форма расчёта, которая осуществляется без использования наличных денег. Здесь происходит перечисление денежных средств, с одного счёта на другой. Сюда можно отнести расчёты по платёжным поручениям, пластиковым картам, аккредитивам и чекам. Безналичные перечисления производятся банком на основании документов специальной формы, утверждённой им же. Предприятие периодически получает от банка выписку из расчётного счёта, то есть перечень произведенный им за отчётный период операций. К выписке банка прилагаются документы, полученные от других предприятий и организаций, на основании которых зачислены или списаны средства, а также документы, выписанные предприятием. В бухгалтерском учёте предусмотрено ведение отдельных счетов для отражения операций по каждому отдельному расчётному счёту [3, с.26]. Денежные средства на текущих банковских счетах, учитываются на активном счёте 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах». Учёт денежных переводов в пути ведётся на счёте 1020 «Денежные средства в пути», которые могут осуществляться в тенге и в иностранной валюте [2]. То есть этот счёт показывает, что у деньги списались, но получателям ещё не поступили. К примеру, это могут быть платежи, переведённые контрагентам, но ещё не зачисленные на их счета. В таблице 2 приведем следующую корреспонденцию счетов.

Таблица 2 – Корреспонденция счетов по учету денежных средств на расчетном счете

Хозяйственная операция	Дебет	Кредит
------------------------	-------	--------

Поступили денежные средства из кассы на расчетный счет	1030	1010
Погашена краткосрочная кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками	3310	1030
Поступил долгосрочный банковский кредит на расчетный счет	1030	4010
Перечислено с валютного счёта на расчётный счёт в тенге	1020	1030
Погашена задолженность по заработной плате	3350	1030
Удержана комиссия банка за обслуживание	7210	1030

Согласно МСФО 7 отчёт о движении денежных средств включает:

1. Операционную деятельность.
2. Финансовую деятельность.
3. Инвестиционную деятельность.

Операционная деятельность включает основной доход, который получает организация в ходе осуществления своей основной деятельности, а именно: денежные поступления от продажи товаров и предоставления услуг; денежные платежи поставщикам за товары и услуги; денежные платежи или возмещения налога на прибыль, за исключением случаев, когда они могут быть отнесены к инвестиционной или финансовой деятельности; поступления денежных средств и платежи в рамках инвестиционных договоров, удерживаемых для заключения сделок или в торговых целях, которые рассматриваются как запасы, приобретённые специально для перепродаж.

Финансовая деятельность подразумевает деятельность, которая определяется как операция, приводящая к изменению объёмов и структуры собственных и заёмных средств. В финансовую деятельность входят: денежные поступления от эмиссии акций или других долевых инструментов; денежные платежи владельцам для приобретения или выкупа акций субъекта; денежные платежи арендатора для уменьшения непогашенной задолженности по финансовой аренде.

Инвестиционная деятельность - это деятельность, в которой происходит продажа или покупка долгосрочных активов, в частности: выплата денежных средств, для приобретения основных средств, нематериальных активов и прочих долгосрочных активов; денежные поступления от продажи основных средств, нематериальных и других долгосрочных активов; денежные платежи для приобретения долевых или долговых инструментов других субъектов и долей участия в совместной деятельности; авансовые платежи денежных средств и кредиты, предоставленные другим сторонам; поступления денежных средств от возврата авансов и кредитов, предоставленных другим сторонам.

Для составления отчета о движении денежных средств применяется один из следующих двух методов. Первым методом является «Прямой метод». В этом методе вносят все движения денежных средств по трём направлениям. Первое направление — это притоки, к которым относится выручка от реализации, авансы и прочие поступления. Второе направление это оттоки, к которым относят оплату расходов, необходимые для ведения своей деятельности. Третье направление это разница между суммой притоков и оттоков, то есть это чистый денежный поток. Его можно рассчитывать по отдельным видам деятельности и в целом по результатам. Это относительно простой метод. Ко второму методу относится косвенный метод, который основан на корректировке чистой прибыли через вычисление статей баланса [4, с.178,179].

Таким образом, движение денежных средств может быть как в наличной форме, так и безналичной, для учета денежных средств используется счета подраздела 1000 «Денежные средства» Типового плана счетов, порядок составления отчета о движении денежных средств регулируется МСФО 7 «Отчет о движении денежных средств».

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. МСФО-7 [Электронный ресурс] – 2022 – URL <https://cdb.kz/sistema/biblioteka-bukhgaltera/standart/mezhdunarodnyy-standart-finansovoy-otchetnosti-ias-7-laquo-otchet-odvizhenii-denezhnykh-sredstv-raquo/> (дата обращения 06.11.2024)
2. Типовой план счетов [Электронный ресурс] – 2018. – URL: <https://profi-soft.kz/articles/novyy-tipovoy-plan-schetov/> (03.11.2024)
3. Проскурина В.П. Бухгалтерский учет от азов до баланса (практическое пособие). - Алматы: ТОО «Издательство LEM», 2018. -328 с.
4. Учебное пособие по предмету: «BrendAsAudit» Бухгалтерский учет г. Алматы - 2017 - № 3. – С.178-179.

### Сведение об авторах

\*Крохмаль Алексей Александрович; студент Каспийского общественного университета, город Алматы, email: [krokhmal\\_aleksey@mail.ru](mailto:krokhmal_aleksey@mail.ru)

\*\*Танирбергенова Галия Болатовна: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

### Авторлар туралы мәлімет

\*Крохмал Алексей Александрович; Каспий қоғамдық университетінің студенті, Алматы қаласы, email: [krokhmal\\_aleksey@mail.ru](mailto:krokhmal_aleksey@mail.ru)

\*\*Тәңірбергенова Галия Болатқызы: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

### Information about the authors

\*Krokhmal Alexey Alexandrovich; student of the Caspian Public University, Almaty city, email: [krokhmal\\_aleksey@mail.ru](mailto:krokhmal_aleksey@mail.ru)

\*\*Tanirbergenova Galiya Bolatovna: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

## УДК 657.1

### ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ

**Крохмаль Андрей А.**<sup>1</sup>

Каспийский Общественный Университет, город Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** В данной статье изучены вопросы организации бухгалтерского учета доходов и расходов, а также основные понятия и содержание экономических категорий в рамках исследуемой темы. Автором раскрыты аспекты применения Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) и Типового плана счетов бухгалтерского учета. Приведены корреспонденция счетов по учету доходов и расходов, прибыли и убытков на предприятиях, порядок составления отчета о прибылях и убытках компании в соответствии с МСФО.

**Ключевые слова:** доходы и расходы, прибыль и убыток, Международные стандарты финансовой отчетности, выручка, затраты.

### КІРІСТЕР МЕН ШЫҒЫСТАРДЫ ЕСЕПКЕ АЛУДЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ

**Крохмаль Андрей А.**<sup>1</sup>

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

**Түйіндеме:** Бұл мақалада кірістер мен шығыстардың бухгалтерлік есебін ұйымдастыру мәселелері, сондай-ақ зерттелетін тақырып шеңберіндегі экономикалық категориялардың негізгі түсініктері мен мазмұны қарастырылған. Автор Халықаралық қаржылық есептілік стандарттарын (ХҚЕС) және бухгалтерлік есеп шоттарының үлгілік

жоспарын қолдану аспектілерін зерттеді. Кәсіпорындардағы кірістер мен шығыстарды, пайда мен шығындарды есепке алу бойынша шоттардың корреспонденциясы, ХҚЕС-на сәйкес компанияның кірістері мен шығындары туралы есепті жасау тәртібі келтірілген.

**Түйін сөздер:** табыстар мен шығыстар, пайда мен залал, халықаралық қаржылық есептілік стандарттары, кірістер мен шығындар.

## ORGANIZATION OF INCOME AND EXPENSE ACCOUNTING

**Krokhmal Andrey.A.**<sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Annotation:** This article examines the issues of the organization of accounting of income and expenses, as well as the basic concepts and content of economic categories within the framework of the topic under study. The author reveals aspects of the application of International Financial Reporting Standards (IFRS) and a Standard Accounting Chart of Accounts. The correspondence of accounts for accounting for income and expenses, profits and losses at enterprises, the procedure for compiling a profit and loss statement of the company in accordance with IFRS are presented.

**Keywords:** income and expenses, profit and loss, International Financial Reporting Standards, revenue, costs.

В соответствии с МСФО 15 «Выручка по договорам с клиентами», доход это увеличение экономических выгод и уменьшение своих обязательств, вследствие чего растет доля в собственном капитале. Под экономическими выгодами понимается как поступление активов, так и увеличение количества активов. Расходы — это «противоположность» доходов, то есть, когда у предприятия происходит уменьшение экономических выгод и увеличения обязательств. Расходы и доходы имеют между собой определённую логическую взаимосвязь. А это значит, что, когда предприятие осуществляет свою деятельность в виде производства и в торговле, первое с чем оно столкнётся, это конечно же расходы. Другими словами, чтобы получить доход предприятие несет расходы. Если сумма доходов покрывает все расходы и при этом после покрытия расходов у предприятия остается часть доходов, то такой финансовый результат будет являться положительным. А положительный финансовый результат — это прибыль. Если ситуация, когда расходы превышают доходы, это является отрицательным финансовым результатом. А отрицательный финансовый результат это - убыток. Следовательно доходы и расходы оказывают прямое влияние на финансовые результаты компании. Но стоит выделить такое понятие как выручка. К выручке относятся доходы, которые мы получили от обычной деятельности, которая включает в себя такие наименования как выручка от продаж, вознаграждения за услуги, проценты, дивиденды, роялти, и арендная плата. Доход является обобщающим понятием, а выручка более конкретным. Выручка показывает средства, которые получены от конкретных видов операций, а доход показывает полученные средства от всех видов операций и деятельности. Теперь стоит рассмотреть такие понятия как расходы и затраты. Расходы — это также обобщённое понятие, а затраты более конкретное. Затраты больше направлены на производство продукции и конкретизируют больше, а именно те процессы, которые связаны с производством и его обслуживанием. Расходы непосредственно включает в себя коммерческие расходы и административные расходы, а также производственные расходы, так как расходы это обобщённое понятие, которое и оказывает своё влияние на финансовый результат и на деятельность предприятия [1, с.172-173].

Для учета доходов и расходов в основном применяется МСФО-15 «Выручка по договорам с клиентами». Но данный стандарт распространяется не на все доходы. К примеру, доходы по аренде учитываются и признаются по МСФО 16 «Аренда»,

страхование учитывается по МСФО 4 «Договоры страхования», финансовые инструменты по МСФО 9 «Финансовые инструменты». Также МСФО 15 применяется для учета дополнительных расходов, понесенных в связи с заключением договоров или для выполнения договоров с покупателями. Во время действия предыдущего стандарта по выручке — МСФО (IAS) 18 — признание дохода определялось моментом передачи покупателю рисков и преимуществ, связанных с товаром. Сейчас для признания доходов используется принцип пятиступенчатого анализа. То есть состоит из пяти шагов. В первом шаге нужно идентифицировать договор с покупателем. Во втором шаге, необходимо идентифицировать обязанности, подлежащие исполнению в рамках договора. На третьем шаге, требуется определить цену сделки. На четвёртом шаге, требуется распределить цену сделки между отдельными обязанностями, подлежащими исполнению в рамках договора. На пятом шаге, необходимо признать выручку в момент исполнения компанией обязанностей, подлежащей исполнению в рамках договора.

Компания может признавать выручку в следующем случае: 1) в момент или в процессе передачи продавцом контроля над продуктом клиенту, 2) в сумме, которую планирует получить, передав контроль над продуктом клиенту. То есть доход можно признавать одномоментно или поэтапно. Доход признают поэтапно в нескольких случаях:

1) когда клиент приобретает и потребляет выгоды по мере выполнения продавцом своих обязанностей,

2) когда клиент приобретает контроль над создающимся или улучшающимся активом в процессе работы над ним,

3) когда продавец создаёт товар или выполняет услугу, которую не сможет перепродать другому клиенту, и при этом у него есть юридическое право на частичную оплату по фактически предоставленному объёму обязательств [2].

Для учёта доходов используется шестой раздел типового плана счетов «Доходы». Раздел «Доходы» делятся на следующие подразделы: 1) 6000 «Доход от реализации продукции и оказания услуг», 2) 6100 «Доходы от финансирования», 3) 6200 «Прочие доходы», 4) 6300 «Доходы, связанные с прекращаемой деятельностью», 5) 6400 «Доля прибыли организации, учитываемых по методу долевого участия».

Для учета расходов используется седьмой раздел типового плана счетов «Расходы». Данный раздел включает в себя следующие подразделы: 7000 «Себестоимость реализованной продукции и оказанных услуг», 7100 «Расходы по реализации продукции и оказания услуг», 7200 «Административные расходы», 7300 «Расходы на финансирование», 7400 «Прочие расходы», 7500 «Расходы связанные с прекращаемой деятельностью», 7600 «Доля в убытке организаций, учитываемых методом долевого участия», 7700 «Расходы по корпоративному подоходному налогу» [3]. Счета раздела «Доходы» являются пассивными, так как они являются обязательствами, для того чтобы покрыть все наши расходы. По дебету идёт списание общей суммы, а по кредиту отражается информация о суммах доходах, полученных в отчётном периоде. Для учёта дохода от реализации продукции и оказания услуг применяются счета подраздела 6000, которые включают следующие синтетические счета: 6010 «Доход от реализации продукции и оказания услуг», 6020 «Возврат проданной продукции», 6030 «Скидки с цены продаж». По кредиту счёта 6010 в течение отчётного периода отражается сумма дохода от реализации продукции и оказания услуг, а в конце отчётного периода производится их списание с дебета на увеличение итоговой прибыли. Остатка на конец отчётного периода счёта 6-го раздела «Доходы» не имеют. Стоит также отметить, что к доходам от финансирования относятся доходы по вознаграждениям, дивидендам, от финансовой аренды, от операций с инвестициями в недвижимость, от изменения справедливой стоимости финансовых инструментов и прочие доходы от финансирования. Прочие доходы представляют другие статьи, отвечающие определению доходов, и могут возникать или не возникать в процессе обычной деятельности организации. Помимо реализации продукции, работ и услуг в



состав дохода включается и продажа других активов [4]. В таблице 1 рассмотрим бухгалтерские записи по учету доходов.

Таблица 1 – Корреспонденция счетов по учету доходов

Наименования операции	Дебет	Кредит
Отражена стоимость реализованной продукции	1010, 1030	6010
Покупателям предоставлено скидка с цен продаж	6030	1210-1240
Реализованы основные средства, нематериальные активы	1010, 1030	6210
Начислены дивиденды по акциям	1270	6120
Полученные субсидии от исполнительных органов	1030	6230

Счета раздела «Расходы» являются активными, потому что расходы — это наши собственные средства, осуществление которых позволит в будущем получать доход конкретной прибылью. По дебету указанных счетов отражается информация о суммах понесённых расходов, а по кредиту списание общей суммы расходов на уменьшение итоговой прибыли в конце отчётного периода. К примеру, можно привести следующие бухгалтерские записи по учету расходов (таблица 2). В конце отчётного периода все счета доходов и расходов, должны быть закрыты [5].

Таблица 2 – Корреспонденция счетов по учету расходов

Наименования операций	Дебет	Кредит
Начислена зарплата работникам администрации	7210	3350
Отражена себестоимость реализованной продукции	7010	1320, 1330
Начислен корпоративный подоходный налог	7710	3110
Начислен земельный налог	7210	3160
Амортизация основных средств	7210	2410

Основным документом, отражающим финансовый результат компании, является отчет о прибылях и убытках, который составляется с применением МСФО 1 «Представление финансовой отчетности» [6]. Данный отчет компании показывает эффективность и результативность деятельности хозяйствующего субъекта. Именно из этого отчёта аналитики и инвесторы могут узнать, какова выручка и затраты предприятия, и какую чистую прибыль в итоге заработала данная компания. Согласно МСФО 1 отчёт о прибылях и убытках должен включать статьи, представляющие следующие величины: основные средства, инвестиционная недвижимость, нематериальные активы, финансовые активы, инвестиции, учитываемые с использованием метода долевого участия, биологические активы, запасы, торговая и прочая дебиторская задолженность, денежные средства и эквиваленты денежных средств.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: положительный финансовый результат - это прибыль, а отрицательный – убыток; отчёт о прибылях и убытках является главным документом предприятия, отражающий его эффективность и результативность; в целях финансово-экономического роста какого-либо предприятия, необходимо знать и уметь правильно учитывать доходы и расходы предприятия.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. «BrendASAudit» Учебно пособие по предмету: Бухгалтерский учет г. Алматы – 2017. - № 3. – С.172-173.
2. Международный стандарт – 15 [Электронный ресурс] – 2024 – URL: <https://finacademy.net/materials/article/dohody-raskhody-msfo> (дата обращения 06.11.2024)
3. Типовой план счетов [Электронный ресурс] – 2018 – URL: <https://profi-soft.kz/articles/novyy-tipovoy-plan-schetov/> (дата обращения 08.11.2024)

4. Учёт доходов, расходов и представления финансовой отчётности [Электронный ресурс] – 2017 – URL:[https://vuzlit.com/605896/uchet\\_dohodov\\_rashodov\\_predstavlenie\\_finansovoy\\_otchetnosti](https://vuzlit.com/605896/uchet_dohodov_rashodov_predstavlenie_finansovoy_otchetnosti) (дата обращения 14.11.2024)

5. Учёт, аудит и анализ доходов и расходов [Электронный ресурс] – 2023 – URL:[https://studbooks.net/1338936/buhgalterskiy\\_uchet\\_i\\_audit/uchet\\_audit\\_analiz\\_dohodov\\_rashodov](https://studbooks.net/1338936/buhgalterskiy_uchet_i_audit/uchet_audit_analiz_dohodov_rashodov)(дата обращения 15.11.2024)

6. МСФО-1[Электронный ресурс]–2016 – URL:[https://pro1c.kz/articles/mezhdunarodnye-standarty-finansovoy-otchetnosti/msfo-ias-1-predstavlenie-finansovoy-otchetnosti/#header\\_3](https://pro1c.kz/articles/mezhdunarodnye-standarty-finansovoy-otchetnosti/msfo-ias-1-predstavlenie-finansovoy-otchetnosti/#header_3) (дата обращения 17.11.2024)

#### **Сведение об авторах**

\*Крохмаль Андрей Александрович; студент Каспийского общественного университета, город Алматы, email: [andrney\\_krohmand@mail.ru](mailto:andrney_krohmand@mail.ru)

\*\*Танирбергенова Галия Болатовна: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

#### **Авторлар туралы мәлімет**

\*Крохмаль Андрей Александрович; Каспий қоғамдық университетінің студенті, Алматы қаласы, email: [andrney\\_krohmand@mail.ru](mailto:andrney_krohmand@mail.ru)

\*\*Тәңірбергенова ГалияБолатқызы: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\*Krokhmal Andrey Alexandrovich: student of the Caspian Public University, Almaty city, email:[andrney\\_krohmand@mail.ru](mailto:andrney_krohmand@mail.ru)

\*\*Tanirbergenova Galiya Bolatovna: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

#### **УДК 005.966**

### **ЗАМАНАУИ ҰЙЫМДА МАНСАПТЫ ЖОСПАРЛАУ ЖӘНЕ ДАМУ** **Күміс А. И.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Қазақстан Республикасы, Алматы қ. Каспий қоғамдық университеті,

**Аңдатпа.** Бұл мақалада заманауи ұйымдағы мансапты жоспарлау мен дамытудың өзекті мәселелері талданады. Жылдам өзгеріп жатқан әлемдегі бәсекелестік ортада тиімді персоналды басқарудың маңызды элементі ретінде мансапты жоспарлаудың рөлі ерекше атап өтіледі. Мақалада мансапты жоспарлаудың негізгі принциптері, жеке және ұйымдық мақсаттарды үйлестіру, таланттарды басқару, оқыту бағдарламалары және кері байланыс механизмдері сияқты аспектілер жан-жақты қарастырылады. Зерттеу нәтижелері ұйымдардағы мансапты дамытудың тиімді жүйесін құруға және бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттыруға бағытталған ұсыныстармен толықтырылған.

**Кілт сөздер:** мансап, мансапты жоспарлау, мансапты басқару, ұйымдар, қызметкерлер, еңбек өнімділігі, кәсіби дайындық.

**Аннотация.** В статье анализируются актуальные вопросы планирования и развития карьеры в современных организациях. В условиях быстро меняющегося конкурентного мира особое внимание уделяется роли планирования карьеры как важного элемента эффективного управления персоналом. Рассматриваются различные аспекты, такие как основные принципы планирования карьеры, согласование индивидуальных и организационных целей, управление талантами, программы обучения и механизмы обратной связи. Результаты исследования дополнены рекомендациями, направленными на создание эффективной системы развития карьеры в организациях и повышение их конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** карьера, планирование карьеры, управление карьерой, организации, сотрудники, производительность труда, профессиональная подготовка.

**Abstract.** This article analyzes the current issues of career planning and development in modern organizations. In the rapidly changing competitive environment of the world, the role of career planning as a key element of effective personnel management is emphasized. The article covers various aspects, including the main principles of career planning, alignment of individual and organizational goals, talent management, training programs, and feedback mechanisms. The research findings are complemented with recommendations aimed at building an effective career development system within organizations and enhancing their competitiveness.

**Keywords:** career, career planning, career management, organizations, employees, labor productivity, professional training.

Қазіргі заманғы динамикалық бизнес ортасында, жоғары бәсекелестік пен жылдам технологиялық өзгерістермен сипатталатын жағдайда, қызметкерлердің мансабын жоспарлау және дамыту персоналды басқарудың стратегиялық маңызды аспектісіне айналады. Бұл енді тек формалдылық емес, компанияларға таланттарды тартуға және ұстап қалуға ғана емес, сонымен қатар бар потенциалды тиімді пайдалануға, кәсіби өсуді ынталандыруға және нәтижесінде жалпы өнімділікті арттыруға мүмкіндік беретін құрал. Бұл стратегияның өзектілігі бірқатар факторлармен анықталады: еңбек нарығының үнемі өзгеруі, жаңа технологияларға бейімделу қажеттілігі, персоналдың біліктілігіне қойылатын талаптардың артуы, сондай-ақ мансаптық өсу мен өзін-өзі жүзеге асыруға деген қызметкерлердің өсіп келе жатқан күтулері.

Мансапты жоспарлау ұйымның кадрларды басқару жүйесінің маңызды құрамдас бөлігі ретінде анықталуы мүмкін. Ұйымдардағы мансапты жоспарлау тәжірибесі қызметкерлердің жеке мансаптық күтулерін ұйымның мүмкіндіктерімен біріктіруді қамтиды. Сондықтан мансапты жоспарлау ұйымдарда даму модельдерін қалыптастыруды қоса алғанда, қалаған нәтижелерге жету үшін ресурстардың болуын көздейді [1].

Тиімді мансапты жоспарлау көптеген өзекті міндеттерді шешуге мүмкіндік береді: персоналдың адалдығын арттыру, ертеңгі күнге сенімділік пен тұрақтылық сезімін тудыру; қызметкерлердің мотивациясын күшейту, оларға кәсіби жолы мен қойылған мақсаттарға жету мүмкіндіктері туралы айқын көзқарас беру; қызметкерлердің біліктілігін оңтайландыру, оларды өздерін максималды түрде көрсете алатын тапсырмалар мен жобаларға бөлу; кадрларды іріктеу және таңдау процестерін жақсарту, мансап баспалдағының әр сатысында кандидаттарға қойылатын талаптарды нақтылау; және, ақырында, персоналды оқыту мен дамытуға жұмсалатын шығындарды оңтайландыру, қызметкерлердің де, ұйымның да дамуы үшін ең маңызды салаларға инвестиция салу.

Сәтті мансапты жоспарлау мен дамытудың негізгі элементтеріне кешенді жағдай талдауы, қызметкерлердің біліктілігі мен мансаптық күтулерін, сондай-ақ компанияның мүмкіндіктерін бағалау кіреді. Бұл кезеңде қызметкерлердің күшті жақтарын да, дамудың потенциалды салаларын да анықтау маңызды.

Мансаптық өсу қызметкерлердің өздері үшін де маңызды. Бұл қызметкерлерге өз болашақтары туралы нақты түсінік, кәсіби өсу мүмкіндігі, еңбек нарығында бәсекеге қабілеттілікті арттыру және өмірдің басқа да аспектілерін жоспарлауды қамтамасыз етеді.

Мұның бәрі HR-менеджер алдында мансапты жоспарлауды нақты қызметкерге бағыттауды, оның нақты қажеттіліктерін ескеруді, мансаптық өсу критерийлерін қалыптастыруды және қызметкерлердің мансаптық потенциалын анықтауды, сондай-ақ мансаптық жолдарды анықтауды қамтамасыз ету мәселелерінде көрінеді.

Қазіргі жағдай басқарылатын мансапты талап етеді, сондықтан мансап жоспарланған процесс болуы керек. Мансапты басқару қызметкер ұйымға қабылданған сәттен бастап күтілетін босатылуына дейін лауазымдар немесе жұмыс орындары жүйесі

арқылы қызмет бойынша көлденең және тік жоғарылауды жүйелі ұйымдастырудан тұрады.

Жалпы алғанда, ұйымдағы қызметкердің мансабын жоспарлаудың негізгі міндеттері:

— қызметкерлердің мансаптық потенциалын жан-жақты бағалауды қамтамасыз ету;

— өзара мүдделерді үйлестіру, ұйым мен қызметкердің мақсаттары арасындағы қарым-қатынасқа қол жеткізу;

— жеке мансаптық жоспарларды жасау мақсатында мотивациялық мінез-құлық үлгілерін және қызметкерлердің қажеттіліктерін зерттеу;

— ұйымдағы мансаптық өсудің қолжетімді, нақты, негізделген және өлшенетін көрсеткіштерін, тік бағытта да, көлденең бағытта да әзірлеу;

— қызметкерлердің мансабын басқару жүйесінің ашықтығын сақтау. Атап өткен жөн, ұйымның мансапты жоспарлаудың барлық міндеттері мансап субъектісінің (қызметкердің) функционалдық міндеттерімен тығыз байланысты.

Осылайша, мансап субъектісінің (қызметкердің) тарапынан мансапты жоспарлау өзінің мүмкіндіктері мен шектеулерін адамның өзі танып білу процесі, таңдау жасау, мансаппен байланысты мақсаттарды анықтау, өзін-өзі оқыту бағдарламаларын таңдау, біліктілікті арттыру, белгілі бір жұмыстарды орындау үшін қажетті дағдылар мен біліктерді меңгеру, мансаптың жеке кезеңдеріне жету үшін мансап жоспарын жасау ретінде қарастырылады [2].

Жоғарыда айтылып өткен міндеттерден бөлек, адамның күшті және әлсіз жақтарын дамытуға байланысты, Мен Джохаридің терезесі - өзін-өзі тану әдістемесін белгілеп көрсетер едім.

Мәселен, бұл модельді 50 жылдан астам уақыт бұрын әзірлеген екі американдық психолог Джозеф Лафт пен Харри Ингамның есімдерімен аталған. Джохари терезесі – бұл біздің жеке тұлғамыздың 4 маңызды аймағын 2 ось бойынша сипаттайтын тапқыр және өте қарапайым матрица: «мен білемін/мен білмеймін» және «басқалар көреді/басқалар көрмейді».

Ашық аймақ – бұл айналаңыздағыларға да, сізге де жақсы таныс қасиеттер. Бұл сіздің күшті жақтарыңыз, сіз олар туралы резюмеңізде жазасыз, сіз бұл қасиеттерді айналаңыздағылармен қарым-қатынаста сенімді түрде көрсетесіз. Біз бұл қасиеттерді тек өзімізде ғана білмейміз, сонымен қатар жақсы көреміз және қабылдаймыз. Әдетте бұл аймақта қоғамда мойындалатын және бағаланатын қасиеттер болады.

Жасырын аймақ – бұл біз негізінен білетін, бірақ айналамыздағыларға көрсетуді онша жақсы көрмейтін қасиеттер. Мысалы, адам өзінде жалқаулыққа бейімділік бар екенін білуі мүмкін, бірақ оны көрсетпеуге тырысады.

Көрінбейтін дақ – бұл сіздің айналаңыздағылардың білетін, бірақ сіз тіпті күдіктенбейтін қасиеттеріңіз. Біздің көрінбейтін дағымызда не бар екенін жүйелі кері байланыс арқылы түсінуге болады. Жүйелі кері байланыс – бұл әртүрлі контексттерде қайталанатын, әртүрлі адамдар бізге әртүрлі жағдайларда ұқсас реакция білдіргендегі кері байланыс. Мүмкін, сіз бір-бірін танымайтын бірнеше адамның сізге мүлдем тәуелсіз, өте ұқсас фразаны, қандай да бір хабарлама айтқанын байқаған шығарсыз.

Жасырын аймақта және көрінбейтін дақта біздің ресурстарымыз бен таланттарымыз да болуы мүмкін, оларды біз не көрсетуге батылдамаймыз, не қандай да бір себептермен байқамаймыз. Мұнда тек теріс қасиеттеріміз: ашушандық, ұялшақтық немесе бізге ұнамайтын басқа да нәрселер бар деп айтуға болмайды.

Белгісіз аймақ – бұл біз өзіміздің қасиеттеріміз бен мінез-құлық ерекшеліктеріміздің бізге мүлдем белгісіз екендігінен басқа ештеңені білмейтін аймақ. Бізге де, айналамыздағыларға да әзірге белгісіз. Әрине, біз мұнда біздің ашылмаған потенциалымыз, болашақта пайдалана алатын маңызды ресурстар бар деп есептегенді жөн көреміз [3].

Адамның өзін-өзі тәрбиелеуі, байқағанымыздай, бір жағынан өте түсінікті, екінші жағынан өте еңбекті қажет ететін процесс. Бірақ бұл жұмыстың мақсаты туралы еске түсірсек, күш салу керек, өйткені өзін-өзі тану арқылы өмірдің сапалы жаңа деңгейіне жетуге болады, өйткені бұл көптеген жағымсыздықтардан, ұят жағдайлардан, стрестерден және проблемалардан аулақ болуға мүмкіндік береді. Мысалы, егер сіз өзіңізді еңбекқор адамдарға жатқызсаңыз, бірақ біртекті жұмыс сізге тез жалықтыратынын білсеңіз, онда сіз мұндай біртекті жұмысқа орналаспауыңыз немесе сізге ұнамайтын жұмысыңыздан ауысуыңыз мүмкін. Егер сіз көп сөйлеуді ұнатсаңыз, бірақ сөзіңіздің көп бөлігі бос сөйлеу болса, онда сіз айтатын нәрселеріңізге көбірек көңіл бөлуді немесе біліміңізді кеңейтуді бастауыңыз мүмкін.

Тағы да еске сала кеткен жөн, өзін-өзі тану – бұл шексіз жалғаса беретін үздіксіз процесс. Жеткен жетістіктеріңізде тоқтап қалмау және өзіңізді танып, өзіңізді зерттей беру өте маңызды. Өзін-өзі тану – бұл өмір бойы жалғасатын жол. [4]

Бұдан бөлек, орыс ғалымы Герчикова Н.И. өзінің еңбегінде профессионалды мансап және мансаптың бағыттары туралы анықтама берген.

Айта кететін болсақ, профессионалды мансап – бұл белгілі бір қызметкердің кәсіби қызметі барысында дамудың бірнеше кезеңдерінен өтетін мансап: оқу, жұмыс, кәсіби өсу, зейнетке шығу. Осы кезеңдерді қызметкер әртүрлі ұйымдарда өтуі мүмкін.

Ішкі ұйымдық мансап – бұл мансап, ол қызметкердің даму кезеңдерінің бір ұйым шегінде ретті түрде өзгеруін қамтиды. Мұндай мансаптың үш бағыты бар:

– вертикальды (мансап қызметкердің құрылымдық иерархияның ең жоғары сатысына көтерілуіне ықпал етеді);

– горизонтальды (қызметкер басқа қызмет саласына ауысады немесе құрылымдық ұйымда нақты бекітілмеген деңгейде қызмет атқарады);

– орталыққа тартылушы (кәсіпорынның орталығына, басшылыққа қозғалу).

Осылайша, қазіргі кезде қалыптасқан әлеуметтік-экономикалық қатынастар ұйымдағы кадрлармен жұмыс істеудің әртүрлі өзгерістеріне әкелді. Кадр саясаты қызметкерлер мен басшылар арасындағы екіжақты байланысты қамтуы тиіс, себебі іскерлік мансапты жоспарлағанда еңбек процесіне қатысты барлық аспектілерді ескеру қажет. Жеке тұлғаның рөлін арттыру экономикалық ынталандыру негізінде персоналды болжау мен дамытуды, кадрлар бөлімімен жұмыс істеуді, жұмысқа қабылдаудан бастап мансаптың соңына дейін әлеуметтік кепілдіктерді қамтамасыз етуге мүмкіндік береді, сондай-ақ еңбек қабілеттілігін жоғалтқан немесе зейнет жасына жеткен жағдайда әлеуметтік қорғауды қамтамасыз етеді. [5]

Қорытындылай келе, мансапты жоспарлау мен дамыту – бұл ұйым тарапынан да, қызметкердің өзінен де белсенді қатысуды талап ететін үздіксіз және өзара тиімді процесс. Бұл болашаққа инвестиция, ол адалдықтың, мотивацияның, өнімділіктің артуымен және нәтижесінде компанияның ұзақ мерзімді перспективадағы табысымен өтеледі. Мансапты жоспарлау мен дамытуға тиісті көңіл бөлетін ұйымдар еңбек нарығында бәсекеге қабілетті артықшылық жасайды және жоғары білікті мамандарға қол жеткізеді.

#### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:**

1. Могилевкин Е. А. карьерный рост: диагностика, технология, обучение: монография. — Петербург: Речь, 2007. — 336 б.;
2. Головлева К. карьера в XXI веке: новая стратегия успеха [Электронный ресурс];
3. ru.wikipedia.org;
4. **4brain.ru**
5. Герчикова Н. И. (2021). *Карьерный рост и его влияние на развитие организации*. М.: Юрайт; Журнал «Фундаментальные исследования». – 2016. – № 8 (часть 2) – С. 286-290

#### **Авторлар туралы мәліметтер:**

Күміс Айдана Исатайқызы - Каспий Қоғамдық Университетінің 4-ші курс студенті

**Сведения об авторах:**

Күмис Айдана Исатайқызы – студент 4-го курса Каспийского общественного университета  
Kumis Aidana Isatayevna is a student of the 4<sup>th</sup> course of Caspian Public University

**УДК: 336.748.2**

**ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ НА МАЛЫЕ И СРЕДНИЕ  
ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Кузенбаева М.Н.<sup>1</sup>**

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
Научный руководитель м.э.н., Большекбаева К.О.

**Аннотация:** В данной статье рассматривается влияние цифровизации экономики на развитие малых и средних предприятий (МСП). Анализируются ключевые тенденции внедрения цифровых технологий в бизнес-процессы, преимущества и вызовы для предпринимателей, а также влияние этих процессов на экономическую активность и конкурентоспособность в рамках мировых и национальных рынков.

**Ключевые слова:** цифровизация экономики, малые и средние предприятия, бизнес-процессы, конкурентоспособность, технологии, экономический рост.

**ЭКОНОМИКАНЫ ЦИФРЛАНДЫРУДЫҢ ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА  
КӘСІПКЕРЛЕРГЕ ӘСЕРІ**

**Кузенбаева М.Н.<sup>1</sup>**

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
Ғылыми жетекші э.ғ.м., Большекбаева К.О

**Аңдатпа:** Бұл мақалада экономиканы цифрландырудың шағын және орта кәсіпкерліктің (ШОБ) дамуына әсері қарастырылады. Бизнес-процестерге цифрлық технологияларды енгізудің негізгі үрдістері, кәсіпкерлер үшін артықшылықтар мен қиындықтар, сондай-ақ бұл процестердің экономикалық белсенділікке және әлемдік және ұлттық нарықтардағы бәсекеге қабілеттілікке әсері талданады.

**Түйін сөздер:** экономиканы цифрландыру, шағын және орта кәсіпкерлік, бизнес-процестер, бәсекеге қабілеттілік, технология, экономикалық өсу.

**IMPACT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY ON SMALL AND  
MEDIUM ENTERPRISES**

**Kuzenbayeva M.N.<sup>1</sup>**

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
scientific supervisor, Master of Economic Sciences Bolshekbaeva K.O.

**Abstract:** This article examines the impact of digitalization of the economy on the development of small and medium enterprises (SMEs). It analyzes key trends in the introduction of digital technologies into business processes, the benefits and challenges for entrepreneurs, as well as the impact of these processes on economic activity and competitiveness within global and national markets.

**Keywords:** digitalization of the economy, small and medium enterprises, business processes, competitiveness, technology, economic growth.

Цифровизация экономики — это процесс внедрения информационных технологий в различные аспекты экономической деятельности, что приводит к изменению бизнес-процессов, производственных цепочек и способам взаимодействия между участниками рынка. В последние десятилетия цифровизация стала ключевым фактором развития многих отраслей экономики. Малые и средние предприятия (МСП), играющие важную роль в экономике любой страны, также активно включаются в этот процесс. Применение цифровых технологий может существенно повысить их конкурентоспособность, оптимизировать операционные процессы, расширить рынки сбыта и улучшить взаимодействие с клиентами.

Тем не менее, несмотря на множество преимуществ, цифровизация также несет с собой определенные вызовы для малых и средних предприятий. Проблемы с финансированием, недостаток квалифицированных кадров и сложность адаптации к быстрым технологическим изменениям могут стать препятствиями на пути цифровой трансформации. В этой статье мы рассмотрим, как цифровизация влияет на малые и средние предприятия, а также какие возможности и вызовы она несет. [1]

Влияние цифровизации на бизнес-процессы. Одним из самых очевидных воздействий цифровизации на МСП является оптимизация бизнес-процессов. С помощью цифровых технологий малые и средние предприятия могут улучшить управление своими операциями, автоматизировать процессы и повысить производительность. Внедрение программного обеспечения для учета, управления складом, логистики и финансов помогает значительно снизить затраты и минимизировать человеческие ошибки. Применение облачных сервисов и больших данных позволяет компаниям хранить информацию и анализировать ее в реальном времени, что существенно ускоряет процесс принятия решений. Например, использование ERP-систем (Enterprise Resource Planning) помогает малым и средним предприятиям интегрировать все ключевые бизнес-процессы, такие как производство, финансовое управление, маркетинг и продажи, в одну систему. Это дает возможность улучшить координацию между подразделениями, ускорить выполнение задач и улучшить качество обслуживания клиентов. Более того, цифровизация позволяет оптимизировать взаимодействие с контрагентами и партнерами. Современные платформы для ведения переговоров, онлайн-заказов и электронных платежей значительно ускоряют заключение сделок и сокращают временные затраты на выполнение операций. Применение искусственного интеллекта и машинного обучения помогает прогнозировать потребности клиентов и принимать более обоснованные решения в области маркетинга и продаж [2].

Преимущества цифровизации для малых и средних предприятий. Цифровизация открывает для малых и средних предприятий множество новых возможностей, которые могут значительно повысить их конкурентоспособность. Одним из наиболее важных аспектов является возможность расширения рынков сбыта и выхода на международный уровень. Современные онлайн-платформы и маркетплейсы позволяют малым и средним компаниям продавать свои товары и услуги не только на локальных рынках, но и за рубежом. Важным элементом является использование онлайн-рекламы и социальных сетей, что дает возможность привлечь клиентов из различных уголков мира.

Цифровизация помогает малым и средним предприятиям снизить затраты, повысить эффективность производства и ускорить выпуск продукции. Например, благодаря автоматизации и роботизации производственных процессов малые и средние предприятия могут повысить скорость выпуска товаров, а также снизить затраты на рабочую силу. В свою очередь, это позволяет направить освободившиеся ресурсы на инновации и развитие новых продуктов. Кроме того, цифровизация способствует улучшению взаимодействия с клиентами. МСП могут использовать онлайн-каналы связи, такие как чаты, социальные сети и мессенджеры, для оперативного решения проблем и консультаций с клиентами. Это повышает уровень клиентского обслуживания и



лояльности, а также позволяет получать более точную информацию о потребностях потребителей.

Вызовы и препятствия для внедрения цифровых технологий в малые и средние предприятия. Несмотря на явные преимущества, малые и средние предприятия сталкиваются с рядом препятствий на пути цифровой трансформации. Одним из основных вызовов является высокая стоимость внедрения цифровых технологий. Для небольших компаний это может быть значительным барьером, так как инвестиции в программное обеспечение, оборудование и обучение персонала могут существенно повлиять на их финансовое состояние.

Кроме того, малые и средние предприятия часто сталкиваются с дефицитом квалифицированных кадров, способных эффективно использовать цифровые технологии. Особенно это касается сельских и удаленных регионов, где уровень цифровой грамотности может быть низким, а доступ к обучению и консультациям ограничен. В результате компании не могут в полной мере воспользоваться преимуществами цифровизации. Также стоит отметить, что цифровизация требует изменений в корпоративной культуре и бизнес-моделях. Не все предприятия готовы к таким изменениям, особенно если речь идет о традиционных отраслях, где внедрение новых технологий воспринимается с опаской. Некоторые предприниматели могут не понимать, как цифровизация повлияет на их бизнес, и не готовы инвестировать в новые технологии. Перспективы цифровизации для малых и средних предприятий. Несмотря на препятствия, цифровизация открывает значительные перспективы для развития малых и средних предприятий. В ближайшие годы можно ожидать продолжения внедрения инновационных технологий, таких как Интернет вещей, блокчейн, искусственный интеллект и автоматизация. Эти технологии могут кардинально изменить процессы производства, управления, логистики и маркетинга, улучшив производительность и снижая затраты. Одним из перспективных направлений является использование данных для повышения эффективности бизнеса. С помощью больших данных и аналитики малые и средние предприятия могут более точно прогнозировать спрос, оптимизировать запасы и улучшать качество своей продукции. Искусственный интеллект, в свою очередь, поможет улучшить процессы принятия решений, выявлять закономерности и адаптировать бизнес-стратегии в реальном времени.

Кроме того, малые и средние предприятия могут активно использовать возможности для сотрудничества с большими компаниями, с помощью различных платформ для обмена знаниями и совместного использования инфраструктуры. Это позволит снизить риски и издержки для обеих сторон, а также повысить общий уровень инновационности [3].

Влияние цифровизации на взаимодействие с потребителями. Цифровизация значительно изменяет способы взаимодействия между бизнесом и потребителями. В условиях глобальной конкуренции и роста требований клиентов, малые и средние предприятия все чаще обращаются к цифровым платформам для более эффективного общения с целевой аудиторией.

Одной из ключевых тенденций является использование больших данных (big data) и аналитики для персонализации обслуживания клиентов. МСП могут анализировать данные о поведении потребителей, предпочтениях и запросах, чтобы предложить персонализированные предложения, улучшить маркетинговые стратегии и повысить лояльность клиентов. Инструменты анализа данных также помогают предприятиям выявить тренды и предсказать изменения в спросе, что позволяет быстрее адаптироваться к изменениям рынка.

Кроме того, развитие цифровых платформ и интернет-торговли позволяет МСП создавать новые каналы для продаж. Например, малые и средние предприятия могут использовать социальные сети и специализированные онлайн-платформы для рекламы своих товаров и услуг. Это особенно важно для предприятий, работающих в нишевых

сегментах или на ограниченных рынках. В результате такие компании могут выйти на более широкую аудиторию и увеличить свою прибыль.

Киберугрозы и защита данных. С ростом цифровизации возникает и новый вызов для малых и средних предприятий — защита данных и борьба с киберугрозами. Современные цифровые решения, такие как облачные сервисы, базы данных и онлайн-платформы, требуют серьезного подхода к вопросам безопасности информации. МСП часто оказываются уязвимыми перед хакерами, так как их бюджеты на защиту данных обычно ограничены. Кибератаки могут привести не только к финансовым потерям, но и к репутационным рискам.[4]

Для того чтобы избежать угроз, малые и средние предприятия должны инвестировать в безопасность своей цифровой инфраструктуры. Одним из решений является использование сервисов по защите данных, а также регулярное обновление программного обеспечения и обучение персонала основам кибербезопасности. Важно помнить, что безопасность данных — это не просто технический процесс, но и аспект доверия со стороны клиентов. Защита информации о клиентах и контрагентах является важным элементом, который может повлиять на репутацию предприятия.

Цифровизация экономики оказывает значительное влияние на малые и средние предприятия, создавая новые возможности и вызовы для их развития. Применение современных технологий позволяет значительно улучшить бизнес-процессы, снизить затраты, повысить производительность и выйти на новые рынки. Однако для успешного внедрения цифровых технологий малым и средним предприятиям необходимо преодолевать такие препятствия, как высокая стоимость, дефицит квалифицированных кадров и недостаточная подготовленность к изменениям. В перспективе цифровизация будет способствовать укреплению позиций малых и средних предприятий на глобальном рынке и улучшению качества их продукции и услуг.

#### Список литературы

1. Лысенко Е.А Влияние цифровой экономики на развитие малых и средних предприятий (Электронный ресурс). – 2024 г. - URL:
2. [<https://1economic.ru/lib/121521>] (дата обращения: 19.03.2024.)
3. Robin Цифровизация бизнеса(Электронный ресурс). – 2023 г. - URL:[ <https://rpa-robin.ru/blog/cifrovizaciya-biznesa/>]
4. (дата обращения: 10.11.2023.)

#### Сведения об авторе

- Кузенбаева Мадина Нурпейсовна студентка, Каспийский Общественный Университет, e-mail: kuzenbayevamadina@gmail.com

#### Авторлар туралы мәліметтер

- Кузенбаева Мадина Нурпейсовна студент, Каспий қоғамдық университеті, e-mail kuzenbayevamadina@gmail.com

#### Information about the authors

- Kuzenbayeva Madina Nurpeisovna student, Caspian Public University, e-mail: kuzenbayevamadina@gmail.com

УДК 35.07:004.738.5

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТТЕРДІ КӨРСЕТУ МӘСЕЛЕЛЕРІ  
ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ЖАҚСARTУ ЖОЛДАРЫ

## Қайрат Н.Қ.<sup>1</sup>

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мемлекеттік қызметтер – азаматтар мен мемлекеттік органдар арасындағы маңызды байланыс арнасы болып табылады. Соңғы жылдары Қазақстанда мемлекеттік қызметтерді цифрландыру және оңтайландыру бойынша бірқатар жұмыстар атқарылып жатқанымен, жүйеде шешімін таппаған мәселелер әлі де бар. Бұл мақалада мемлекеттік қызметтерді көрсету саласындағы проблемалар мен оларды шешу жолдары қарастырылады.

**Түйін сөздер:** Мемлекеттік қызметтер, Цифрландыру, Бюрократия, Құжат айналымы, Электрондық платформалар, Сыбайлас жемқорлық, Азаматтардың сенімі, Кері байланыс, Цифрлық сауаттылық, Интеграция, Оңтайландыру, Қызмет көрсету сапасы, Жекеменшік сектор, Технологиялық шешімдер, Блокчейн, Жасанды интеллект, Азаматтардың құқықтары, Ақпараттандыру, Қызмет көрсету стандарттары.

**Аннотация.** Государственные услуги – это постоянный канал взаимодействия между гражданами и государством. В последние годы в Казахстане ведется работа по цифровизации и оптимизации государственных услуг. Однако в системе до сих пор сохраняются нерешенные проблемы. В статье рассмотрены проблемы предоставления государственных услуг и пути их решения.

**Ключевые слова:** Государственные услуги, Цифровизация, Бюрократия, Документооборот, Электронные платформы, Коррупция, Доверие граждан, Обратная связь, Цифровая грамотность, Интеграция, Оптимизация, Качество услуг, Частный сектор, Технологические решения, Блокчейн, Искусственный интеллект, Права граждан, Информация, Сервис стандарты.

**Abstract.** Public services serve as a vital channel of communication between citizens and government bodies. In recent years, Kazakhstan has undertaken significant efforts to digitalize and optimize public services. However, unresolved challenges remain within the system. This article addresses the issues in the provision of public services and explores potential solutions.

**Keywords:** Public services, Digitalization, Bureaucracy, Document flow, Electronic platforms, Corruption, Citizen trust, Feedback, Digital literacy, Integration, Optimization, Service quality, Private sector, Technological solutions, Blockchain, Artificial intelligence, Citizens' rights, Information, Service standards.

Мемлекеттік қызметтерді алу кезінде азаматтар көбінесе бюрократиялық кедергілерге тап болады. Құжаттарды өңдеуде ұзақ уақыт күту, жауап алу кезінде кездесетін кідірістер мемлекеттік қызметтің сапасын төмендетіп, азаматтардың жүйеге деген сенімін азайтуда.<sup>1</sup>

Кейбір мемлекеттік қызметтерді алу үшін азаматтардан көптеген құжаттар талап етіледі. Бұл артық шығындар мен уақытты жоғалтуға әкеледі. Сонымен қатар, қызмет алу үшін қажет болатын құжаттардың саны мен талаптарда да бірізділік жоқ, бұл жүйені пайдалануды қиындатады.

Қазақстанда мемлекеттік қызметтерді көрсету үшін бірқатар электронды платформалар мен порталдар бар, бірақ олар бір-бірімен интеграцияланған емес. Азаматтар бір емес, бірнеше сайтқа тіркеліп, әрқайсысының талаптарына сәйкес ақпарат енгізу қажет болады. Бұл жүйенің қолайлылығын төмендетіп, азаматтар үшін қиындықтар тудырады.<sup>4</sup>

Көптеген азаматтар, әсіресе қарт адамдар мен мүмкіндігі шектеулі тұлғалар, мемлекеттік қызметтерді электронды түрде алуды қиын деп санайды. Оларға қажетті ақпарат жетіспейді, кейде мемлекеттік қызметтердің қандай түрлері қолжетімді екенін немесе оларды алу үшін қандай қадамдар жасау керектігін білмейді.

Кейбір жағдайларда мемлекеттік қызмет көрсету барысында сыбайлас жемқорлық көріністері мен заңсыз төлемдер кездеседі. Мысалы, қызметті жылдам алу үшін қосымша пара талап етілуі немесе мемлекет тарапынан қызмет көрсету процесінің ашық еместігі азаматтардың құқықтарын бұзады.

Мемлекеттік қызметтерді көрсетудің тиімділігін арттыру үшін процесс қайта каралып, оңтайландырылуы қажет. Артық қадамдарды алып тастау, құжаттарды автоматты түрде өңдеу сияқты жаңашылдықтар уақытты үнемдеуге және қызметтерді алудың жеңілдеуіне мүмкіндік береді.

Мемлекеттік қызметтерді көрсету үшін бірегей және біртұтас электронды портал құру қажет. Бұл портал арқылы азаматтар барлық қажетті қызметтерді ала алатын болады. Платформалардың бір-бірімен үйлесімділігі мен қауіпсіздігін арттыру үшін жаңа технологиялар, мысалы, блокчейн немесе жасанды интеллектті қолдану тиімді болар еді.

Мемлекеттік қызметтерді онлайн алу дағдыларын халық арасында кеңінен тарату маңызды. Әсіресе, зейнеткерлер мен цифрлық технологияларға қолы жетпейтін топтар үшін арнайы оқыту бағдарламалары мен ақпараттық науқандар өткізу қажет. Бұл қызметтерді алу процесін жеңілдетуге және азаматтардың жүйеге деген сенімін арттыруға көмектеседі.

Мемлекеттік қызметті көрсету сапасын жақсарту үшін мемлекеттік қызметкерлердің кәсібилігін арттыру маңызды. Оларға мемлекеттік қызметтердің көрсетілу стандарттарын, заңдарды және этикалық нормаларды оқыту, сондай-ақ олардың жауапкершілігін күшейту қажет. Бұл мемлекеттік қызметтерді жылдам әрі сапалы көрсетуге ықпал етеді.

Мемлекеттік қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін азаматтардан жүйелі түрде кері байланыс алу маңызды. Бұл пікірлер мен ұсыныстар мемлекеттік органдарға қызмет көрсету үдерісін түзетуге мүмкіндік береді. Сондай-ақ, бұл азаматтардың өз құқықтары мен қызмет көрсету сапасын бақылауына мүмкіндік береді.

Мемлекеттік қызметтерді көрсету процесіне жекеменшік компаниялар мен үкіметтік емес ұйымдарды тарту тиімді болар еді. Олар көптеген әкімшілік міндеттерді жеңілдетіп, қызметтердің сапасын жақсартып алады. Мысалы, кеңес беру қызметтерін жекеменшік секторға беру немесе деректерді өңдеу міндеттерін аутсорсинг арқылы шешу мүмкін.

Салыстырмалы түрде Оңтүстік Корея мен Қазақстанның цифландыру жүйесінің айырмашылығы

### **Цифрландырудың ауқымы мен жетілуі. Оңтүстік Корея**

Цифрландыру 2000-жылдардың басында басталып, қазіргі таңда Оңтүстік Корея электронды үкімет саласында әлемдік көшбасшы елдердің бірі болып саналады.

Қызметтердің басым бөлігі онлайн түрде қолжетімді: айыппұлдарды төлеу, некені тіркеу, сайлау кезінде дауыс беру және медициналық жазбалармен жұмыс істеу.

Жоғары деңгейлі IT-инфрақұрылым қамтамасыз етілген, бұл тіпті шалғай аудандарда мемлекеттік қызметтерге қол жеткізуге мүмкіндік береді.

**Қазақстан:** Цифрландырудың белсенді кезеңі 2013 жылы **eGov.kz** порталының іске қосылуымен басталды.

Прогресс айтарлықтай болғанымен, мемлекеттік қызметтердің барлығы бірдей толық цифрландырылған жоқ, кейбіреулеріне азаматтардың физикалық қатысуы қажет.

Әсіресе ауылдық жерлерде инфрақұрылым мен бюрократия мәселелері әлі де өзекті.

Барлық мемлекеттік платформалар мен қызметтер **e-Government** жүйесіне толығымен біріктірілген.

Азаматтарға барлық қызметтерді пайдалану үшін бір ғана тіркелгі жеткілікті.

**Қазақстан:** **eGov.kz** порталы көптеген қызметтерді біріктіргенімен, әртүрлі платформалар мен мемлекеттік деректер базаларының интеграциясында әлі де мәселелер бар.

Кейбір қызметтер үшін бөлек порталдарға тіркелу талап етіледі.

### 3. Қазіргі заманғы технологияларды қолдану

**Оңтүстік Корея:** Жасанды интеллект (AI), блокчейн және Big Data секілді технологиялар кеңінен қолданылады.

Бұл технологиялар процестерді автоматтандыруды, қауіпсіздікті қамтамасыз етуді және талдау мүмкіндігін жақсартуды мақсат етеді.

**Қазақстан:** Жасанды интеллект пен блокчейн қолдану бастапқы деңгейде. Мысалы, блокчейн жер кадастрларының ашықтығын қамтамасыз ету үшін енгізілуде.

Көптеген қызметтер қарапайым цифрландыру сатысында, терең талдау мен автоматтандыру аз.

### 4. Халықтың цифрлық сауаттылығы

**Оңтүстік Корея:** Халықтың, соның ішінде егде жастағы адамдардың цифрлық сауаттылық деңгейі өте жоғары.

Мемлекеттік платформаларды қолдану бойынша тегін курстар мен оқыту бағдарламалары кең таралған.

**Қазақстан:** Әсіресе ауылдық жерлер мен егде жастағы адамдар арасында цифрлық сауаттылық деңгейі төмен.

Оқыту бағдарламалары мен ақпараттық науқандар жүргізіліп жатыр, бірақ олардың қамту деңгейі мен тиімділігі шектеулі.

### 5. Ашықтық және сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес

**Оңтүстік Корея:** Толық цифрландыру азаматтар мен шенеуніктер арасындағы жеке байланыстарды азайтып, сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендетті.

Барлық операциялар мен процестер ашық әрі бақылауға оңай.

**Қазақстан:** Цифрландыру енгізілгенімен, сыбайлас жемқорлық әлі де өзекті мәселе болып отыр. Кейбір жағдайларда цифрлық жүйелер тиімді пайдаланылмайды немесе бақылаудың әлсіздігіне байланысты айналып өту жолдары табылады.

### 6. Қаржыландыру мен қолдау

**Оңтүстік Корея:** Цифрландыруға мемлекет тарапынан үлкен инвестициялар бөлінеді, жекеменшік компаниялар да белсенді қатысады.

IT-сектор ел экономикасында маңызды рөл атқарады және қарқынды дамып келеді.

**Қазақстан:** Цифрландыруға бөлінетін қаржыландыру Оңтүстік Кореямен салыстырғанда шектеулі.

Жекеменшік сектор мемлекеттік қызметтерді цифрландыру процесіне енді ғана тартылуда.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР:

### 1. ҚР Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясы (2020).

Қазақстандағы мемлекеттік қызметтердің электронды жүйесін жетілдіру: Талдау және ұсыныстар. – Алматы: ҚР Мемлекеттік басқару академиясы.

2. Шарманов Б.Т., Смағұлова Б.А. (2021). Цифрлық трансформация: Мемлекеттік басқару жүйесі мен қоғамның үйлесімді дамуы. – Алматы: ЖШС «Қазақ университеті», 2021.

3. Мұхамедқали Қ., Сарқұлов Қ. (2022). Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес: Қазақстан мен халықаралық тәжірибе. – Астана: «Жаңа әлем», 2022.

4. World Bank (2020). Public Sector Reform in Kazakhstan: Challenges and Opportunities. – Washington: World Bank Group.

5. OECD (2019). Government at a Glance 2019. – OECD Publishing, Paris.

## Автор туралы мәліметтер

\*Қайрат Наурыз Қайртұлы – Каспий қоғамдық университеті «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: [kairatnauka@gmail.com](mailto:kairatnauka@gmail.com)

## Сведения об авторах

**\*Кайрат Наурыз Кайратулы** – студент 4-го курса Каспийского общественного университета по специальности «Государственная служба и управление», e-mail: [kairatnauka@gmail.com](mailto:kairatnauka@gmail.com)

**Information about the authors**

**\*Kairat Nauryz Kairatuly** – a 4th-year student at Caspian Public University majoring in "Public Service and Administration," e-mail: [kairatnauka@gmail.com](mailto:kairatnauka@gmail.com)

Қайырболат И.Т.<sup>1</sup>, Қуандықова М.Б.<sup>2</sup><sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада Ауыл шаруашылығының мемлекеттік реттеу мәселелері және оны жетілдіру жолдарды қарастырады. Ауыл шаруашылығы — ел экономикасының стратегиялық маңызды саласы, ол азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етіп, халықты жұмыс орындарымен және табыспен қамтамасыз етеді. Сонымен қатар, ауыл шаруашылығы ауылдық аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуына әсер етеді. Алайда, бұл сала нарықтық өзгерістерге, табиғи ресурстардың тапшылығына, климаттық факторларға және технологиялық жаңашылдықтардың баяу енгізілуіне байланысты бірқатар қиындықтарға тап болады. Сондықтан, ауыл шаруашылығын тиімді дамыту үшін мемлекеттік реттеу қажет.

Мемлекеттік реттеу ауыл шаруашылығында қаржылық қолдау көрсету, салықтық жеңілдіктер беру, экологиялық және құқықтық нормаларды енгізу, инновациялық технологияларды енгізу және инфрақұрылымды дамыту арқылы жүзеге асырылады. Бұл реттеу ауыл шаруашылығын тұрақты дамытуға, өнім сапасын арттыруға, экологиялық қауіпсіздікті сақтауға және ауыл шаруашылығы өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған.

**Кілтті сөздер:** Экономика, әлеуметтік-экономика, мемлекет, нарық, салық, инновациялық технологиялар, инфрақұрылым.

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются вопросы государственного регулирования сельского хозяйства и пути его совершенствования. Сельское хозяйство — стратегически важная отрасль экономики страны, которая обеспечивает продовольственную безопасность, обеспечивает население рабочими местами и доходами. Кроме того, сельское хозяйство влияет на социально-экономическое развитие сельских районов. Однако отрасль сталкивается с рядом проблем из-за рыночных изменений, нехватки природных ресурсов, климатических факторов и медленного внедрения технологических инноваций. Поэтому для эффективного развития сельского хозяйства необходимо государственное регулирование.

Государственное регулирование осуществляется путем оказания финансовой поддержки в сельском хозяйстве, предоставления налоговых льгот, внедрения экологических и правовых норм, внедрения инновационных технологий и развития инфраструктуры. Это регулирование направлено на устойчивое развитие сельского хозяйства, повышение качества продукции, сохранение экологической безопасности и повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

**Ключевые слова:** Экономика, социально-экономическая, государство, рынок, налог, инновационные технологии, инфраструктура.

**Annotation.** This article discusses the issues of state regulation of Agriculture and ways to improve it. Agriculture is a strategically important sector of the country's economy that ensures food security, provides the population with jobs and income. In addition, agriculture affects the socio-economic development of rural regions. However, this industry faces a number of challenges due to market changes, scarcity of Natural Resources, climatic factors and the slow introduction of technological innovations. Therefore, for the effective development of Agriculture, state regulation is necessary.

State regulation is carried out through the provision of financial support in agriculture, the provision of tax incentives, the introduction of environmental and legal norms, the introduction

of innovative technologies and the development of infrastructure. This regulation is aimed at sustainable development of agriculture, improving product quality, maintaining environmental safety and increasing the competitiveness of agricultural products.

**Keywords:** Economy, socio-economic, state, market, tax, innovative technologies, infrastructure.

Ауыл шаруашылығы экономиканың стратегиялық маңызды саласы болып табылады, себебі ол азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етіп, ауыл тұрғындарының әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартады. Сонымен қатар, ауыл шаруашылығы өнімдері елдің ішкі нарығын қамтамасыз ету мен экспорттық әлеуетін арттыруда үлкен рөл атқарады. Алайда, нарықтық экономика жағдайында ауыл шаруашылығына көптеген факторлар, оның ішінде климаттық өзгерістер, табиғи ресурстардың тапшылығы, нарықтық сұраныстың өзгеруі және технологиялық жаңашылдықтардың баяу енгізілуі әсер етеді. Осы себепті ауыл шаруашылығын тиімді дамыту үшін мемлекет тарапынан реттеу шаралары қажет.

### **1. Ауыл шаруашылығын мемлекеттік реттеу: Теориялық негіздер**

□ **Қаржылық қолдау:** Субсидиялар, дотациялар, жеңілдетілген несие және қаржылық жеңілдіктер фермерлердің өндірісін ынталандырып, олардың өндіріс көлемін арттырады.

□ **Салықтық жеңілдіктер:** Ауыл шаруашылығын дамытуға арнайы салық режимдері мен жеңілдіктер енгізу арқылы фермерлер мен ауыл шаруашылығы кәсіпорындарына қосымша қаржылық көмек көрсету.

□ **Құқықтық реттеу:** Ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруде экологиялық стандарттар мен заңнамалық актілерді енгізу, жер қатынастары мен ауыл шаруашылығы саласында еңбек қауіпсіздігін реттеу.

□ **Агроинновациялық саясат:** Ауыл шаруашылығында жаңа технологиялар мен инновациялар енгізу үшін ғылыми-зерттеу жұмыстарына қолдау көрсету.

### **2. Қазақстандағы ауыл шаруашылығын мемлекеттік реттеу**

Қазақстанда ауыл шаруашылығын реттеу жүйесі аграрлық сектордың қажеттіліктеріне жауап беретін және ауыл шаруашылығы өнімдерінің өндірісін арттыруға бағытталған көптеген мемлекеттік бағдарламалар арқылы жүзеге асырылады. 2021-2030 жылдарға арналған Ауыл шаруашылығын дамыту мемлекеттік бағдарламасы ауыл шаруашылығы саласының басты бағытын айқындайды. Осы бағдарламада ауыл шаруашылығын мемлекеттік реттеудің негізгі бағыттары белгіленген:

• **Қаржылық қолдау:** Ауыл шаруашылығына арналған субсидиялар мен дотацияларды бөлу, әсіресе өсімдік және мал шаруашылығында өндірісті арттыруға арналған бағдарламалар іске асырылуда. Мемлекет фермерлерге жеңілдетілген несие беру арқылы олардың өндіріс көлемін ұлғайтуға ықпал етеді.

• **Азық-түлік қауіпсіздігі:** Мемлекет азық-түлік өнімдерінің өндірісін арттыруды және олардың сапасын жақсартуды көздейді. Ауыл шаруашылығындағы өндіріс тиімділігін арттыру және азық-түлік өнімдеріне деген ішкі нарық сұранысын қамтамасыз ету арқылы азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету маңызды мақсаттардың бірі.

• **Экологиялық тұрақтылық:** Ауыл шаруашылығында экологиялық таза өнімдер өндіруді ынталандыру, жерді тиімді пайдалану және су ресурстарын үнемдеу арқылы экологиялық тұрақтылықты сақтау.

• **Аграрлық инфрақұрылым:** Ауылдық аймақтарда инфрақұрылымды дамыту — жолдар, су жүйелері, электр энергиясы — бұл фермерлердің тиімді жұмыс істеуіне мүмкіндік береді және ауыл шаруашылығы өнімдерін тасымалдау мен өңдеудің тиімділігін арттырады.

### **3. Ауыл шаруашылығын мемлекеттік реттеу жүйесіндегі мәселелер**

• **Аграрлық сектордағы қаржылық қиындықтар:** Ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының қаржылық жағдайы тұрақсыз. Көп жағдайда шағын фермерлердің



несие алу мүмкіндігі шектеулі, олар жоғары пайыздық мөлшерлемелерге немесе несие шарттарының қаталдығына тап болады.

- **Технологиялық даму деңгейі:** Ауыл шаруашылығында жаңа технологиялардың енгізілуі баяу жүруде. Бұл өнімділіктің артпауы, өнімнің сапасының төмендеуі мен ресурстарды тиімсіз пайдалану мәселелеріне әкеледі.

- **Қоршаған орта мәселелері:** Ауыл шаруашылығында табиғи ресурстарды, оның ішінде жер мен су қорларын пайдаланудың тиімсіздігі экологиялық жағдайды нашарлатуда.

- **Климаттық өзгерістер:** Қазақстанда климаттық өзгерістер ауыл шаруашылығына теріс әсер етіп, кейбір аймақтарда су тапшылығын тудыруда. Осы мәселені шешу үшін су ресурстарын тиімді пайдалану мен ауыл шаруашылығында климаттық өзгерістерге бейімделу шараларын енгізу қажет.

#### **4. Ауыл шаруашылығын мемлекеттік реттеуді жетілдіру жолдары**

- **Цифрландыру және инновацияларды енгізу:** Ауыл шаруашылығында цифрлық технологияларды енгізу, мысалы, агроөнеркәсіп кешенін автоматтандыру, мәліметтерді жинау және талдау арқылы ауыл шаруашылығындағы өнімділік пен тиімділікті арттыру.

- **Ауыл шаруашылығына арналған қаржылық қолдауды ұлғайту:** Шағын фермерлер мен ауыл шаруашылығы кәсіпорындарына қосымша қаржылық қолдау көрсету, жеңілдетілген несие шарттары мен субсидиялар арқылы өнім өндірушілерді ынталандыру.

- **Қоршаған ортаға зиянды әсерлерді азайту:** Экологиялық таза ауыл шаруашылығы технологияларын енгізу, суды үнемдеу мен табиғи ресурстарды тиімді пайдалану арқылы экологиялық тұрақтылықты сақтау.

- **Климаттық өзгерістерге бейімделу:** Қазақстанның климаттық жағдайын ескере отырып, ауыл шаруашылығында су ресурстарын үнемдеуге және жаңартылған суару технологияларын енгізуге бағытталған шараларды қабылдау.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Қазақстан Республикасының Ауыл шаруашылығын дамыту мемлекеттік бағдарламасы (2021-2030 жж.).

2. Баймұратов, А., "Ауыл шаруашылығын мемлекеттік реттеу: теориясы мен практикасы", Алматы, 2021.

3. Құдайбергенова, М., "Аграрлық экономика және ауыл шаруашылығын дамыту", Астана, 2020.

4. Жұмабеков, Т., "Ауыл шаруашылығында инновациялық саясат", Алматы, 2019.

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\***Қайырболат Ильяс Темірбекұлы** – Каспий Қоғамдық университетінің «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: [kaiyrbolatilyas@gmail.com](mailto:kaiyrbolatilyas@gmail.com)

\*\***Куандыкова Маржан Болатбековна**- Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

#### **Сведения об авторах**

\* **Каирболат Ильяс Темирбекович**-студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Государственная служба и управление», e-mail: [kaiyrbolatilyas@gmail.com](mailto:kaiyrbolatilyas@gmail.com)

\*\* **Куандыкова Маржан Болатбековна**-преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент " Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\* \* **Kaiyrbolat Iyas Temirbekovich**-4th year student of the Caspian public university, specialty " Public Service and management", e-mail: [kaiyrbolatilyas@gmail.com](mailto:kaiyrbolatilyas@gmail.com)

\*\* **Kuandykova Marzhan Bolatbekovna**-Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, master of economics, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

ӘОЖ 338

## ҚАЗІРГІ КЕЗДЕГІ ҚАЗАҚСТАН ХАЛҚЫ АССАМБЛЕЯСЫНЫҢ ТИІМДІЛІК ДЕҢГЕЙІ

**Қасымова Ж.Т.<sup>1</sup>, Тураров Д.Р.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақала Қазақстан халқы Ассамблеясының (ҚХА) мемлекеттік қызметтің маңызды элементі ретіндегі рөлі, оның елдегі этносаралық келісім мен әлеуметтік тұрақтылықты қамтамасыз етудегі тиімділігін зерттеуге арналған. ҚХА-ның негізгі мақсаттары мен міндеттері, оның ұйымдастырушылық құрылымы, Қазақстанның саяси, экономикалық және мәдени өміріне тигізетін әсеріне назар аударылады. Мақалада ҚХА-ның этникалық азшылықтарды интеграциялау және мемлекеттік саясатты жақсарту бойынша ұсыныстар әзірлеудегі маңыздылығы атап өтіліп, тиімділігін арттыру үшін негізгі бағыттар ұсынылады.

**Түйін сөздер:** ассамблея, мемлекеттік саясат, этносаралық келісім, әлеуметтік тұрақтылық, халық, мемлекеттік қызмет.

## ТЕКУЩИЙ УРОВЕНЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ АССАМБЛЕИ НАРОДА КАЗАХСТАНА

**Қасымова Ж.Т.<sup>1</sup>, Тураров Д.Р.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Статья посвящена изучению роли Ассамблеи народа Казахстана (АНК) как важного элемента государственной службы, ее эффективности в обеспечении межэтнического согласия и социальной стабильности в стране. Основное внимание уделяется основным целям и задачам АНК, ее организационной структуре, а также влиянию на политическую, экономическую и культурную жизнь Казахстана. В статье подчеркивается важность АНК в разработке предложений по интеграции этнических меньшинств и улучшению государственной политики, а также предлагаются основные направления для укрепления и повышения эффективности ее роли на государственной службе в будущем.

**Ключевые слова:** ассамблея, государственная политика, межэтническое согласие, социальная стабильность, население, государственная служба.

## CURRENT LEVEL OF EFFECTIVENESS OF THE ASSEMBLY OF PEOPLE OF KAZAKHSTAN

**Kasymova Zh.T.<sup>1</sup>, Turarov D.R.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** The article is devoted to the study of the role of the Assembly of the People of Kazakhstan (APK) as an important element of public service, its effectiveness in ensuring inter-

ethnic harmony and social stability in the country. The main attention is paid to the main goals and objectives of the ANK, its organisational structure, as well as its influence on the political, economic and cultural life of Kazakhstan. The article emphasises the importance of the ANC in developing proposals for the integration of ethnic minorities and improving public policy, and suggests key areas for strengthening and improving the effectiveness of its role in the public service in the future.

**Keywords:** assembly, public policy, inter-ethnic harmony, social stability, population, public service.

Жаһандану және қазіргі әлемнің қарқынды өзгерістері жағдайында халықтың бірлігі, әсіресе мәдени әртүрлілік тек ресурс қана емес, сонымен бірге сын-тегеурін болып табылатын көпұлтты елдерде маңызды құндылыққа айналуға. Әлеуметтік және саяси толқулар, этникалық қақтығыстар мен дағдарыстар аясында әртүрлі этникалық топтар арасындағы өзара іс-қимыл, бейбіт қатар өмір сүруді сақтау және азаматтық ынтымақтастықты нығайту мәселелері айрықша маңызға ие болады. Қазіргі уақытта көптеген халықтар мен ұлттар ішкі бөліну, зорлық-зомбылық және көші-қон толқындарының қаупіне тап болған кезде, этносаралық келісім мен өзара түсіністіктің тұрақты тетіктерін қалыптастыруға және қолдауға ерекше назар аудару керек. Бұл процестің маңыздылығы этникалық және мәдени айырмашылықтар тек ішкі шиеленістердің ғана емес, сонымен қатар сыртқы қауіптердің қайнар көзіне айналатын елдерді қарастырған кезде айқын болады. Халықаралық саясат пен экономикадағы әрқелкі өзгерістер жағдайында бірлікті сақтау кез келген қоғамның тұрақты дамуына негіз болады. Дәл осындай жағдайда мемлекеттер этникалық және мәдени тамырларының алуан түрлілігін ескере отырып, өз азаматтарын біріктірудің жаңа формаларын іздей бастайды.

Қазақстандағы ұлттық бірлікті нығайтуға ықпал ететін осындай бірегей тетіктердің бірі – *Қазақстан халқы Ассамблеясы*. Елдің көпұлтты және мәдени алуан түрлі құрамын бейнелейтін бұл институт олардың қоғам өміріне және елдің саяси өміріне белсенді қатысуын қамтамасыз ете отырып, әртүрлі этникалық қауымдастықтар арасында өзара құрмет пен төзімділікті қалыптастыруда шешуші рөл атқарады.

Ассамблеяның құрылу негізі 1980-жылдардан бастау алғандығын білеміз, яғни, еліміздің әртүрлі аймақтарында жекелеген этностардың тілі мен мәдениетін, құндылығын сақтап қалуды мақсат еткен қоғамдық ұйымдар құрылып, алғышарт болғандығымен ұштастыра аламыз [1, 22 б.]. Қазақстан халқы Ассамблеясы (ҚХА) — этносаралық келісімді нығайту және елдің көпмәдениетті қоғамында тұрақтылықты қамтамасыз ету мақсатында құрылған бірегей институт. Ол 1995 жылы Қазақстанның Тұңғыш Президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың бастамасымен біртұтас Қазақстан мемлекеті шеңберінде саяси тұрақтылықты қолдауға және этностық топтарды интеграциялауға бағытталған *консультативтік-кеңесші орган* ретінде құрылды.

Қазақстан бірнеше негізгі кезеңдерді қамтитын ұзақ тарихи процестің нәтижесінде көпұлтты елге айналды. Ресей империясы кезеңінде (XIX ғасыр) жаппай көші-қон басталды, ең алдымен Ресейдің орталық аймақтарынан шаруалар көшірілді. 1731 жылы Қазақстан Ресейге қосылғаннан кейін орыстар, украиндар және басқа халықтар аймаққа белсенді түрде қоныс аудара бастады. XX ғасырдың басындағы көші-қон процестері ерекше маңызды болды. 1930-1950 жылдары сталиндік қуғын-сүргін саясаты аясында шешендер, ингуштар, қырым татарлары, корейлер мен немістер сияқты бүкіл этникалық топтар Қазақстанға жер аударылды. Бұл көпұлттылықтың айтарлықтай өсуіне әкелді және 1950 жылдардың басында Қазақстанда 100-ден астам этникалық топ өмір сүрді. 1991 жылы тәуелсіздік алғаннан кейін Қазақстан 120-ден астам этникалық топ тұратын көпұлтты мемлекеттердің біріне айналды. 1995 жылы Конституцияның қабылдануы және Қазақстан халқы Ассамблеясының құрылуы азшылықтардың мәдени құқықтарына

кепілдік беріп, елдегі этникалық келісімді қолдай отырып, этносаралық келісімді нығайтты.

Ассамблеяның мәртебесі, оның қалыптасу тәртібі және қоғамдық келісім мен жалпыұлттық бірлікті жүзеге асыру барысындағы мемлекеттік саясатты жүзеге асыруда атқаратын функциялары 2008 жылғы 20 қазанда қабылданған «Қазақстан халқы Ассамблеясы туралы» ҚР Заңы арқылы айқындалады. Аталмыш заңда Ассамблеяның басты мақсаты көрсетілген, ол – қазақ халқының топтастырушы рөлін арқау ете отырып, қазақстандық патриотизм, Қазақстан этностарының азаматтық және рухани-мәдени ортақтығы негізінде Қазақстан Республикасында қоғамдық келісім мен жалпыұлттық бірлікті қамтамасыз ету болып табылады [2].

Қазақстан халқы Ассамблеясы бірнеше негізгі міндеттерді орындауды өз алдарына қояды, олардың ішінде:

1) *Этносаралық келісімді нығайту*. ҚХА әртүрлі этникалық топтар арасында төзімділік, құрмет және өзара түсіністік атмосферасын құруға және сақтауға ықпал етуі керек.

2) *Мәдениет пен тілді дамыту*. Мәдени әртүрлілікті қолдау, этникалық топтардың дәстүрі мен тілдерін сақтау маңызды бағыт болып табылады.

3) *Мемлекеттік саясаттағы консультативтік рөл*. ҚХА этникалық саясат, мәдени интеграция және әлеуметтік тұрақтылық мәселелері бойынша ұсыныстар әзірлеуге арналған алаң ретінде қызмет етеді.

4) *Әлеуметтік және экономикалық дамуға жәрдемдесу*. Ассамблея шеңберінде этникалық азшылықтардың әлеуметтік-экономикалық өмір сүру жағдайларын жақсартуға бағытталған жобалар да іске асырылуда.

Аталмыш ұйым тек әлеуметтік-ұлттаралық қатынастарды ғана реттеп қоймай, түрлі мемлекеттік органдармен өзара іс-қимыл жасай отырып және азаматтардың саяси процестерге белсенді қатысуын қамтамасыз ете отырып, мемлекеттік жүйе шеңберінде жұмыс істейді. Бұл тұста нақты функцияларды атқаратын өз құрылымы бар, олар: Ассамблеяның Сессиясы, Ассамблеяның Кеңесі, Ассамблеяның Аппараты (Хатшылығы), облыстардың, республикалық маңызы бар қалалардың, астананың ассамблеялары, Ассамблеяның этномәдени бірлестіктері [2].

ҚХА, ең алдымен, елдің әртүрлі этникалық және әлеуметтік топтарының мүдделерін білдіретін *консультативтік-кеңесші органның* рөлін атқарады. Ассамблеяның негізгі міндеті тұрақты және демократиялық саяси ахуалды қалыптастыруға жәрдемдесу болып табылады. ҚХА құрылған сәттен бастап ұлттық бірлікті нығайтуға белсенді ықпал етіп келеді, бұл Қазақстан саясатындағы маңызды міндеттердің бірі десек те болады. Аталмыш ұйым өзінің даму жолында тек консультативтік-кеңесші орган болып қалмады, ол конституциялық дәрежесі бар орган деңгейіне дейін жетті. Нақтылайтын болсақ, Парламент Мәжілісінің 9 депутаты Қазақстан халқы Ассамблеясынан сайланатын еді [3, 21 б.]. Бұл ҚР Конституциясына өзгерістер енгізілмей тұрып, 51-бапқа сәйкес негізделген еді. Соңғы өзгерістерге байланысты ҚХА-ның Парламенттегі рөлі мүлдем алынып тастады деп айта алмаймыз. Себебі, ҚР Конституциясының 50-бабына сәйкес, «Сенаттың он депутатын, оның ішінде бесеуін Қазақстан халқы Ассамблеясының ұсынысы бойынша Республика Президенті тағайындайды» деп көрсетілген [4].

Ассамблеяның міндеттері мен мақсаттары жылдан жылға өзгеріп отырды, бірақ тәуелсіздіктің алғашқы күндерінен бастап қазақстандық бірегейліктің негізіне этностық емес, азаматтық қағидат қаланды.

ҚХА этникалық қатынастарға, әлеуметтік келісім мен адам құқықтарына қатысты заң жобалары мен бағдарламаларын әзірлеуге қатысу арқылы мемлекеттік саясатты қалыптастыру процесіне әсер етеді. Ассамблея өткізетін маңызды іс-шаралардың бірі – Қазақстан халқы Ассамблеясы күнін жыл сайын өткізу, ол халықтың бірлігі мен келісімін білдіреді, сондай-ақ Үкіметке түрлі этникалық топтар өкілдерінің пікірлері мен ұсыныстарын тыңдауға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар, Ассамблея кадр саясатына тікелей әсер етеді. Атап айтқанда, ол мемлекеттік лауазымдарға тағайындау үшін кандидатураларды ұсынуға құқылы, бұл өз кезегінде мемлекеттік басқару жүйесіндегі инклюзивтілікті арттыруға ықпал етеді.

Қазақстан халқы Ассамблеясы құрылған сәттен бастап этносаралық қатынастарды жақсартуға және *мемлекеттік басқарудың* тиімділігін арттыруға бағытталған бірқатар бастамаларды белсенді іске асыруда. Ендігі кезекті солардың бірқатар өзекті әрі тиімді түрлеріне тоқталып өтейік. Осындай бастамалардың бірі 2017 жылы мемлекеттік басқару процесіне мәдени әртүрлілікті ықпалдастыру және жаңа ұлттық бірегейлікті қалыптастыру мақсатында енгізілген «Жаңғыру жолы» бағдарламасы болып табылады. Осы бағдарлама аясында әртүрлі этникалық топтар арасындағы өзара түсіністікті жақсартуға бағытталған мәдени және білім беру жобалары белсенді түрде дамып келеді. Астана, Алматы мен Қазақстанның барлық өңірлеріндегі этномәдени бірлестіктердің жастары «Жаңғыру жолы» атты қозғалыс құра отырып, оның концепциясы мен стратегиясын бекітіп, ҚХА-ның жастарға қатысты барлық қоғамдық ұйымдарының бірігуімен «Жаңғыру жолы» республикалық жастар қозғалысы құрылған болатын [5].

ҚХА-ның этносаралық келісімді дамытуға бағытталған ғылыми конференциялар, мәдени іс-шаралар мен жобаларды ұйымдастыруға қатысуы да маңызды аспект болып табылады. Мысалы, Ассамблея мәдени дәстүрлерді сақтауды қолдайтын және әртүрлі этникалық топтардың Қазақстанның қоғамдық өміріне интеграциялануына ықпал ететін «Мәдени мұра» бағдарламасын іске асыруға белсенді қатысқан болатын.

**Қазақстан халқы Ассамблеясы жұмысының тиімділігі.** Жалпы ҚХА-ның қазіргі кездегі тиімділігін бірнеше негізгі параметрлер арқылы бағалай аламыз. Қазақстан халқы Ассамблеясы елдегі әлеуметтік келісім мен тұрақтылықты қолдауда, сондай-ақ этносаралық және мәдениетаралық қатынастарды дамытуда маңызды рөл атқарады. Оның қызметі мемлекеттік қызметпен және басқарумен тығыз байланысты, өйткені ол этникалық және мәдени азшылықтарға қатысты мемлекеттік саясатты қалыптастыруға әсер етеді.

Ең алдымен, Ассамблея Қазақстандағы этносаралық келісімді нығайтуға ықпал ететін маңызды институт болып қала береді. Жыл сайын 1 мамырда өткізілетін «Қазақстан халқының бірлігі күнін» құру маңызды бастамалардың бірі болып табылады. Бұл мереке азаматтарды этникалық тегіне қарамастан біріктіру арқылы келісім атмосферасын сақтауға ықпал етеді.

ҚХА-ның басты міндеті – *мемлекеттік ұлттық саясатты іске асыру*. Қазақстан Республикасында қоғамдық-саяси тұрақтылықты қамтамасыз ету және этносаралық қатынастар саласындағы мемлекеттік және азаматтық қоғам институттарының өзара іс-қимылының тиімділігін арттыру болып табылады. Бұл тұрғыда Ассамблея мемлекеттік қызметтің әртүрлі деңгейлерімен белсенді түрде өзара әрекеттеседі, әлеуметтік интеграция бойынша ұсыныстар мен шешімдер ұсынады. ҚХА-ның жұмыс істеуін талдау оның мемлекеттік басқару жүйесіндегі маңызды буын екенін көрсетеді. Мысалы, 2021 жылы ҚХА мүшелерінің қатысуымен бірнеше дөңгелек үстел өткізілді, онда әлеуметтік қорғау және этникалық азшылықтарды елдің экономикалық өміріне біріктіру мәселелері талқыланды.

Аталмыш дөңгелек үстелдердің ең басты көрінісі – 2021 жылдың қазан айында өткізілген Қазақстан халқы Ассамблеясының Кеңесінің кеңейтілген отырысы. «Мен биылғы Жолдауымда ел бірлігін нығайта түсу қажеттігіне айрықша мән бердім. Осы маңызды жұмыста Ассамблеямыз ең басты рөл атқаратыны сөзсіз. Бүгінгі таңда Ассамблея конституциялық мәртебеге ие бола отырып, өз қызметіне қазақстандықтарды елдің қоғамдық-саяси өміріне кеңінен тартуға бағытталған жаңа тәсілдер мен стандарттарды енгізуде. Ассамблея әрқашан мемлекеттік тілді ілгерілетуге және оның Қазақстандағы мәртебесін нығайтуға ерекше назар аударды. Тек осы үшін біз Қазақстан халқы Ассамблеясына патриоттық ұйым ретінде құрмет көрсетуіміз керек. Қайырымдылық, әлеуметтік кәсіпкерлік, меценаттық, медиация сияқты азаматтық белсенділіктің жаңа түрлері де үйреншікті тәжірибеге айналды.», - деп

*мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев* Ассамблея туралы айшықты ойымен бөліскен болатын.

Ассамблеяның ұсынымдары этникалық топтар мен шағын кәсіпорындар үшін жұмыс орындарын құруға бағытталған «Қазақстанның Әлемдік экономикаға интеграциясы» сияқты бірқатар бағдарламаларды әзірледі. Алайда, Ассамблея консультативтік негізде жұмыс істейтін орган бола отырып, көбінесе тәуелсіз шешім қабылдауға өкілеттігі жоқ, бұл оның әлеуметтік және саяси процестердегі рөлін біршама шектейді деп ойлаймын.

2009 жылы Ассамблеяның ғылыми қызметіне қолдау білдіру мақсатында ҚХА жанынан ғылыми-сараптамалық Кеңес ашылған болатын. Ал 2014 жылдан бастап «Қоғамдық келісім» РММ Ассамблеяның өкілдіктері мен еліміздің барлық облыстарында құрылған болатын. Ұйымның басты мақсаты – ҚХА-ның жұмысының тиімділігін арттыру, оның қаржылық, материалды-техникалық қамтамасыз етілуін қадағалау және сол секілді Ассамблеяның негізгі жұмыстарын атқарушы өзге де қоғамдық ұйымдарды қолдау. Сонымен қатар, Ассамблеяның арқасында Аналар Кеңесі, Қоғамдық келісім Кеңесі, медиация кабинеті секілді өзге де қоғамдық ұйымдар құрылған болатын. Еліміздің бірқатар беделді жоғары оқу орындарында әртүрлі ұлтты жастардың байланысын нығытуды мақсатында кафедралар ашыла бастады, ең алғашқылардың бірі болып Л.Гумилев атындағы ЕҰУ-де «Қазақстан халқы Ассамблеясы» кафедрасы ашылған [1. 23 б.].

Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің мәліметтері бойынша, 2023 жылы Мемлекеттік қызмет қызметкерлерінің шамамен 16% - ы әртүрлі этникалық азшылықтардың өкілдері болып табылады, бұл кадр саясатының жоғары инклюзивтілігін көрсетеді. Айта кету керек, бұл көрсеткіш Ассамблея құрылған сәттен бастап, мемлекеттік қызметтегі этникалық азшылықтардың үлесі аз болған кезден бастап айтарлықтай өсті.

ҚР Президенті 2022 жылы 15 қыркүйекте Қазақстан халқы Ассамблеясының 2022-2026 жылдарға арналған даму тұжырымдамасын бекіткен болатын. Оның негізгі мақсаты – Қазақстан халқы Ассамблеясының қазақстандық патриотизм, азаматтық тең құқықтық, мемлекеттік тілдің біріктіруші рөлі, «бірлігіміз – әралуандықта» идеясы, ұлттың ұдайы жаңғыруы, сондай-ақ интермәдениеттілік саясаты қағидаттары негізінде қоғамдық келісім мен жалпыұлттық бірлікті нығайту жөніндегі мемлекеттік саясатты әзірлеуге қатысуын қамтамасыз ету [6]. Қазақстан халқы Ассамблеясы өз қызметін келесідей қағидаттардың негізінде жүзеге асырады:

- адамның және азаматтың құқықтары мен бостандықтарының басымдығы;
- халық пен мемлекет мүдделерінің басымдығы;
- тегіне, әлеуметтік, лауазымдық және мүліктік жағдайына, жынысына, нәсіліне, ұлтына, тіліне, дінге кезқарасына, нанымына, тұрғылықты жеріне байланысты немесе кез келген өзге мән-жайлар бойынша қандай да бір кемсітушілікке жол бермеу.

Жалпы, аталмыш тұжырымдамадан қандай нәтижелер күтіледі деген сұрақ туындайтын болса, онда біз келесілерді нақты айта аламыз. Олар: достық үйлері, этномәдени бірлестіктер, Ассамблеяның қоғамдық құрылымдары базасында этносаралық қатынастар саласындағы мемлекеттік саясатты ықпалдастырудың және қолдаудың тиімді қоғамдық тетіктерінің жұмыс істеуі; этносаралық қатынастар саласында, оның ішінде медиация, волонтерлік және қайырымдылық саласында мемлекеттік органдардың, ұйымдар мен азаматтық қоғам институттарының тиімді өзара іс-қимылын қамтамасыз етудің жаңа тәсілдерін жүзеге асыру және осы сияқты өзге де нәтижелерді айқындасақ болады.

Мемлекеттік басқару тұрғысынан Қазақстан халқы Ассамблеясы, әсіресе этникалық және әлеуметтік топтарға қатысты мемлекеттік қызметтердің сапасын жақсарту бойынша белсенді жұмыс істеуде. Ол мемлекеттік органдар мен азаматтар

арасында делдал ретінде қызмет етеді, халық пен билік арасындағы сенім деңгейін арттыруға ықпал етеді.

Ассамблеяның мемлекеттік органдармен өзара іс-қимыл тетігі этникалық азшылықтардың мүдделерін жақсырақ ескеруге, сондай-ақ әлеуметтік интеграцияға ықпал ететін мемлекеттік бағдарламаларды әзірлеуге мүмкіндік береді. Мысалы, соңғы жылдары Қазақстанның шалғай өңірлерінде тұратын этникалық топтарды жұмыспен қамту және әлеуметтік қорғау жөніндегі бағдарламалар белсенді дамып келеді.

ҚХА тек этникалық және мәдени топтарға қатысты ішкі мәселелерді шешуде ғана емес, сонымен қатар, әлемдік деңгейде еліміздің сыртқы саясатының маңызды құралы болып табылады. Себебі, ол – атқаратын функциялары, құрылымы мен мазмұны бойынша әлемде баламасы жоқ ұйым.

Ассамблеяның тәжірибесін бүгінде әлемдік қауымдастық қабылдайды және шынайы қызығушылық тудырады. Еліміздің Тұңғыш Президенті Н.Ә.Назарбаевтың бастамасымен құрылған Қазақстан халқы Ассамблеясы бүгінде халық өкілдігінің саяси емес институтының сапалы жаңа деңгейі болып табылады және тиісінше оның илеологиялық, ғылыми, білім беру және тәрбие функциялары айтарлықтай артып келеді. Тәуелсіздіктің отыз жылында Қазақстан бүкіл әлемге әртүрлі мәдениеттер тасымалдаушыларының, түрлі этностар мен конфессиялар өкілдерінің жемісті өзара іс-қимыл жасау мүмкіндігін табысты көрсетіп келеді. Соңғы онжылдықтарда Қазақстан ҚХА-ның халықаралық ықпалының кеңеюіне байланысты мультикультурализм, толеранттылық және бейбіт қатар өмір сүру идеяларын белсенді түрде ілгерілетуде.

Қазақстан халқы Ассамблеясы этносаралық келісім, бейбітшілік және қауіпсіздік мәселелеріне арналған халықаралық форумдарға белсенді қатысады. Ең көрнекті оқиғалардың бірі – ҚХА-ның 2008 жылы Венада өткен мәдениетаралық және дінаралық диалог мәселелері жөніндегі жаһандық саммитке қатысуы болды. Біріккен Ұлттар ұйымының (БҰҰ) қолдауымен ұйымдастырылған саммитте Ассамблея Қазақстанда жүзеге асырылып жатқан мәдениетаралық диалог модельдері туралы баяндама жасады, бұл халықаралық деңгейде жоғары бағаланды.

Сонымен қатар, ҚХА БҰҰ, Ислам Ынтымақтастығы Ұйымы, Еуропа Кеңесі және Шанхай Ынтымақтастық Ұйымы сияқты ұйымдар ұйымдастыратын халықаралық іс-шараларға белсенді қатысады. Мәселен, 2010 жылы Қазақстан ҚХА-ның қолдауымен БҰҰ-ның Адам құқықтары жөніндегі кеңесінің мүшесі болып сайланды, бұл Қазақстанның Адам құқықтары саласындағы күш-жігерін және этносаралық келісімді халықаралық мойындауының айғағы болды.

Қазақстан халқы Ассамблеясы жұмысының маңызды бағыттарының бірі диалогты дамытуға және Қазақстанның халықаралық беделін нығайтуға бағытталған түрлі халықаралық ұйымдармен және елдермен келісімдер жасасу болып табылады.

Ассамблея мәдени әртүрлілікті қолдау мен дамытуға, материалдық емес мәдени мұраны сақтауға және мәдениетаралық диалогты ынталандыруға бағытталған бірнеше негізгі келісімдерге қол қою арқылы ЮНЕСКО-мен белсенді түрде ынтымақтасады. Ассамблея Орталық Азиядағы тұрақтылық пен қауіпсіздікті нығайтуға ықпал ететін өңірлік келісімдерге қол қоя отырып, көрші елдермен ынтымақтастықты белсенді дамытуда. Ең маңызды келісімдердің бірі 2019 жылы Өзбекстанмен жасалды, оның аясында осы елдерде тұратын этникалық азшылықтар үшін бірлескен мәдени және білім беру бағдарламалары жасалды. Мұндай ынтымақтастық Қазақстанға этникалық келісім мен әлеуметтік даму мәселелерінде өңірлік көшбасшы ретіндегі өз рөлін көрсетуге мүмкіндік береді.

ҚХА Қазақстанның бейбіт қатар өмір сүруге және мәдениеттер арасындағы диалогқа бағдарланған мемлекет ретіндегі халықаралық беделін нығайтуда маңызды рөл атқарды. Оның әлемдік аренадағы қызметі, халықаралық форумдарға қатысуы, жаһандық және өңірлік әріптестермен стратегиялық келісімдер жасасуы Қазақстанның халықаралық саяси және мәдени өмірдің сенімді және прогрессивті қатысушысы ретіндегі мәртебесін

нығайтады. Болашақта Ассамблеяның халықаралық бастамалардағы одан әрі белсенділігі бейбіт диалогты, жаһандық аренадағы тұрақтылық пен қауіпсіздікті дамытудың негізгі факторы болуы мүмкін.

**Ассамблея жұмысының тиімділігін арттыру бойынша ұсыныс.** Ендігі кезекте, ҚХА-ның өз қызметін атқару нәтижелерінің тиімділігін біршама арттырудың жолдарын қарастырып, ұсынылатын бағыттарды талдап көрейік. Алайда, оның тиімділігін арттыру үшін бар сын-қатерлер мен проблемаларды ескеру, сондай-ақ халықаралық тәжірибеге және этникалық топтарды интеграциялаудың заманауи теориялық тәсілдеріне негізделген инновациялық тәсілдерді енгізу қажет. Бұл бөлімде этникалық және әлеуметтік саясатты іске асыру контекстінде ҚХА жұмысының тиімділігін арттыра алатын бірнеше негізгі бағыттарды ұсынбақшымын.

*Біріншіден,* Ассамблеяның саяси тәуелсіздігін нығайту және өкілеттіктерін кеңейту. Қазіргі уақытта ҚХА негізінен консультативтік-кеңесші орган ретінде жұмыс істейтіндігі туралы жоғарыда атап көрсеткен едім, бұл оның мемлекет деңгейінде қабылданатын негізгі шешімдерге ықпал ету мүмкіндігін шектейді. Ассамблеяға мемлекеттік саясатты қалыптастыру және іске асыру процесіне, әсіресе этникалық саясатқа, адам құқықтарына және әлеуметтік интеграцияға қатысты мәселелерге белсенді қатысуға мүмкіндік беретін нақты заңнамалық өкілеттіктер беру мүмкіндігін қарастыруды ұсынар едім. Мұндай консультативтік органдардың заң шығару процесіне сәтті қатысуының мысалы ретінде Ұлттық Ассамблея және басқа да осындай құрылымдар этникалық азшылықтардың құқықтары мен әлеуметтік келісімге қатысты заңнамалық актілерді талқылауға және қабылдауға белсенді қатысатын Оңтүстік Корея моделін атауға болады. Қазақстанда мұндай тәсіл Ассамблеяға саяси және әлеуметтік процестерге тиімді ықпал ете алатын неғұрлым ықпалды орган болуға көмектесе алады.

*Екіншіден,* Ассамблея жұмысының ашықтығын дамыту керек деп ойлаймын. Атап айтқанда, этникалық және мәдени қатынастарға қатысты маңызды мәселелер бойынша азаматтық қоғаммен қоғамдық талқылау және кеңес беру тетіктерін құруға болады. Бұл халықтың шешім қабылдау процесіне көбірек тартылуын қамтамасыз етеді, азаматтардың Ассамблея жұмысына деген сенімін арттырады және оның қоғамдық пікірге әсерін жақсартады. Ең бастысы – бұл ұсыныс қоғамның ҚХА-ға белсенді ұйым ретіндегі сенімін арттырады еді.

*Үшіншіден,* білім беру және мәдени саясатты қалыптастырудағы Ассамблеяның рөлін арттыруға байланысты шараларды жүргізу керек деп санаймын. Бұған азаматтардың әртүрлі этникалық топтардың мәдени ерекшеліктері мен тарихы туралы хабардарлығын арттыруға бағытталған білім беру бағдарламаларын, сондай-ақ көпұлтты қоғамда төзімділік пен құрметке тәрбиелеуге бағытталған бағдарламаларды құру кіреді. Көпмәдениеттілік бойынша белсенді жұмыс істейтін Ұлттық кеңес канадалық шетелдік тәжірибенің жарқын көрінісі. Канаданың көпұлтты қауымдастықтармен тәжірибесі мәдени және білім беру бастамаларын әзірлеу мен енгізудегі ҚХА рөлін кеңейту үшін пайдалы болуы мүмкін.

*Төртіншіден,* мемлекеттік органдармен және азаматтық қоғаммен өзара іс-қимылды нығайту қажеттілігі туады. Ассамблея, мемлекеттік құрылымдар және қоғамдық ұйымдар арасындағы ведомствоаралық өзара іс-қимыл мен ынтымақтастық тетіктерін құру осы саладағы мәселелерді шешуде үйлестіру мен синергетикалық әсерді жақсартуға көмектеседі.

*Соңғы ұсыныс* – инновациялық технологиялар мен платформаларды пайдалану. Цифрландыру жағдайында Ассамблеяның өз жұмысының тиімділігін арттыру үшін заманауи ақпараттық және коммуникациялық технологияларды пайдалануы маңызды. Азаматтармен қарым-қатынас жасау, сауалнамалар мен талқылаулар жүргізу үшін цифрлық платформалар құру халықты шешім қабылдауға тарту процестерін едәуір жақсарты алады. Халықпен өзара әрекеттесуді жақсарту үшін технологияны тиімді пайдаланудың мысалы ретінде цифрлық платформалар азаматтармен кеңесу және



маңызды әлеуметтік және мәдени мәселелер бойынша ашық талқылаулар жүргізу үшін қолданылатын Сингапур тәжірибесі болып табылады. Қазақстандағы осындай тәсіл азаматтардың Ассамблея қызметіне қатысуын арттырып, қабылданатын шешімдердің сапасын жақсарта алады деп пайымдаймын.

**Қорытындылай келе,** Қазақстан халқы Ассамблеясының тиімділігінің ағымдағы деңгейін зерттеу бұл институттың этносаралық келісімді, әлеуметтік тұрақтылықты және түрлі этностардың елдің саяси және қоғамдық өміріне интеграциялануын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқаратындығына көз жеткіздік. Ассамблея әлеуметтік бейбітшілікті нығайтуға, этносаралық қақтығыстардың алдын алуға және Қазақстанның көпұлтты қоғамы жағдайында маңызды аспект болып табылатын әртүрлі этностар арасындағы құрмет пен сенім ахуалын қалыптастыруға ықпал етеді. Алайда, Ассамблеяның көптеген жетістіктеріне қарамастан, оның қызметі қазіргі уақытта кеңірек және жан-жақты мәселелерді шешуде нақты тиімділігін төмендететін бірқатар шектеулерге тап болды. Ең алдымен, Ассамблеяның *саяси дербестігінің жеткіліксіздігі мәселесі* өзекті болып қала береді. Қазіргі уақытта оның қызметі көбінесе консультативтік органның шеңберімен шектеледі, бұл жоғары деңгейдегі саяси және заңнамалық шешімдер қабылдауға әсер ету дәрежесін төмендетеді. Яғни, Ассамблеяның мемлекеттік саясатты қалыптастыру процесіне белсенді қатысуға және этникалық саясат пен әлеуметтік интеграцияны дамытуға қатысты стратегиялық шешімдерді әзірлеуге бағытталған өкілеттіктерді іске асыру мүмкіндіктерін шектейді.

Сонымен қатар, Ассамблеяның басқа мемлекеттік институттармен және азаматтық қоғаммен өзара іс-қимыл тетіктерін жетілдіру қажеттілігі маңызды аспект болып табылады. Ассамблея жұмысын ұйымдастырудың қолданыстағы тәсілдері көбінесе басқа билік органдарымен үйлестіру мен өзара іс-қимылдың тиісті деңгейін қамтамасыз етпейді, бұл оның әлеуметтік саясаттың, білім берудің және этносаралық қатынастардың негізгі мәселелерін шешуге тиімді ықпал ету қабілетін шектейді.

Осылайша, Қазақстан халқы Ассамблеясы елдегі этносаралық келісім мен әлеуметтік тұрақтылықты нығайтуға ықпал ететін маңызды және тиімді институт болып қала береді. Оның қызметі мемлекеттік қызмет және басқару жүйесімен тікелей байланысты, бұл Ассамблеяға әлеуметтік және мәдени интеграция мәселелері бойынша шешімдер қабылдауға айтарлықтай әсер етуге мүмкіндік береді. ҚХА жұмысының тиімділігін арттыру мақсатында оны жергілікті билік органдарымен үйлестіруді жақсарту, Ассамблеяның тәуелсіздігін күшейту және саяси процеске неғұрлым белсенді қатысу үшін өкілеттіктерді кеңейту қажет деп ойлаймын.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

9. Қазақстандық қоғамның даму құндылықтары: мақалалар жинағы. – Петропавловск: филиал АО «НЦПК «Өрлеу» «ИПК ПР по СКО», 2021. – 146 б.
10. Қазақстан халқы Ассамблеясы туралы Қазақстан Республикасының 2008 жылғы 20 қазандағы N 70-IV Заңы.
11. Историческая значимость Ассамблеи народа Казахстана в межатнической культурной интеграции: Ғылыми монография. – Алматы: «Әдебиет Әлемі», 2017. – 456 б.
12. Қазақстан Республикасының Конституциясы – 1995.
13. «Жаңғыру жолы» республикалық жастар қозғалысы [Электронды ресурс]. – 2018. – URL: [https://kaz.inform.kz/news/elimizde-zhanyru-zholy-respublikalyk-zhastar-kozgalysy-kuryldy\\_a3185570/](https://kaz.inform.kz/news/elimizde-zhanyru-zholy-respublikalyk-zhastar-kozgalysy-kuryldy_a3185570/) (алынған күні: 20.11.2024).
14. Қазақстан халқы Ассамблеясының 2022-2026 жылдарға арналған даму тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2022 жылғы 15 қыркүйектегі № 1014 Жарлығы.

Автор туралы мәліметтер

\*Қасымова Жанел Талғатқызы – «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: kzanel382@gmail.com

\*\*Тураров Даурен Рыскулович – Экономика ғылымдарының кандидаты, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: Dauren.83@mail.ru

#### **Сведения об авторе**

\*Қасымова Жанел Талғатқызы – студентка 4 курса специальности «Государственная служба и управление», Каспийский общественный университет, e-mail: kzanel382@gmail.com

\*\*Тураров Даурен Рыскулович – Кандидат экономических наук, Каспийский общественный университет, e-mail: Dauren.83@mail.ru

#### **Information about the author**

\*Kasymova Zhanel Talgatkyzy – 4th year student of speciality «Public Service and Management», Caspian Public University, e-mail: kzanel382@gmail.com

\*\*Turarov Dauren Ryskulovich – PhD in Economics, Caspian Public University, e-mail: Dauren.83@mail.ru

### **ӘОЖ 331.214**

#### **КӘСІПОРЫНДАҒЫ ЕҢБЕКАҚЫНЫҢ ЕСЕБІ МЕН ТАЛДАУЫ**

**Құмар А.Е.**<sup>1</sup>

Ғылыми жетекшісі - **Мархаева Б.А.**<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақалада кәсіпорындағы еңбекақыны есепке алу және талдау ерекшеліктері қарастырылған. Қызметкерлерді ынталандыру жүйесінің негізгі элементі және еңбек өнімділігінің көрсеткіші ретінде еңбекақының рөлі ашылды. Еңбекақы төлеудің негізгі аспектілері, соның ішінде заң талаптарын сақтау және бухгалтерлік есепті жүргізу сипатталған. Еңбекақы құрылымына, нысандары мен түрлеріне, сондай-ақ олардың өнімнің өзіндік құнына әсеріне ерекше назар аударылады. Еңбекақыны есептеу және есепке алу тәртібін реттейтін нормативтік құжаттардың ережелері қарастырылған, сондай-ақ оларды қазіргі жағдайда сақтаудың маңыздылығы атап көрсетілген.

**Түйін сөздер:** еңбекақы, еңбекақы төлеу нысандары, еңбекақының есебі, төменгі еңбекақы мөлшері

#### **УЧЕТ И АНАЛИЗ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Құмар А.Е.**<sup>1</sup>

Научный руководитель - **Мархаева Б.А.**<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности учета и анализа заработной платы на предприятии. Раскрыта роль заработной платы как ключевого элемента системы мотивации персонала и показателя производительности труда. Описаны основные аспекты начисления и выплаты заработной платы, включая соблюдение требований законодательства и ведение бухгалтерской отчетности. Особое внимание уделено структуре заработной платы, формам и видам оплаты труда, а также их влиянию на себестоимость продукции. Представлены нормативные документы, регулирующие

порядок расчета и учета заработной платы, а также акцентируется важность их соблюдения в современных условиях.

**Ключевые слова:** заработная плата, формы оплаты труда, учет заработной платы, размер минимальной заработной платы

## ACCOUNTING AND ANALYSIS OF WAGES AT THE ENTERPRISE

**Kumar A.E**<sup>1</sup>.

Scientific supervisor **Markhayeva B.A.**<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

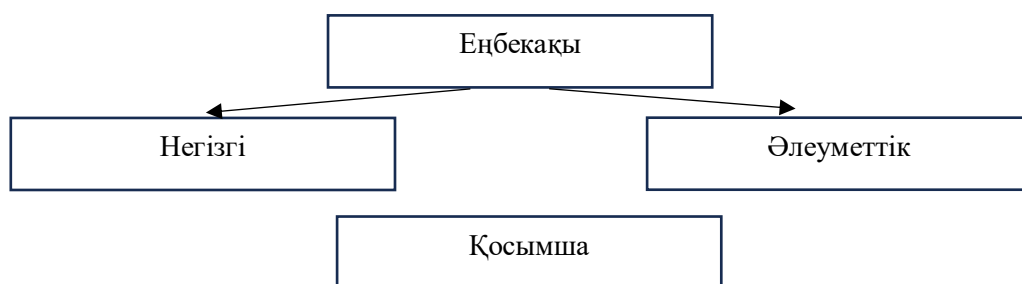
**Summary.** The article discusses the features of accounting and analysis of wages at enterprises. The role of wages as a key element of the personnel motivation system and an indicator of labor productivity is revealed. The main aspects of payroll accrual and payment are described, including compliance with legal requirements and accounting records. Special attention is paid to the structure of wages, forms and types of remuneration, as well as their impact on the cost of production. The normative documents regulating the procedure for calculating and accounting wages are presented, and the importance of their observance in modern conditions is emphasized.

**Keywords:** wages, forms of remuneration, accounting of wages, minimum wage

Қазақстан Республикасының Еңбек кодексіне сәйкес, қызметкерлердің еңбекақысы - ол жұмысшының біліктілігіне, жұмыстың күрделілігі мен санына байланысты өтемақы төлемдері мен қосымша төлемдері деп түсіндіріледі [1].

Еңбекақы еңбек нарығындағы бағаны білдіреді, ол әлеуетті қызметкер жұмыс берушіден белгілі бір тапсырманы орындау үшін алғысы келетін сыйақыны көрсетеді. Сонымен қатар, еңбек өндіріс факторларының бірі болып табылады және өз иесіне белгілі бір табыс әкелуі керек. Әдетте, еңбекақы ақшалай түрде төленеді, бірақ ерекше жағдайларда ол заттай (азық-түлік т.с.с тұтыну тауарлары), бағалы қағаздар немесе басқа да түрде төленуі мүмкін.

Еңбекке ақы төлеу жүйесінің негізгі екі нысаны бар. Мерзімді еңбекақы жұмыс істеген уақыт мөлшері үшін төленеді, ал кесімді еңбекақы өндірілген өнімнің саны мен сапасына сәйкес орындалған жұмыс үшін төленеді. Сонымен қатар, еңбекақының 3 элементін ажыратады (1-сурет).



Сурет-1. Еңбекақының элементтері [2]

Негізгі еңбекақы жұмыс істеген сағаттары үшін төленеді. Әлеуметтік төлемдерге жол жүру ақысы, жолдама ақысы, аналар мен ардагерлерге т.с.с. қосымша төлемдер жатады. Қосымша еңбекақы – ол өндірісте жұмыс істемеген уақыт үшін төлемдер.

Еңбекақы бойынша қызметкерлермен есеп айырысу кез-келген кәсіпорындағы бухгалтерлік есептің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады. Еңбекақы төлеу кәсіпорын шығындарының едәуір бөлігін алады, соның негізінде өнімнің өзіндік құны анықталады.

Қызметкерлермен еңбекақы бойынша есеп айырысуларды есепке алу Қазақстан Республикасының Еңбек кодексі, Салық кодексі, Әлеуметтік кодексі, сондай-ақ бухгалтерлік есепті жүргізу қағидалары және басқа да осы саланы реттейтін нормативтік-құқықтық актілермен реттеледі [1,3,4].

Қызметкерлермен есеп айырысу есебінің негізгі міндеттері төмендегілерді қамтиды:

- еңбекақыны және одан ұстап қалатын ұсталымдарды уақтылы төлеу, демалыс, жәрдемақы есептеу үшін орташа еңбекақы есептеу;
- уақытша еңбекке жарамсыздық;
- іссапар шығындары;
- әлеуметтік сипаттағы төлемдерді жүзеге асыру;
- еңбек және салық заңнамасын сақтау;
- есепті құжаттаманы уақтылы ұсыну [5,6].

Еңбекақыны есептеуде ең төменгі еңбекақының белгіленген мөлшері маңызды рөл атқарады. Жыл сайын бұл көрсеткіш өзгеріп отырады. Мысалы, 2024 жылғы 1 қаңтардан бастап ең төменгі еңбекақы 85000 теңге мөлшерінде белгіленді.

Еңбекақы төлеу жөніндегі қызметкерлермен есеп айырысулардың синтетикалық есебі 3350 «Еңбекақы төлеу бойынша қысқа мерзімді берешек» шотында жүргізіледі. Шот пассивті болып табылады, өйткені ол кәсіпорынның қызметкер алдындағы кредиторлық берешегін құруға және өтеуге байланысты операцияларды көрсетеді. Төмендегі кестеде кәсіпорында еңбекке ақы төлеу бойынша орын алатын типтік операциялардың шоттар корреспонденциясы көрсетілген (кесте 1).

Кесте - 1. Еңбекақы бойынша есеп айырысулардың типтік операцияларының шоттар корреспонденциясы [5,6].

Шаруашылық операцияның мазмұны	Шот корреспонденциясы	
	Д-т	К-т
Қызметкерлерге еңбекақы және басқа да кірістер есептелді:		
- әкімшілік-басқару қызметкеріне	7210	3350
- сату салалары	7110	3350
- негізгі өндіріс қызметкерлеріне (оның ішінде қызмет көрсетумен/жұмыстарды орындаумен айналысатын)	8110	3350
- жартылай фабрикаттар өндірісін жүзеге асыратын қызметкерлерге	8210	3350
- қосалқы өндіріс қызметкерлеріне	8310	3350
- өндіріске қызмет көрсетуді жүзеге асыратын қызметкерлерге	8410	3350
-кәсіпорынның өз мұқтажы үшін объектілер салумен айналысатын жұмыскерлерге (негізгі құралдар, инвестициялық жылжымайтын мүлік)	2930	3350
Қызметкерлердің кірістерінен жеке табыс салығы ұсталды	3350	3120
Қызметкерлердің кірістерінен міндетті зейнетақы жарнасы ұсталды	3350	3220

Жаңадан келген бухгалтер қызметкерлермен еңбекақы бойынша есеп айырысу құжаттамасын түсінуі керек.

Еңбекақы төлеу бойынша қызметкермен есеп айырысу бойынша бастапқы құжаттар:

- жұмысқа қабылдау туралы бұйрық;
- қызметкердің жеке карточкасы;

- штат кестесі;
- демалыс беру туралы бұйрық;
- еңбек шартын тоқтату туралы бұйрық;
- қызметкерді көтермелеу туралы бұйрық;
- жұмыс уақытын пайдалануды есепке алу табелі және еңбекақыны есептеу табелі;
- есеп айырысу-төлем ведомосы;
- «дербес шот» және басқалар.

Еңбекақы төлеу бойынша есептеулердің талдамалық есебі кәсіпорынның әрбір қызметкері бойынша жүргізіледі. Әрбір қызметкерге жеке шот, жеке тұлғаның жиынтық табысын есепке алудың салық карточкасы, есеп айырысу және есеп айырысу-төлем ведомостары ашылады.

Кәсіпорындағы еңбекке ақы төлеу жүйесін талдау барысында келесілерге де назар аударылады.

Жұмыс істейтін адамдар үшін демалыс уақыты қызметкердің қызметтік міндеттерін орындаудан босатылуы мүмкін мерзім ретінде анықталады. Мұндай демалыс кезеңінде адам орналасқан жеріне қарамастан жеке істермен айналысуға құқылы. Бұл ерекшелік демалыс уақытының түрлеріне жұмыс берушінің қызметкерге берген құқықтары нәтижесінде туындайтын уақыт аралықтары кіретіндігіне байланысты.

Қазақстан Республикасының Еңбек кодексінің 80-бабына сәйкес тынығу уақытының түрлеріне мыналар жатады:

- 1) жұмыс күні (жұмыс ауысымы) ішіндегі үзілістер:
  - тынығуға және тамақтануға арналған үзіліс;
  - ауысымшылық және арнайы үзілістер;
- 2) күнделікті (ауысымаралық) тынығу;
- 3) демалыс күндері (вахтааралық тынығу);
- 4) мереке күндері;
- 5) демалыстар болып табылады [1].

Еңбек заңнамасы қызметкерге еңбек міндеттерін орындау кезінде үзіліс берудің кең мүмкіндіктерін қарастырады.

Көбінесе көптеген жұмыс берушілер бес күндік жұмыс негізінде дүйсенбі, сейсенбі, сәрсенбі, бейсенбі, жұма күндерді жұмыс күні ретінде, ал сенбі және жексенбі демалыс күндері деп ұсынады. Бірақ Қазақстан Республикасының Еңбек кодексі бұл екі күнді демалыс ретінде бекітпейді. Қазақстан Республикасының Еңбек кодексінің 84-бабына сәйкес 5 күндік жұмыс аптасында қызметкерлерге 2 демалыс бөлінді, ал міндетті демалыс күн - жексенбі саналады. Бес күндік немесе төрт күндік жұмыс аптасы кезіндегі екінші немесе үшінші демалыс күні ұжымдық шартта немесе еңбек тәртіптемесі қағидаларында белгіленеді, яғни екінші демалыс дүйсенбі болуы мүмкін [1].

Үздіксіз өндірістерде немесе өндірістік-техникалық жағдайлар бойынша немесе халыққа ұдайы үздіксіз қызмет көрсету қажеттілігі салдарынан демалыс күндері жұмысты тоқтату мүмкін болмайтын өндірістерде істейтін, сондай-ақ вахталық әдіспен жұмыс істейтін жұмыскерлерге демалыс күндері ауысымдық кестелерге сәйкес аптаның әр күндері кезекпен беріледі.

Егер жұмыс беруші алты күндік жұмыс аптасында болса, онда бір ғана демалыс күні бар. Сенбіден дүйсенбіге дейін «классикалық» демалыс күндері жұмыс процестерін тоқтата тұру мүмкін болмаған жағдайда, қызметкерлер жұмыс берушінің кестесінде және ішкі құжаттарында көзделген түрлі күндерде апта сайынғы демалысты алуға құқылы. Бұл жағдайда мұндай демалудың үздіксіз ұзақтығы 40 сағаттан аспауы керек.

Қазақстан Республикасының Еңбек кодексінің 87-бабы қызметкерлерге кезекті демалыс беру кезектілігін белгілейді [1]. Бұл мәселе еңбек шартының екі тарапына бірдей дәрежеде маңызды. Алайда, жұмыс беруші мен қызметкер бұл жағдайда қарама-қарсы полостерде. Бір жағынан, жұмыс беруші:

- қызметкерді демалуға жіберуге міндетті (заңның талабы бойынша) ;

- қызметкерлердің «демалыс» қалауына қарамастан өндірістік процестің үздіксіздігін қамтамасыз етуге мәжбүр.

Екінші жағынан, қызметкер:

- жыл сайынғы демалыстың заңнамалық көзделген мүмкіндігіне байланысты өз жұмыс орнынан кетуге құқылы;

- демалыс кезеңін жұмыс берушімен келісуге міндетті.

Осыған байланысты туындайтын мәселелердің барлық жиынтығын шешу үшін еңбек заңнамасында арнайы міндетті құрал - демалыс кестесі қарастырылған.

Қорыта келе, кәсіпорындағы еңбекақыны есепке алу және талдау оның қызметінің негізгі элементтері болып табылады. Еңбек мотивациясының қайнар көзі жалақы болып табылады, сондықтан ұйымның басшылығы қосымша бонустық жүйелерді енгізу арқылы өз қызметкерлерінің белсенділігін ынталандыруы керек, ал бухгалтердің негізгі міндеті - еңбекақыны уақытылы есептеу және ұсыну болып табылады. Сонымен қатар, ең күрделі процесс еңбек ақы бойынша есептеулерді талдау болып табылады. Күрделілік жалақыны есепке алу операциялары мен одан ұсталатын аударымдар санының көптігімен, жүйелі орындалуымен, әртүрлілігімен және ерекшелігімен түсіндіріледі.

### ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасының Еңбек Кодексі 2015 жылғы 23 қарашадағы № 414-V ҚРЗ. <https://adilet.zan.kz/>
2. Дурановская Г.П. Еңбек шарттары. Көмекші құрал. - Алматы: LEM, 2013. - 72 с.
3. Салық және бюджетке төленетін басқадай төлемдер туралы (Салық кодексі) Қазақстан Республикасының Кодексі 2017 жылғы 25 желтоқсандағы № 120-VI ҚРЗ. <https://adilet.zan.kz>
4. Қазақстан Республикасының Әлеуметтік кодексі. Қазақстан Республикасының 2023 жылғы 20 сәуірдегі № 224-VII ҚРЗ Кодексі. <https://adilet.zan.kz/>
5. Бухгалтерлік есепті жүргізу қағидаларын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Қаржы министрінің 2015 жылғы 31 наурыздағы № 241 бұйрығы. <https://adilet.zan.kz/>
6. Қаржылық есеп: оқулық / Баймуханова С.Б. – Алматы: Экономика, 2020. – 296 б.

#### Сведения об авторах

\*Құмар Алуа Ержанқызы, студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [kumaralua500@gmail.com](mailto:kumaralua500@gmail.com)

\*\*Мархаева Баянслу Ахилбековна, д.э.н., профессор Каспийского общественного университета, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

#### Авторлар туралы мәліметтер

\*Құмар Алуа Ержанқызы, студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [kumaralua500@gmail.com](mailto:kumaralua500@gmail.com)

\*\*Мархаева Баянслу Ахилбековна, э.ф.д., Каспий қоғамдық университетінің профессоры, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

#### Information about the authors

\*Kumar Alua Erzhanqyzy, student, Caspian Public University, e-mail: [kumaralua500@gmail.com](mailto:kumaralua500@gmail.com)

\*\*Markhaeyva Bayanslu, doctor of economic sciences, professor of Caspian University, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

## ЦИФРЛАНДЫРУДЫҢ ДӘСТҮРЛІ БАНКТІК ҚЫЗМЕТТЕРГЕ ӘСЕРІ

Қызбалаева А.Қ.<sup>1</sup>, Гумар Н.А.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақаланың мақсаты цифрландырудың дәстүрлі банктік қызметтерге әсерін зерттеу болып табылады. Технологияның қарқынды дамуы бүкіл әлем бойынша банк саласының өзгеруіне әкеледі, бұл болып жатқан өзгерістерді терең талдауды қажет етеді. Негізгі өзгерістер процестерді автоматтандыруға, мобильді банктік қосымшаларды танымал етуге, клиенттерге қызмет көрсету саласында жасанды интеллектті дамытуға және операциялардың қауіпсіздігін жақсартуға байланысты. Практикалық жағдайларды талдау көрсеткендей, цифрландыруды енгізу арқылы банктер шығындарды азайтады, тұтынушыларға қызмет көрсету жылдамдығын арттырады және жекелендірілген қызметтерді ұсынады.

**Кілттік сөздер:** цифрландыру, инновациялық процесстер, автоматтандыру, тиімділік, тәуекелдерді реттеу, драйверлер.

## ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТРАДИЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ

Қызбалаева А.Қ.<sup>1</sup>, Гумар Н.А.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Целью данной статьи является исследование влияния цифровизации на традиционные банковские услуги. Интенсивное развитие технологий приводит к трансформации банковской отрасли по всему миру, что требует глубокого анализа происходящих изменений. Основные изменения связаны с автоматизацией процессов, популяризацией мобильных банковских приложений, развитием искусственного интеллекта в сфере клиентского обслуживания и улучшением безопасности операций. Анализ практических кейсов показал, что благодаря внедрению цифровизацию банки уменьшают издержки, повышают скорость обслуживания клиентов и предоставляют более персонализированные услуги.

**Ключевые слова:** цифровизация, инновационные процессы, автоматизация, эффективность, управление рисков, драйверы.

## THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON TRADITIONAL BANKING SERVICES

Kyzbalayeva A.K.,<sup>1</sup> Gumar N.A.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summery.** The purpose of this article is to study the impact of digitalization on traditional banking services. The intensive development of technology leads to the transformation of the banking industry around the world, which requires an in-depth analysis of the changes taking place. The main changes are related to the automation of processes, the popularization of mobile banking applications, the development of artificial intelligence in the field of customer service and the improvement of transaction security. An analysis of practical cases has shown that by implementing digitalization, banks reduce costs, increase the speed of

customer service and provide more personalized services. As a result, digitalization is key drivers that transform traditional banking services, provide new opportunities to improve efficiency and customer satisfaction, and require new approaches to regulation and risk management.

**Key words:** digitalization, innovative processes, automation, efficiency, risk management, drivers.

Цифрландыру дәстүрлі банктік қызметтерді трансформациялаудың негізгі қозғаушы күшіне айналды. Банктердің күнделікті операцияларында цифрлық технологиялардың енгізілуі процестердің автоматтандырылуын, тиімділіктің артуын және қызмет көрсету жылдамдығын қамтамасыз етті. Сонымен қатар, бұл клиенттерге кеңінен қолжетімділікті және олардың уақытын үнемдеуді ұсынады. Дәстүрлі банктік жүйе негізінен қағаз құжаттарына, клиенттердің банкке жеке келуіне және қолмен атқарылатын операцияларға сүйенетін. Ал цифрландыру бұл модельді өзгертті. Бұрын банктік қызметтер негізінен филиалдарға барып, ұзақ кезекке тұруды, қағаз құжаттар толтыруды және қолмен атқарылатын операцияларды қажет етсе, қазіргі таңда цифрлық технологиялардың арқасында бұл процестер автоматтандырылып, оңтайландырылды. Банктер енді клиенттердің қажеттіліктеріне тез жауап беруге, оларға жекеленген қызметтер ұсынуға және уақыт пен ресурстарды үнемдеуге жағдай жасайтын жаңа мүмкіндіктер ұсынуда. Бүгінгі таңда банктер мобильді қосымшалар, интернет-банкинг және онлайн төлем платформалары арқылы қызмет көрсетуді ұсынады. Бұл тек операцияларды жылдамдатып қана қоймай, банктердің географиялық шектеулерді жеңуіне мүмкіндік берді.

Цифрландыру, сонымен қатар, банктік операциялардың операциялық шығындарын азайтты. Бұрын көптеген ресурстар қызметкерлерді оқытуға, кеңселерді ұстауға жұмсалса, қазір бұл шығындар цифрлық инфрақұрылымды дамытуға бағытталуда. Клиенттер филиалдарға бармай-ақ, өзіне қажет қызметті бірнеше минут ішінде ала алады, бұл банктердің тиімділігін арттырады.

Цифрлық трансформацияның ең үлкен артықшылықтарының бірі – клиентке бағдарланған тәсіл. Тәулік бойы қолжетімді онлайн қызметтер, интуитивті интерфейстер және жедел операциялар клиенттердің банк қызметтеріне деген қанағаттанушылығын арттырды. Сонымен қатар, цифрландыру клиенттерге дербес ұсыныстар мен қызметтерді бейімдеуге мүмкіндік беріп отыр. Цифрландыру қазіргі заманғы қоғамның барлық салаларын қамтып, қаржы секторында да үлкен өзгерістер әкелді. Дәстүрлі банктік қызметтер клиенттерге банкоматтар, филиалдар және қағаз құжаттар арқылы ұсынылып келсе, цифрлық технологиялар бұл үрдісті айтарлықтай жеңілдетті. Интернет-банкинг, мобильді қосымшалар және цифрлық төлем жүйелері клиенттер үшін банктік қызметтерді қолжетімді әрі жылдам етті. Алайда, бұл трансформация қиындықтарсыз өткен жоқ. Цифрландыру дәуірінде банктер киберқауіпсіздікке үлкен назар аударуға мәжбүр. Хакерлік шабуылдар мен клиент деректерінің қауіпсіздігі басты мәселеге айналды. Банктер бұл бағытта шифрлау, аутентификация жүйелерін жетілдіру және қауіпсіздік хаттамаларын енгізу арқылы шаралар қабылдауда.

## **Цифрландырудың дәстүрлі банктік қызметтерге тигізетін негізгі әсерлері:**

### **1. Процестердің автоматтандырылуы**

Цифрландыру банктердегі көптеген операцияларды автоматтандыруға мүмкіндік берді. Бұл қызмет көрсету уақытын қысқартты және қателерді азайтты. Мысалы, онлайн төлемдер мен аударымдар жылдам және нақты жүзеге асады. Қазақстанда Kaspi.kz, Halyk Bank және басқа да банктер клиенттерге онлайн қызметтер ұсына отырып, дәстүрлі жүйелерге қарағанда операцияларды әлдеқайда жылдам және ыңғайлы орындауға мүмкіндік беруде.



## **2. Клиентке бағдарланған қызметтер**

Мобильді банкинг пен интернет-банкинг клиенттерге тәулік бойы қызмет көрсетуге жағдай жасады. Бұрын клиент банкке бару үшін уақыт жұмсаса, қазір кез келген операцияны өз смартфоны арқылы орындай алады.

## **3. Операциялық шығындарды азайту**

Дәстүрлі банктік қызметтерге тән шығындар, мысалы, филиалдар ашу, қызметкерлерді оқыту және қағазбастылық шығындары, цифрлық шешімдер арқылы қысқарды. Бұл банктерге тиімділікті арттыруға және клиенттерге төмендетілген тарифтер ұсынуға мүмкіндік берді.

## **4. Қауіпсіздік және киберқауіптер**

Цифрландыру дәуірінде банктер жаңа қауіптермен бетпе-бет келді. Хакерлік шабуылдар, фишинг және деректердің ұрлануы сияқты мәселелер цифрлық банкингтің негізгі тәуекелдеріне айналды. Осыған байланысты банктер қауіпсіздік жүйелерін күшейтуге, екі факторлы аутентификация және шифрлау технологияларын қолдануға мәжбүр.

Қазақстанда цифрландыру қаржы секторында қарқынды дамып келеді. Kaspi.kz, Halyk Bank, Forte Bank және басқа да банктер заманауи технологияларды енгізіп, клиенттердің күнделікті қаржылық қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған инновациялық шешімдерді белсенді түрде енгізуде. Бұл процестердің басты артықшылығы – қызмет көрсету жылдамдығының артуы. Мысалы, бұрын бір төлемді жүргізу үшін клиент банкке барып, бірнеше сағат жоғалтуы мүмкін болса, қазір мұндай операциялар мобильді қосымша арқылы бірнеше секундта орындалады. Kaspi.kz және Halyk Bank секілді банктердің қосымшалары клиенттерге 24/7 қолжетімділікті қамтамасыз етіп, қызметтерді қолайлы уақытта пайдалануға мүмкіндік береді.

Цифрландыру банктік қызметтердің географиялық қолжетімділігін арттырды. Қазақстанның ауылдық аймақтарында немесе шалғай аудандарда орналасқан тұрғындар үшін интернет пен смартфондар арқылы банк қызметтеріне оңай қол жеткізу мүмкіндігі пайда болды. Бұрын банктің филиалы жоқ жерлерде клиенттер қаржылық операцияларды орындауда қиындықтарға тап болатын. Қазіргі таңда Halyk Bank пен Forte Bank сияқты банктер өз қызметтерін онлайн форматта ұсына отырып, бұл мәселелерді шешуге ықпал етуде.

Сонымен қатар, цифрландыру банктердің операциялық шығындарын айтарлықтай қысқартуға мүмкіндік берді. Дәстүрлі банктік модельдерде филиалдарды ұстау, қызметкерлерді оқыту және қағаз құжаттар айналымын қамтамасыз ету үлкен шығындарға алып келетін. Енді бұл шығындар цифрлық инфрақұрылымды дамытуға бағытталуда. Kaspi.kz бұл бағытта тиімді жұмыс істеп, өзінің мобильді қосымшасы арқылы көптеген қызметтерді автоматтандырды. Нәтижесінде, банктің филиалдарға деген тәуелділігі азайып, клиенттерге қызмет көрсету бағасы төмендеді.

Цифрландырудың тағы бір маңызды артықшылығы – клиентке бағдарланған тәсілдердің пайда болуы. Банктер жасанды интеллект пен үлкен деректерді пайдаланып, әрбір клиенттің қаржылық тәртібін талдап, оған дербес ұсыныстар ұсынады. Мысалы, несие беру кезінде банктер клиенттің қаржылық тарихын, төлем қабілетін және басқа да деректерді автоматты түрде талдайды, бұл процесті жылдам әрі нақты етеді. Бұл тәсіл клиенттердің қанағаттанушылығын арттырып, банктердің бәсекелестік артықшылығын нығайтуға ықпал етеді. Дегенмен, цифрландырудың артықшылықтарымен қатар, белгілі бір қиындықтар да орын алуда. Солардың бірі – киберқауіпсіздік мәселесі. Цифрлық банкингтің дамуы кезінде деректерді қорғау, фишинг, хакерлік шабуылдар және басқа да киберқауіптер басты назарда болуы тиіс. Қазақстандық банктер бұл мәселелерді шешу

үшін екі факторлы аутентификация, деректерді шифрлау және қауіпсіздік хаттамаларын қолдануда. Бірақ кибершабуылдардың күрделілігі артқан сайын, банктердің қауіпсіздік жүйелері де үнемі жетілдіріліп отыруы қажет. Бұдан бөлек, цифрлық алшақтық мәселесі де өзекті.

Қазақстанның кейбір ауылдық аймақтарында интернетке қолжетімділік шектеулі, ал егде жастағы тұрғындардың цифрлық сауаттылығы төмен. Бұл жағдай банктік қызметтердің толық цифрландырылуын тежейді. Аталған мәселені шешу үшін банктер мен мемлекет цифрлық инфрақұрылымды жақсарту және халықтың цифрлық сауаттылығын арттыру бағытында бірлесіп жұмыс істеуі қажет.

Сонымен қатар, цифрландырудың дамуымен бірге заңнамалық және реттеуші мәселелер де өзекті болып отыр. Цифрлық банкингтің қарқынды дамуы кезінде құқықтық база оны қолдауға бейімделуі тиіс. Мысалы, деректердің құпиялығын сақтау, цифрлық төлемдерді реттеу және электрондық келісімдерді заңды түрде бекіту сияқты аспектілер мұқият назарда болуы керек. Қазақстандық банктердің цифрлық трансформациядағы тәжірибесі бұл үдерістің тиімділігін дәлелдейді. Kaspi.kz өзінің мобильді қосымшасын дамытып, төлемдер, несиелер және бөліп төлеу қызметтерін бір жүйеге біріктірді. Бұл клиенттер үшін ыңғайлы шешім болып қана қоймай, банктің нарықтағы беделін күшейтті. Nalyk Bank өз клиенттеріне Homebank платформасы арқылы түрлі қызметтер ұсынса, Forte Bank өзінің цифрлық сервистері арқылы кәсіпкерлер мен жеке тұлғаларға инновациялық шешімдер ұсына бастады.

Цифрландыру қаржы секторының болашағы үшін маңызды. Алдағы уақытта банктер жасанды интеллект пен blockchain технологияларын енгізуді жалғастырады. Бұл технологиялар клиенттердің қаржылық тәртібін талдауды, қауіпсіздікті арттыруды және транзакцияларды жылдам әрі ашық етуді қамтамасыз етеді. Сонымен қатар, банктер ауылдық аймақтарға қызмет көрсетуге бағытталған инклюзивті цифрлық шешімдер әзірлеп, киберқауіпсіздік жүйелерін жетілдіруді басты назарға алады.

Қорытындылай келе, цифрландыру дәстүрлі банктік қызметтердің дамуына үлкен серпін беріп, қаржы секторындағы жаңа дәуірдің бастамасына айналды. Банктер цифрлық технологияларды пайдалана отырып, клиенттерге қызмет көрсетудің мүлде жаңа форматтарын ұсынып келеді. Бұл процесс клиенттердің уақыты мен ресурстарын үнемдей отырып, олардың қаржылық операцияларды орындау мүмкіндіктерін кеңейтті. Қазіргі таңда банктердің негізгі мақсаттары – клиенттердің қажеттіліктеріне бейімделу, оларды жаңа технологияларды қолдануға үйрету және қызметтерді барынша ыңғайлы, қолжетімді әрі қауіпсіз ету. Цифрландыру клиенттер мен банктер арасындағы қарым-қатынасты жетілдіріп, қызметтердің сапасын жаңа деңгейге көтерді. Дегенмен, бұл өзгерістердің толық артықшылықтарын жүзеге асыру үшін инфрақұрылымды жетілдіру, қауіпсіздікті қамтамасыз ету және цифрлық сауаттылықты арттыру бағытында кешенді шаралар қабылдау қажет. Алдағы уақытта цифрландыру банктік қызметтердің басты тренді болып қала беретіні сөзсіз.

## **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1. Индикаторы цифровой экономики: 2021 статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишнеvский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2021. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/484533334.pdf>. – Дата доступа: 20.11.2024 г.

2. Цифровизация – главный тренд в развитии и банковского сектора. 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/columnists/?id=10958410>. – Дата доступа: 20.11.24.

3. Алонцева В.Р. Оценка состояния цифрового банкинга в РФ. Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2018. — № 5(2). — С. 88–91. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-sostoyaniya-tsifrovogo-bankinga-vrossii/viewer>.

4. Лебедева И.А. Цифровая трансформация банковского сектора России: возможности и риски для банков и их клиентов. Социальные новации и социальные науки. — 2022. — № 1. — С. 74–85. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-bankovskogo-sektorarossii-vozmozhnosti-i-riski-dlya-bankov-i-ih-klientov>.

5. Deloitte. *Цифрлық банкінгтің жетілуі: трендтердің эволюциясы мен инсайты. 2002 ж.* Deloitte Insights.

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Қызбалаева Аружан Қуанышбекқызы – Каспий Қоғамдық университетінің «Корпоративті қаржы» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: aruzhankuanishbek2004@gmail.com

\*\*Гумар Н.А. – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

#### **Сведения об авторах**

\* Қызбалаева Аружан Қуанышбекқызы -студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности "Корпоративные финансы", e-mail: aruzhankuanishbek2004@gmail.com

\*\*Гумар Н.А. – к.э.н., ассоциированный профессор Каспийский Общественный Университет, mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\* Kyzbalayeva Aruzhan Kuanyshebekkyzy -4th year student of the Caspian Public University, specialty "Corporate finance", e-mail: kozhabaevanazgul@gmail.com

\*\*Gumar N.A. - candidate of economic sciences, Associate Professor of the Caspian Public University, mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

**УДК: 005.2**

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Лемяцких Д.А.<sup>1</sup>**

**Научный руководитель:** Ащеулова Наталья Андреевна  
Каспийский Общественный Университет,  
г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** Актуальность исследования показателей эффективности системы мотивации персонала заключается в том, что благополучие сотрудников и общая результативность компании на текущем этапе тесно взаимосвязаны, что делает человеческие ресурсы ключевым фактором для развития организации. Лучшие результаты достигаются, когда компания и её сотрудники получают взаимную выгоду от совместной работы. Для этого необходимо сформировать комплексное понимание мотивации каждого сотрудника и создать такие условия, которые будут стимулировать всех специалистов к лучшей работе

**Ключевые слова:** система мотивации, оценка эффективности, мотивация труда, текучесть кадров, производительность труда, методы оценки, теория мотивации.

## КӘСПОРЫНДАРДАҒЫ ПЕРСОНАЛДЫ ЫНТАЛАНДЫРУ ЖҮЙЕСІНІҢ ТИІМДІЛІГІН БАҒАЛАУ

Лемяцкий Д.А.<sup>1</sup>

**Ғылыми жетекшісі:** Ащеулова Наталья Андреевна  
Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аннотация:** Персоналды ынталандыру жүйесінің тиімділік көрсеткіштерін зерттеудің өзектілігі қызметкерлердің әл-ауқаты мен компанияның қазіргі кезеңдегі жалпы өнімділігі бір-бірімен тығыз байланысты, бұл адам ресурстарын Ұйымның дамуының негізгі факторына айналдырады. Компания мен оның қызметкерлері бірлесіп жұмыс істеуден өзара пайда тапқан кезде жақсы нәтижелерге қол жеткізіледі. Ол үшін әр қызметкердің уәждемесі туралы кешенді түсінік қалыптастыру және барлық мамандарды жақсы жұмыс істеуге ынталандыратын жағдайлар жасау қажет

**Түйінді сөздер:** мотивация жүйесі, тиімділікті бағалау, еңбекті ынталандыру, айналым, Еңбек өнімділігі, бағалау әдістері, мотивация теориясы.

## EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE PERSONNEL MOTIVATION SYSTEM AT ENTERPRISES

Lemyatskikh D.A.<sup>1</sup>

**Scientific supervisor:** Ascheulova Natalia Andreevna  
Caspian University, Almaty, Republic of Kazakhstan

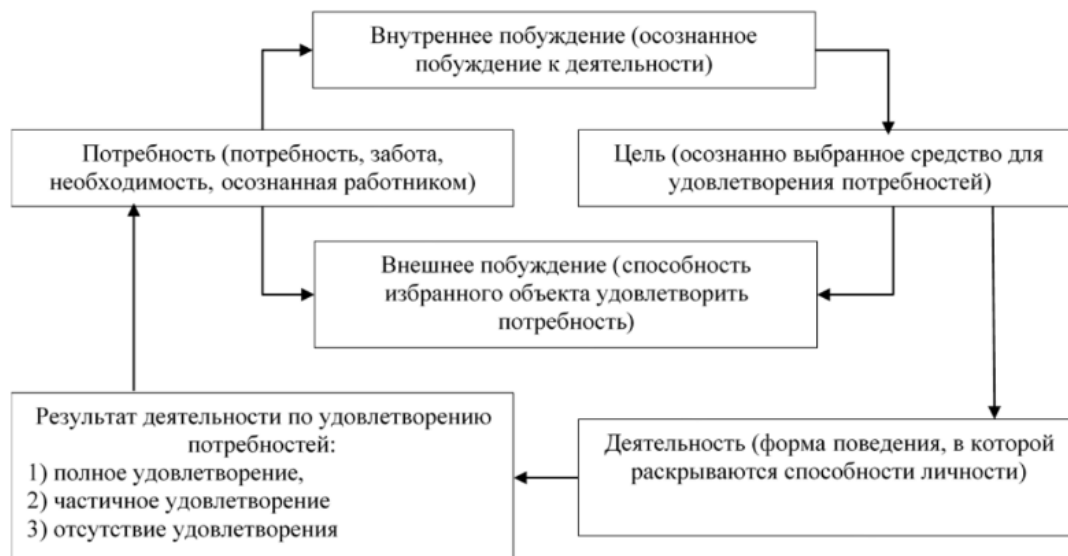
**Summary:** The relevance of the study of the effectiveness indicators of the personnel motivation system lies in the fact that the well-being of employees and the overall effectiveness of the company at the current stage are closely interrelated, which makes human resources a key factor for the development of the organization. The best results are achieved when the company and its employees benefit from working together. To do this, it is necessary to form a comprehensive understanding of the motivation of each employee and create conditions that will encourage all specialists to work better

**Keywords:** motivation system, efficiency assessment, labor motivation, staff turnover, labor productivity, evaluation methods, motivation theory

Система мотивации персонала является важным фактором успеха любой организации. В сфере организационного менеджмента руководству в настоящее время предстоит не только определить ключевые цели развития компании, но и выбрать подходящих сотрудников, которые могут существенно повлиять на решение внутренних проблем и улучшение результатов деятельности организации. Важнейшую роль в этом процессе играет мотивация персонала, так как она напрямую влияет на эффективность работы сотрудников, их вовлеченность и стремление достигать поставленных целей, что, в свою очередь, способствует успешному развитию компании.

Мотивация персонала – это процесс мотивации сотрудников к труду, который включает использование мотивов поведения человека для удовлетворения своих потребностей посредством трудовой деятельности [1, с. 154].

Конечным результатом мотивации становится достижение стратегической цели организации, заключающейся в обеспечении условий для её экономического роста и повышения конкурентоспособности. Чтобы лучше понять механизм мотивации, предлагаем обратиться к схеме процесса мотивации персонала (рис. 1) [2].



*Рис. 1. Процесс мотивации персонала.*

**Примечание:** рисунок составлен на основе источника [2, с 55 ].

Показатели эффективности играют роль количественных и качественных критериев, характеризующих деятельность управленческого субъекта, независимо от того, анализируется ли работа отдельного сотрудника, отдела или всей организации.

Для оценки эффективности системы стимулирования персонала используются показатели, которые должны соответствовать следующим принципам:

- **Валидность** — показатели должны быть согласованы с целями и задачами системы мотивации.
- **Информативность** — они должны отражать текущее состояние системы управления и давать возможность прогнозировать будущие результаты с заданной точностью.
- **Доступность** — показатели должны обеспечивать возможность легкого сбора исходных данных и их анализа.
- **Динамичность** — важно учитывать изменения показателей во времени, так как их значение в конкретный момент времени ограничено, а анализ динамики является ключевым аспектом [3].

По мнению С. В. Ильченко, значение человеческих ресурсов как основного фактора, который может оказать существенное влияние на успех компании, на современном этапе трудно переоценить [4, с. 2]. Регулирование поведения сотрудников выходит за рамки повседневной жизни и распространяется на сферу занятости, определяемую существующими потребностями, возможностями и соответствием конкретным установкам и ожиданиям.

Одними из наиболее сильных мотиваторов являются те, которые имеют высокую ценность для сотрудников. Согласно данным Wiley [5], существует пять ключевых факторов, влияющих на мотивацию работников: достойная заработная плата, осознание важности выполненной работы, гарантия занятости, возможности карьерного роста и наличие интересной работы. Достойная заработная плата является универсальным мотиватором, ценимым всеми сотрудниками независимо от их пола, профессии, возраста, уровня дохода или статуса занятости. При этом такие факторы, как карьерное продвижение и интерес к выполняемой работе, стимулируют сотрудников к максимально качественному выполнению своих обязанностей [5].

А. Р. Салимжанова определяет мотивацию персонала как действия, направленные на усиление интереса сотрудников к своей профессиональной деятельности и повышение их продуктивности [6]. Для изучения типов мотивации персонала был проведен специальный опрос, результаты которого выделили три основных типа: материальная, нематериальная и социальная мотивация.

Среди методов нематериальной мотивации наиболее эффективными оказались: признание заслуг и похвала, поддержание благоприятной психологической атмосферы, предоставление возможностей для повышения квалификации, карьерного роста и личностного развития.

Опираясь на эти результаты, руководители могут учитывать разнообразие подходов к мотивации персонала и комбинировать различные методы стимулирования. Грамотно подобранные инструменты материальной, нематериальной и социальной мотивации позволяют не только повысить производительность труда, но и добиться максимальной отдачи и лояльности сотрудников.

Таким образом, создание эффективной системы мотивации персонала в организации стало необходимостью в современном управлении. Главная цель разработки и реализации системы мотивации и стимулирования сотрудников заключается в поддержке достижения целей организации, как отмечают в своей работе Т. В. Задорова, С. А. Шигильчева и Т. А. Богатова [7, с. 559]. Привлекая и удерживая квалифицированных специалистов, в первую очередь через создание надежной и стабильной мотивации, основанной на комплексных стимулах, организация может эффективно достичь своих целевых показателей.

В.А. Баранов и В.В. Кукарцев с соавторами [8] исследовали методы управления персоналом, ориентированные на создание благоприятного психологического климата и раскрытие потенциала сотрудников с минимальными затратами. Эффективность нематериальных стимулов, таких как признание достижений, комфортная рабочая среда и возможности для обучения, была подтверждена повышением продуктивности и удовлетворенности сотрудников.

Авторы предложили разработку программного продукта для руководителей, который позволит анализировать состояние коллектива, выявлять потребности и внедрять подходящие методы нефинансового стимулирования. Это повысит точность управления и мотивации, обеспечивая индивидуализированный подход и улучшая рабочие условия. [8]

Макушкиным С.А. [9] подробно изучены мотивационные процессы, способствующие повышению эффективности работы персонала на российских предприятиях в различных отраслях. Исследование показало, что многие компании отдают предпочтение сдельной форме оплаты труда для большинства сотрудников, однако премиальные выплаты используются недостаточно активно.

При этом такие важные аспекты, как материальное неденежное и нефинансовое стимулирование персонала, зачастую остаются без должного внимания. Это является недостатком, поскольку игнорирование данных факторов ограничивает возможности комплексной мотивации работников и не способствует созданию благоприятных условий для их вовлеченности и производительности.

Применение «негативных» материальных стимулов, таких как штрафы, на многих из изученных предприятий вызывает сомнения в их эффективности как инструмента мотивации. Автор исследования считает, что такие методы следует заменить на дифференцированные бонусы, которые способны стимулировать сотрудников более конструктивно.

Каждая организация разрабатывает свою уникальную мотивационную политику, основываясь на таких факторах, как состав персонала, региональные особенности, уровень заработных плат на рынке труда и менталитет сотрудников. При этом подходы к мотивации могут существенно различаться не только между предприятиями, но и в зависимости от национальных и культурных особенностей разных стран. Это

подчеркивает необходимость учета специфики каждого коллектива при разработке эффективной системы мотивации. [10]

Знание того, как мотивировать свою рабочую силу, принесет плоды в виде эффективной работы с полным энтузиазмом сотрудников, что поможет компании достичь своих целей, повысить прибыли. Относиться к своим работникам с уважением, которое способствует вдумчивости и сильной мотивации, означает позволить им обрести уверенность в себе.

Работа с персоналом означает совместный рост и обучение, приобретение новых навыков и получение нового опыта. И опять же, сотрудники будут чувствовать себя нужными и услышанными (рис. 2).

Повышение лояльности сотрудников	• Кошм работники мотивированы работать, они, как правило, прилагают максимум усилий к задачам, которые им поручают
Повышение удовлетворенности сотрудников	• Удовлетворенность сотрудников важна для каждой компании, поскольку это может привести к положительному росту для компании
Постоянное развитие сотрудников	• Мотивация может способствовать достижению работником своих личных целей, саморазвитию личности. Как только он достигнет своих первоначальных целей, он поймет четкую связь между усилиями и результатами, что побудит его работать на высоком уровне
Повышение эффективности работы сотрудников	• Чтобы компания получила наилучшие результаты работник должен иметь хороший баланс между способностью выполнять задачу и готовностью выполнить ее
Дисциплина	• мотивация способствует самодисциплине преданные работники дисциплинируют себя, они чувствуют, что тем сайпсм они способствуют развитию собственного интереса
Снижение уровня текучести кадров	• это может привести к снижению затрат на обучение и найм

**Рис. 2.** Описание преимуществ мотивированных работников.

**Примечание:** рисунок составлен на основе источника [2, с 59].

Отметим, что мотивация важна как для человека, так и для бизнеса в целом (рис. 3).

<p>Мотивация важна для человека, поскольку:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• мотивация поможет человеку достичь своих личных целей.</li> <li>• мотивированный человек – довольный работой человек.</li> <li>• мотивация поможет в саморазвитии личности</li> <li>• человек получает больше опыта и навыков, работая с динамической командой.</li> </ul>	<p>Мотивация важна для бизнеса, поскольку:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• чем сильнее мотивированы сотрудники, тем сильнее команда.</li> <li>• чем больше человек работает в команде и проявляется индивидуальный вклад работника, тем выгоднее и успешнее бизнес.</li> <li>• лучшая адаптивность в течение периода внесения изменений, больше возможностей для адаптации и творчества,</li> <li>• мотивация приведет к оптимистичному отношению к работе, а также к созданию и принятию новых задач для себя, что, в свою очередь, будет поддерживать здоровую конкуренцию на рабочем месте.</li> </ul>
---	--

**Рис. 3.** Значение мотивации для сотрудников и бизнеса

**Примечание:** рисунок составлен на основе источника [2, с 60].

**Вывод:** Таким образом, исследование подтвердило ключевую роль мотивации персонала в повышении эффективности управления предприятием и углубило теоретические основы ее понимания.

Мотивация — это внутреннее состояние, вызванное потребностями, которое активизирует и направляет действия человека к достижению целей. Удовлетворение потребностей устраняет дискомфорт, а активные действия способствуют их реализации. Поскольку потребности человека бесконечны, мотивация представляет собой непрерывный процесс, основанный на взаимодействии мотивов, стимулов и интересов.

Эффективное управление предприятием требует системы мотивации, которая способствует развитию персонала и компании. Рост предприятия достигается благодаря мотивированным сотрудникам, чьи потребности удовлетворены посредством адекватных методов стимулирования.

Лояльность работников обеспечивается их вовлеченностью в управление. Это не только повышает их продуктивность, но и укрепляет имидж компании, улучшая ее результаты на рынке.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Управление персоналом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под ред. О. А. Лапшовой. М.: Юрайт, 2023. 406 с.
2. Присяжнюк А.Ю. Мотивация как основа повышения эффективности управления персоналом // Гуманитарный научный вестник. 2023. №9. С. 52-62. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2023/09/Prisyazhnyuk.pdf>
3. Никифорова Л. Х. Подходы к оценке эффективности систем мотивации персонала // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — 2016. — № 6. — URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2016/06/11632>. (дата обращения: 22.11.2023).
4. Ильченко С. В. Показатели эффективности системы мотивации в процессе управления персоналом организации // Вестник экспериментального образования. — 2021. — № 4 (29). — С. 1–7.
5. Wiley, C. What motivates employees according to over 40 years of motivation surveys / C. Wiley. — DOI 10.1108/01437729710169373 // International journal of manpower. — 1997. — Vol. 18, issue 3. — P. 263–280.
6. Салимжанова, А.Р. Эффективные методы мотивации персонала / А.Р. Салимжанова // XLVI итоговая студенческая научная конференция Удмуртского государственного университета. — 2018. — С. 205–207.
7. Задорова Т. В., Шигильчева С. А., Богатова Т. А. Оценка эффективности системы мотивации персонала организации // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». — 2021. — № 4. — С. 559–566.
8. Automation of personnel management of the enterprise based on intangible stimulation / V.A. Baranov, V.V. Kukartsev, A.A. Boyko [et al]. — DOI 10.1088/1742-6596/1333/7/072026 // Journal of Physics: Conference Series. — 2019. — Vol. 1333, issue 7. — Article 072026.
9. Makushkin, S.A. Company's personnel motivation / S.A. Makrushkin // Revista espacios. — 2019. — Vol. 40, issue 40. — P. 1–16.

**Сведения об авторах:** Лемяцких Диана Александровна – студент 4 курса ВШЭиУ, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [azaza.lem@mail.ru](mailto:azaza.lem@mail.ru)

**Авторлар туралы мәліметтер:** Лемяцкий Диана Александровна-4 курс студенти Экономика және басқару Жоғары мектебі, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: [azaza.lem@mail.ru](mailto:azaza.lem@mail.ru)



**Information about the authors:** Lemyatskikh Diana Alexandrovna – 4th year student of the Higher School of Economics, Caspian Public University, e-mail: azaza.lem@mail.ru

УДК: 336.71

## РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО БАНКА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ли В.Ю.<sup>1</sup>

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
научный руководитель м.э.н., Большекбаева К.О.

**Аннотация.** Статья рассматривает ключевую роль национальных банков в современной мировой экономике. Она анализирует миссию и функции национальных банков в контексте обеспечения финансовой стабильности, роста и развития экономики. Подробно рассматривается влияние денежной политики нац. банков на мировые финансовые рынки, их роль в преодолении экономических кризисов и поддержке устойчивого экономического роста. Автор выделяет основные стратегии и инструменты, которыми национальные банки пользуются для достижения своих целей, а также рассматривает вопросы международного сотрудничества и координации действий между национальными банками различных стран. Статья подчеркивает важность роли национальных банков в поддержании устойчивости мировой финансовой системы и обеспечении благополучия глобальной экономики.

**Ключевые слова.** Национальный банк, экономика, капитал, инфляция, регулирования, макроэкономика.

## ОРТАЛЫҚ БАНКТИҢ ӘЛЕМДІК ЭКОНОМИКАДАҒЫ РӨЛІ

Ли В. Ю.<sup>1</sup>

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
Ғылыми жетекші э.ғ.м., Бөлшекбаева Қ.О.

**Аннотация.** Мақала халық банктердің қазіргі әлемдік экономикадағы шешуші рөлін қарастырады. Ол қаржылық тұрақтылықты, экономиканың өсуі мен дамуын қамтамасыз ету контекстінде орталық банктердің миссиясы мен функцияларын талдайды. Орталық банктердің ақша саясатының әлемдік қаржы нарықтарына әсері, олардың экономикалық дағдарыстарды еңсерудегі және тұрақты экономикалық өсуді қолдаудағы рөлі егжей-тегжейлі қарастырылады. Автор Орталық банктердің өз мақсаттарына жету үшін пайдаланатын негізгі стратегиялары мен құралдарын бөліп көрсетеді, сондай-ақ әртүрлі елдердің орталық банктері арасындағы халықаралық ынтымақтастық пен іс-қимылды үйлестіру мәселелерін қарастырады. Мақала орталық банктердің әлемдік қаржы жүйесінің тұрақтылығын сақтаудағы және жаһандық экономиканың әл-ауқатын қамтамасыз етудегі рөлінің маңыздылығын көрсетеді.

**Түйінді сөздер.** Халық банк, экономика, капитал, инфляция, реттеу, макроэкономика.

## THE ROLE OF THE CENTRAL BANK IN THE GLOBAL ECONOMY

Li V.Y.<sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
scientific supervisor, Master of Economic Sciences, Bolshekbaeva K.O.

**Abstract.** The article examines the key role of national banks in the modern global economy. She analyzes the mission and functions of central banks in the context of ensuring financial stability, growth and economic development. The influence of the monetary policy of central banks on global financial markets, their role in overcoming economic crises and supporting sustainable economic growth is considered in detail. The author identifies the main

strategies and tools that central banks use to achieve their goals, and also examines issues of international cooperation and coordination between central banks of different countries. The article emphasizes the importance of the role of central banks in maintaining the stability of the global financial system and ensuring the well-being of the global economy.

**Keywords.** National bank, economy, capital, inflation, regulation, macroeconomics.

Национальные банки являются основополагающими институтами в мировой финансовой системе, играя ключевую роль в обеспечении стабильности и эффективного функционирования экономики. В современном мире их влияние и значимость стремительно растут, в связи с чем возрастает интерес к их деятельности и роли в мировой экономике. В данной статье мы проведем анализ роли национального банка в мировой экономике, рассмотрим его основные функции, влияние на финансовые рынки и экономический рост, а также исследуем перспективы его развития в условиях современной глобализации и вызовов мировой экономики.

В современном мире, где экономические связи становятся все более глобальными и взаимозависимыми, нац. банки играют важнейшую роль в обеспечении стабильности и процветания мировой экономики. Их функции простираются от контроля инфляции и управления денежной политикой до обеспечения финансовой устойчивости и регулирования финансовых рынков. В этой статье мы погрузимся в роль нац. банка в мировой экономике, исследуем его влияние на глобальные финансовые процессы, а также рассмотрим, какие вызовы и перспективы стоят перед ним в современном мире.

Методы исследования

Для исследования роли национального банка в мировой экономике можно использовать различные методы. Например, анализ литературы, включая теории и предшествующие исследования по теме, проведение качественных интервью с экспертами и представителями национальных банков, анализ политики и документов, компаративный анализ между различными национальными банками, а также исторический анализ, включающий изучение прошлых примеров воздействия национальных банков на экономическую стабильность и финансовую систему.

Национальный банк – это государственное учреждение с монополией в финансовой системе страны. НБ оказывает финансовые и банковские услуги правительству и коммерческим банкам, поэтому он имеет большое значение для экономики в целом. Соответствующие рамки денежно-кредитной политики определяют основную деятельность НБ [1].

Опыт показывает, что национальные банки функционируют лучше всего, когда они действуют независимо от правительства. Тем не менее, случается и так, что власть в некоторых странах иногда влияет на денежно-кредитную политику. Однако банк должен заботиться только о фискальной (т.е. налогово-бюджетной) политике. Многие развивающиеся страны ещё не достигли полного перехода от контролируемой экономики к свободной. Вместо этого они по-прежнему хотят сохранить контроль над экономической сферой. Тем не менее, такое поведение часто можно наблюдать именно в промышленно развитых странах, особенно когда их экономика разрушается.

Зачем нужен национальный банк? Предполагается, что НБ служат общественным интересам. Однако отдельные задачи различаются в зависимости от конкретного нац. банка. Наиболее важными обязанностями обычно являются поддержание стабильности цен и, в некоторых случаях, содействие полной занятости и росту ВВП. Нац. банк выполняет свою работу с помощью анализа и инструментов денежно-кредитной политики. Многие национальные банки стремятся к целевому уровню инфляции в 2%.

Главная задача национального банка – контролировать денежную массу. Следствием использования этих инструментов могут стать девальвация и связанная с ней инфляция. Это может привести к разрушительной спирали роста заработной платы и цен. Так создаётся порочный круг, в котором растущие цены заставляют рабочих требовать повышения заработной платы. Это, в свою очередь, происходит за счет маржи компаний,

которые в ответ вынуждены повышать свои цены. Впоследствии потребители реагируют, требуя повышения заработной платы. У нац. банка есть и другие задачи. К ним относится печать банкнот и монет. Он также обеспечивает бесперебойное функционирование платежных систем и торговли финансовыми инструментами. Кроме того, НБ также управляет валютными резервами и информирует общественность о состоянии экономики. НБ осуществляет надзор за коммерческими банками и следит за тем, чтобы они не брали на себя чрезмерные риски. В этом контексте Национальный банк влияет на коэффициент резервирования [2].

Как связаны коммерческие банки и НБ? В большинстве случаев коммерческие банки занимают на короткий срок капитал у НБ. Взамен они должны внести за это залог. Для этой цели могут быть использованы государственные или корпоративные облигации.

Национальный банк выдает долгосрочные кредиты в обмен на краткосрочные депозиты. Однако из-за этого у НБ может возникнуть проблемы с ликвидностью, поскольку он не может быстро увеличить её объём. В такой ситуации банк затем помогает стабилизировать финансовую систему. Коммерческий банк также обычно не обладает достаточной ликвидностью для удовлетворения спроса. Следовательно, он может занимать средства у национального банка. Вклады НБ в коммерческий банк зависят от его средств. Например, н банк может требовать соотношения 1:10, чтобы предоставить коммерческому банку кредит. Однако НБ также может вообще не требовать резервирования. Процентная ставка, которую коммерческие банки должны платить национальным банкам, называется учётной ставкой. Затем коммерческие банки занимают деньги у нац. банка для удовлетворения требований частичного банковского резервирования. В связи с этим банки должны иметь достаточное количество денег для обслуживания ежедневных снятий средств. Остальная часть денег выдается займы под более высокую процентную ставку, чем коммерческие банки получают от НБ.

Что такое интервенция НБ? Как это влияет на финансовые рынки? Чтобы контролировать уровень инфляции, национальный банк использует два типа денежно-кредитной политики: стимулирующий и ограничительный. Иными словами, НБ увеличивает или снижает количество денег, чтобы контролировать их обесценивание. Банк может предоставить больше ликвидности, например, с помощью покупки государственных облигаций или снижением процентной ставки.

Как ограничительная политика НБ влияет на экономику? Когда экономика и ВВП растут, все зарабатывают больше. А значит, больше тратят. Экономика продолжает расти, большие денежные средства встречаются с меньшим количеством товаров, что приводит к инфляции. Причиной тому – денежная масса растёт быстрее, чем предложение товаров, и следующий за этим рост цен. Если этот процесс не контролируется национальным банком, он может привести к печальным последствиям. Но инфляция может разгореться и под влиянием недостатка предложения, вызванного проблемами с цепочками поставок (как во время пандемии). Другая причина – скорость денежного обращения: если 100 \$ тратятся раз в год, это приводит к меньшей инфляции, чем если они тратятся 10 раз за тот же промежуток времени. Поэтому сокращение скорости оборота действует так же, как повышение процентной ставки, и наоборот.

В идеале национальный банк повышает процентные ставки, когда экономика хорошо развивается и уровень безработицы низкий. В таком случае НБ ограничивает инфляцию ещё до того, как спираль зарплаты/цены приводит к падению валюты. С другой стороны, если процентные ставки растут, это повышает стоимость займов и приводит к высоким долгам правительств, компаний и даже частных домохозяйств. Однако повышение процентной ставки также приводит к притоку многих других финансовых ресурсов в валюту. В конце концов, инвестиции в другие активы становятся более выгодными. Инвесторы в облигации, например, также пытаются получить привлекательную дополнительную прибыль за счёт разницы в курсах валют.

Другим фактором контексте являются заёмщики из других стран. Потому что они, например, могут застраховаться от повышения курса доллара США, когда валюта кредита подорожает, избегая возможного банкротства. Также актуально то, что товары и услуги из страны станут доступны по более низкой цене. Таким образом, для зарубежной страны становится более привлекательным получать предложения со скидкой. Это, в свою очередь, окажет благотворное влияние на экспорт региона.

Как стимулирующая политика НБ влияет на экономику? Когда экономика сжимается и имеет отрицательный ВВП, это называется дефляцией, то есть негативной инфляцией.

Нац. банк начинает снижать процентную ставку, чтобы стимулировать экономику. В результате компании начинают брать больше кредитов, создавать рабочие места и расти. Что не может не привести вновь к инфляции. Низкая процентная ставка и дефляция валюты могут также повлиять на повышение цен импорта, так как цены на товары и услуги становятся более дорогими. Из-за этого инфляция также начинает расти.

Как использовать решения НБ для трейдинга? Ключевая процентная ставка – это самый главный фактор развития рынков. Индексы значительно зависят от их продуктов и ожиданий. Это один из самых главных индикаторов в торговле, так как он влияет на рынок акций и валют, рынок товаров, облигаций и недвижимости. Однако в некоторых случаях даже отдельные заявления руководителей НБ могут служить первоначальными признаками изменения политики. Поэтому участники рынка внимательно следят за каждым словом руководством национальных банков, особенно ФРС США.

Национальные банки остаются неотъемлемой частью мировой экономики, выполняя ключевые функции, необходимые для обеспечения ее стабильности и устойчивости. В ходе нашего рассмотрения роли нац. банков мы видели, что их влияние простирается на множество аспектов экономической деятельности, начиная от монетарной политики и заканчивая управлением международными финансовыми отношениями.

Одной из основных задач национальных банков является обеспечение финансовой стабильности. Они играют ключевую роль в предотвращении финансовых кризисов и минимизации их последствий, осуществляя надзор за банковской системой, управляя макропруденциальной политикой и обеспечивая ликвидность в периоды нестабильности.

Монетарная политика также находится в центре деятельности национальных банков. Они используют инструменты управления денежным предложением и процентными ставками для достижения своих целей, таких как обеспечение стабильности цен и поддержание экономического роста. Управление валютными резервами и международными валютными операциями также составляют значительную часть работы национальных банков. Они стремятся поддерживать стабильность национальной валюты и содействовать стабильности мировой финансовой системы через участие в международном сотрудничестве. В целом, роль национальных банков в мировой экономике невозможно переоценить. Они являются опорой финансовой системы, гарантирующей ее эффективное функционирование и стабильное развитие. Непрерывная эволюция и адаптация национальных банков к изменяющимся условиям и вызовам мировой экономики позволяют им успешно справляться с различными вызовами и оставаться ключевым институтом в сфере финансового регулирования [3].

Таким образом, дальнейшее развитие национальных банков и их усиленное сотрудничество на международном уровне играют решающую роль в обеспечении стабильности мировой экономики и достижении устойчивого и равномерного экономического роста.

Монетарная политика также находится в центре деятельности национальных банков. Они используют инструменты управления денежным предложением и процентными ставками для достижения своих целей, таких как обеспечение стабильности цен и поддержание экономического роста. Управление валютными резервами и

международными валютными операциями также составляют значительную часть работы национальных банков. Они стремятся поддерживать стабильность национальной валюты и содействовать стабильности мировой финансовой системы через участие в международном сотрудничестве.

В целом, роль национальных банков в мировой экономике невозможно переоценить. Они являются опорой финансовой системы, гарантирующей ее эффективное функционирование и стабильное развитие. Непрерывная эволюция и адаптация национальных банков к изменяющимся условиям и вызовам мировой экономики позволяют им успешно справляться с различными вызовами и оставаться ключевым институтом в сфере финансового регулирования.

Таким образом, дальнейшее развитие национальных банков и их усиленное сотрудничество на международном уровне играют решающую роль в обеспечении стабильности мировой экономики и достижении устойчивого и равномерного экономического роста.

### Список литературы

1. Мировые центральные банки. [Электронный ресурс]. - URL: [https://takemytime.ru/sobstvenniki-biznesa/#:~:text=Владелец% \(дата посещения: 15.04.2024\)](https://takemytime.ru/sobstvenniki-biznesa/#:~:text=Владелец%20(дата%20посещения:15.04.2024))
2. Управление экономикой. [Электронный ресурс]. - URL: <https://asp-edo.ru/blog/upravlenie-kapitalom-chto-vliyaet-na-effektivnost-raboty-deneg-v-biznese-i-kak-eye-povysit> (дата посещения: 15.04.2024.)
3. О.А. Хасанов, В.П. Якутов. Управление структурой капитала и заимствования. [Электронный ресурс].- 2019. - URL: [https://economy.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2019/5-2019/12\\_Droganov-Sokolov.pdf](https://economy.spbstu.ru/userfiles/files/articles/2019/5-2019/12_Droganov-Sokolov.pdf) (дата посещения: 16.04.2024)
4. Пирожков П.Ф. Проблемные аспекты управления собственным капиталом компании. [Электронный ресурс]. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemnye-aspekty-upravleniya-sobstvennym-kapitalom-kompanii/viewer> ( дата посещения: 16.04.2024)
5. Удалова Р.О. Современные подходы к оптимизации структуры капитала. [Электронный ресурс]. - 2019. -URL: <https://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2019/2/financeandcredit/Kornilova.pdf> ( дата посещения: 17.04.2024)

#### Информация об авторе

Ли Владислав Юрьевич- студент, Каспийского Общественного университета, Казахстан, Алматы, e-mail: [sabyr.01@mail.ru](mailto:sabyr.01@mail.ru)

#### Автор туралы мәліметтер

Ли Владислав Юрьевич - студент, Каспий қоғамдық университет, Қазақстан, Алматы, e-mail: [sabyr.01@mail.ru](mailto:sabyr.01@mail.ru)

#### Information about the author

Lee Vladislav Yurievich - student, Caspian Public University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: [sabyr.01@mail.ru](mailto:sabyr.01@mail.ru)

УДК 659.1

## МАРКЕТИНГ УСТОЙЧИВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ВЛИЯНИЕ ESG – ФАКТОРОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Лойко М. <sup>1</sup>

Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
Научный руководитель: к.э.н., ассоциированный профессор Амиргалиева А.Х.

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние ESG-факторов (экология, социальная ответственность, корпоративное управление) на потребительские предпочтения в условиях растущей осознанности общества. Особое внимание уделено экологической составляющей, роли социальной ответственности и прозрачности бизнеса. На основе данных, собранных в Казахстане, проанализированы ключевые барьеры и возможности для продвижения устойчивого потребления. Статья демонстрирует значимость ESG как инструмента формирования устойчивого будущего.

**Ключевые слова:** ESG-факторы, устойчивое потребление, экологическая ответственность, социальная ответственность, экомаркировка, лояльность потребителей, осознанное потребление.

## **ТҰРАҚТЫ ТҰТЫНУ МАРКЕТИНГІ: ESG ФАКТОРЛАРЫНЫҢ ТҰТЫНУШЫЛАРДЫҢ ҚАЛАУЫНА ӘСЕРІ**

**Лойко М.<sup>1</sup>**

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Амиргалиева А.Х.

**Аңдатпа.** Мақалада ESG факторларының (экология, әлеуметтік жауапкершілік, корпоративтік басқару) қоғамның өсіп келе жатқан санасы жағдайында тұтынушылардың қалауына әсері қарастырылады. Экологиялық құрамдас бөлікке, әлеуметтік жауапкершілік пен бизнестің ашықтығына ерекше назар аударылады. Қазақстанда жиналған деректер негізінде тұрақты тұтынуды ілгерілету үшін негізгі кедергілер мен мүмкіндіктер талданды. Мақала тұрақты болашақты қалыптастыру құралы ретінде ESG маңыздылығын көрсетеді.

**Түйін сөздер:** ESG-факторлар, тұрақты тұтыну, экологиялық жауапкершілік, әлеуметтік жауапкершілік, экомаркинг, тұтынушылардың адалдығы, саналы тұтыну.

## **SUSTAINABLE CONSUMPTION MARKETING: THE IMPACT OF ESG FACTORS ON CONSUMER PREFERENCES**

**Loiko M.<sup>1</sup>**

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
Scientific supervisor: Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Amirgaliyeva  
A.

**Summary.** The article examines the influence of ESG factors (ecology, social responsibility, corporate governance) on consumer preferences in the context of growing awareness of society. Special attention is paid to the environmental component, the role of social responsibility and business transparency. Based on the data collected in Kazakhstan, the key barriers and opportunities for promoting sustainable consumption are analyzed. The article demonstrates the importance of ESG as a tool for shaping a sustainable future.

**Keywords:** ESG factors, sustainable consumption, environmental responsibility, social responsibility, eco-labeling, consumer loyalty, conscious consumption.

В условиях растущего внимания к экологическим и социальным вызовам концепция ESG (Environmental, Social, Governance) становится важнейшим элементом маркетинговой стратегии. Сегодня компании, внедряющие ESG-принципы, получают не только конкурентное преимущество, но и укрепляют доверие со стороны потребителей.

Согласно исследованиям McKinsey, 70% покупателей готовы платить премиальную цену за продукцию, соответствующую ESG-стандартам. [1]

Однако важность ESG выходит за рамки экологической составляющей (буквы "E"). Социальная ответственность и корпоративное управление играют не менее значимую роль в формировании доверия к бренду. Настоящая статья посвящена исследованию того, как ESG-факторы влияют на потребительские предпочтения и формируют стратегию устойчивого потребления.

Экологическая осознанность стала важным элементом потребительских решений. 72% опрошенных потребителей готовы доплачивать за экологически чистую продукцию, если она не уступает по качеству традиционным аналогам. [2] Эко-маркировка и упаковка из переработанных материалов привлекают внимание покупателей. Однако 44% респондентов заявили, что не всегда замечают экологические знаки на товарах, а 9% выражают недоверие к маркировке, указывая на проблему гринвошинга. [3]

Компании, злоупотребляющие экологической риторикой без реальных действий, рискуют потерять доверие. В то же время устойчивые бренды, демонстрирующие прозрачность своих действий, способны завоевать долгосрочную лояльность клиентов. [4]

Социальная составляющая ESG (буква "S") остается менее заметной для потребителей, хотя играет ключевую роль в устойчивом потреблении. В странах СНГ, включая Казахстан и Россию, молодежь (18-35 лет) чаще выбирает бренды, поддерживающие местных производителей или участвующие в социальных инициативах. [5] Например, проекты, направленные на инклюзию, гендерное равенство и поддержку местного бизнеса, пользуются повышенным доверием.

Согласно данным исследования NIQ (2023), в России почти 19% потребителей активно предпринимают действия в поддержку устойчивого развития, включая выбор фермерских продуктов и минимизацию отходов. [2] В Казахстане потребители все чаще обращают внимание на социальную справедливость и поддержку локального производства. [5]

Прозрачность корпоративного управления (буква "G") оказывает значительное влияние на доверие к бренду. Согласно исследованиям, 77% покупателей готовы отказаться от продукции компаний, замеченных в нарушении принципов устойчивости или "гринвошинге". [3] Это указывает на необходимость внедрения понятных и доступных стандартов отчетности.

Компании, которые публично демонстрируют свои успехи в области ESG через регулярные отчеты и образовательные инициативы, получают преимущество в борьбе за лояльность потребителей. [4] В Казахстане это особенно актуально для крупных ритейлеров и производителей, работающих с молодежной аудиторией. [5]

Для достижения успеха компании должны учитывать следующие аспекты:

1. Поддержка экологической ответственности:
  - Использование биоразлагаемых материалов.
  - Введение понятной и доступной эко-маркировки.
  - Образовательные кампании для повышения осведомленности о преимуществах устойчивого потребления. [1], [2].
2. Социальные инициативы:
  - Поддержка локальных сообществ и инициатив.
  - Интеграция принципов гендерного равенства и инклюзии.
  - Вовлечение потребителей в социальные проекты через программы лояльности. [3], [4]
3. Прозрачность и управление:
  - Разработка отчетов об устойчивом развитии.
  - Публичное раскрытие целей и показателей ESG.
  - Организация диалога с потребителями через открытые платформы. [2], [5].



Анализ данных показал, что 25% респондентов демонстрируют высокий уровень заботы о здоровье (>80%), что коррелирует с заинтересованностью в экологически чистой продукции. Это указывает на возможность использования аргументов, связанных с безопасностью для здоровья, в маркетинговых кампаниях.

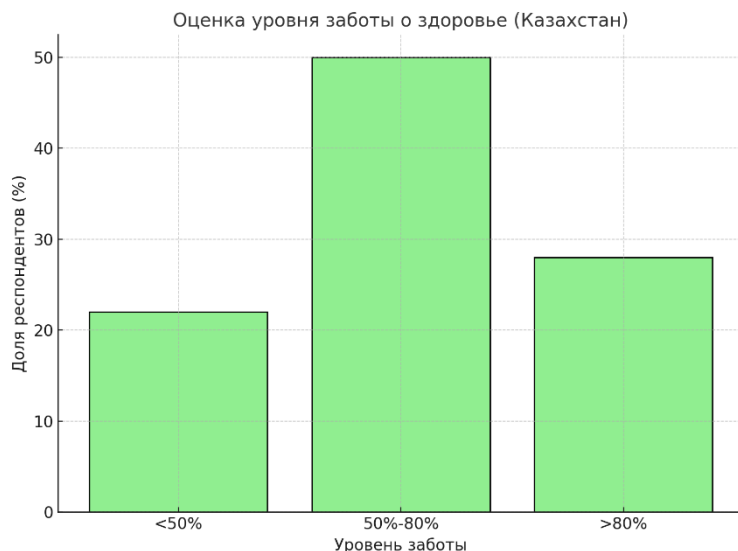


Рисунок 1 - Уровень заботы о здоровье.

Примечание: рисунок составлен на основе источника [2]

Более того, данный сегмент потребителей склонен отдавать предпочтение товарам, которые подчеркивают натуральность ингредиентов, минимальную обработку и практики устойчивого развития. Используя в маркетинговых сообщениях акценты на пользе для здоровья и экологической чистоте продукции, компании могут эффективно привлекать внимание этой аудитории.

Важно также отметить, что эта тенденция отражает растущий рынок потребителей, ценящих не только личное здоровье, но и здоровье планеты. Поэтому интеграция в коммуникации информации о снижении углеродного следа, поддержке органического земледелия и отказе от вредных химических веществ может усилить привлекательность бренда для этих покупателей.

Несмотря на рост популярности экологической продукции, 44% опрошенных не всегда замечают эко-маркировку, а 47% сомневаются в ее значимости.

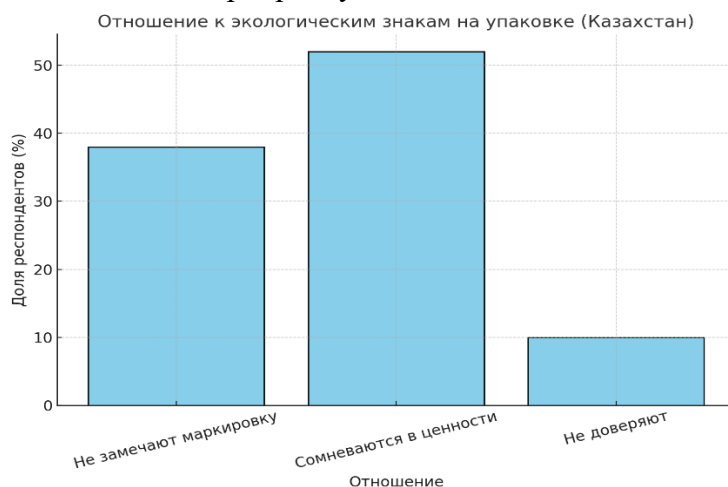


Рисунок 2 - Отношение к экологическим знакам на упаковке.

Примечание: рисунок составлен на основе источника [2]

Это свидетельствует о том, что значительная часть потребителей либо недостаточно осведомлена о существовании эко-маркировки, либо не доверяет ее достоверности. Такая ситуация создает препятствия для эффективного продвижения экологически чистых товаров и снижения их потенциала на рынке.

Для преодоления этого барьера компаниям следует усилить коммуникацию, направленную на информирование потребителей о значимости и надежности эко-маркировки. Это может включать образовательные кампании, разъясняющие критерии получения такой маркировки и ее преимущества для окружающей среды и здоровья человека.

Кроме того, стоит обратить внимание на дизайн и размещение эко-маркировки на упаковке продукции, чтобы сделать ее более заметной и привлекательной для покупателей. Использование ярких цветов, символов и понятных обозначений может повысить вероятность того, что потребители обратят на нее внимание.

Важно также работать над укреплением доверия к эко-маркировке путем сотрудничества с признанными экологическими организациями и независимыми сертификационными органами. Предоставление прозрачной информации о процессах производства и соблюдении экологических стандартов поможет снизить скептицизм среди потребителей.

В целом, повышение осведомленности и доверия к эко-маркировке может способствовать увеличению спроса на экологически чистые продукты. Это, в свою очередь, поможет компаниям не только укрепить свою позицию на рынке, но и внести вклад в устойчивое развитие и охрану окружающей среды.

Компании должны работать над прозрачностью своих инициатив и избегать гринвошинга. Это включает в себя развитие стандартизированных маркировок и улучшение информирования потребителей. [3]

1. Фокус на молодёжь. Молодёжная аудитория проявляет наибольшую чувствительность к ESG (Environmental, Social, and Governance) вопросам, что открывает возможности для целевых маркетинговых кампаний. Поколение Z и миллениалы всё чаще делают выбор в пользу брендов, которые демонстрируют экологическую ответственность и социальную осознанность. Используя социальные сети и цифровые платформы, компании могут эффективно взаимодействовать с этой аудиторией, продвигая свои ESG-инициативы и стимулируя осознанное потребление.

2. Комплексный подход. Успех ESG-инициатив требует интеграции экологической, социальной и управленческой составляющих. Компании, игнорирующие один из аспектов, рискуют потерять доверие потребителей. Например, организация может быть экологически ответственной, но если она не обеспечивает справедливые условия труда или прозрачность в управлении, это может негативно сказаться на её репутации. Комплексный подход позволяет создать устойчивую бизнес-модель, которая учитывает интересы всех стейкхолдеров и способствует долгосрочному развитию.

3. Развитие инфраструктуры. Удобные условия для раздельного сбора отходов и доступность экологически чистых товаров способствуют росту осознанного потребления. Инвестиции в инфраструктуру, такую как пункты приёма вторсырья или зарядные станции для электромобилей, делают экологичный выбор более доступным для потребителей. Кроме того, сотрудничество с государственными органами и некоммерческими организациями может усилить эффект от этих инициатив, создавая благоприятную среду для устойчивого образа жизни.

ESG-факторы становятся неотъемлемой частью маркетинга устойчивого потребления. Их интеграция позволяет компаниям не только укрепить свою репутацию, но и сформировать устойчивое общество. Внедрение ESG-стратегий требует долгосрочного подхода, основанного на прозрачности, социальной ответственности и экологической эффективности.

Компании, которые успешно внедряют ESG-принципы, могут привлекать более широкую базу потребителей, особенно среди тех, кто осознанно подходит к выбору товаров и услуг. Это способствует повышению лояльности клиентов и укреплению бренда на рынке. Кроме того, инвестиции в ESG-направления могут привести к улучшению финансовых показателей в долгосрочной перспективе, поскольку устойчивые практики снижают риски и открывают новые возможности для роста.

Важно, чтобы компании не ограничивались поверхностными мерами, а стремились к глубокой интеграции ESG-принципов во все аспекты своей деятельности. Это включает в себя разработку экологически чистых продуктов, обеспечение справедливых условий труда, поддержку местных сообществ и внедрение этических стандартов управления.

Также необходимо активно коммуницировать свои ESG-инициативы потребителям и стейкхолдерам, обеспечивая прозрачность и подотчетность. Использование достоверных и признанных стандартов отчетности поможет избежать обвинений в гринвошинге и укрепит доверие к компании.

В современном мире, где потребители и инвесторы всё больше обращают внимание на социальную и экологическую ответственность бизнеса, игнорирование ESG-факторов может привести к потере конкурентоспособности. Поэтому стратегическое внедрение ESG не только отвечает ожиданиям общества, но и является ключевым элементом устойчивого развития и долгосрочного успеха компаний.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. McKinsey: Потребительские предпочтения в эпоху устойчивого развития, 2023.
2. NIQ: Изменение отношения покупателей к ESG, 2023.
3. Ipsos: Понимание социально сознательных покупателей, 2022.
4. Напалкова А.А. Влияние потребительских ценностей на выбор экологичных товаров, Cyberleninka: 2022.
5. Socialist Agency: Роль бизнеса в достижении целей устойчивого развития ООН, 2022.
6. URL: [www.kz.undp.org](http://www.kz.undp.org)

УДК 659.1

### БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Макаева Т. Р.<sup>1</sup>, Бавдунова А. Н.<sup>2</sup>

Научный руководитель: Ащеулова Н. А.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** В статье рассматривается брендинг как стратегический инструмент повышения эффективности деятельности предприятия. Освещаются основные элементы бренда и этапы брендинга, их влияние на восприятие потребителей и на экономическую эффективность компании. Сделан акцент на значении брендинга для устойчивости компании в условиях высокой конкуренции.

**Ключевые слова:** брендинг, конкуренция, рыночная стратегия, экономическая эффективность, лояльность потребителей, формирование имиджа, уникальность бренда.

## БРЕНДИНГ КӘСПОРЫН ҚЫЗМЕТІНІҢ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Макаева Т. Р.<sup>1</sup>, Бавдунова А. Н.<sup>2</sup>

Ащеулова Н.А.<sup>3</sup>, аға оқытушы

<sup>1,2,3</sup> Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

**Аннотация:** Мақалада брендинг кәсіпорын қызметінің тиімділігін арттырудың стратегиялық құралы ретінде қарастырылады. Брендтің негізгі элементтері мен брендтеудің сатылары және олардың тұтынушылар қабылдауына және компанияның экономикалық тиімділігіне әсері талқыланады. Жоғары бәсекелестік жағдайында брендингтің компания тұрақтылығын қамтамасыз етудегі маңызына назар аударылған.

**Түйінді сөздер:** брендинг, бәсекелестік, нарықтық стратегия, экономикалық тиімділік, тұтынушылардың адалдығы, имидж қалыптастыру, брендтің бірегейлігі.

## BRANDING AS A TOOL TO IMPROVE BUSINESS PERFORMANCE

Макаева Т.Р.<sup>1</sup>, Bavdunova A.N.<sup>2</sup>

Ascheulova N.A.<sup>3</sup>, Senior lecturer

<sup>1,2,3</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract:** The article examines branding as a strategic tool for improving business performance. It highlights the main elements of a brand and the stages of branding, as well as their impact on consumer perception and the economic efficiency of companies. Emphasis is placed on the importance of branding in ensuring business sustainability in a highly competitive environment.

**Keywords:** branding, competition, market strategy, economic efficiency, consumer loyalty, image building, brand uniqueness.

Современные условия рынка характеризуются высокой степенью конкуренции, насыщенностью товаров и услуг, а также изменчивостью предпочтений потребителей. В таких условиях возникает необходимость внедрения стратегических инструментов, позволяющих компаниям выделяться среди конкурентов, укреплять рыночные позиции и повышать экономическую эффективность. Одним из таких инструментов является брендинг.

Брендинг представляет собой комплекс мероприятий, направленных на формирование уникального образа товара, услуги или компании, способствующего их узнаваемости и укреплению доверия потребителей. Это не просто создание логотипа или слогана, а разработка и реализация стратегии, охватывающей все аспекты взаимодействия компании с рынком.

Рассмотрим основные элементы брендинга, его этапы и влияние на эффективность деятельности предприятия на основе анализа теоретических материалов.

### 1. Понятие брендинга

Существует несколько научных определений понятия «бренд». Один из них описывает бренд как адаптированную и сокращенную версию английского термина brand-name («brand» — клеймо, знак, марка), что подчеркивает его идентификационную функцию.

Другие трактуют бренд как совокупность характеристик товара, включая имидж, эксплуатационные и технические свойства, которые позволяют владельцу марки не только выделяться на рынке, но и использовать саму марку в качестве продукта или услуги.

Одним из наиболее признанных определений является определение, предложенное Ф. Котлером и Американской ассоциацией маркетинга (АМА), хотя оно достаточно сложное. Более простое и точное понимание бренда можно выразить следующим образом: бренд — это образ торговой марки в сознании потребителя, который влияет на его покупательский выбор среди множества предложений на рынке.

Т. Гэд и А. Розенкрейц рассматривают бренд как инструмент управления бизнесом, который помогает решать задачи, связанные с восприятием потребителей и сотрудников, а также управлением отношениями к новым бизнес-идеям [1].

Таким образом, бренд включает в себя несколько ключевых элементов: образ торговой марки, торговый знак, индивидуальное восприятие, покупательский выбор и конкуренция. Эти элементы взаимосвязаны через такие мероприятия как, реклама и PR, которые формируют в сознании потребителя образ, соответствующий его ожиданиям и требованиям. Этот образ стимулирует действия, такие как внимание и покупка, и, таким образом, бренд ориентирует потребителя на выбор конкретного товара или услуги.

Торговая марка – маркетинговое понятие, которое используется для обозначения внешнего оформления товара с целью его идентификации и отличия от конкурентов. Торговая марка представляет собой комплекс фирменных атрибутов товара – символа, цвета, шрифта, фирменной сигнатуры, а также слогана, персонажей и других идентифицирующих товар признаков, формирующих его единый целостный образ. Отдельные элементы торговой марки подлежат правовой защите, как правило, фирменный символ регистрируется как товарный знак. Вместе с тем торговая марка содержит характеристики и признаки, не охраняемые в режиме объектов интеллектуальной собственности [2].

Эмоциональная составляющая – его способность вызывать у потребителей положительные эмоции и ассоциации, сильный бренд формирует у потребителей ожидания относительно качества, сервиса и эмоций, связанных с его использованием.

Товарный знак – это юридический термин, область применения которого ограничивается правовыми нормами и регламентируется законодательной базой. Товарным знаком признается обозначение, служащее для идентификации товара потребителями, которое подлежит правовой защите на основе государственной регистрации [2].

Можно утверждать, что понятие бренда является основой для понимания брендинга. Брендинг представляет собой целенаправленный процесс создания и управления брендом с целью формирования уникального образа товара или услуги в сознании потребителей.

Таким образом, брендинг — это комплекс мероприятий, направленных на формирование, развитие и поддержание бренда, который в свою очередь влияет на восприятие потребителями товара или услуги. В процессе брендинга важно не только выделить товар среди конкурентов, но и сформировать ассоциации и ожидания, которые будут определять покупательский выбор. Эти усилия помогают не только улучшить имидж бренда, но и повышают его экономическую эффективность, привлекая внимание, доверие и предпочтение потребителей.

Основные задачи брендинга:

- формирование у потребителей положительного имиджа компании и продукции (этот процесс включает создание ассоциаций с качеством, надежностью и эмоциональной привлекательностью);

- обеспечение устойчивости спроса на продукцию (брендинг стимулирует постоянный интерес к продукции, что особенно важно в условиях экономической нестабильности);

- дифференциация товаров и услуг от конкурентов (сильный бренд помогает выделяться среди конкурентов, даже если продукция схожа по качеству или цене).

## **2. Принципы эффективного брендинга в маркетинге**

#### 1) Принцип лидерства в категории

Развиваясь, бренд стремится занять лидирующие позиции на рынке, что может проявляться как в количестве покупателей, так и в получаемой прибыли. Даже если у бренда меньше клиентов по сравнению с конкурентами, он может за счет более высокой стоимости продукта или услуги получать большую прибыль. Важно, что развитый бренд может доминировать по обоим показателям — и по количеству потребителей, и по финансовым результатам. Это объясняется тем, что потребители готовы платить больше за продукцию с узнаваемым брендом.

2) Принцип устойчивости к отсутствию коммуникационной поддержки  
Для брендов, которые уже стали широко известными, прекращение рекламных кампаний не приводит к резкому падению продаж. Эти бренды сохраняют свою позицию на рынке и привлекают клиентов даже без постоянных рекламных усилий. В отличие от таких брендов, менее развитые марки теряют лояльность потребителей значительно быстрее, если прекращают рекламировать свою продукцию. Однако стоит отметить, что традиционные марки с долгой историей, которые стали привычными для потребителей, сохраняют своих клиентов даже в условиях ограниченной рекламы.

3) Принцип минимизации удельных расходов на массовую коммуникацию  
Когда бренд уже успешно закрепился на рынке, его маркетинговые расходы на массовую рекламу значительно снижаются. Развитый бренд требует меньших вложений в коммуникации для поддержания своей позиции на рынке по сравнению с брендами, которые только выходят на рынок. При этом абсолютные затраты на рекламу могут быть выше, чем у конкурентов, однако для поддержания лидерства часто требуется меньше средств, чем для первоначального продвижения на рынок.

#### 4) Принцип формирования лояльных потребителей

Один из ключевых аспектов успешного бренда — это создание базы лояльных клиентов. Лояльность означает, что потребители, один раз попробовав продукт под этим брендом и оценив его качество, будут продолжать выбирать его и в дальнейшем, даже если на рынке появятся другие предложения. Эти потребители готовы потратить время и усилия, чтобы купить товар именно своего бренда, а не выбирать первый попавшийся продукт.

#### 5) Принцип относительности цены бренда

Бренд всегда будет стоить дороже, чем обычные товары, даже если его реальная себестоимость не отличается от менее известных аналогов. Цена бренда не определяется исключительно затратами на производство, а скорее воспринимаемой ценностью, которую потребители связывают с этим брендом. Чем сильнее бренд, тем более высокая «эмоциональная цена» будет установлена для потребителей, так как они готовы платить больше за «ценность», которую они воспринимают через рекламу и упаковку.

6) Принцип расширения возможностей для получения прибыли  
Развитый бренд позволяет получать доход не только от продажи товара, но и за счет дополнительных каналов, таких как лицензирование и франчайзинг. Это открывает новые источники прибыли, которые не связаны напрямую с производством и продажей товара, что увеличивает общую финансовую эффективность.

7) Принцип наличия дополнительных возможностей для продвижения  
Сильный бренд имеет больше возможностей для продвижения. Он может участвовать в различных формах продвижения, таких как спонсорство, размещение в фильмах, ТВ программах или других медиа, где его заметят миллионы людей. В отличие от новых или менее известных брендов, которые могут быть не замечены даже в популярном медиа-контексте, развитый бренд активно использует эти дополнительные возможности для повышения своей видимости и увеличения лояльности потребителей [3].

### 3. Роль брендинга в повышении эффективности предприятия.

На сегодняшний день для каждого предприятия и компании крайне важно осознавать, что сильный и узнаваемый бренд является неотъемлемым условием успешной конкуренции на рынке. Так как рынок не стоит на месте и постоянно развивается в условиях высокой конкуренции и растущих ожиданий потребителей, бренд становится ключевым и необходимым инструментом, помогающим компании не только выделяться среди аналогичных предложений на рынке, но и формировать долгосрочные отношения с клиентами. Бренддинг играет ключевую роль в создании положительного имиджа компании, укрепления её доверия, а также в повышении экономической эффективности деятельности предприятия.

Проведённые исследования показали, что рост значимости бренднга обусловлен следующими факторами:

- большое количество коммерческих обращений. «Коммерческая инфраструктура» среднего человека в большинстве развитых стран включает в себя не менее 1000-2000 рекламных обращений в день;

- изобилие товаров и торговых марок. Ещё какие то 20 лет назад средний европейский супермаркет предлагал 3000-5000 наименований товаров, однако сегодня ассортимент среднего британского супермаркета состоит из 20 000 – 25 000 наименований. Иными словами, каждый потребитель при походе в магазин видит в три – четыре раза больше предложений, чем двадцать лет тому назад, и должен как то идентифицировать их все. Хотя нивелирование товаров происходит намного медленнее, чем предсказывало большинство экспертов, и остается еще немало возможностей для улучшения товаров и услуг, факт остается фактом: во многих секторах рынка разница между «плохим» и «хорошим» продуктом стала намного меньше;

- эффект масштаба от коммуникации, торговли и дистрибуции. Технологии производства становятся все более гибкими и во многих случаях уже не требуют таких больших капиталозатрат как раньше, однако такое же нельзя сказать и про маркетинг. Маркетинг и распределение товаров растут, а вместе с тем усиливается потребность в использовании эффектов увеличения объёмов в данных сферах.

Увеличение количества рекламных обращений, рост ассортимента товаров, насыщенность предложений – всё это привело к тому, что потребители стали более разборчивы в принятии решения о покупке того или иного продукта. В данных условиях бренд берёт на себя роль некого ориентирующего фактора, который упрощает выбор и создаёт эмоциональную связь с потребителем [4].

Бренднг является необходимым инструментом для повышения эффективности деятельности предприятия, так как он оказывает комплексное влияние на все аспекты его деятельности, начиная от маркетинга до внутренних бизнес-процессов. Ниже представлены основные причины, почему бренднг является важным инструментом:

- Увеличение конкурентоспособности (на насыщенных продуктах рынках сильный бренд помогает выделить продукт или услугу среди своих конкурентов. Уникальные ценности и ассоциации бренда, формируют в сознании потребителей положительный образ компании, способствуя увеличению рыночной доли и привлечению новых клиентов);

- Рост доверия и лояльности потребителей (бренд создаёт сильную эмоциональную связь с потребителями. Клиенты, с большей вероятностью возвращаются к тому бренду, который они узнают и которому доверяют, предпочитая его другим аналогичным товарам и услугам);

- Создание нематериального актива (бренд является нематериальным активом компании (фирмы), увеличивая её рыночную стоимость. Успешные бренды могут приносить доход через разные каналы продвижения, будь то лицензирование или франчайзинг);

- Устойчивость к кризисам (лояльность аудитории позволяет компании сохранять стабильную позицию даже в условиях рыночной нестабильности. Потребители чаще остаются верны сильным брендам в период экономических колебаний);

- Привлечение новых клиентов (узнаваемый бренд помогает привлечь новых клиентов за счёт рекомендаций, или через «сарафанное радио». Люди склонны доверять бренду, пользуясь уважением и доверием со стороны потребителей);

- Укрепление репутации и имиджа (брендинг имеет свойство формировать положительное восприятие компании у всех стейкхолдеров, включая инвесторов, партнёров и СМИ. Всё это укрепляет репутацию компании и повышает её привлекательность для долгосрочного сотрудничества);

-Расширение рыночных возможностей (успешные бренды имеют больше шансов стать платформой для вывода новых продуктов и выхода на новые рынки);

-Расширение продуктовой линейки (компании, имеющие сильный бренд имеют больше шансов успешно вывести на рынок новую продукцию. Потребители склонны доверять новым предложениям, если они уже были удовлетворены предыдущей продукцией компании. Данное явление известно как «брендовый капитал»);

-Создание ценности через уникальность (брендинг помогает компаниям выделить свои товары и услуги, даже если они технически не сильно отличаются от предложений конкурентов) [5].

В заключение хочется добавить, что брендинг играет ключевую роль в повышении эффективности деятельности предприятия, превращаясь в стратегический инструмент, необходимый для достижения долгосрочного успеха. Он не только помогает компании выделяться на конкурентном рынке, но и формирует эмоциональную связь с потребителями, увеличивая их доверие и лояльность. Сильный бренд способствует экономической устойчивости, позволяя компании повышать маржинальность продукции, снижать затраты на привлечение новых клиентов и успешно адаптироваться к изменениям рыночной среды. Кроме того, он укрепляет репутацию, мотивирует сотрудников и создаёт дополнительные возможности для роста через расширение продуктовой линейки и выход на новые рынки.

В современных условиях брендинг становится одним из основных факторов, определяющих конкурентоспособность компании. Это не просто способ продвижения товаров и услуг, а полноценный ресурс, который повышает капитализацию бизнеса, укрепляет его позиции на рынке и обеспечивает долгосрочную устойчивость. Для компаний, стремящихся к успеху, инвестиции в развитие бренда — это шаг к лидерству и стабильному развитию в будущем.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Евразийский Союз Ученых / 2016, Экономические науки - <https://goo-gl.com/xTs>
2. Uchebnoe\_posobie\_Brendmenedzhment, Н. В. Каленская, Н. Г. Антонченко
3. Брендинг как инструмент повышения экономической эффективности маркетинга, Е. В. Рудикова
4. Нильсон Томас. Конкурентный брэнддинг.– [Электронный ресурс]. – 2003. - <http://eup.ru/Documents/2003-08-18/16A16.asp>
5. Что такое брендинг и почему это важно. [Электронный ресурс], <https://ru.wix.com/blog/2021/08/что-такое-брендинг-i-pochemy-eto-vazno>

#### **Сведения об авторах**

\* Макаева Тамара Ринатовна – студентка 4-го курса специальности «Маркетинг», Каспийский общественный университет, e-mail: [makaeva.t.26@gmail.com](mailto:makaeva.t.26@gmail.com)



\*\* Бавдунова Аманисахан Нурлановна – студентка 4-го курса специальности «Маркетинг», Каспийский общественный университет, e-mail: [amanisa.bavdunova@icloud.com](mailto:amanisa.bavdunova@icloud.com)

\*\*\* Ащеулова Наталья Андреевна – сеньор – лектор, Каспийский общественный университет, e-mail: [tata\\_almaty@list.ru](mailto:tata_almaty@list.ru)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Макаева Тамара Ринатовна – «Маркетинг» мамандығының 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университет, e-mail: [makaeva.t.26@gmail.com](mailto:makaeva.t.26@gmail.com)

\*\* Бавдунова Аманисахан Нурлановна – «Маркетинг» мамандығының 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университет, e-mail: [amanisa.bavdunova@icloud.com](mailto:amanisa.bavdunova@icloud.com)

\*\*\* Ащеулова Наталья Андреевна – сеньор – лектор, Каспий Қоғамдық университет, e-mail: [tata\\_almaty@list.ru](mailto:tata_almaty@list.ru)

#### **Information about the authors**

\* Makaeva Tamara Rinatovna – 4 th year student majoring in «Marketing», Caspian Public University, e-mail: [makaeva.t.26@gmail.com](mailto:makaeva.t.26@gmail.com)

\*\* Bavdunova Amanisakhan Nurlanovna – 4 th year student majoring in «Marketing», Caspian Public University, e-mail: [amanisa.bavdunova@icloud.com](mailto:amanisa.bavdunova@icloud.com)

\*\*\* Ashcheulova Natalya Andreevna – senior lecturer, Caspian Public University, e-mail: [tata\\_almaty@list.ru](mailto:tata_almaty@list.ru)

УДК 657.1

## **БУХГАЛТЕРСКИЙ И НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Мамедов А.Ю.<sup>1</sup>**

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В статье рассматривается система учета доходов предприятия, включая классификацию доходов от основной деятельности и прочих доходов. Особое внимание уделяется принципам признания доходов, таким как исполнение обязательств, достоверная оценка и экономическая выгода. Рассматриваются также особенности бухгалтерского учета доходов, включая метод начисления. В части налогового учета внимание акцентировано на подходах к расчету налога на прибыль и особенностях учетных режимов, таких как общеустановленный и упрощенный системы налогообложения.

**Ключевые слова:** учет доходов, доходы от основной деятельности, внереализационные доходы, системы налогообложения, бухгалтерский учет, признание доходов, МСФО

## **КӘСПОРЫН ТАБЫСТАРЫНЫҢ БУХГАЛТЕРЛІК ЖӘНЕ САЛЫҚТЫҚ ЕСЕБІ**

**Мамедов А.Ю.<sup>1</sup>**

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

**Аннотация.** Мақалада кәсіпорынның табыс есебі жүйесі, негізгі қызметтен және басқа табыстардың жіктелуі қарастырылады. Табыстарды тану принциптеріне, міндеттемелерді орындау, сенімді бағалау және экономикалық пайда сияқты аспектілерге ерекше назар аударылады. Сондай-ақ, табыстарды есепке алудың ерекшеліктері, соның ішінде есептеу әдісі талқыланады. Салық есебі бөлігінде табыс салығын есептеу тәсілдері

мен салық жүйелерінің, мысалы, жалпы және оңайлатылған салық жүйелерінің ерекшеліктеріне назар аударылған.

**Кілт сөздер:** кірістерді есепке алу, негізгі қызметтен алынған кірістер, внереализациялық кірістер, салық салу жүйелері, бухгалтерлік есеп, кірістерді тану, МСФО

## ACCOUNTING AND TAX ACCOUNTING OF THE COMPANY'S INCOME

Mamedov A.Y. <sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract.** The article discusses the system of income accounting for enterprises, including the classification of income from core activities and other income. Special attention is given to the principles of income recognition, such as the fulfillment of obligations, reliable measurement, and economic benefit. The features of income accounting are also considered, including the accrual method. In terms of tax accounting, the focus is on approaches to calculating corporate income tax and the peculiarities of accounting regimes, such as the general and simplified taxation systems.

**Keywords:** income accounting, income from core activities, non-operating income, taxation systems, accounting, income recognition, IFRS.

Актуальность учета доходов на предприятии не вызывает сомнений, поскольку он является основным источником информации для принятия управленческих и налоговых решений. В условиях глобализации экономики и ускоряющихся изменений в законодательных актах, в том числе в области налогообложения, точность и своевременность отражения доходов в бухгалтерской отчетности становятся ключевыми для успешного функционирования организации. Учет доходов помогает оценить не только финансовое состояние предприятия, но и его эффективность, что важно для анализа налоговых последствий, оценки рентабельности и принятия стратегических решений. В Республике Казахстан вопросы учета доходов регулируются как национальными стандартами, так и международными принципами, что определяет их значимость для обеспечения прозрачности и правомерности финансовых операций.

Цель научной статьи. Целью данной научной статьи является исследование системы учета доходов предприятия, включая классификацию доходов от основной деятельности и прочих доходов. В статье будет рассмотрена роль учета доходов в финансовой отчетности, а также анализ применяемых методов и принципов признания доходов в соответствии с международными стандартами и налоговым законодательством Республики Казахстан. Особое внимание уделяется определению факторов, влияющих на правильность учета доходов, а также выявлению значимости эффективного учета для минимизации налоговых рисков и улучшения финансовой устойчивости предприятия.

Учет доходов предприятия является ключевым элементом бухгалтерского и налогового учета, который напрямую влияет на финансовое состояние и налогооблагаемую базу организации. В условиях современного бизнеса правильная классификация доходов и применение соответствующих методов учета имеют большое значение для корректного составления финансовой отчетности и выполнения налоговых обязательств. Важнейшими аспектами являются различие между доходами от основной деятельности и прочими доходами, а также особенности учета в зависимости от выбранного налогового режима. Кроме того, учет доходов требует соблюдения принципов признания, установленных Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) и Налоговым кодексом Республики Казахстан. Эффективное управление доходами позволяет не только обеспечивать прибыльность предприятия, но и минимизировать налоговые риски.

**Понятие доходов.** Доходы предприятия — это ключевой показатель финансовой устойчивости, эффективности и успешности хозяйственной деятельности. В условиях рыночной экономики их учет играет центральную роль в обеспечении прозрачности отчетности, расчете налоговых обязательств и принятии управленческих решений.

**Классификация доходов.** Доходы предприятия представляют собой увеличение экономических выгод в результате поступления активов или уменьшения обязательств, которое приводит к росту собственного капитала, за исключением вкладов собственников.

В бухгалтерии важно четко классифицировать доходы предприятия, поскольку это напрямую влияет на правильность ведения отчетности, исчисление налогов и принятие управленческих решений. Классификация доходов позволяет более детально анализировать источники доходов и их влияние на финансовое состояние компании. Все доходы делятся на две основные группы: доходы от основной деятельности и прочие доходы.

1. Доходы от основной деятельности — это доходы, которые предприятие получает от реализации товаров, работ или услуг, составляющих его основной вид деятельности. Эти доходы являются основным источником прибыли и отражают эффективность работы компании в своей основной области. Важно отметить, что доходы от основной деятельности — это те доходы, которые непосредственно связаны с целью создания предприятия. Примеры доходов от основной деятельности:

- Выручка от реализации товаров — например, для торговых компаний это доход от продажи продукции, товаров или комплектующих.
- Выручка от оказания услуг — для сервисных компаний, таких как транспортные, консультационные или образовательные организации, доходы от предоставления своих услуг.
- Доходы от выполнения работ — для строительных и производственных компаний доходы, получаемые от выполнения договорных обязательств (строительство, ремонт, производственные услуги).

Ключевым моментом в учете доходов от основной деятельности является соблюдение принципов признания доходов, таких как:

- завершение исполнения обязательства (например, передача товара или завершение работы),
- договорные условия,
- передача рисков и вознаграждений, связанных с правом собственности на товар или услуг.

2. Прочие доходы — это доходы, которые не связаны напрямую с основной деятельностью предприятия, но оказывают влияние на его финансовый результат. Такие доходы могут возникать вследствие различных вспомогательных операций, не относящихся к основной сфере деятельности, и часто являются результатом разовых или случайных событий. Примеры прочих доходов:

- Доходы от сдачи имущества в аренду — если предприятие владеет недвижимостью, которую оно сдает в аренду, то получаемая арендная плата будет считаться прочими доходами.
- Проценты от вложений — если компания размещает свои денежные средства на депозитах или получает проценты по долговым обязательствам.
- Штрафы и неустойки — если организация получает компенсацию от контрагентов за нарушение условий договора.
- Курсовые разницы — если компания имеет обязательства или активы в иностранной валюте, то изменения в обменном курсе могут привести к получению дохода от курсовых разниц.
- Доходы от продажи активов — например, если предприятие продает старое оборудование или недвижимость, это может стать источником прочих доходов.

Особенности учета прочих доходов:

- Прочие доходы, как правило, отражаются отдельно от доходов от основной деятельности в отчете о прибылях и убытках, что помогает более точно отслеживать, какие доходы являются результатом основной деятельности, а какие — результатом побочных операций.

- Прочие доходы могут быть непредсказуемыми и не постоянными, что делает их менее стабильным источником дохода для предприятия.

**Классификация по МСФО.** Согласно МСФО, доходы от основной деятельности выделяются как часть выручки, которая должна быть признана по контрактам с клиентами (IFRS 15). Прочие доходы могут быть учтены в разделе "прочие операционные доходы" или "прочие доходы и расходы", в зависимости от их природы и регулярности. Значение правильной классификации доходов

- Для отчетности: правильная классификация доходов помогает точнее отразить структуру доходов в финансовой отчетности, что позволяет более достоверно оценить эффективность работы предприятия.

- Для налогообложения: налоговые органы могут требовать четкого разделения доходов от основной деятельности и прочих доходов, поскольку для разных типов доходов могут применяться различные налоговые режимы.

- Для анализа и прогнозирования: понимание источников доходов позволяет руководству предприятия принимать более обоснованные управленческие решения. Например, если предприятие зависит от доходов от основной деятельности, а прочие доходы носят разовый характер, это может повлиять на планирование.

Таким образом, классификация доходов на доходы от основной деятельности и прочие доходы имеет важное значение для эффективного управления финансами предприятия, правильного учета налогов и формирования отчетности, соответствующей стандартам.

**Нормативное регулирование учета доходов.** В Казахстане учет доходов регулируется сочетанием национального законодательства и международных стандартов:

1. Закон РК "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности" №234-III от 28 февраля 2007 года. Закон определяет общие правила ведения бухгалтерского учета, включая учет доходов. Основные положения:

- обязательное соблюдение принципа начисления,
- применение международных стандартов для крупных компаний,
- требования к документальному подтверждению всех операций.

2. Налоговый кодекс РК №120-VI от 25 декабря 2017 года устанавливает правила учета доходов для целей налогообложения. Кодекс разделяет доходы на доходы от реализации и внереализационные, а также вводит особенности учета для разных налоговых режимов (ОУР, УСН).

3. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), такие как:

- IFRS 15 "Выручка по договорам с покупателями": определяет пять шагов для признания доходов, включая идентификацию договора, обязательств и суммы возмещения.

- IFRS 9 "Финансовые инструменты": охватывает учет процентов и курсовых разниц.

Нормативное регулирование обеспечивает единство подходов к учету доходов, прозрачность отчетности и возможность международного сравнения финансовых показателей.

**Признание доходов: соответствие принципам МСФО и отражение в отчетности.** Признание доходов является важнейшим этапом бухгалтерского учета. Важнейшей задачей является правильное определение момента признания дохода и его соответствие установленным стандартам, таким как МСФО (Международные стандарты

финансовой отчетности). Признание доходов по МСФО основывается на принципах, которые должны соблюдаться при признании доходов:

1. Исполнение обязательств. Доход признается, когда предприятие выполнило свои обязательства перед контрагентом. Это означает, что товар был передан, услуга оказана, или работа выполнена. Этот принцип особенно важен для доходов от реализации, поскольку только выполнение обязательств позволяет признать доход.

2. Достоверная оценка. Доход должен быть достоверно измерен. Это означает, что сумма дохода должна быть точно установлена на основании договорных условий, и она должна быть реально достижимой, включая возможные скидки или возвраты.

3. Экономическая выгода. Признание дохода должно быть связано с поступлением экономической выгоды, т.е. с получением денежных средств или эквивалентов (например, долговых обязательств). Это отражает принцип, что доход может быть признан, если организация ожидает получения экономической выгоды, которая подкрепляется финансовыми и правовыми условиями сделки.

4. Отражение в отчетности. После признания дохода, он должен быть отражен в бухгалтерской отчетности. Доходы от основной деятельности (выручка) и прочие доходы должны быть отнесены на соответствующие строки отчета о прибылях и убытках. В соответствии с МСФО, доходы от реализации товаров и услуг обычно выделяются как отдельная строка в отчете о прибылях и убытках, и в отчетах компании должна быть указана информация о сумме доходов, а также о любых существенных корректировках, если они имеют место.

Отражение доходов в отчетности требует внимательности, так как любые ошибки или несоответствия могут привести к неверным финансовым результатам и даже к налоговым последствиям.

**Документальное оформление: договоры, акты, счета-фактуры.** Документальное оформление является неотъемлемой частью бухгалтерского учета доходов предприятия. Для правильного отражения операций и обеспечения их юридической силы важно иметь соответствующие подтверждающие документы. Эти документы служат основой для признания доходов и являются доказательством совершения операций в бухгалтерской отчетности. Основные документы, используемые для оформления доходов:

1. Договор — это ключевой документ, который подтверждает обязательства сторон и фиксирует условия сделки. Все доходы, получаемые от основной деятельности предприятия (продажа товаров, оказание услуг, выполнение работ), должны быть подтверждены договором с контрагентом. В договоре определяются условия поставки, сроки выполнения обязательств, цена, а также обязательства по оплате. Это также помогает зафиксировать обязательства и оценить, когда доход может быть признан. Виды договоров:

- Договор поставки (для продажи товаров или продукции).
- Договор подряда (для выполнения работ или оказания услуг).
- Лизинговый договор (для аренды или сдачи в аренду имущества).

2. Акты выполненных работ (услуг). В случае, если доход связан с выполнением работ или оказанием услуг, необходимо составить акт приема-сдачи выполненных работ или оказанных услуг. Этот документ подтверждает факт исполнения обязательств и является основанием для признания дохода. Акт подписывается обеими сторонами и фиксирует, что все условия договора выполнены. Пример:

- Акт о сдаче работ, например, по строительству или ремонту.
- Акт оказания услуг для консалтинговых компаний.

3. Счета-фактуры. Для учета налога на добавленную стоимость (НДС) обязательным является составление счета-фактуры. Это документ, подтверждающий факт продажи товара или оказания услуги. Счета-фактуры должны быть выписаны в соответствии с требованиями законодательства и содержать информацию о контрагенте,

сумме сделки, ставке НДС и других важных данных. Они служат для подтверждения налогообложения и могут быть использованы как в бухгалтерии, так и в налоговом учете.

4. Платежные документы. В случае получения денежных средств (например, в оплату за товар или услугу), необходимо оформить соответствующие платежные документы (платежные поручения, квитанции, банковские выписки). Эти документы подтверждают факт поступления денежных средств и служат основанием для учета доходов.

Документальное оформление операций гарантирует, что все доходы будут учтены в правильных периодах и в соответствии с требованиями законодательства. Это также помогает избежать налоговых рисков и обеспечить правомерность всех действий.

**Способ учета доходов и расходов:** Метод начисления — это способ учета доходов и расходов, он заключается в том, что доход признается в момент выполнения обязательств, независимо от того, поступили ли денежные средства. Этот метод позволяет более точно отразить финансовые результаты в том периоде, когда была оказана услуга или передан товар, что соответствует принципам МСФО. Пример: Компания продает товар на условиях отсрочки платежа. Доход от продажи будет признан в момент передачи товара несмотря на то, что деньги поступят позже. Метод начисления помогает компании более точно отражать свои доходы и обязательства в отчетности, что особенно важно для крупных предприятий, работающих с большим количеством сделок и контрактов.

Таблица 1 -Характеристика метода начисления по критериям

Критерий	Характеристика
Признание доходов	При возникновении права на доход
Признание расходов	При возникновении обязательств
Применимость	Все предприятия в РК, которые ведут учет
Отражение состояния	Более полное и точное

**Налоговый учет доходов предприятия.** Налоговый учет доходов является важной частью расчета налога на прибыль и определения налогооблагаемой базы для предприятий в Казахстане. Налоговый учет зависит от применяемой системы налогообложения, и его особенности строго регулируются Налоговым кодексом Республики Казахстан.

**Основные подходы: учет для расчета налога на прибыль.** Для целей налогообложения в Казахстане доходы предприятий признаются по факту их поступления или начисления, в зависимости от применяемой системы налогообложения. Важно правильно отражать все доходы для корректного расчета налога на прибыль, поскольку налогооблагаемая база зависит от учета доходов от основной деятельности и внереализационных доходов. Основные этапы для расчета налога на прибыль:

**1. Признание доходов.** Для расчета налога на прибыль важно точно определить момент признания дохода. Это может быть связано с получением оплаты или с выполнением обязательств по контракту. В любом случае, признание доходов должно соответствовать нормам, установленным Налоговым кодексом Республики Казахстан.

**2. Корректировка доходов.** Для налогообложения могут потребоваться корректировки в бухгалтерских расчетах, например, исключение из доходов тех сумм, которые не подлежат налогообложению. Это может касаться доходов от освобожденных операций или тех, которые еще не получили статус налогооблагаемой базы.

**Особенности по налоговым режимам: общеустановленный режим(ОУР) и упрощенная система налогообложения (УСН).** **Общеустановленный режим налогообложения (ОУР)**- порядок исчисления, уплаты налогов и платежей в бюджет, представления налоговой отчетности по ним, установленный особенной частью Налогового Кодекса, за исключением порядка, определенного разделом 20 Налогового Кодекса. Этот режим применяется большинством крупных и средних предприятий в Казахстане. При использовании общеустановленного режима налогообложения применяется метод начисления, то есть доходы признаются в тот момент, когда они были получены или должны быть получены по условиям договора. Важно учитывать все виды доходов, включая доходы от реализации и внереализационные доходы.

**Представление налоговой отчетности на общеустановленном налоговом режиме:**

- ФНО 100.00 декларация по КПП - по итогам года (представляется до 31 марта следующего года);
- ФНО 200.00 декларация по ИПН и социальному налогу (сдается ежеквартально не позднее 15 числа второго месяца, следующего за отчетным периодом: до 15.05, 15.08, 15.11. и 15.02.).

**Дополнительно могут представляться:**

- ФНО 700.00 (Декларация по налогу на транспортные средства, по земельному налогу и налогу на имущество), расчеты по ФНО 701.00 (Расчет текущих платежей по налогу на транспортные средства), ФНО 701.01 (Расчет текущих платежей по земельному налогу и налогу на имущество);
- ФНО 400.00 (Декларация по акцизу), расчет ФНО 421.00 (акцизы);
- ФНО 300.00 (Декларация по НДС).

Компани, применяющей общеустановленный налоговый режим, не обязательно быть плательщиком НДС. Встать на учет по НДС она обязана только при превышении лимита по наличному обороту в размере 20 000 МРП (ст. 82 НК РК).

**Упрощенная система налогообложения (УСН)** - вид режима налогообложения, при котором компания применяет сдачу упрощенной декларации. Выгода и особенность этого режима в несложном бухгалтерском обслуживании и низком налогообложении — всего 3% от дохода. Упрощенная система предназначена для малых предприятий, которые соответствуют определенным критериям по доходам и численности сотрудников:

1. Среднесписочная численность работников за налоговый период не превышает – 30 человек;
2. Доход за налоговый период не превышает для специального налогового режима на основе упрощенной декларации – 24 038-кратный размер МРП, установленного законом о республиканском бюджете.

Представление налоговой отчетности:

- ФНО 910.00 - упрощенная декларация для субъектов малого бизнеса производится налогоплательщиком самостоятельно путем применения к объекту налогообложения за отчетный налоговый период ставки в размере 3 процентов.

Вывод и заключение: Учет доходов является неотъемлемой частью бухгалтерского и налогового учета предприятия, непосредственно влияя на его финансовую устойчивость и выполнение налоговых обязательств. Правильная классификация доходов, их соответствие принципам признания и использование правильных методов учета играют важную роль в составлении достоверной финансовой отчетности и обеспечении прозрачности налоговых расчетов. Важно различать доходы от основной деятельности и прочие доходы, поскольку это влияет на правильность налогообложения и принятие управленческих решений.

Кроме того, учет доходов должен быть основан на международных стандартах (МСФО) и национальном законодательстве, что гарантирует точность расчетов и предотвращение налоговых рисков. Эффективное управление доходами способствует не только прибыльности предприятия, но и снижению финансовых рисков, улучшению бизнес-планирования и принятию обоснованных решений.

Современные налоговые режимы, такие как общеустановленный и упрощенный системы налогообложения в Казахстане, требуют особого подхода к расчету и классификации доходов для корректного расчета налога на прибыль. Это особенно важно для крупных предприятий, работающих с разнообразными источниками доходов, а также для малого бизнеса, использующего упрощенные налоговые режимы.

Таким образом, правильный учет доходов помогает предприятию не только соблюдать законодательные нормы, но и создать стабильную финансовую базу для дальнейшего роста и развития.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Закон РК "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности" №234-III от 28.02.2007 г. URL: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=30092011](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30092011)
2. Налоговый кодекс РК №120-VI от 25.12.2017 г. URL: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=36148637&show\\_di=1](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637&show_di=1)
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» URL: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=36789884](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36789884)
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» URL: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=31026893](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31026893)
5. Словарь бухгалтера. УчетКЗ URL: <https://uchet.kz/tags/>

### **Сведения об авторах**



Мамедов Алим Юнусович - студент, Каспийский Общественный Университет. e-mail: [alim.mamedov.16@mail.ru](mailto:alim.mamedov.16@mail.ru)

**Авторлар туралы мәліметтер**

Мамедов Алим Юнусович – студент, Каспий қоғамдық университеті. e-mail: [alim.mamedov.16@mail.ru](mailto:alim.mamedov.16@mail.ru)

**Information about the authors**

Mamedov Alim Yunusovich – student, Caspian Public University. e-mail: [alim.mamedov.16@mail.ru](mailto:alim.mamedov.16@mail.ru)

УДК 658.114.7

## ҚАЗАҚСТАНДА ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ

Мақсат М.Б.<sup>1</sup>

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада Қазақстандағы шағын және орта бизнесті (ШОБ) мемлекеттік қолдау мәселелері талқыланады. ШОБ – ел экономикасының негізі және халықты жұмыспен қамтудың маңызды секторы ретінде қарастырылады. Қазақстанда ШОБ-ты дамытуға бағытталған бірнеше мемлекеттік бағдарламалар, соның ішінде "Бизнестің жол картасы – 2025", "Қарапайым заттар экономикасы", "Ауыл аманаты", сондай-ақ "Даму" кәсіпкерлікті дамыту қорының қызметі сараланады. Мақалада шағын және орта бизнестің қазіргі жағдайы, кездесетін қиындықтары, мысалы, қаржылық ресурстарға қолжетімділік, инфрақұрылымның жеткіліксіздігі және кадр тапшылығы мәселелері талданады. Сонымен қатар, ШОБ-ты дамыту бойынша ұсынылған шаралар, соның ішінде қаржылық қолдау, цифрландыру және халықаралық нарыққа шығу мүмкіндіктері қарастырылады.[1] Бұл мақала Қазақстанда кәсіпкерлікті дамытудағы негізгі бағыттарды және оның елдің экономикалық тұрақтылығы мен әртараптандыруындағы рөлін анықтауға бағытталған.

**Кілт сөздер:** Шағын және орта бизнес (ШОБ), Мемлекеттік қолдау, Бизнестің жол картасы – 2025, Қарапайым заттар экономикасы, "Даму" кәсіпкерлікті дамыту қоры, Салықтық жеңілдіктер, Ауыл аманаты бағдарламасы, Қаржылық қолжетімділік, Экономикалық әртараптандыру, Кәсіпкерлікті дамыту, Жеңілдетілген несие, Гранттар, Инфрақұрылымды дамыту, Бәсекеге қабілеттілік, Экспортқа бағдарлану, Сыбайлас жемқорлық, Кадр тапшылығы, Жаңа бизнес-идеялар, Аймақтық экономиканы дамыту

Шағын және орта бизнес (ШОБ) – кез келген елдің экономикасының негізі және әлеуметтік тұрақтылықтың кепілі. Қазақстанда ШОБ елдің ішкі жалпы өнімінің (ІЖӨ) айтарлықтай бөлігін қалыптастырып, халықты жұмыспен қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Мемлекет шағын және орта бизнесті дамыту мен қолдауға ерекше көңіл бөліп, экономикалық саясаттың басты бағыттарының бірі ретінде қарастырады.

Шағын және орта бизнестің маңыздылығы

ШОБ – бұл икемділігі мен жылдам бейімделу қабілеті арқасында экономикадағы өзгерістерге төтеп беретін маңызды сектор. Оның негізгі артықшылықтары:

- Жұмыспен қамту: Халықтың едәуір бөлігі ШОБ секторында жұмыс істейді.
- Жаңа идеялар мен инновацияларды енгізу: Кіші кәсіпкерлік ерекше икемділігі арқылы жаңа технологиялар мен шешімдерді тезірек қабылдайды.
- Экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз ету: Дағдарыс кезеңдерінде ШОБ жұмыс орындарын сақтап қалуға ықпал етеді.[2]

• Аймақтарды дамыту: ШОБ аймақтық экономиканы көтеріп, халықтың өмір сапасын жақсартады.

Қазақстанда ШОБ-тың қазіргі жағдайы

Қазақстанда ШОБ секторы біртіндеп дамып келеді. Ел үкіметі экономикалық әртараптандыруды мақсат етіп, кәсіпкерлікке қолдау көрсету бойынша бірнеше бастаманы іске асырды. 2023 жылдың деректеріне сәйкес, ШОБ-тың ІЖӨ-дегі үлесі 33-35% шамасында, ал бұл секторда жұмыс істейтіндердің саны шамамен 3,5 млн адамды құрайды.

Дегенмен, ШОБ алдында бірнеше қиындықтар бар:

- қаржы ресурстарына қолжетімділіктің шектеулігі;
- бәсекелестікке қабілеттіліктің төмендігі;
- кадрлық ресурстардың жеткіліксіздігі;
- сыртқы нарықтарға шығу мүмкіндігінің аздығы.

Мемлекеттік қолдау бағдарламалары

Қазақстанда ШОБ-ты қолдау мақсатында мемлекет бірнеше бағдарламаларды іске асыруда.

1. "Бизнестің жол картасы – 2025" бағдарламасы

Бұл бағдарлама кәсіпкерлерді қаржылық және қаржылық емес қолдау шараларымен қамтамасыз етеді.

• Жеңілдетілген несиелер: Мемлекет пайыздық мөлшерлемені субсидиялайды, бұл кәсіпкерлерге төмен мөлшерлемені несиелер алуға мүмкіндік береді.

• Гранттар: Жаңа бизнес-идеяларды іске асыру үшін гранттық қолдау ұсынылады.

• Кепілдік беру: Бизнесі кепілзат жеткіліксіздігіне байланысты несиелер ала алмаған кәсіпкерлер үшін мемлекет кепілдік береді.[3]

2. "Қарапайым заттар экономикасы" бағдарламасы

Бұл бағдарлама отандық тауар өндірушілерді қолдауға бағытталған.

• ШОБ субъектілеріне жеңілдетілген шарттармен несиелер беру.

• Өндірістік инфрақұрылымды дамытуға көмектесу.

3. "Даму" кәсіпкерлікті дамыту қоры

Бұл қор кәсіпкерлерге қаржылық қолдау көрсету, оқыту және кеңес беру арқылы көмектеседі. Қордың негізгі бағыттары:

- стартаптарды қаржыландыру;
- кәсіпкерлерді оқыту және дамыту;
- экспортқа бағдарланған компанияларды қолдау.

4. Салықтық жеңілдіктер

ШОБ субъектілеріне арналған бірнеше салықтық жеңілдіктер қарастырылған. Мысалы, микро және шағын бизнес субъектілері үшін табыс салығынан босату.

5. "Ауыл аманаты" бағдарламасы

Ауылдық жерлердегі кәсіпкерлікті дамыту мақсатында шағын несиелер беру, ауыл шаруашылығы өндірісін қолдау шаралары жүзеге асырылуда.

ШОБ дамытудағы негізгі мәселелер

ШОБ-ты қолдау үшін атқарылып жатқан жұмыстарға қарамастан, бірнеше жүйелік мәселе бар:

1. Қаржы ресурстарына қолжетімділіктің шектеулігі

Кәсіпкерлер үшін несиелер алу шарттары кейде күрделі немесе пайыздық мөлшерлемелер жоғары болуы мүмкін.

2. Инфрақұрылымның жеткіліксіздігі

Шалғай аудандарда қажетті инфрақұрылымның болмауы кәсіпкерлердің дамуына кедергі келтіреді.

3. Сыбайлас жемқорлық және бюрократия

Кәсіпкерлердің қызметін бастауы мен жүргізуінде әкімшілік кедергілер әлі де сақталуда.

#### 4. Кадр тапшылығы

Кәсіби білікті мамандардың жетіспеушілігі ШОБ субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігін төмендетеді.[4]

Шешу жолдары

Мемлекет тарапынан ШОБ-ты дамыту үшін келесі шараларды жүзеге асыру ұсынылады:

##### 1. Қаржылық қолдау шараларын кеңейту

Несие мөлшерлемесін төмендету және жаңа гранттық бағдарламаларды іске қосу арқылы кәсіпкерлерді қолдау.

##### 2. Цифрландыруды күшейту

ШОБ үшін цифрлық платформаларды енгізу және олардың қызметтерді оңай алуы үшін электронды жүйелерді дамыту.

3. Оқыту және кеңес беру қызметтерін арттыру  
Кәсіпкерлердің кәсіби біліктілігін арттыру үшін тегін тренингтер мен курстар ұйымдастыру.

##### 4. Инфрақұрылымды жақсарту

Шалғай аудандарда көлік және байланыс инфрақұрылымын дамыту арқылы кәсіпкерлерге тең мүмкіндік беру.

##### 5. Халықаралық нарыққа шығуды қолдау

ШОБ субъектілерінің экспорттық әлеуетін дамыту үшін маркетингтік қолдау көрсету және шетелдік серіктестермен байланыс орнатуға көмектесу.

Қорытынды

Шағын және орта бизнес – Қазақстан экономикасының басты қозғаушы күштерінің бірі. Мемлекеттік қолдаудың тиімді шаралары арқылы бұл сектор елдің тұрақты дамуын қамтамасыз етіп, халықтың әл-ауқатын арттыруға айтарлықтай үлес қоса алады. ШОБ-ты дамыту бойынша жүйелі және кешенді жұмыстарды жалғастыру Қазақстанды экономикалық өркендеу жолына бастайтын маңызды қадамдардың бірі болып табылады.

### Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспары – Қазақстан Республикасының мемлекеттік бағдарламалары.
2. "Бизнестің жол картасы – 2025" бағдарламасы  
– Қазақстан Республикасының Ұлттық экономика министрлігі, <https://economy.gov.kz>.
3. "Даму" кәсіпкерлікті дамыту қорының ресми сайты  
– <https://www.damu.kz>.
4. Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаевтың халыққа Жолдауы (2023 ж.)  
– ҚР Президентінің ресми сайты: <https://www.akorda.kz>.

#### Авторлар туралы мәліметтер

\***Мақсот Мерей Бақытұлы** – Каспий қоғамдық университеті «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: [mereymaqсот@gmail.com](mailto:mereymaqсот@gmail.com)

#### Сведения об авторах

\***Мақсот Мерей Бақытұлы** – студент 4-го курса Каспийского общественного университета по специальности «Государственная служба и управление», e-mail: [mereymaqсот@gmail.com](mailto:mereymaqсот@gmail.com)

#### Information about the authors

\***Maxot Merey Baqytuly** – a 4th-year student at Caspian Public University majoring in "Public Service and Administration," e-mail: [mereymaqсот@gmail.com](mailto:mereymaqсот@gmail.com)



## УЧЕТ И АУДИТ КРЕДИТОРСКОЙ И ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

Марипова Ф. Д.<sup>1</sup>

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Учет и аудит кредиторской и дебиторской задолженности – ключевые аспекты финансового менеджмента любой организации. Данная тема исследует принципы и методы отражения в бухгалтерском учете обязательств перед контрагентами (кредиторская задолженность) и долгов контрагентов перед организацией (дебиторская задолженность). Особое внимание уделяется процедурам аудита, направленным на проверку достоверности и полноты данных о задолженности, а также оценку рисков, связанных с ее возникновением и погашением. Аннотация охватывает такие вопросы, как классификация задолженности, методы ее оценки, требования нормативных актов и международных стандартов финансовой отчетности.

**Ключевые слова:** кредиторская задолженность, дебиторская задолженность, бухгалтерский учет, аудит, финансовый менеджмент, нормативные акты, международные стандарты

Дебиторская и кредиторская задолженности являются неотъемлемой частью финансовой деятельности любого предприятия. Их учет и аудит играют ключевую роль в оценке финансового состояния компании, выявлении потенциальных рисков и обеспечении достоверности финансовой отчетности. В данной статье мы рассмотрим особенности учета и аудита дебиторской и кредиторской задолженности в Республике Казахстан.

Для начала разберем что такое Учет Дебиторской задолженности.

Дебиторская задолженность — это долги других лиц организации, возникшие в результате реализации продукции, товаров, работ, услуг.

По экономическому содержанию дебиторская задолженность представляет собой один из элементов финансовой отчетности – активы. Поэтому для ее признания необходимо соответствовать следующим критериям:

❖ Существует высокая вероятность получения экономических выгод, связанных с данным активом

❖ Стоимость актива может быть надежно оценена

В соответствии с МСФО 1 (IAS1) «Представление финансовой отчетности» дебиторская задолженность классифицируется как краткосрочный актив (текущая задолженность) и долгосрочный актив (долгосрочная задолженность).

Для правильной оценки и контроля финансового состояния предприятия необходимо классифицировать дебиторскую задолженность по следующим критериям:

-по содержанию обязательств:

1. Торговая (задолженность, связанная с реализацией продукции)

(Торговая дебиторская задолженность представляет собой сумму денежных средств, которые компания ожидает получить от своих покупателей за уже поставленные товары или оказанные услуги. Это невыплаченные счета, которые компания включает в свои активы, так как планирует их взыскать в будущем.)

2. Неторговая (Задолженность, не связанная с реализацией продукции)

(Неторговая дебиторская задолженность — это долги, которые компания ожидает получить не от продажи товаров или услуг (как в случае с торговой дебиторской задолженностью), а в результате других видов деятельности. Это могут быть, например, деньги, выданные сотрудникам в качестве аванса, проценты, которые компания должна получить, или суммы, которые ей должны вернуть по различным договорам.)

#### -своевременности оплаты

##### 1. нормальная

(Нормальная задолженность — это долги, которые возникают в обычном ходе работы компании и связаны с нормальными условиями оплаты. Например, когда клиент еще не успел оплатить товар, хотя у него есть на это время по договору.)

##### 2. просроченная

(Просроченная задолженность — это долги, по которым срок оплаты уже истек, но деньги компания еще не получила.)

#### -продолжительности

##### 1. краткосрочная (текущая) (до 1 года)

##### 2. долгосрочная (более 1 года)

- обеспеченности гарантиями:

##### 1. обеспеченная;

(Обеспеченная задолженность — это когда у компании есть "страховка" на случай, если должник не вернет деньги. Эта страховка может быть в виде имущества должника или поручительства другого лица.)

##### 2. необеспеченная;

(Необеспеченная задолженность более рискованна, поскольку в случае неплатежа кредитор может рассчитывать только на судебное взыскание долга.)

– возможности осуществления контроля:

##### 1. контролируемая;

##### 2. неконтролируемая.

Когда компания продает товар или услугу покупателю, у нее возникает дебиторская задолженность — это сумма денег, которую ей еще должен покупатель. Бухгалтеры следят за этими долгами и проводят с ними две основные операции:

**Признание:** В момент продажи компания признает новый долг и оценивает его по той цене, по которой продала товар или услугу. Это называется ценой сделки. Цена сделки включает в себя все, что компания ожидает получить от покупателя, за исключением налогов, которые она платит от имени покупателя.

**Оценка:** После признания долг оценивается по амортизированной стоимости. Это значит, что из первоначальной суммы вычитаются все платежи, которые компания уже получила, и добавляется или вычитается сумма, которая учитывает, что покупатель может не заплатить полностью. Эта сумма рассчитывается специальным способом, который называется эффективной процентной ставкой.

Теперь рассмотрим что такое учет кредиторской задолженности

Кредиторская задолженность — это обязательства организации перед другими лицами (поставщиками, кредиторами, работниками и т.д.), возникшие в результате хозяйственных операций. Проще говоря, это долги компании, которые она должна погасить в будущем.

По срокам оплаты кредиторская задолженность может быть:

– долгосрочной – сроком более 1 года;

– краткосрочной – сроком до 1 года.

Кредиторская задолженность может возникнуть по следующим причинам:

**Отсрочка платежей:** Когда компания получает товары или услуги, но откладывает их оплату на более поздний срок.

**Несоответствие оплаты и перехода права собственности:** Если момент оплаты не совпадает с моментом, когда компания становится полноправным владельцем товара.

**Незавершенные расчеты:** Это могут быть долги перед поставщиками, сотрудниками, государством и другими организациями.

*Полученные авансы:* Если компания получила предоплату за товары или услуги, но еще не выполнила свои обязательства.

*Нарушения налогового законодательства:* Несвоевременная уплата налогов и других обязательных платежей.

Кредиторская задолженность включается в бухгалтерский баланс только в том случае, если можно точно рассчитать сумму, которую предприятие обязано выплатить.

Существуют следующие виды кредиторской задолженности:

- Задолженность перед бюджетом: включает в себя все виды налогов, сборов и других обязательных платежей в государственный бюджет.
- Задолженность перед персоналом: охватывает все виды задолженности по выплатам в пользу работников, включая заработную плату, компенсации за неиспользованный отпуск, больничные листы и другие социальные выплаты.
- Задолженность перед контрагентами: включает в себя задолженность перед поставщиками товаров, подрядчиками, субподрядчиками, а также по другим договорным обязательствам, например, по возврату полученных авансов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 230 Налогового кодекса, обязательства, возникшие по приобретенным товарам (работам, услугам), а также по начисленным доходам работников, определяемым в соответствии с пунктом 1 статьи 322 Налогового Кодекса, и не удовлетворенные в течение трехлетнего периода, исчисляемого в соответствии с пунктом 2 настоящей статьи, признаются сомнительными.

На основании пункта 2 статьи 230 Налогового кодекса, доход по сомнительному обязательству признается в налоговом периоде, в котором истек трехлетний период, исчисляемый:

1) по сомнительным обязательствам, возникшим по договорам кредита (займа, микрокредита), - со дня, следующего за днем наступления срока уплаты вознаграждения в соответствии с условиями договора кредита (займа, микрокредита);

2) по сомнительным обязательствам, возникшим по договорам лизинга, - со дня, следующего за днем наступления срока уплаты лизингового платежа в соответствии с условиями договора лизинга;

3) по сомнительным обязательствам, возникшим по начисленным доходам работников, - со дня начисления доходов работников в соответствии с пунктом 1 статьи 322 настоящего Кодекса;

4) по сомнительным обязательствам, не указанным в подпунктах 1) - 3) настоящего пункта:

○ со дня, следующего за днем окончания срока исполнения обязательства по приобретенным товарам (работам, услугам), срок исполнения которого определен;

○ со дня передачи товара, выполнения работ, оказания услуг по обязательству по приобретенным товарам (работам, услугам), срок исполнения которого не определен.

Таким образом, кредиторская задолженность, включается в доход по сомнительным обязательствам по истечении трехлетнего периода, который определяется на основании пункта 2 статьи 230 Налогового кодекса. Рекомендуется определить, что это за кредиторская задолженность, относился ли НДС в зачет, так как на основании пункта 1 статьи 405 Налогового кодекса производится корректировка НДС, ранее отнесенного в зачет при ее списании, поднять первичные документы.

#### Аудит дебиторской и кредиторской задолженности

Аудит дебиторской и кредиторской задолженности – это процедура проверки достоверности информации, отраженной в бухгалтерской отчетности организации, о расчетах с дебиторами и кредиторами. Целью такого аудита является подтверждение

полноты, правомерности, существования и правильной оценки сальдо по соответствующим счетам.

Почему так важен аудит дебиторской и кредиторской задолженности?

Определение финансового состояния: Анализ дебиторской и кредиторской задолженности позволяет оценить ликвидность организации, ее способность погашать свои обязательства и получать платежи от должников.

Выявление рисков: Аудит помогает выявить потенциальные проблемы, связанные с просроченной задолженностью, сомнительными долгами и другими рисками, которые могут негативно повлиять на финансовые результаты компании.

Обеспечение достоверности отчетности: Корректное отражение дебиторской и кредиторской задолженности в бухгалтерской отчетности является одним из ключевых требований для инвесторов, кредиторов и других заинтересованных сторон.

Совершенствование системы учета: Аудит позволяет выявить недостатки в системе учета расчетов и предложить рекомендации по ее улучшению.

Основные этапы аудита

1. Планирование: Определение целей аудита, выбор методов и процедур проверки, оценка существенности искажений.

2. Получение аудиторских доказательств: Проведение инвентаризации дебиторской и кредиторской задолженности, сверка данных с первичными документами, анализ договоров, расчеты резервов по сомнительным долгам и т.д.

3. Оценка полученных результатов: Сравнение полученных данных с установленными критериями, выявление отклонений и их анализ.

4. Формирование выводов и заключения: Подготовка аудиторского заключения, содержащего мнение о достоверности информации о дебиторской и кредиторской задолженности в бухгалтерской отчетности.

Что проверяется при аудите?

Существование: проверяется, действительно ли существуют дебиторы и кредиторы, указанные в учете.

Права и обязательства: оценивается, принадлежат ли организации права на дебиторскую задолженность и имеет ли она обязательства перед кредиторами.

Оценка: проверяется правильность оценки дебиторской и кредиторской задолженности, в том числе расчет резервов по сомнительным долгам.

Отражение в учете: проверяется полнота и правильность отражения дебиторской и кредиторской задолженности в бухгалтерском учете.

Типичные проблемы, выявляемые при аудите

Просроченная дебиторская задолженность: Наличие значительных сумм просроченной задолженности может свидетельствовать о проблемах с управлением дебиторской задолженностью и риске ее непогашения.

Недостаточные резервы по сомнительным долгам: Недостаточный размер резервов может привести к завышению прибыли и искажению финансового положения организации.

Ошибки в учете: Ошибки в учете дебиторской и кредиторской задолженности могут привести к искажению финансовой отчетности.

Отсутствие надлежащего контроля: Отсутствие эффективной системы внутреннего контроля может способствовать возникновению ошибок и злоупотреблений.

Вывод:

Корректный учет и аудит дебиторской и кредиторской задолженности являются неотъемлемой частью финансового менеджмента любой организации. Дебиторская и кредиторская задолженности существенно влияют на финансовое состояние предприятия, его ликвидность и платежеспособность.

Статья подчеркивает следующие ключевые моменты:



Важность своевременного и точного учета: Отсутствие ошибок в учете задолженности позволяет получить достоверную информацию о финансовом положении компании, предотвратить финансовые риски и оптимизировать денежные потоки.

Роль аудита в повышении надежности финансовой отчетности: Аудиторская проверка дебиторской и кредиторской задолженности подтверждает достоверность данных, выявляет потенциальные проблемы и помогает обеспечить соответствие учетной политики организации законодательным требованиям.

Факторы, влияющие на дебиторскую и кредиторскую задолженность: Анализируются различные факторы, такие как отраслевая специфика, экономическая ситуация, кредитная политика компании, которые оказывают существенное влияние на уровень и структуру задолженности.

Методы управления дебиторской и кредиторской задолженностью: Рассматриваются различные методы управления задолженностью, направленные на сокращение дебиторской и оптимизацию сроков погашения кредиторской задолженности.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. <https://cdb.kz/sistema/biblioteka-bukhgaltera/articles/bukhgalterskiy-uchet-kreditorskoy-zadolzhennosti-20054/>
2. Нурсеитов Э.О. Международные стандарты финансовой отчетности [текст] / Э.О. Нурсеитов. – Алматы: Изд-во «Lem», 2015. – 284 с. – ISBN 978-601-239-266-1: 2420.
3. Калиева Д. Ш., Байрамова Г. Ш., Макарова С. Б. Бухгалтерский учет и финансовая отчетность в соответствии с МСФО по методу начисления: учебное пособие. - Астана: АО "Центр подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов органов финансовой системы", 2012. - С. 76-82.
4. <https://cdb.kz/sistema/biblioteka-bukhgaltera/articles/uchet-kreditorskoy-i-debitorskoy-zadolzhennosti/>
5. [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=1051785](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1051785)

### **ОӘЖ 659.2**

#### **НЕЙРОНДЫҚ ЖЕЛЕЛЕРДІ ПАЙДАЛАНУ АРҚЫЛЫ ТҰТЫНУШЫ СҰРАНЫСТАРЫН БОЛЖАУ**

**Мейіржан Б.С.<sup>1</sup>, Каримова М.Д.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

Андатпа: Бұл мақалада нейрондық желілердің тұтынушы сұраныстарын болжауда қолданылуы қарастырылады. Бүгінгі күнгі маркетинг саласында тұтынушылардың қажеттіліктерін дұрыс болжау бизнес тиімділігін арттырудың негізгі жолдарының бірі болып табылады. Дәстүрлі әдістер мен статистикалық талдаулардың мүмкіндіктері шектеулі болғандықтан, жасанды интеллект технологиялары, атап айтқанда нейрондық желілер, нарықтық деректерді тереңірек талдап, жасырын трендтерді анықтауға мүмкіндік береді.

Нейрондық желілер үлкен көлемдегі деректерді қабаттап өңдеу арқылы тұтынушылардың мінез-құлқын, қажеттіліктерін және болашақтағы сұраныстарын анықтай алады. Мақалада нейрондық желілердің жұмыс принциптері, оларды сұранысты болжауда қолдану тәсілдері және нақты өмірдегі кейстер сипатталады. Сонымен қатар,

Amazon және Netflix сияқты ірі компаниялардың рекомендациялық жүйелерді қолданудағы тәжірибелері талқыланады. [1]

Нәтижесінде нейрондық желілерді енгізу арқылы маркетингтік стратегияларды жетілдіру және бизнес тиімділігін арттыру мүмкіндіктері туралы ұсыныстар беріледі. Бұл технологиялардың қолданылуы болашақта маркетинг саласын түбегейлі өзгертіп, бәсекелестік ортада бизнеске стратегиялық артықшылық береді деп күтілуде.

Түйін сөздер : Нейрондық желілер ,тұтынушы сұранысы,жасанды интеллект, рекомендациялық жүйелер, машиналық оқыту, маркетинг, сатылымды болжау трендтерді талдау, деректерді талдау, сандық технологиялар

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЗАПРОСОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Меиржан Б. С. <sup>1</sup>, Каримова М. Д. <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** В данной статье рассматривается использование нейронных сетей для прогнозирования потребительского спроса. В современном маркетинге правильное прогнозирование потребностей потребителей является одним из ключевых путей повышения эффективности бизнеса. Поскольку возможности традиционных методов и статистического анализа ограничены, технологии искусственного интеллекта, в частности нейронные сети, позволяют глубже анализировать рыночные данные и выявлять скрытые тренды.

Нейронные сети обрабатывают большие объемы данных послойно, определяя поведение, потребности и будущий спрос потребителей. В статье описаны принципы работы нейронных сетей, способы их применения для прогнозирования спроса, а также реальные примеры из жизни. Кроме того, анализируется опыт таких крупных компаний, как Amazon и Netflix, в использовании рекомендательных систем.

В результате сделаны выводы о возможностях совершенствования маркетинговых стратегий и повышения эффективности бизнеса с помощью внедрения нейронных сетей. Ожидается, что использование этих технологий в будущем существенно изменит маркетинг и предоставит бизнесу стратегическое преимущество в конкурентной среде.

**Ключевые слова:** нейронные сети, потребительский спрос, искусственный интеллект, рекомендательные системы, машинное обучение, маркетинг, прогнозирование продаж, анализ трендов, анализ данных, цифровые технологии.

## FORECASTING CONSUMER REQUESTS USING NEURAL NETWORKS

Meirzhan B. S. <sup>1</sup>, Karimova M. D. <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract:** This article examines the use of neural networks for predicting consumer demand. In modern marketing, accurately forecasting consumer needs is one of the key ways to enhance business efficiency. As traditional methods and statistical analyses have limitations, artificial intelligence technologies, particularly neural networks, enable deeper analysis of market data and uncover hidden trends.

Neural networks process large volumes of data layer by layer, identifying consumer behavior, needs, and future demand. The article describes the principles of neural network operation, methods of their application for demand forecasting, and real-life case studies. Additionally, it analyzes the experiences of major companies such as Amazon and Netflix in using recommendation systems.

As a result, conclusions are drawn about the possibilities of improving marketing strategies and enhancing business efficiency through the implementation of neural networks. It is expected that the application of these technologies will significantly transform marketing in the future and provide businesses with a strategic advantage in competitive environments.

Keywords: neural networks, consumer demand, artificial intelligence, recommendation systems, machine learning, marketing, sales forecasting, trend analysis, data analysis, digital technologies.

Қазіргі заманғы маркетинг саласында тұтынушы сұраныстарын дәл болжау бизнестің тиімділігін арттыруда маңызды рөл атқарады. Бизнес үшін тұтынушылардың қажеттіліктерін түсіну және оларды уақытында қанағаттандыру — бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз етудің негізі. Дегенмен, дәстүрлі әдістер мен статистикалық талдаулардың шектеулі мүмкіндіктері кәсіпорындарға қажетті нәтижелерді бермейді. Бұл жағдай жасанды интеллект (AI) технологияларының, атап айтқанда нейрондық желілердің қолданылуын өзекті етеді.

Нейрондық желілердің ерекшеліктері мен артықшылықтары [2].

Нейрондық желілер — адамның миының жұмыс принциптерін еліктеуге негізделген күрделі алгоритмдер. Олар үлкен көлемдегі деректерді өңдеуге, беймәлім байланыстарды анықтауға және шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Бұл технологияның басты артықшылығы — деректердің құрылымсыз түрін, яғни мәтіндер, суреттер, әлеуметтік желілердің мәліметтері сияқты ақпаратты түсіну қабілеті. Нейрондық желілер тұтынушының мінез-құлқын болжауда, сатып алу үрдістерін сараптауда және маркетингтік стратегияларды оңтайландыруда айтарлықтай табысқа жеткен.

Нейрондық желілердің маркетингте қолданылуы

Нейрондық желілер маркетингте тұтынушылардың сұранысын болжаудың түрлі аспектілерінде қолданылады. Біріншіден, олар тұтынушылардың сатып алу тарихын және өзара әрекеттесу мәліметтерін талдау арқылы тұтынушылардың болашақта не сатып алатынын болжау үшін қолданылуы мүмкін. Мысалы, жеке ұсыныстар жүйелері, сияқты Amazon және Netflix сияқты платформалар, тұтынушылардың сұранысын нақты уақыт режимінде анықтап, нақты өнімдерді немесе қызметтерді ұсыну арқылы сатылымды арттыруға мүмкіндік береді.

Екіншіден, нейрондық желілер тұтынушылардың мінез-құлқындағы тенденцияларды анықтап, жасырын трендтерді табуға көмектеседі. Бұл әсіресе нарықтық өзгерістерге жылдам жауап беру қажеттілігі туындайтын салаларда маңызды. Мысалы, сән индустриясында нейрондық желілер уақыттың ағымына сай болу үшін қай өнімдер мен стильдер танымал болатынын болжай алады. Осындай болжамдар бизнестің нарықтағы өзгерістерге тиімді және жедел бейімделуіне ықпал етеді.

Нейрондық желілердің жұмыс принциптері

Нейрондық желілердің негізгі жұмыс принципі — көпқабатты құрылым, оның әрбір қабаты белгілі бір ақпаратты өңдеп, нәтижені келесі қабатқа береді. Бұл құрылым деректерді қабаттап өңдеуге мүмкіндік береді, яғни ақпарат бірқатар трансформациялардан өтеді, әрбір деңгейде маңызды белгілер мен трендтер анықталады. Мысалы, қарапайым жүйелер біртектес деректерді талдай алса, көпқабатты нейрондық желілер күрделі үлгілер мен байланыстарды тану арқылы көпқырлы болжамдар жасай алады.

Нейрондық желілердің ең көп қолданылатын түрлерінің бірі — көпқабатты перцептрон (MLP), ол бастапқы деректерді ішкі байланыстар арқылы өңдеп, оларды шешім қабылдау үшін қолданылады. Сонымен қатар, терең оқыту (deep learning) архитектуралары, мысалы, рекуррентті нейрондық желілер (RNN) және конволюциялық нейрондық желілер (CNN), уақыт бойынша өзгертін деректерді және көрнекі ақпаратты өңдеу үшін жиі қолданылады [3].

Сұранысты болжауда нейрондық желілерді қолдану тәсілдері

Нейрондық желілердің сұранысты болжауда қолдану тәсілдері өте кең, бірақ негізінен олар тұтынушының мінез-құлқына қатысты деректерді талдауға бағытталған.

Мысалы, сатып алу тарихы, веб-сайттағы әрекеттер, әлеуметтік желілердегі пікірлер мен бағалар сияқты деректерден тұтынушының болашақтағы қызығушылықтары мен қажеттіліктері анықталады.

Нейрондық желілер нақты уақыт режимінде болжам жасап, тұтынушыларға дер кезінде сәйкес ұсыныстар береді. Мысалы, Amazon және Netflix сияқты ірі компаниялар өздерінің ұсыным жүйелерін нейрондық желілер негізінде құрып, тұтынушылардың көбірек қызығушылығын тудыратын өнімдер мен контентті ұсынады. Amazon тұтынушының сатып алу тарихын және шолу тарихын пайдалана отырып, өнімдердің сәйкес келуін болжайды. Ал Netflix, өз кезегінде, көрермендердің қалауын ескере отырып, жеке фильмдер мен сериалдарды ұсынады.

Нақты өмірдегі кейстер

1. Amazon: Amazon-ның ұсыным жүйесі нейрондық желілерді пайдаланып, тұтынушылардың сатып алу тарихы, іздеу сұрауларын және шолу деректерін талдайды. Бұл жүйе пайдаланушыларға олардың қызығушылықтарына сәйкес келетін өнімдерді ұсынады және сатып алу ықтималдығын арттырады.

2. Netflix: Netflix өзінің контент ұсыным жүйесін нейрондық желілердің көмегімен дамытқан. Платформа пайдаланушының қарау тарихын, бағалауларын және іздеу әрекеттерін пайдаланып, оған сәйкес келетін фильмдер мен сериалдарды ұсынады. Бұл тәсіл пайдаланушының контентпен байланысын нығайтып, платформаның табысын арттырады.

Кесте 1. Нейрондық желілердің сұранысты болжаудағы қолдану мысалдары

Компания	Қолдану саласы	Қолданылатын нейрондық желілер	Нәтиже
Amazon	Электрондық сауда	Көпқабатты перцептрон, RNN	Сатып алу ұсыныстарының дәлдігі артты, тұтынушы қанағаттанушылығы жоғарылады
Netflix	Стриминг қызметі	Гибридті модельдер (RNN, CNN)	Пайдаланушының таңдау тарихы негізінде жеке контент ұсынысы, тұтынушылардың уақыт өткізуі ұзартылды

Нейрондық желілердің маркетингте қолданылуының болашақтағы әсері [4].

- Нейрондық желілердің маркетингте қолданылуының болашағы айтарлықтай перспективалы болып табылады. Қазіргі уақытта бұл технологиялар деректерді талдауда, тұтынушылардың мінез-құлқына болжау жасау мен оларды зерттеуде жоғары дәлдікке қол жеткізу үшін кеңінен пайдаланылады. Болашақта нейрондық желілер маркетинг саласының барлық аспектілерін түбегейлі өзгертеді, бұл бизнестің тиімділігі мен нарықтағы бәсекелестік артықшылығын арттыруға ықпал етеді.

- Нейрондық желілердің көмегімен тұтынушылардың жеке қажеттіліктері мен қызығушылықтары тереңірек зерттеліп, олар үшін ерекше және дербестендірілген ұсыныстар жасау мүмкіндігі туындайды. Бұл тұтынушының компанияға деген адалдығын арттырып, тұтынушының сатып алу қабілетін жоғарылатуға себеп болады. Мысалы, нейрондық желілер клиенттердің интернеттегі іздеу тарихын, сатып алу әдеттерін және әлеуметтік желілердегі әрекеттерін талдай отырып, әрбір тұтынушыға арнайы жарнамаларды және ұсыныстарды ұсынуға мүмкіндік береді.

- Нейрондық желілер маркетингте болашақтағы сұраныстарды болжау үшін маңызды құрал болып табылады. Олар үлкен көлемдегі деректерді өңдеп,

тұтынушылардың мінез-құлқын, қызығушылықтарын және сатып алу үрдістерін талдай отырып, нарықтағы өзгерістерді алдын ала анықтайды. Бұл компанияларға жаңа өнімдер мен қызметтерді уақытында енгізуге және олардың нарықта табысқа жету ықтималдығын арттыруға мүмкіндік береді. Нейрондық желілер маркетингтік контенттің тиімділігін арттыруға да ықпал етеді. Олар тұтынушының назарын аударуға және олардың қызығушылығын тартуға арналған жарнамалар мен контенттің ең тиімді форматын анықтауға көмектеседі. Мысалы, нейрондық желілер A/B тестілеу нәтижелерін өңдеу арқылы қандай жарнама форматы, мәтін немесе бейне контенттің жақсы жұмыс істейтінін анықтап, маркетингтік компанияларды оңтайландырады. Нейрондық желілер тұтынушылармен байланыс пен қызмет көрсету саласында да үлкен өзгерістер әкеледі [5]. Чат-боттар мен виртуалды көмекшілердің арқасында тұтынушыларға жылдам әрі тиімді қызмет көрсету мүмкіндігі артады. Жасанды интеллект негізіндегі жүйелер тұтынушылардың сұрақтарына автоматты түрде жауап бере алады, мәселелерді шешу үшін деректерді талдайды және қажетті ақпаратты ұсынады.

Нейрондық желілерді қолдану компанияларға бәсекелестерінен озып шығуға көмектеседі. Олар деректерді өңдеудің жоғары жылдамдығы мен дәлдігін қамтамасыз етіп, маркетингтік шешімдер қабылдауда нақты уақыт режимінде жұмыс істейді. Бұл өз кезегінде компанияларға тұтынушылардың қызығушылықтарын тез әрі тиімді қанағаттандыруға мүмкіндік береді. Нейрондық желілердің арқасында компаниялар жаңа нарықтарға шыққанда және жаңашылдықты енгізгенде, олардың бәсекелестік артықшылығы арта түседі.

Маркетинг стратегияларын жақсарту [6].

Нейрондық желілердің көмегімен компаниялар маркетингтік стратегияларды нақты деректерге негізделген, анағұрлым дәл және мақсатты түрде құра алады. Бұл, өз кезегінде, тұтынушылардың қызығушылығын арттырып, олардың компанияға деген сенімін нығайтады. Тұтынушыларға дербестендірілген ұсыныстар мен жарнамаларды көрсету тұтынушының қанағаттанушылығын арттырып, қайталанатын сатып алуларды көбейтеді. Сондай-ақ, клиенттердің өзгеріп жатқан талғамдарын ескеру маркетингтік стратегияларды уақытында жаңартып отыруға мүмкіндік береді.

Бизнес тиімділігін арттыру

Нейрондық желілердің интеграциясы бизнес процестерді автоматтандыруға және оларды тиімді басқаруға жол ашады. Мысалы, өнімнің қай бөлігінің нарықта жақсы сатылып жатқанын немесе қай маркетингтік науқандардың табысты екенін анықтау үшін деректерді талдау жүргізіледі. Бұл компанияларға өзінің күшті жақтарын күшейтіп, әлсіз тұстарын жетілдіруге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, тұтынушылардың қажеттіліктерін алдын ала білу компанияларға өнімдер мен қызметтерді дұрыс жоспарлауға және жаңа нарықтарға шығуға көмектеседі [7].

Нейрондық желілердің дамуы мен олардың маркетингке енгізілуі жаңа технологиялардың пайда болуына себеп болады. Мысалы, нақты уақыттағы деректерді өңдеуде қолданылатын жасанды интеллект пен машиналық оқыту технологиялары маркетингтің болашағында маңызды рөл атқарады. Компаниялар өздерінің өнімдері мен қызметтерін жақсарту үшін клиенттердің пікірлерін және әлеуметтік желілердегі тенденцияларды автоматты түрде талдай алады. Осылайша, маркетингтік компаниялар тұтынушылардың қазіргі қызығушылықтары мен сұраныстарына сәйкес әзірленеді.

Нейрондық желілерді қолдану маркетингте стратегиялық артықшылықтарды қамтамасыз етеді. Бұл технологиялардың арқасында компаниялар тұтынушылардың мінез-құлқын нақты болжай алады және болашақтағы трендтерді алдын ала анықтап, жаңа нарықтарға кіре алады. Нейрондық желілер компанияларға бәсекелестерінен озып, нарықта лидер болуына мүмкіндік береді. Жоғары дәлдікпен жұмыс істейтін бұл технологиялар бизнеске тұтынушының әрбір сұранысына дер кезінде жауап беруге көмектеседі.

Нейрондық желілерді маркетингте қолдану бойынша ұсыныстар

#### 1.Дербестендірілген ұсыныстарды дамыту

•Тұтынушының мінез-құлқы, іздеу тарихы және сатып алу әдеттері негізінде жасалған дербестендірілген ұсыныстар тұтынушыны қызықтырып, сатылымды арттыруға ықпал етеді. Нейрондық желілердің алгоритмдерін жетілдіру арқылы ұсыныстардың дәлдігін арттыру қажет. [8]

#### 2.Маркетингтік кампанияларды оңтайландыру

•Нейрондық желілер маркетингтік кампанияларды тиімді жоспарлауға көмектеседі. Мысалы, жарнамалардың ең қолайлы уақытын, форматын және аудиторияны анықтау үшін машиналық оқыту модельдерін қолдану.

#### 3.А/В тестілеуді автоматтандыру

•Маркетингтік шешімдерді деректерге негіздеу үшін А/В тестілеуді автоматтандыру. Нейрондық желілер тестілеу нәтижелерін жылдам өңдеп, ең тиімді шешімді ұсына алады.

#### 4.Сезімтал талдау жүйесін енгізу

•Тұтынушылардың әлеуметтік желідегі пікірлері мен кері байланысын талдау арқылы олардың қажеттіліктерін болжау. Нейрондық желілер табиғи тілдерді өңдеу (NLP) технологиялары арқылы тұтынушылардың көңіл-күйін талдап, стратегияларды икемдеуге мүмкіндік береді.

#### 5.Клиенттермен байланысты жақсарту

Чат-боттар мен виртуалды көмекшілер арқылы клиенттерге қызмет көрсетуді жеделдету. Нейрондық желілердің көмегімен клиент сұраныстарын нақты және жылдам шешетін жүйелерді дамыту.

### ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Акер Д., Котлер Ф. Маркетинг негіздері. Алматы: Экономика, 2012.
2. Кенжебекова Б.Ж., Қошанова Д.С. Маркетинг: Оқу құралы. Алматы: Қазақ университеті, 2018.
3. Бекжанова Ж.Б. Қазіргі заманғы маркетингтің теориясы мен практикасы. Алматы: Экономика және қаржы, 2020.
4. Альжанова Ф.С. Маркетингтегі инновациялық технологиялар: Жасанды интеллект және цифрлық құралдар. Астана: ЕҰУ баспасы, 2021.
5. Қойшыбаев А.С. Маркетингтік зерттеулер: Теория және тәжірибе. Алматы: Қазақ баспа үйі, 2019.
6. Сейдахметова Ф.С. Маркетинг негіздері: Стратегиялық басқару. Алматы: ЖШС «Талап», 2015.
7. Иманқұлова Л.М. Жасанды интеллекттің маркетингтегі орны. Алматы: Экономика институты, 2022.
8. Хабибуллин А.Х. Электрондық коммерция және маркетингтегі цифрлық технологиялар. Шымкент: «Білім» баспасы, 2021

### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР

\***Мейіржан Бекзат Саятұлы** – Каспий Қоғамдық университетінің «Маркетинг» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: bekrat.meiirzhan@ffins.kz

\*\***Каримова Мадина Даутовна** - Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, PhD, e-mail: madi-79@mail.ru

#### Сведения об авторах

\* **Мейіржан Бекзат Саятұлы** – студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Маркетинг», e-mail: bekrat.meiirzhan@ffins.kz

\*\***Каримова Мадина Даутовна** - ассоц.профессор кафедры «Экономика и менеджмент “ Каспийского общественного университета, PhD, e-mail: madi-79@mail.ru

Information about the authors

\***Meirzhan Bekzat** - 4<sup>th</sup> year student of the Caspian Public University, specialty “marketing”, e-mail: bekrat.meirzhan@ffins.kz

\*\* **Karimova Madina** - PhD, Associate Professor, Caspian Public University, e-mail: madi-79@mail.ru

УДК 657.1

## УЧЕТ И АУДИТ РАСЧЕТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ЗАКАЗЧИКАМИ

**Мирасова А. Қ.<sup>1</sup>, Калиакпарова Г.Ш.<sup>2</sup>**

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** в статье рассматриваются особенности учета и аудита расчетов с покупателями и заказчиками в соответствии с МСФО. Освещены основные требования к ведению учетной документации, отражению доходов и задолженности, а также порядок учета договорных отношений. Анализируется процедура внутреннего и внешнего аудита расчетов, включая оценку риска невыполнения обязательств и обеспечения достоверности финансовой отчетности. Особое внимание уделено нормативно-правовой базе Казахстана, регулирующей учет и аудит дебиторской задолженности, а также методам ее минимизации.

**Ключевые слова:** аудит, покупатели, заказчики, реализация, аналитический учет, расчеты.

## САТЫП АЛУШЫЛАР МЕН ТҰТЫНУШЫЛАР МЕНЕН ЕСЕП ЖӘНЕ АУДИТ

**Мирасова А.Қ.<sup>1</sup>, Қалиакпарова Г.Ш.<sup>2</sup>**

Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

**Аннотация:** мақалада ҚЕХС сәйкес сатып алушылар мен тапсырыс берушілермен есеп айырысуларды есепке алу және аудит жүргізу ерекшеліктері қарастырылған. Кірістер мен қарыздарды көрсететін бухгалтерлік құжаттаманы жүргізуге қойылатын негізгі талаптар, сондай-ақ шарттық қатынастарды есепке алу тәртібі қамтылған. Есептеулердің ішкі және сыртқы аудитін жүргізу тәртібі талданады, оның ішінде міндеттемелердің орындалмау тәуекелін бағалау және қаржылық есептіліктің дұрыстығын қамтамасыз ету. Дебиторлық берешектің есебі мен аудитін реттейтін Қазақстанның нормативтік-құқықтық базасына, сондай-ақ оны барынша азайту әдістеріне ерекше назар аударылады.

**Негізгі сөздер:** аудит, сатып алушылар, тұтынушылар, сату, аналитикалық есеп, есептеулер.

## ACCOUNTING AND AUDIT OF SETTLEMENTS WITH BUYERS AND CUSTOMERS

**Mirasova A. K.<sup>1</sup>, Kaliakparova G.Sh.<sup>2</sup>**

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract:** The article examines the features of accounting and auditing settlements with customers and clients in accordance with IFRS. The main requirements for maintaining accounting records, reflecting income and debt, as well as the procedure for accounting for contractual relations are covered. The procedure for internal and external audit of settlements is analyzed, including an assessment of the risk of default and ensuring the reliability of financial

statements. Particular attention is paid to the regulatory framework of Kazakhstan governing the accounting and audit of accounts receivable, as well as methods for minimizing it.

**Key words:** audit, buyers, customers, sales, analytical accounting, calculations.

Эффективный учет и аудит расчетов с покупателями и заказчиками является неотъемлемой частью деятельности любого предприятия, независимо от его размера и сферы деятельности. Эти процессы напрямую связаны с финансовой устойчивостью организации, поскольку обеспечивают контроль за движением денежных средств, правильностью отражения доходов и обязательств, а также своевременным выявлением и предотвращением финансовых рисков [1]. В условиях современной экономики Казахстана, где значительная часть бизнеса взаимодействует с отечественными и международными партнерами, соблюдение стандартов бухгалтерского учета и аудита приобретает особое значение. Учет расчетов с покупателями и заказчиками требует соблюдения принципов прозрачности и объективности, что обеспечивает уверенность в достоверности финансовой отчетности как для внутренних пользователей, так и для внешних заинтересованных сторон. При этом компании обязаны следовать требованиям международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) и НСФО, которые гармонизированы с международной практикой. Ключевая задача в рамках учета расчетов – это не только правильное отражение операций в учете, но и управление дебиторской задолженностью, создание резервов под сомнительные долги, а также своевременное признание доходов. Эти аспекты формируют основу для принятия обоснованных управленческих решений, определения реального финансового положения компании и повышения ее инвестиционной привлекательности. Кроме того, грамотно организованный учет помогает минимизировать налоговые и правовые риски, что особенно актуально в условиях усиления контроля со стороны регулирующих органов. Аудит, в свою очередь, является механизмом независимой проверки, направленной на выявление возможных ошибок или искажений в учетных данных. Процедуры аудита позволяют не только оценить качество ведения учета, но и проверить соблюдение законодательных требований, а также предложить рекомендации по улучшению финансовой дисциплины [2]. В результате, учет и аудит расчетов с покупателями и заказчиками способствуют повышению прозрачности бизнеса, укреплению доверия со стороны партнеров и клиентов, а также устойчивому развитию компании.

Данная статья посвящена рассмотрению принципов учета и аудита расчетов с покупателями и заказчиками в Казахстане, особенностей их применения в соответствии с МСФО, а также анализа проблем и предложений по их решению.

Правила учета расчетов с покупателями и заказчиками базируются на необходимости точного и своевременного отражения доходов компании. Признание доходов является ключевым элементом этого процесса, и в Казахстане оно регулируется международным стандартом финансовой отчетности (IFRS 15) «Выручка по договорам с клиентами» [3]. Согласно этому стандарту, доход фиксируется не просто в момент заключения договора, а в тот момент, когда компания фактически выполняет свои обязательства перед покупателем или заказчиком. Это может быть передача товара, предоставление услуги или завершение определенного этапа работы, предусмотренного договором. Признание дохода предполагает, что обязательства компании считаются выполненными, если товар доставлен покупателю, услуги оказаны, а заказчик принял выполненные работы. Одновременно с этим компания обладает правом на получение оплаты за свою деятельность. Это правило подчеркивает важность документального подтверждения, поскольку каждую сделку необходимо сопровождать договорами, актами выполненных работ, накладными и счетами-фактурами. Все это создает юридическую и финансовую основу для признания дохода и фиксации расчетов с покупателями. Не менее значимым аспектом учета является управление дебиторской задолженностью. Эта часть расчетов напрямую влияет на ликвидность компании, а потому требует особого внимания.



В бухгалтерском учете дебиторская задолженность отражается в составе активов, однако ее своевременность и возможность возврата определяют финансовую устойчивость бизнеса [4]. Для снижения рисков невозврата средств компании обязаны формировать резервы по сомнительным долгам. Эти резервы создаются на основе анализа платежеспособности клиентов и статистики прошлых периодов, что позволяет заранее учитывать возможные потери. Еще одним важным моментом является регулярный мониторинг состояния расчетов. Ведение учета требует постоянного анализа состояния дебиторской задолженности, определения сроков ее погашения и выявления просроченных платежей. Компании должны разрабатывать внутренние процедуры управления задолженностью, включая механизмы взыскания долгов и переговоров с клиентами, чтобы минимизировать финансовые риски. Важнейший аспект учета расчетов с покупателями и заказчиками заключается в обеспечении их соответствия экономической сущности операций. Это требует не только формального выполнения стандартов, но и глубокого понимания реальной природы обязательств между сторонами. Например, в случае долгосрочных договоров, которые включают этапы выполнения работ или поставки товаров, возникает необходимость учитывать специфику каждого этапа. В таких ситуациях выручка должна признаваться по мере выполнения обязательств, что требует тщательного планирования и документального оформления каждой стадии сделки. Важную роль здесь играют принципы осмотрительности и полноты. Компании должны учитывать возможные изменения в договорных условиях, такие как корректировки цен, скидки или штрафные санкции. Это особенно актуально для предприятий, работающих с большим количеством клиентов или сложными контрактами, где часто возникают изменения условий на протяжении выполнения договора. Например, если заказчик задерживает платежи или изменяет объемы заказанных товаров, бухгалтеру необходимо своевременно отражать эти изменения, чтобы отчетность оставалась актуальной и достоверной. Документальное оформление расчетов занимает центральное место в этом процессе.

Договоры с покупателями и заказчиками, счета-фактуры, накладные и акты выполненных работ служат не только юридическим подтверждением сделок, но и базой для бухгалтерского учета. Без надлежащей документации учет операций может быть признан недостоверным, что ставит под угрозу финансовую отчетность компании. Поэтому ведение учета требует строгой дисциплины и организации, особенно в условиях многообразия форм и типов договорных отношений.

Дополнительную сложность представляет учет расчетов в иностранной валюте. Многие компании работают с зарубежными клиентами, что приводит к необходимости отражения курсовых разниц. Эти операции требуют особого внимания, так как колебания валютных курсов могут значительно повлиять на финансовые показатели. Важно учитывать, что курсовые разницы отражаются не только на этапе оплаты, но и в момент переоценки задолженности на конец отчетного периода, что делает контроль за такими расчетами особенно важным.

Отдельное внимание в рамках учета расчетов уделяется управлению сомнительными долгами. Ведение анализа платежеспособности клиентов позволяет компаниям заранее оценивать риски невозврата денежных средств. В таких случаях создание резервов под сомнительные долги становится инструментом управления этими рисками. Однако важно не только создать резервы, но и корректно рассчитать их объем, основываясь на объективных данных о задолженности и финансовом состоянии должников.

Таким образом, учет расчетов с покупателями и заказчиками представляет собой сложный процесс, который требует от бухгалтеров высокого уровня профессионализма, детальности и постоянного контроля. Это не только позволяет компании соблюдать стандарты финансовой отчетности, но и обеспечивает ее устойчивость в условиях изменчивой экономической среды.

Аудит расчетов с покупателями и заказчиками – важная часть процесса контроля и верификации бухгалтерской отчетности компании. Первым этапом включают проверку документального подтверждения, то есть аудитор проверяет наличие всех договоров, счетов-фактур и актов выполненных работ. Недостаток документации может привести к снижению достоверности отчетности. Второй этап – это анализ дебиторской задолженности – аудитор оценивает своевременность оплаты и возможные риски невозврата средств. На основе анализа дебиторской задолженности аудитор формирует заключение о финансовом положении компании. Третьим этапом идет оценка резервов по сомнительным долгам. Это когда аудитор проверяет обоснованность созданных резервов на возможные потери по долгам. Важно, чтобы резервы соответствовали реальным рискам компании и требованиям стандартов. И последний этап – тестирование и верификация выручки – аудитор проводит тесты на признание выручки и проверяет, соответствует ли учет доходов требованиям МСФО.

Аудит расчетов с покупателями и заказчиками представляет собой не только инструмент контроля за правильностью учета, но и способ выявления скрытых финансовых рисков, которые могут негативно сказаться на устойчивости компании. В рамках аудита проверяются не только сами бухгалтерские записи, но и процессы, обеспечивающие их формирование, что делает эту процедуру более глубоким анализом, нежели просто сопоставление данных. Один из ключевых моментов аудита – это оценка системы внутреннего контроля. Аудитор обращает внимание на то, как в компании организованы процессы управления расчетами: насколько эффективно ведется учет задолженности, как происходит согласование условий договоров и насколько оперативно выявляются просрочки платежей.

Не менее важным аспектом является оценка добросовестности контрагентов. В процессе аудита проводится анализ данных о покупателях и заказчиках, их платежеспособности и кредитной истории. Это позволяет не только проверить, насколько оправданно компания формирует резервы под сомнительные долги, но и оценить качество управления рисками. Например, если компания часто сталкивается с проблемами невозврата средств, это может свидетельствовать о недостаточности проверок надежности контрагентов на этапе заключения договоров. Особое внимание уделяется анализу признания доходов, особенно в случае сложных или нестандартных договорных отношений [5]. Аудитор проверяет, соответствует ли методология учета требованиям стандартов, и обращает внимание на возможные несоответствия между датами фактического выполнения обязательств и отражением выручки в бухгалтерских документах [6]. Такие несоответствия могут возникать, например, в случаях, когда доставка товаров или выполнение услуг задерживается, но доход все же отражается в отчетности для улучшения финансовых показателей. Кроме того, аудиторская проверка включает оценку процесса урегулирования задолженности. Здесь рассматривается, насколько активно компания предпринимает меры по взысканию долгов. Например, если задолженность накапливается, но не предпринимаются попытки ее погашения, это может указывать на слабости в управлении финансовыми потоками [7].

Аудитор также оценивает правовую сторону взыскания долгов, проверяя наличие судебных исков или претензий к покупателям, и дает рекомендации по улучшению работы в этой области. Таким образом, аудит расчетов с покупателями и заказчиками представляет собой многоуровневый процесс, направленный на обеспечение достоверности отчетности, выявление рисков и повышение качества управления финансовыми ресурсами компании. Это не просто проверка данных, а стратегический инструмент, который помогает компании не только соответствовать стандартам, но и становиться более эффективной и устойчивой в долгосрочной перспективе.

Риски и ошибки в учете расчетов с покупателями и заказчиками часто становятся результатом недостаточного внимания к деталям, слабой организации процессов или несоответствия учета реальным условиям хозяйственной деятельности [8]. Одним из

ключевых рисков является искажение финансовой отчетности, которое может быть вызвано как преднамеренными действиями, так и непреднамеренными ошибками. Это искажение нередко возникает на этапе признания доходов, когда компания неправильно определяет момент выполнения обязательств перед клиентами. Например, если выручка отражается до фактического предоставления товаров или услуг, это приводит к завышению доходов и может создать ложное впечатление о финансовом состоянии компании. Еще один важный риск связан с недооценкой проблем, возникающих в процессе управления дебиторской задолженностью. Когда компания теряет контроль над сроками оплаты со стороны клиентов, это приводит к накоплению просроченных долгов, что негативно влияет на ликвидность. Особенно опасно, если отсутствует регулярный анализ задолженности, и руководство компании не имеет четкого представления о том, какие суммы могут быть невозвратными. В таких случаях высока вероятность столкнуться с кассовыми разрывами, которые затрудняют выполнение собственных обязательств перед поставщиками и другими контрагентами.

Частой ошибкой в учете расчетов является неправомерное или недостаточное создание резервов по сомнительным долгам. Некоторые компании, стремясь показать более благоприятную финансовую картину, намеренно занижают объем резервов, что искажает их отчетность и делает их уязвимыми перед внешними проверками. С другой стороны, неопытные бухгалтеры могут неправильно оценивать вероятность невозврата задолженности, что приводит к чрезмерному резервированию средств, снижая прибыльность предприятия.

Не менее значимым риском являются ошибки, связанные с учетом курсовых разниц при расчетах в иностранной валюте [9]. В условиях экономики, где значительная часть внешнеэкономической деятельности ведется с использованием иностранной валюты, неправильное отражение изменений курса может привести к значительным искажениям финансовых результатов. Такие ошибки особенно опасны для компаний, работающих в условиях нестабильности валютного рынка, где курсовые колебания могут существенно влиять на итоговые показатели прибыли.

Правовые аспекты также могут стать источником ошибок. Например, если договорные условия не отражены в бухгалтерском учете в полной мере, это может привести к юридическим спорам с покупателями. Некоторые компании допускают неточности в расчетах штрафных санкций, пеней или скидок, что вызывает недовольство со стороны клиентов и может повлиять на деловую репутацию. Особого внимания заслуживают случаи недобросовестного ведения учета, когда намеренно скрываются задолженности или доходы с целью избежать налогообложения или улучшить финансовые показатели. Такие действия не только противоречат законодательству, но и могут стать причиной серьезных штрафных санкций и потери доверия со стороны партнеров.

Учет и аудит расчетов с покупателями и заказчиками занимают важнейшее место в системе финансового управления любой компании. Это не просто технические процессы, а стратегические инструменты, которые влияют на устойчивость бизнеса, его способность эффективно управлять своими ресурсами и формировать доверие среди партнеров, клиентов и инвесторов.

В условиях экономики, где стандарты финансовой отчетности основаны на международной практике, компании обязаны уделять особое внимание точности учета и прозрачности операций. Правильное признание доходов, грамотное управление дебиторской задолженностью, создание резервов под сомнительные долги и своевременный аудит — все эти элементы способствуют повышению качества отчетности, снижению финансовых рисков и укреплению конкурентных позиций компании на рынке [10].

Аудит расчетов позволяет глубже понять внутренние процессы, выявить слабые места в управлении задолженностью и предложить пути их устранения. Это не только

повышает уровень достоверности данных, но и способствует долгосрочному улучшению финансовой дисциплины. В свою очередь, контроль над рисками, такими как искажение данных, неправильное признание доходов или недостаточное создание резервов, позволяет компании избежать финансовых и репутационных потерь.

Таким образом, учет и аудит расчетов с покупателями и заказчиками — это не просто обязательная часть бухгалтерского учета, но и основа для эффективного управления бизнесом. Только грамотно организованный учет и систематический контроль за расчетами могут обеспечить компании финансовую стабильность и устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Учет расчетов с покупателями и заказчиками [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://pro1c.kz/articles/uchet-raschetov-s-kontragentami/uchet-raschetov-s-rokupatelyami-i-zakazchikami/> (дата обращения: 09.11.2024).
2. Аудит – что это такое и для чего он нужен [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://neiros.ru/blog/business/audit-chto-eto-takoe-i-dlya-chego-on-nuzhen/> (дата обращения: 09.11.2024).
3. МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с клиентами» [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://dogovor24.kz/files/webinars/pdf/IFRS15.pdf> (дата обращения: 09.11.2024).
4. Что такое дебиторская задолженность [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://focus.kontur.ru/site/news/31084-chto-takoe-debitorskaya-zadolzhennost> (дата обращения: 10.11.2024).
5. Регистрация бизнеса в МФЦА Казахстан [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://habr.com/ru/companies/ybcase/articles/776846/> (дата обращения: 10.11.2024).
6. Как проводится аудит бухгалтерской отчетности [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.rnk.ru/article/216869-auditorskaya-proverka-buhgalterskoj-otchetnosti> (дата обращения: 13.11.2024).
7. Денежный поток: что это такое, как он работает и как его анализировать [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <https://www.finkont.ru/blog/denezhnyy-potok-chto-eto-takoe-kak-on-rabotaet-i-kak-ego-analizirovat/> (дата обращения: 13.11.2024).
8. Аудит расчетов с покупателями и заказчиками [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <https://www.glavkniga.ru/situations/s504661> (дата обращения: 14.11.2024).
9. Курсовая разница [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: [https://www.audit-it.ru/terms/accounting/kurovaya\\_raznitsa.html](https://www.audit-it.ru/terms/accounting/kurovaya_raznitsa.html) (дата обращения: 15.11.2024).
10. Практика анализа дебиторской задолженности по доходам [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://rufincontrol.ru/online/article/492397/> (дата обращения: 15.11.2024).

### Сведения об авторах

<sup>1</sup> Мирасова Аделина Қайратқызы, студентка 4 курса, группы УиА-21-2р, Каспийский общественный университет, gmail: [adelina.79788@gmail.com](mailto:adelina.79788@gmail.com)

<sup>2</sup> Калиакпарова Гульнар Шаймардановна – научный руководитель, PhD, ассоциированный профессор, Каспийский общественный университет, email: [GK\\_2003@mail.ru](mailto:GK_2003@mail.ru)

### Автор туралы ақпарат

<sup>1</sup> Мирасова Аделина Қайратқызы, 4 курс, УиА-21-2р тобы, Каспий Қоғамдық университеті, gmail: [adelina.79788@gmail.com](mailto:adelina.79788@gmail.com)

<sup>2</sup>Калиакпарова Гүлнәр Шаймарданқызы – ғылыми жетекші, PhD, доцент, Каспий қоғамдық университеті, email: [GK\\_2003@mail.ru](mailto:GK_2003@mail.ru)

### Information about the authors

<sup>1</sup> Mirasova Adelina Kairatkyzy, 4th year student, group UiA-21-2r, Caspian Public University, gmail: [adelina.79788@gmail.com](mailto:adelina.79788@gmail.com)

<sup>2</sup>Kaliakparova Gulnar Shaimardanovna – scientific supervisor, Ph.D, Associate Professor, Caspian Public University, email: [GK\\_2003@mail.ru](mailto:GK_2003@mail.ru)

## ДӘСТҮРЛІ БАНК ЖҮЙЕСІН ТРАНСФОРМАЦИЯЛАУДАҒЫ ҚАРЖЫЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ (FinTech) РӨЛІ

Молдаханова.А.К.<sup>1</sup>, Гумар Н.А.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Қаржылық технологиялар (FinTech) бүгінде дәстүрлі банктік жүйенің трансформациясын жүзеге асыруда маңызды рөл атқарып отыр. Әсіресе, соңғы жылдардағы цифрландыру мен пандемия әсерінен қаржы қызметтерінің қарқынды дамуы FinTech саласының маңыздылығын айқын көрсетті. Бұл мақалада біз дәстүрлі банк жүйесін жаңғыртудағы қаржылық технологиялардың рөлін зерттейміз. FinTech инновацияларының банктердің жұмысын қалай оңтайландырып, тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын арттырғанын, сондай-ақ блокчейн, мобильді төлемдер, жасанды интеллект сияқты технологиялардың дамуы арқылы қаржы нарығындағы өзгерістерге тоқталамыз.

**Түйін сөздер:** қаржылық технологиялар (FinTech), блокчейн технологиясы, мобильді төлемдер, жасанды интеллект, цифрлық банкинг, криптовалюта, қаржылық қызметтер.

## РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (FinTech) В ТРАНСФОРМАЦИИ ТРАДИЦИОННОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

Молдаханова.А.К.<sup>1</sup> студентка 4 курса

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

Гумар Н.А.<sup>2</sup> – к.э.н., ассоциированный профессор

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** На сегодняшний день финансовые технологии (FinTech) играют ключевую роль в трансформации традиционной банковской системы. В частности, стремительное развитие финансовых услуг на фоне цифровизации и пандемии в последние годы ярко продемонстрировало важность индустрии FinTech. В этой статье рассматривается роль финансовых технологий в модернизации традиционной банковской системы. Особое внимание уделено тому, как инновации FinTech оптимизируют работу банков и улучшают качество обслуживания клиентов, а также изменению финансового рынка благодаря таким технологиям, как блокчейн, мобильные платежи и искусственный интеллект.

**Ключевые слова:** финансовые технологии (FinTech), блокчейн, мобильные платежи, искусственный интеллект, цифровой банкинг, криптовалюта, финансовые услуги.

## THE ROLE OF FINANCIAL TECHNOLOGY (FinTech) IN THE TRANSFORMATION OF THE TRADITIONAL BANKING SYSTEM

Moldakhanova A.K. <sup>1</sup>4th year student

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Gumar N.A.**<sup>2</sup> - candidate of economic sciences, Associate Professor of the Caspian Public University

<sup>12</sup>Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** Today, financial technologies (FinTech) play an important role in the transformation of the traditional banking system. In particular, the rapid development of financial services due to digitization and the pandemic in recent years has clearly shown the importance of the FinTech industry. In this article, we explore the role of financial technologies in modernizing the traditional banking system. We will focus on how FinTech innovations optimize the work of banks and improve the quality of customer service, as well as changes in the financial market through the development of technologies such as blockchain, mobile payments, and artificial intelligence.

**Keywords:** financial technologies (FinTech), blockchain technology, mobile payments, artificial intelligence, digital banking, cryptocurrency, financial services.

### **Кіріспе**

Қазіргі таңда сіз банк бөлімшесінің ішін шынайы өмірге қарағанда ескі фильмдерден жиі көресіз. Бір сәт ұялы телефоныңызға қарасаңыз: негізгі экранда кем дегенде екі ақша қаражаттарын басқару туралы қосымша бар, мүмкін одан да көп. McKinsey зерттеулеріне сәйкес, бұл төлемдер саласындағы жаңа дәуірдің бір белгісі ғана. Бұл өзгерістің артында қандай маңызды даму жатыр? Қысқа сөз, үлкен ұғым: FinTech [1].

Қаржылық технологиялар (FinTech) – бұл қаржы қызметтері мен технологиялардың үйлесімі, ол қазіргі әлемде қаржылық жүйенің тиімділігін арттыруға, инновацияларды енгізуге және тұтынушыларға жаңа мүмкіндіктер ашуға бағытталған. FinTech секторы банктер, инвестициялық компаниялар, сақтандыру ұйымдары, төлем жүйелері, криптовалюта платформалары және басқа да қаржылық өнімдер мен қызметтерді қамтитын кең ауқымды саланы білдіреді. Заманауи технологиялардың қаржы секторына енгізілуі дәстүрлі қаржылық қызметтерді жаңаша құрылымдауға, жылдамдық пен қауіпсіздікті арттыруға мүмкіндік берді. FinTech инновациялары әсіресе мобильді төлемдер, блокчейн технологиясы, жасанды интеллект және деректерді талдау салаларында айтарлықтай жетістіктерге жетті. Бүгінде бұл сала тек жеке тұлғалар мен шағын кәсіпорындарға ғана емес, ірі халықаралық ұйымдарға да маңызды өзгерістер мен жаңа бизнес мүмкіндіктерін ұсынуда.

Қаржы технологиялары (Fintech) саласы өз кезегінде экономиканы цифрландырумен тығыз байланысты. Криптовалюта, цифрлық банкинг, төлем жүйелері және басқа да цифрлық қаржы шешімдері арқылы қаржы индустриясы жаңа бағытқа бет бұруда. Бұл салада жұмыс істейтін мамандар, әсіресе, блокчейн әзірлеушілері мен қаржы технологиялары бойынша кеңесшілер үлкен сұранысқа ие болады.

Қазақстан үшін бұл салада көптеген мүмкіндіктер ашылуы мүмкін. Криптовалюталар мен блокчейн технологияларының дамуы мемлекетке жаңа салық және қаржылық жүйелерді автоматтандыру арқылы экономиканы оңтайландыруға мүмкіндік береді. Қазақстанда криптовалюта алмасу мен сандық банкинг қызметтерін дамыту да қаржы саласындағы жаңашылдықты талап етеді [2].

Қаржылық технологиялардың (FinTech) дамуы дәстүрлі банк жүйесін елеулі түрде өзгертіп, жұмыс істеп тұрған қаржы институттары үшін мүмкіндіктерге де, қиындықтарға да әкелді. FinTech инновациялардың кең ауқымын қамтиды, соның ішінде мобильді төлемдер, блокчейн технологиясы және жасанды интеллект қаржылық қызметтерді жеткізу және оларға қол жеткізу жолында көптеген өзгеріс енгізді. Бұл трансформация тиімділіктің жоғарылауымен, шығындардың төмендеуімен және тұтынушылар үшін қолжетімділіктің жақсаруымен сипатталады, бұл дәстүрлі банктерді өзгермелі ортада

бәсекеге қабілетті болып қалу үшін бизнес үлгілерін бейімдеуге итермелейді. Мысалы, қазіргі таңдағы ең танымал онлайн несиелеу платформалары мен мобильді төлемдер. Fintech инновацияларының дамуы дәстүрлі банктердің бірнеше маңызды аспектілеріне әсер етті:

1. Процесстерді автоматтандыру және жылдамдықты арттыру.

Fintech технологияларының ең айқын артықшылығы - бұл банктердің ішкі процесстерін автоматтандыру және жеделдету. Бұған мысал ретінде блокчейн технологиясы мен роботтандырылған процесстерді автоматтандыру (RPA) жүйелерін келтіруге болады. Бұл технологиялар банктердің төлемдер мен трансакциялар жүйесін тезірек әрі тиімдірек жұмыс істетуіне мүмкіндік береді. Сонымен қатар, бұл тұтынушыларға қызмет көрсету процесін де жеделдетеді, мысалы, төлемдер бірнеше секунд ішінде жүзеге асырылады.

2. Құпиялылықты және қауіпсіздікті қамтамасыз ету.

Қазіргі кезде ақпараттық қауіпсіздік банктер үшін басты мәселеге айналды. Fintech инновациялары, оның ішінде блокчейн және криптографиялық шешімдер, деректерді қорғау және қаржылық операциялардың қауіпсіздігін арттыруға көмектеседі. Банктер бұл технологияларды пайдалану арқылы қаржы операцияларының қауіпсіздігін қамтамасыз етеді және тұтынушылардың сенімін арттырады.

3. Тұтынушыларға қызмет көрсету сапасының артуы.

Fintech технологияларының банктер үшін маңызды артықшылықтарының бірі - тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын арттыру. Бұл әсіресе мобильді қосымшалар мен цифрлық платформалардың дамуы арқасында мүмкін болды. Қазіргі таңда тұтынушылар банктік операцияларды кез келген уақытта, кез келген жерде, ыңғайлы түрде жүргізе алады.

4. Мобильді төлемдер.

Мобильді төлемдер әлемінде үлкен өзгерістер орын алуда. Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay сияқты платформалар мобильді төлемдер мен қаржылық операцияларды оңайлатты. Бұл технологиялар арқылы тұтынушылар өздерінің смартфондары арқылы төлем жасай алады, сондай-ақ ақша аударымдарын, шоттарды тексеруді де жеңілдетеді. Мобильді банкінгтің арқасында тұтынушыларға қызмет көрсету сапасы айтарлықтай жақсарды, себебі олар кез келген уақытта және кез келген жерде қаржылық қызметтерге қол жеткізе алады.

5. Жасанды интеллект (AI) және чат-боттар.

Жасанды интеллект (AI) және чат-боттар банктердің тұтынушылармен өзара әрекеттесу тәсілдерін түбегейлі өзгертіп жатыр. Чат-боттар мен дауыстық көмекшілер тұтынушылардың сұрақтарына шұғыл жауап береді, қарапайым трансакцияларды жүзеге асырады, сондай-ақ тұтынушыларға жеке қаржылық кеңес береді. Сонымен қатар, AI жүйелері банк қызметтерінің сапасын арттыруда маңызды рөл атқарады: олар трансакцияларды талдайды, клиенттердің мінез-құлқын болжайды және қаржылық қызметтерді дербестендіреді.

6. Тұтынушы құқықтарын қорғау.

Fintech технологияларының дамуы тұтынушылардың құқықтарын қорғауды да жетілдірді. Ақпараттық жүйелер мен жасанды интеллект көмегімен банктер трансакцияларды бақылай отырып, алаяқтықты және заңсыз әрекеттерді тез анықтай алады. Бұл тұтынушылардың қаржылық қауіпсіздігін арттыруға ықпал етеді.

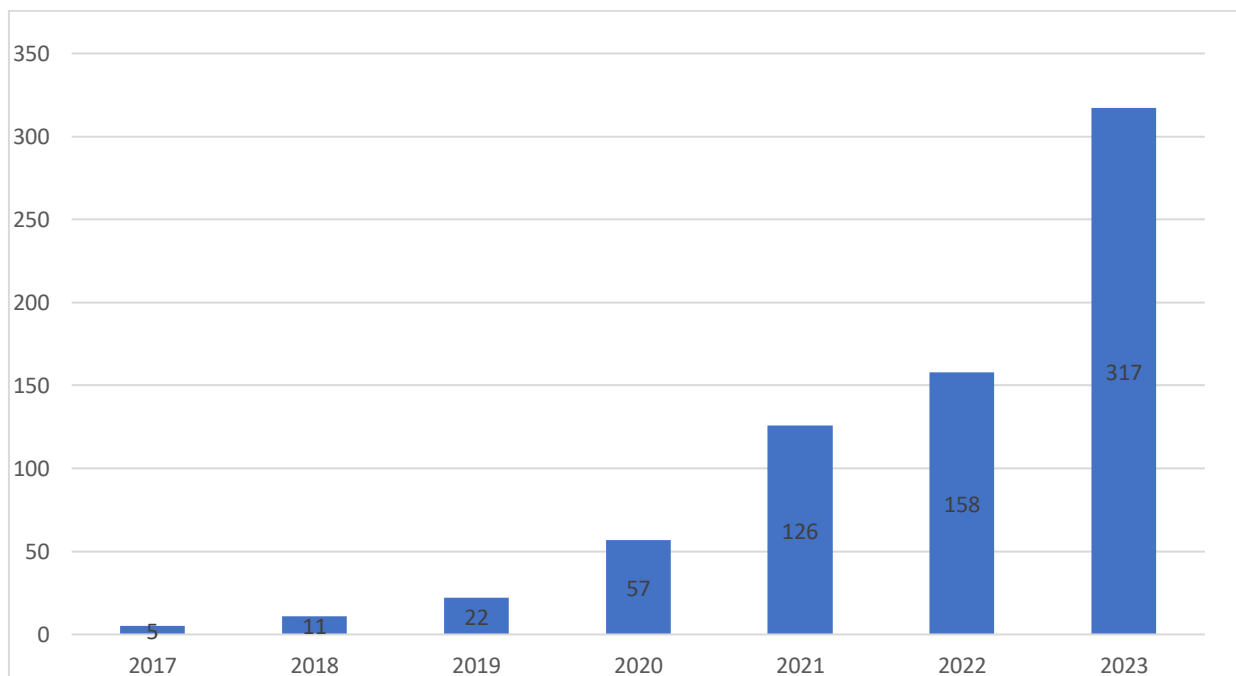
Fintech-тің дәстүрлі банк жүйесін трансформациялаудағы негізгі әсерлерінің бірі - қызметтерді жылдамырақ және пайдаланушыға ыңғайлы түрде ұсына алады.

2019 жылдан 2023 жылға дейін Қазақстанда онлайн-банкінгтің белсенді пайдаланушыларының саны технологиялық жақсартулардың, реттеуіштер тарапынан қолдаудың, жоғары сұраныстың, нарықтық бәсекелестіктің және интернет пен қолма-қол ақшасыз төлемдердің көп таралуының арқасында 4,6 есе өсті [3].



Банктердің қазақстандық қаржытехтегі көшбасшылығына қарамастан, елдегі қаржытех-стартаптар саны күрт өсті - 2018 жылғы шамамен 50-ден 2024 жылға қарай 200-ден астам. Бұдан басқа, елдегі венчурлік капиталды тартуда қаржытех көш бастап келеді, сондай-ақ «банк + қаржытех-стартап» моделі бойынша серіктестіктердің айтарлықтай өсуі байқалады [3].

Соңғы 7 жылда қолма-қол ақшасыз төлемдердің орташа жылдық өсу қарқыны 81% -ды құрады, енді оларға барлық транзакциялардың 89% -ы тиесілі (сурет 1).



Сурет 1 - Қолма-қол ақшасыз төлемдердің көлемі, 2017-2023 жж., млрд, АҚШ доллары

Дереккөз: [file:///C:/Users/Acer/Downloads/report-2024-kz%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/report-2024-kz%20(1).pdf) [3].

«Freedom Bank» тәжірибесінің мысалында финтех, говтех және банкингінің дұрыс құрылған жұмысы клиенттерге қызметтерді алу кезінде уақытты үнемдеуге, инновациялық өнімдерді әзірлеуге, күрделі бизнес-процестерді жеңілдету мен оңтайландыруға және т.б. мүмкіндік береді деп айта аламыз. Осы өзара әрекеттестіктің арқасында, біз ипотеканы, автокредитті және бизнес үшін кредитті цифрландырдық. Банк өнімдеріне мемлекеттік сервистерінің 90-нан астам интеграциясы енгізілді. Бұл халық үшін қолжетімді, ашық және арзан қызмет көрсетуге мүмкіндік береді», – дейді Freedom Bankтің баспасөз қызметі.

Сонымен қатар банк болжамына сүйенсек, алдағы онжылдықта елдердің экономикалық дамуы қаржы және басқа салалардағы цифрлық прогресс деңгейіне байланысты болады [4].

Отандық финтехтің қазір қалай дамып жатқанын ескере отырып, Қазақстан – әлеуеті зор ел. Осындай бағалау интернеттің енуінің жоғары деңгейіне, қолма-қол ақшасыз төлемдерді белсенді пайдалануға, дамыған инфрақұрылымға және мемлекетті қолдауға негізделген. Бұрын банктер мүмкіндігінше көп филиал мен үлкен бас кеңселер ашуға ұмтылған, бүгінде финтехтің дамуымен банктер ІТ жүйелері мен сервистік инфрақұрылымның қарқынды дамуына назар аударады. Цифрлық трансформацияның арқасында компаниялар ыңғайлы және қолжетімді қаржылық қызметтерді жасай бастады. Екінші деңгейлі банктер транзакцияларды өңдеуді жеделдететін, клиенттердің жеке деректерін қорғайтын және шығындарды төмендететін блокчейн және жасанды интеллект сияқты заманауи технологияларды енгізе бастады. Финтех компаниялар қаржыны басқаруға

арналған онлайн платформалар мен мобильді қосымшаларды белсенді түрде дамыта бастады, – дейді Freedom Bank ресми жауабында.

### **Қорытынды**

Қаржылық технологиялар (FinTech) дәстүрлі банк жүйесінің трансформациясында маңызды рөл атқарады. Олар банк қызметтерін жетілдіріп, қолжетімділікті арттырып, қаржы нарығындағы бәсекелестікті күшейтті. Қаржылық технологиялардың дамуымен, тұтынушыларға көрсетілетін қызметтер әлдеқайда тиімді және ыңғайлы болуда, ал банк жүйесі цифрландыру процесінде жаңа мүмкіндіктерге жол ашып жатыр. FinTech жаңа бизнес-модельдерді қалыптастырып, төлем жүйелерін, несие беру қызметтерін, инвестициялық платформаларды және тағы басқа қаржылық қызметтерді оңтайландырып, олардың сапасын арттырды. Сонымен қатар, FinTech инновациялары қауіпсіздік пен тұтынушы деректерінің қорғалуын жақсартуға бағытталған.

Бұл үрдіс банктерге тек операциялық шығындарды қысқартуға ғана емес, сонымен қатар тұтынушылардың қажеттіліктеріне неғұрлым икемді жауап беруге мүмкіндік береді. Жалпы, FinTech-тің дамуы тек дәстүрлі банк жүйесін трансформациялауда ғана емес, инновацияларды ілгерілету, тиімділікті арттыру және қаржылық инклюзияны ынталандыру арқылы жалпы қаржы нарығына айтарлықтай әсер етті.

## **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1. What is fintech (financial technology)? – McKinsey & Company. URL: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-fintech>
2. AI, Big Data, және Fintech: Қазақстандағы жаңа кәсіби жолдар [Электрондық ресурс]. – 2024.–URL:[https://ruh.kz/ai-big-data-zhane-fintech-qazaqstandagy-zhana-kasibi-zholdar\\_45268/](https://ruh.kz/ai-big-data-zhane-fintech-qazaqstandagy-zhana-kasibi-zholdar_45268/)
3. RISE Research компаниясының және зерттеу серктестерінің “Қаржытех Қазақстан нарығы 2024” құжаты. URL: [file:///C:/Users/Acer/Downloads/report-2024-kz%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Acer/Downloads/report-2024-kz%20(1).pdf)
4. Қазақстандағы финтех [Электрондық ресурс]. – 2024. – URL: <https://aptamedia.kz/aza-standa-y-finteh/>
5. IT мемлекет немесе финтех болашағы [Электрондық ресурс]. – 2023. – URL: <https://turkystan.kz/article/233516-it-memleket-nemese-finteh-bolasha-y>

### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Молдаханова Айшагуль Кайратовна – студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [moldakhanova.03@mail.ru](mailto:moldakhanova.03@mail.ru)

\*\*Гумар Н.А. – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

### **Сведения об авторах**

\* Молдаханова Айшагуль Кайратовна – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [moldakhanova.03@mail.ru](mailto:moldakhanova.03@mail.ru)

\*\*Гумар Н.А. – к.э.н., ассоциированный профессор Каспийский Общественный Университет, mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

### **Information about the authors**

\***Moldakhanova Aishagul Kairatovna** – student, Caspian Public University, e-mail: [moldakhanova.03@mail.ru](mailto:moldakhanova.03@mail.ru)

\*\*Gumar N.A. - candidate of economic sciences, Associate Professor of the Caspian Public University, mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

# КӘСІПОРЫН МЫСАЛЫНДА ТӘУЕКЕЛДЕРДІ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІН ӘЗІРЛЕУ

Мурат Ж.К.<sup>1</sup>, Бактиярова А.Ж.<sup>2</sup>.

<sup>1, 2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақала кәсіпорында тәуекелдерді басқару жүйесін құруға арналған. Бұл жұмыста тәуекелдерді басқарудың тиімді жүйесін енгізудің негізгі кезеңдері мен қағидаттары талданады, сондай-ақ, бизнес саласындағы белгісіздіктердің теріс әсерлерін минимизациялауға бағытталған шаралар қарастырылады. Тәуекелдерді анықтау, бағалау және талдау әдістері сипатталып, олардың мониторингі мен төмендету стратегиялары ұсынылады. Кәсіпорындарда жиі кездесетін типтік тәуекелдер қарастырылып, ұзақ мерзімді тұрақтылықты қамтамасыз ету және кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында тәуекелдерді басқару жүйесін құру бойынша практикалық ұсыныстар берілген.

**Кілт сөздер:** тәуекелдер, басқару, кәсіпорын, тұрақтылық, бәсекеге қабілеттілік, стратегия, мониторинг.

**Аннотация.** Статья посвящена разработке системы управления рисками в контексте предприятия. В работе подробно рассматриваются ключевые этапы и принципы внедрения эффективной системы управления рисками, направленной на минимизацию негативных последствий неопределенности в бизнесе. Описаны методы идентификации, оценки и анализа рисков, а также предлагаются способы мониторинга и стратегии их снижения. Особое внимание уделено типичным рискам, с которыми сталкиваются предприятия, а также представлены практические рекомендации по созданию системы управления рисками, ориентированной на обеспечение долгосрочной устойчивости и повышение конкурентоспособности организации.

**Ключевые слова:** Риски, управление, предприятие, устойчивость, конкурентоспособность, стратегия, мониторинг.

**Annotation.** This article focuses on the development of a risk management system within an enterprise context. The paper provides a detailed overview of the key stages and principles involved in implementing an effective risk management system aimed at reducing the negative impacts of uncertainty in business operations. It describes methods for risk identification, assessment, and analysis, while also suggesting monitoring approaches and strategies for risk mitigation. The article highlights typical risks faced by enterprises and offers practical recommendations for establishing a risk management system designed to ensure long-term sustainability and enhance the organization's competitiveness.

**Keywords:** Risks, management, enterprise, sustainability, competitiveness, strategy, monitoring.

Қазіргі нарықтың жылдам өзгеруі және белгісіздіктің артуы жағдайында кәсіпорындар үшін тәуекелдерді азайту және олардың қызметінің тұрақтылығын қамтамасыз ету міндеті тұр. Тәуекелдерді тиімді басқару жүйесі кәсіпорынға қауіп-қатерлерді алдын ала болжауға, өзгерістерге уақтылы жауап беруге және мүмкін болатын шығындарды азайтуға бағытталған стратегияларды әзірлеуге көмектеседі. Бұл жұмыс кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін және ұзақ мерзімді тұрақтылығын арттыру мақсатында тәуекелдерді басқару жүйесін әзірлеуге бағытталған [1].

## Тәуекелдерді басқарудың теориялық негіздері

Тәуекелдерді басқару жүйесі алғаш рет 1950-1960 жылдары бизнес пен қаржы саласында зерттеле бастады. Осы кезеңде тәуекелдерді анықтау және оларды басқару қажеттілігі айқындала бастады. Тәуекелдерді басқарудың негіздерін қалаған ғалымдардың бірі — Генри Форд. Ол кәсіпорындарда тәуекелдердің мінез-құлқын зерттеуге

бағытталған алғашқы қадамдарды жасады. Кейіннен бұл идеялар заманауи менеджмент жүйесіне интеграцияланды.

Қазіргі таңда тәуекелдерді басқару жүйесінің негізі ретінде ISO 31000 стандарттары кеңінен қолданылуда. Бұл стандарт тәуекелдерді басқару үдерісін сипаттайтын бірқатар маңызды ережелерді ұсынады: тәуекелдерді анықтау, бағалау, азайту және бақылау. Сонымен қатар, зерттеулерде тәуекелдерді жүйелі түрде басқару қажеттілігі көрсетіледі, яғни тәуекелдерді тек дербес қарастыру жеткіліксіз, оларды ұйымның жалпы стратегиясына интеграциялау маңызды [2,7,86].

### **Тәуекелдерді анықтау және бағалау әдістері**

Тәуекелдерді басқаруда олардың дұрыс анықталуы және бағалануы маңызды кезеңдер болып табылады. Бұл ретте SWOT талдауы, PEST талдауы және FMEA (Failure Mode and Effects Analysis) сияқты әдістер кеңінен қолданылады. Бұл әдістер арқылы кәсіпорындар өздерінің ішкі және сыртқы ортасын зерттеп, тәуекелдердің мүмкіндіктері мен әсерін бағалауға мүмкіндік алады.

SWOT талдауы — кәсіпорынның күшті және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктерін және қауіптерін анықтауға мүмкіндік береді. Бұл әдіс әртүрлі тәуекелдерді, соның ішінде нарықтық, қаржылық, операциялық тәуекелдерді бағалауға қолданылады. PEST талдауы саяси, экономикалық, әлеуметтік және технологиялық факторларды ескере отырып, сыртқы ортадағы тәуекелдерді анықтауға мүмкіндік береді [3,23-306].

FMEA әдісі — бұл кәсіпорынның өндірістік үдерістеріндегі ықтимал ақауларды анықтап, олардың әсерін бағалауға арналған құрал. Бұл әдіс өндіріс саласында және жобаларды басқаруда жиі қолданылады, себебі ол тәуекелдерді жою үшін алдын ала шаралар қабылдауға мүмкіндік береді [4].

Тәуекелдермен жұмыс істеу үшін әртүрлі стратегиялар мен тәсілдер қолданылуы мүмкін. Тәуекелдерді азайту стратегиясы ұйымдар үшін ең кең таралған болып табылады. Бұл стратегия тәуекелдердің ықтималдығын немесе әсерін төмендетуге бағытталған. Тәуекелдерді азайту үшін кәсіпорындар өздерінің ішкі процестерін оңтайландырады, жаңа технологияларды енгізеді, қызметкерлерді оқытады, сондай-ақ, өнімдер мен қызметтердің сапасын арттырады [5].

Тәуекелдерді бөлісу стратегиясы да кеңінен қолданылып келеді. Бұл тәсілде кәсіпорын белгілі бір тәуекелдерді сақтандыру немесе басқа тараптарға аудару арқылы оларды өзіне түсетін жүктемеден босатады. Мысалы, қаржылық тәуекелдер сақтандыру компанияларына берілуі мүмкін, ал экологиялық тәуекелдер басқа ұйымдармен бірлескен жобалар арқылы шешіледі.

Бұдан бөлек, тәуекелдерді қабылдау тәсілі де белгілі бір жағдайда тиімді болуы мүмкін. Бұл стратегия көбінесе тәуекелдің ықтималдығы мен әсері төмен болған кезде немесе тәуекелді басқаруға қажетті ресурстар жоқ болған жағдайда қолданылады.

Қазіргі уақытта тәуекелдерді басқару саласындағы зерттеулерде деректерді өңдеудің жаңа әдістері мен құралдары ерекше назарға алынуда. Үлкен деректер мен жасанды интеллект негізінде тәуекелдерді болжау және басқару жүйелері барған сайын танымал бола түсуде. Мысалы, кәсіпорындар өздерінің қаржылық және операциялық тәуекелдерін болжау үшін аналитикалық құралдар мен алгоритмдерді пайдаланып, тәуекелдерді уақытында анықтап, тиімді басқару шешімдерін қабылдауға мүмкіндік алады [6].

Сонымен қатар, қазіргі ғылыми жұмыстарда тәуекелдерді басқарудың құрылымдық интеграциясы мәселелері де қарастырылуда. Бұл әдіс кәсіпорынның тәуекелдерді басқару жүйесін жалпы корпоративтік басқару жүйесіне кіріктіруді көздейді, сондықтан тәуекелдер мен оларды басқару стратегиялық деңгейде де есепке алынады.

1-кесте Тәуекелдерді анықтау және бағалау әдістері [7]

Әдіс атауы	Сипаттамасы	Қолданылу саласы	Артықшылықтары	Кемшілікте рі
------------	-------------	------------------	----------------	---------------

SWOT ТАЛДАУ	Кәсіпорынның күшті және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін талдау әдісі	Стратегиялық жоспарлау, басқару шешімдері	Тәуекелдерді айқын анықтайды, ұйымның ішкі және сыртқы жағдайларын ескереді	Субъективті бағалау, терең талдау қажет етеді
PEST талдау	Сыртқы факторлар арқылы тәуекелдерді бағалау	Нарықтық жағдайлар стратегия құру сыртқы факторлармен жұмыс	Қоршаған ортаның барлық аспектілерін қамтиды кешенді көзқарас	Ішкі ұйымдық тәуекелдерді елемей мүмкін
FMEA	Әрбір ықтимал ақаудың ықтимал әсерін бағалау	Өндіріс процестері, сапа менеджменті	Тәуекелдердің ықтималдылығы мен әсерін нақты бағалайды	Көп уақытты талап етеді
Деректерді статистирикалық талдау	Тәуекелдер туралы деректерді жинап, оларды статистикалық әдістермен өңдеу	Қаржылық, өндірістік тәуекелдер	Санаулы мәліметтермен жұмыс істейді, нақты нәтижелер береді	Тек сандық мәліметтерге сүйенеді
Аналитикалық және эксперттік әдіс	Мамандардың пікірі негізінде тәуекелдерді бағалау әдісі	Басқару шешімдері жаңа жобалармен нарықтар	Кәсіби көзқарас, нақты кәсіпорын контекстіне сәйкес келеді	Тәуелділік субъективті болуы мүмкін, маманның тәжірибесіне байланысты

Қазіргі бизнес ортада кәсіпорындардың тұрақтылығы мен дамуын қамтамасыз ету үшін тәуекелдерді тиімді басқару аса маңызды. Жұмыстың негізгі мақсаты кәсіпорында тәуекелдерді басқару жүйесін дамытуға бағытталған негізгі әдістер мен тәсілдерді анықтап, олардың тиімділігін арттыру жолдарын көрсету болды. Тәуекелдерді басқарудың тиімді жүйесін құру кәсіпорынның тұрақтылығын қамтамасыз етіп, оның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

Осы жұмыс барысында біз SWOT және PEST талдау әдістерін қолдана отырып, кәсіпорынның тәуекелдерін бағаладық. Әрбір әдіс ұйымға өз тәуекелдерін анықтау, оларды басқару және олардан туындаған ықтимал шығындарды азайту жолдарын табуға мүмкіндік береді.

Кәсіпорынның тәуекелдерді басқару жүйесінің тиімділігі оны үнемі жаңарту мен жетілдіруді талап етеді. Мұндай жүйе тұрақты мониторингті, бақылауды және кәсіпорынның барлық деңгейіндегі қызметкерлердің белсенді қатысуын қажет етеді.

#### Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Управление рисками. [Электронды ресурс]-2023.-URL:Интернет-ВИКИПЕДИЯ[Wikipedia.org.]
2. Айтбаев Қ.Кәсіпорындарда тәуекелдерді басқарудың теориялық негіздер-2016. [7,8б.]
- 3.Әбсаттаров, М. .Кітап: Корпоративтік басқару: Тәуекелдерді басқару жүйесі-28,30б.
- 4.Failure Mode and Effects Analysis [Электронды ресурс]-2024 [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Failure\_mode\_and\_effects\_analysis]

5. Мусин, Д. Қазақстандағы кәсіпорындардың тәуекелдерін басқару жүйесі-2017 Алматы: ЭКОМИС баспасы.
6. Рахимбаев, Қ., Құдайбергенов, Қ. Корпоративтік тәуекелдер және оларды басқару тәсілдері-2018
7. Шмидт Н. [Электронды ресурс]-Основные концепции риск-менеджмента-2014 URL:-[ <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-kontseptsii-risk-menedzhmenta.pdf>]

**Автор туралы мәліметтер**

**Мурат Жанель Кайыпжанқызы**-Каспий Қоғамдық университеті «Менеджмент» ДМН 23-3-1к тобының студенті, [Zmurat521@gmail.com](mailto:Zmurat521@gmail.com), [Zhanel.murat\\_04@mail.ru](mailto:Zhanel.murat_04@mail.ru)

**Сведения об авторах**

**Мурат Жанель Кайыпжанқызы**-студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Менеджмент», e-mail:[Zhanel.murat\\_04@mail.ru](mailto:Zhanel.murat_04@mail.ru) g-mail:[Zmurat521@gmail.com](mailto:Zmurat521@gmail.com)

**Information about the authors**

**Murat Zhanel Kayipzhanovna**-4th year student of the Caspian Public University speciality «Management», e-mail:[Zhanel.murat\\_04@mail.ru](mailto:Zhanel.murat_04@mail.ru), g-mail:[Zmurat521@gmail.com](mailto:Zmurat521@gmail.com)

**Жетекші:** Э.Ф.М, аға оқытушы **А.Ж.Бактиярова**

ӘОЖ 658.8.012.25

## **ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЫНДА ЕҢБЕК НАРЫҒЫН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ**

**Мукаш А. А.<sup>1</sup>, Куандыкова М.Б.<sup>2</sup>.**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада цифрландырудың еңбек нарығына әсері және осы өзгерістерге бейімделу үшін мемлекеттің қандай шаралар қабылдауы керектігі туралы сөз болады. Қазақстан мысалында цифрлық трансформацияның еңбек нарығына әсері талданып, мемлекеттің осы бағыттағы саясаты бағаланады.

Цифрландыру еңбек нарығына айтарлықтай әсер етіп, жаңа мамандықтардың пайда болуына, жұмыс орындарының автоматтандырылуына және қашықтықтан жұмыс істеу мүмкіндіктерінің кеңеюіне жол ашуда. Осы өзгерістер еңбек нарығын мемлекеттік реттеу қажеттілігін туғызады. Мақалада цифрландырудың еңбек нарығына әсері, мемлекеттің еңбек нарығын цифрлық өзгерістерге бейімдеуге бағытталған шаралары қарастырылады. Мемлекеттік саясаттың басты мақсаты – цифрлық дәуірде жұмыспен қамту деңгейін тұрақтандыру, әлеуметтік теңсіздікті азайту және кәсіби дағдыларды дамытуды қолдау.

**Кілтті сөздер:** Цифрландыру, еңбек нарығы, мемлекеттік реттеу, қашықтықтан жұмыс, әлеуметтік теңсіздік.

**Аннотация.** В этой статье речь пойдет о влиянии цифровизации на рынок труда и о том, какие меры государство должно предпринять для адаптации к этим изменениям. На примере Казахстана будет проанализировано влияние цифровой трансформации на рынок труда и оценена политика государства в данном направлении.

Цифровизация оказывает значительное влияние на рынок труда, открывая путь к появлению новых профессий, автоматизации рабочих мест и расширению возможностей удаленной работы. Эти изменения вызывают необходимость государственного регулирования рынка труда. В статье рассматривается влияние цифровизации на рынок труда, меры государства, направленные на адаптацию рынка труда к цифровым изменениям. Основная цель государственной политики-стабилизация уровня занятости в цифровую эпоху, снижение социального неравенства и поддержка развития профессиональных навыков.

**Ключевые слова:** цифровизация, рынок труда, государственное регулирование, Удаленная работа, социальное неравенство.

**Annotation.** This article will focus on the impact of digitalization on the labor market and what measures the government should take to adapt to these changes. Using the example of Kazakhstan, the impact of digital transformation on the labor market will be analyzed and the state's policy in this direction will be evaluated.

Digitalization has a significant impact on the labor market, opening the way to the emergence of new professions, automation of workplaces and expansion of remote work opportunities. These changes necessitate government regulation of the labor market. The article examines the impact of digitalization on the labor market, government measures aimed at adapting the labor market to digital changes. The main goal of public policy is to stabilize the level of employment in the digital age, reduce social inequality and support the development of professional skills.

**Keywords:** digitalization, labor market, government regulation, Remote work, social inequality.

Цифрландыру қазіргі заманда еңбек нарығына үлкен әсер етуде. Жаңа технологиялардың енгізілуі мен автоматтандырудың артуы еңбек ресурстарының құрылымын өзгертуде. Қайталанатын жұмыстарды автоматтандыру арқылы адам еңбегінің қажеттілігі азайып, жаңа цифрлық дағдыларға ие болуды талап ететін мамандықтарға сұраныс артуда. Осы өзгерістерге бейімделу үшін мемлекет белгілі бір шаралар қабылдап, еңбек нарығын цифрлық дәуір талаптарына сай реттеуі қажет.

#### **Цифрландырудың еңбек нарығына әсері**

Цифрландыру еңбек нарығында бірқатар өзгерістерге себеп болды:

**1.Автоматтандыру** – Қарапайым, қайталанатын жұмыс түрлері автоматтандырылып, адамдардың қол еңбегін қажет етпейтін болды. Бұл жұмысшыларды жаңа дағдыларды меңгеруге мәжбүрлейді.

**2.Жаңа мамандықтардың пайда болуы** – Цифрлық салада ІТ, деректер талдаушысы, киберқауіпсіздік мамандары сияқты жаңа мамандықтар пайда болды.

**3.Қашықтықтан жұмыс істеу мүмкіндігінің артуы** – Интернеттің дамуы қашықтықтан жұмыс істеуді жеңілдетіп, еңбек ресурстарының географиялық орналасуына тәуелділікті азайтты.

**4.Әлеуметтік теңсіздік мәселесі** – Цифрлық дағдылары жоқ жұмысшылар нарықта қиындықтарға тап болып, жұмыстан айырылу қаупі туындады.

Қазақстан Мысалында Цифрлық Трансформацияның Еңбек Нарығына Әсері

Қазақстанда цифрландыру процесі «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы аясында жүзеге асуда. Бұл бағдарлама еңбек нарығына мынадай өзгерістер әкелуде:

Жұмыспен қамтудағы өзгерістер: Жаңа технологияларды меңгерген мамандарға сұраныс артып, IT саласы, креативті индустриялар, деректерді өңдеу салаларына жұмысшылар көптеп қажет етілуде.

Білім беру реформалары: Цифрлық сауаттылықты арттыру мақсатында мектептер мен университеттерде бағдарламалау, робототехника, цифрлық дағдылар бойынша жаңа пәндер енгізілуде.

Аймақтық теңсіздікті жою: Цифрлық платформалар мен онлайн оқыту мүмкіндіктерін кеңейту арқылы әр аймақтағы тұрғындардың сапалы білім алуына және жұмыс табуына мүмкіндік берілуде.

### **Цифрландырудың аймақтық еңбек нарығына әсері**

Еңбек нарығындағы аймақтық теңсіздікті қалай шешуге болатыны туралы айтуға болады. Қазақстанның ауылдық және қалалық аймақтарындағы цифрлық инфрақұрылымның дамуы әртүрлі деңгейде. Ауылдық аймақтарда цифрлық жұмыс орындары мен цифрлық білім алуға қолжетімділік шектеулі болуы мүмкін. Мемлекет осы аймақтарда интернет инфрақұрылымын жақсарту арқылы теңсіздікті жоюға бағытталған шараларды қолға алуда.

### **Еңбек нарығында робототехниканың әсері**

Автоматтандыру мен робототехника – цифрландырудың негізгі бөлігі. Роботтар мен автоматтандырылған жүйелер белгілі бір салалардағы жұмыс орындарын алмастырып, бұл адамдарды басқа, жоғары білікті жұмыстарға көшуге мәжбүрлейді. Осы тұрғыда мемлекет тарапынан білім беру бағдарламаларын бейімдеп, техникалық және кәсіби дағдыларды дамыту маңызды.

### **Пандемияның цифрландыру үдерісін жеделдетудегі рөлі**

COVID-19 пандемиясы цифрландыру үдерісін тездетті. Қашықтықтан жұмыс істеу мен онлайн қызметтерге сұраныс артты. Бұл жағдай еңбек нарығындағы өзгерістерді жеделдетіп, мемлекет тарапынан қашықтықтан жұмыс істейтіндерге қолдау көрсету қажеттілігін туғызды.

### **Цифрлық сауаттылықты арттыру**

Халықтың цифрлық сауаттылығын арттыру – цифрландыру үдерісіндегі маңызды бағыт. Цифрлық дағдыларды меңгеру қазіргі еңбек нарығында бәсекеге қабілетті болу үшін қажет. Мемлекет оқыту бағдарламаларын ұйымдастырып, цифрлық сауаттылық курстарын енгізуде.

### **Жұмыссыздыққа бейімдеу және әлеуметтік қолдау шаралары**

Цифрландыру салдарынан жұмыссыз қалған азаматтарға әлеуметтік қолдау көрсету қажет. Мемлекет жұмыссыздыққа жол бермеу үшін жәрдемақылар мен қайта даярлау бағдарламаларын ұсынуда. Бұл шаралар цифрландырудың теріс салдарын азайтуға бағытталған.

### **Еңбек нарығында гибриді жұмыс моделін енгізу**

Цифрлық трансформация еңбек нарығында гибриді жұмыс моделін кеңейтіп жатыр. Қызметкерлердің бір бөлігі кеңседе, ал қалғаны қашықтықтан жұмыс істей алады. Мемлекет гибриді жұмыс форматына қатысты еңбек заңнамасын жаңартып, қызметкерлердің құқықтарын қорғауды қамтамасыз етуде.

### **Мемлекеттік реттеу шаралары**

Цифрландырудың еңбек нарығына әсерін тиімді басқару үшін мемлекет мынадай шаралар қабылдауда:

1. Жұмысшыларды қайта даярлау – Қайталанатын жұмыстарды атқарып жүрген жұмысшыларға жаңа цифрлық дағдыларды үйрету мақсатында оқыту және қайта даярлау бағдарламалары жүзеге асырылуда.



2.Әлеуметтік кепілдіктерді қамтамасыз ету – Қашықтықтан жұмыс істейтіндер мен фрилансерлер үшін еңбек шарттарын реттеу, олардың әлеуметтік құқықтарын қорғау.

3.Білім беру саласын реформалау – Жастарды цифрлық экономикаға бейімдеу үшін IT және цифрлық сауаттылыққа бағытталған оқу бағдарламаларын енгізу.

4.Еңбек нарығындағы теңсіздікті азайту – Тең мүмкіндіктерді қамтамасыз ету саясатын дамыту, цифрлық платформа арқылы әр аймақтағы жұмысқа орналасу мүмкіндігін арттыру.

1-кесте. **Цифрландырудың еңбек нарығын әсері және мемлекеттік реттеу шаралары**

<b>Цифрландырудың әсері</b>	<b>Құбылыс сипаттамасы</b>	<b>Мемлекеттік реттеу шаралары</b>
Жұмыс орындарының автоматтандырылуы	Қайталанытын жұмыс түрлерінің автоматтандырылуы	Қайта даярлау бағдарламаларын енгізу, еңбек кодексін жаңарту
Жаңа мамандықтардың пайда болуы	Цифрлық саладағы жаңа мамандықтар (IT, деректерталдаушы)	Білім беру жүйесін цифрлық дағдыларға бағыттау
Қашықтықтан жұмыс істеудің кенәуі	Жұмысшылардың қашықтықтан еңбек ету мүмкіндіктерін артуы	Қашықтықтан жұмыс істеуді заңдастыру, әлеуметтік кепілдіктерді қорғау
Әлеуметтік теңсіздіктің күшеюі	Цифрлық дағдылары жоқ жұмысшылардың еңбек нарығында қиындықтары	Тең мүмкіндіктерді қамтамасыз ету саясатын жүзеге асыру
Өмір бойы оқу қажеттілігі	Технологияларды меңгеру үшін үнемі білім алуды жалғастыру	Цифрлық сауаттылықты дамыту
Ескерту: зерттеулер негізінде автормен құрастырылған		

**Цифрландыру жағдайында кәсіби білім беруді реформалау**

Цифрлық экономикаға бейімделу үшін кәсіби білім беру жүйесін жаңарту қажет. Бұл жерде Қазақстандағы оқу орындарына цифрлық технологиялар мен жаңа мамандықтарды оқыту, кәсіптік білім беру жүйесін нарық сұранысына бейімдеу маңызды. Мемлекет білім беру бағдарламаларын қайта қарап, IT, бағдарламалау, деректерді талдау сияқты дағдыларды оқу үдерісіне енгізіп жатыр.

Еңбек нарығында фриланс және платформалық жұмыстың өсуі. Цифрландыру дәуірінде фрилансерлер мен онлайн платформалар арқылы жұмыс істейтін қызметкерлер саны артуда. Мемлекет мұндай жұмыс түрлеріне еңбек шарттарын бейімдеу үшін құқықтық негіздерді жетілдіруде. Бұл бағытта зейнетақы аударымдары, медициналық сақтандыру және салық төлемдері мәселелері қарастырылады.

Кәсіпкерлікті қолдау және инновациялық стартаптарға қолдау көрсету. Цифрландыру жаңа бизнес-модельдер мен стартаптардың дамуына жол ашуда. Мемлекет цифрлық стартаптарды қаржылай қолдау, инновациялық кәсіпкерлікті ынталандыру бағдарламаларын жүзеге асыруда. Бұл жаңа жұмыс орындарын ашуға және экономиканы әртараптандыруға ықпал етеді.

Еңбек нарығындағы икемділікті арттыру. Цифрландыру жағдайында еңбек нарығы икемді болуы тиіс. Мемлекет жұмыс уақытының икемділігін арттыру, қызметкерлерге онлайн және гибридіті жұмыс форматын таңдау мүмкіндігін беру сияқты шараларды қабылдауда. Бұл жұмысшылардың еңбек өнімділігін арттыруға және олардың өмір сапасын жақсартуға мүмкіндік береді.

**Киберқауіпсіздік және жеке мәліметтерді қорғау**

Цифрландырумен бірге еңбек нарығында жеке мәліметтерді қорғау, киберқауіпсіздік мәселесі өзекті болуда. Мемлекет еңбек нарығында мәліметтер қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін құқықтық шаралар енгізіп, жұмыс берушілер мен қызметкерлерді киберқауіпсіздік дағдыларымен қамтамасыз ету бойынша оқыту шараларын қолға алуда.

Жасанды интеллект (ЖИ) және автоматтандырудың әсері. Жасанды интеллект пен автоматтандыру еңбек нарығына үлкен өзгерістер әкелуде. Кейбір мамандықтар автоматтандырылып, адамның орнына ЖИ қолданыла бастады. Мемлекет жаңа технологияларды тиімді қолдануды үйрету үшін арнайы бағдарламаларды дамытып, қызметкерлердің жаңа жұмыс орындарына бейімделуіне көмек көрсетуде.

Әлеуметтік теңсіздікті төмендету. Цифрландыру кейбір әлеуметтік теңсіздіктерді күшейтуі мүмкін, әсіресе интернетке қолжетімділігі жоқ немесе цифрлық дағдылары шектеулі адамдар үшін. Мемлекет цифрлық теңсіздікті азайту мақсатында елдегі барлық аймақтарда интернетке қолжетімділікті арттыру, цифрлық сауаттылықты көтеру шараларын жүргізуде.

Экологиялық аспектілер және “жасыл” экономика. Цифрландырудың еңбек нарығына экологиялық әсерін де ескеру қажет. Қашықтан жұмыс істеу көлік шығындарын азайтып, қоршаған ортаға оң әсер етеді. Сонымен қатар, цифрлық технологияларды енгізу арқылы энергия үнемдеу және жасыл экономикаға көшу шаралары жүзеге асырылуда. Мемлекет осы бағытта “жасыл” технологияларды қолдап, цифрландырудың экологиялық аспектілерін дамытуда.

### **Цифрландырудың еңбек нарығына әсері**

Секторлар бойынша автоматтандырылған және цифрлық дағдыларды қажет ететін жұмыс орындарының өзгерісі. Қарапайым жұмыс түрлері: 30%. Орта деңгейдегі біліктілік қажет ететін жұмыстар: 20%. Жоғары деңгейдегі біліктілік қажет ететін цифрлық жұмыс орындары: 50%

Цифрландырудың әсерінен жоғары біліктілікті талап ететін цифрлық жұмыс орындары еңбек нарығында басымдыққа ие болуда, бұл цифрлық дағдыларды дамытудың маңызды екенін көрсетеді.

Цифрландыру жағдайында еңбек нарығының құрылымы күрт өзгеруде. Қазақстанда цифрлық трансформация еңбек нарығына оң әсерін тигізіп, жаңа мамандықтар мен жұмыс тәсілдерін дамытып отыр. Мемлекет осы өзгерістерге бейімделу үшін реттеу шараларын қабылдап, еңбек нарығын цифрландыру талаптарына сәйкес дамытуда. Бұл шаралар еңбек нарығындағы әлеуметтік теңсіздікті азайтып, халықтың цифрлық дағдыларын арттыруға көмектеседі.

### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1.Қазақстан Республикасының еңбек кодексі. Қазақстан Республикасының еңбек қатынастарын реттейтін негізгі құқықтық құжат.

2.Қазақстан Республикасының цифрландыру бағдарламасы – “Цифрлық Қазақстан”. Елдегі цифрлық технологияларды енгізуге бағытталған мемлекеттік бағдарлама.

3.Багицкий, С., & Курышова, Т. (2020). Цифровизация экономики и её влияние на рынок труда. Экономика и управление, 3(2), 45–54.

4.Рахимжанова, А. (2021). Еңбек нарығын цифрландыру жағдайында мемлекеттік реттеу құралдары. Қаржы және экономика, 8(1), 78–85.

5.OECD (2020). The Future of Work in the Digital Economy. Еңбек нарығындағы цифрландыруға байланысты өзгерістерді талдайтын зерттеу.

### **Авторлар туралы мәліметтер**

\* **Мукаш Айнур Аскарқызы** – Каспий Қоғамдық университетінің «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: mukashainur115@gmail.com

**\*\*Куандыкова Маржан Болатбековна-** Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

**Сведения об авторах**

\* **Мукаш Айнур Аскаровна** - студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Государственная служба и управление», e-mail: [mukashainur115@gmail.com](mailto:mukashainur115@gmail.com)

\*\* Куандыкова Маржан Болатбековна-преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент " Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

**Information about the authors**

\* **Mukash Ainur Askarovna**-4th year student of the Caspian Public University, specialty " Public service and management ", e-mail: [mukashainur115@gmail.com](mailto:mukashainur115@gmail.com)

\*\* **Kuandykova Marzhan Bolatbekovna**-Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, master of economics, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

**УДК 330.5.051**

**ҰЛТТЫҚ БАЙЛЫҚТЫ ЕСЕПТЕУ. ҰЛТТЫҚ МҮЛІКТІ ЕСЕПТЕУ**

**Мұхит Б. <sup>1</sup>, Куандыкова М.Б. <sup>2</sup>**

<sup>1, 2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада ұлттық байлық пен ұлттық мүлікті есептеу әдістемелері қарастырылады, сондай-ақ Қазақстан Республикасының ұлттық байлығының құрылымы мен динамикасы талданады. Еліміздің табиғи ресурстары, адам капиталы, қаржылық активтері мен өндірістік қуаттарының экономикалық маңыздылығын анықтап, олардың ұлттық байлыққа қосатын үлесін зерттейді. Сонымен қатар, мақалада Қазақстандағы ұлттық байлықты бағалаудың әдіснамалық мәселелері, қолданылатын әдістер мен бар мәселелер қарастырылады.

**Кілтті сөздер:** ұлттық байлық, ұлттық мүлік, экономикалық есептеу, жалпы ұлттық табыс, ұлттық активтер, бағалау әдістері, экономикалық тұрақтылық, табиғи ресурстар, әлеуметтік-экономикалық даму, қаржылық тұрақтылық, статистика, жаһандану.

**Аннотация.** В данной статье рассматривается методика расчета национального богатства и национального имущества, а также анализируется структура и динамика национального богатства Республики Казахстан. Определяет экономическую значимость природных ресурсов, человеческого капитала, финансовых активов и производственных мощностей страны и изучает их вклад в национальное богатство. Кроме того, в статье рассматриваются методологические проблемы оценки национального богатства в Казахстане, используемые методы и современные проблемы.

**Ключевые слова:** национальное богатство, национальное имущество, экономические расчеты, валовой национальный доход, национальные активы, методы оценки, экономическая стабильность, природные ресурсы, социально-экономическое развитие, финансовая стабильность, статистика, глобализация.

**Annotation.** This article discusses the methodology for calculating national wealth and national property, as well as analyzes the structure and dynamics of the national wealth of the Republic of Kazakhstan. Determines the economic importance of the country's natural resources,

human capital, financial assets and production capacities and examines their contribution to national wealth. In addition, the article examines the methodological problems of assessing national wealth in Kazakhstan, the methods used and current problems.

**Keywords:** national wealth, national property, economic calculations, gross national income, national assets, valuation methods, economic stability, natural resources, socio-economic development, financial stability, statistics, globalization.

Ұлттық байлық — бұл мемлекеттің барлық экономикалық ресурстары мен өндірістік мүмкіндіктерінің жиынтығы. Ол елдің табиғи ресурстары, өндірістік қуаттары, адам капиталы, әлеуметтік инфрақұрылымы және басқа да құндылықтарды қамтиды. Ұлттық байлықтың құрамында материалдық және материалдық емес активтер, сондай-ақ мемлекетке тиесілі қаржылық ресурстар да есепке алынады [2,97б.].

Ұлттық байлықтың классификациясы (материалдық және материалдық емес компоненттер)

Ұлттық байлықты классификациялау екі негізгі құрамдас бөлікті қамтиды:

1. Материалдық компоненттер — табиғи ресурстар, капитал, өндірістік құралдар, инфрақұрылым және т.б. Бұл ресурстар тікелей өндіріс процесінде қолданылатын және ұлттық экономиканың дамуына үлес қосатын нақты ресурстар.

2. Материалдық емес компоненттер — білім, инновациялық технологиялар, интеллектуалдық меншіктер, мәдени капитал, сондай-ақ қоғамның әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі мен оның өмір сапасы. Бұл компоненттер ұлттық байлықтың ұзақ мерзімді тұрақтылығы мен бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етеді [3,42б.].

Негізгі экономикалық категориялар: валовой ұлттық табыс, ұлттық активтер, қарыз міндеттемелері

• Валовой ұлттық табыс (ВНД) — бұл мемлекеттің барлық өндірістік қызметінің нәтижесінде өндірілген өнімдер мен қызметтердің жалпы құны. Бұл көрсеткіш ұлттық байлықтың жалпы көлемін бағалаудың маңызды әдісі болып табылады.

• Ұлттық активтер — елдің экономикалық ресурстарының жиынтығы. Бұл категория ұлттық байлықты бағалаудың негізгі құрамдас бөлігі болып табылады және қаржы, жер, табиғи ресурстар мен басқа да құндылықтарды қамтиды.

• Қарыз міндеттемелері — бұл ұлттық байлықтың теріс құрамдас бөлігі болып табылады, яғни мемлекеттердің сыртқы және ішкі қарыздары, олар ұлттық экономиканың дамуына әсер етуі мүмкін [4,118б.].

Ұлттық байлықты бағалаудың бірнеше әдіснамалық тәсілдері бар. Ең көп қолданылатын әдістер:

1. Нарықтық бағалау әдісі — бұл әдіс нарықтық құны бойынша барлық мүлікті бағалауды қарастырады.

2. Шығындар әдісі — бұл әдіс ұлттық байлықты есептеу кезінде өндіріс шығындарын және капиталды бағалауды негізге алады.

3. Табыс әдісі — бұл әдіс ұлттық байлықты есептеу кезінде оның болашақта әкелетін табыстарын бағалауды қамтиды. Бұл әдіс негізінен капиталдың өндіріс нәтижелерін бағалауда қолданылады [5,67б.].

Ұлттық байлықты есептеу мен бағалау әдістері көптеген елдерде түрлі тәсілдермен қолданылады. Қазақстан үшін осы әдістердің тиімділігін арттыру мақсатында отандық және халықаралық тәжірибені үйлестіру маңызды [6,87б.].

Қазақстанның ұлттық байлығының құрылымы мен динамикасы

Қазақстанның ұлттық байлығының динамикасы соңғы жылдары айтарлықтай өзгерістерге ұшырады. 2023 жылы Қазақстанның жалпы ішкі өнімі (ЖІӨ) \$225,7 миллиард АҚШ долларын құрады. Бұл көрсеткіш еліміздің экономикалық дамуын, оның ішінде табиғи ресурстардың маңыздылығын көрсетеді.

• Өнеркәсіптің үлесі: Өнеркәсіптің жалпы ішкі өнімдегі үлесі 2023 жылы 29,7% болды. Оның ішінде, минералды ресурстардың (мұнай, газ, металдар) үлесі айтарлықтай жоғары, олар жалпы экспорттың 80%-дан астамын құрайды [2, 97б.].

• Ауыл шаруашылығының үлесі: Ауыл шаруашылығы 2023 жылы ЖІӨ-нің 4,8%-ын құрады. Қазақстанның ауыл шаруашылығы экономиканың маңызды секторларының бірі болып табылады, әсіресе мал шаруашылығы мен дәнді дақылдар өндірісі [3, 426.,].

Табиғи ресурстардың ұлттық байлыққа әсері

Қазақстан табиғи ресурстарға бай ел, оның байлығының негізгі құрамдас бөлігі — мұнай, газ, металл және пайдалы қазбалар. Қазақстан — әлемдегі мұнай мен табиғи газдың ірі өндірушілерінің бірі. 2023 жылы елдің мұнай өндіру көлемі 90 млн тонна-ға жуық болды [4,1186.,].

• Мұнай: Қазақстанның мұнай экспортындағы үлесі әлемдік экспорттың 1,4% құрайды. Қазақстандағы мұнай қорының жалпы құны 2023 жылы \$6,5 триллион долларға бағаланды [5,676].

• Газ: Қазақстан табиғи газдың үлкен қорларына ие, оның көлемі шамамен 3,5 трлн м<sup>3</sup> құрайды, бұл елдің энергетикалық қауіпсіздігін қамтамасыз етеді [2,976.,].

Қазақстандағы адам капиталы мен әлеуметтік инфрақұрылым

Адам капиталының бағалануы да маңызды көрсеткіш болып табылады. Қазақстанның білім беру мен денсаулық сақтау салаларына мемлекет тарапынан инвестициялар артып келеді. Әлеуметтік инфрақұрылым мен адам капиталының үлесі соңғы 10 жылда айтарлықтай артты. Мысалы:

• Білім беру: Қазақстанда білім беру жүйесінің жаңғыртылуы нәтижесінде 2023 жылы елдің білім саласына бюджеттен бөлінген қаражат 2,3 трлн теңге болды [3,426.,].

• Денсаулық сақтау: Денсаулық сақтау саласына бөлінген мемлекеттік қаржы 1,5 трлн теңге болды, бұл жалпы мемлекеттік бюджеттің 7,3%-ын құрайды [4,1186.,].

Қазақстанның қаржылық тұрақтылығы мен сыртқы қарызы

Қазақстанның қаржылық тұрақтылығын бағалауда сыртқы қарыздың деңгейі маңызды фактор болып табылады. 2023 жылы елдің сыртқы қарызы \$160 млрд-ты құрады, бұл ЖІӨ-нің шамамен 71%-ына тең. Бұл көрсеткіш Қазақстанның халықаралық нарықтардағы қаржылық тұрақтылығын көрсетеді, алайда сыртқы қарыз деңгейін төмендету бағытында жұмыс істеу қажет [5,676].

Ұлттық байлықты бағалаудың әдіснамасы

Ұлттық байлықты бағалау әдіснамасы соңғы жылдары біршама өзгеріске ұшырады. Қазақстанда оның құрамына табиғи ресурстар, адам капиталы, қаржы активтері мен өндірістік қуаттар кіреді. 2023 жылдың қорытындысы бойынша Қазақстанның ұлттық байлығының құны шамамен \$500 млрд деп бағаланды [2,976.,].

Қазақстандағы ұлттық байлықты есептеудің әдістерін жетілдіру перспективасы

Ұлттық байлықты есептеу әдістерін жетілдіру елдің экономикалық саясатының маңызды бағыттарының бірі болып табылады. Бұл процесс елдің экономикалық ресурстарын тиімді пайдалануға, олардың құрылымын оңтайландыруға және қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Қазақстанның экономикалық дамуында ұлттық байлықты бағалаудың әдістерін жетілдіру маңызды рөл атқарады.

Қолданыстағы әдістерді жетілдіру жөніндегі ұсыныстар

Ұлттық байлықты бағалау әдістерін жетілдіру үшін ең алдымен деректерді жинау мен статистикалық есептеулердің дәлдігін арттыру қажет. Бұл үшін мемлекет тарапынан деректер жинаудың бірыңғай жүйесін енгізу және статистикалық агенттіктердің жұмысын үйлестіру маңызды. Сонымен қатар, қазіргі әдістерге қосымша инновациялық тәсілдер енгізу, оның ішінде экономикалық модельдер мен болжау әдістерін қолдану тиімді болар еді. Әдістерді жетілдіру барысында табиғи ресурстарды бағалаудың дәлдігін арттыру және олардың мүмкін болатын болашақ құнын ескеру қажет [2,976].

Халықаралық тәжірибені қолдану контексінде Қазақстан

Қазақстан үшін халықаралық тәжірибені қолдану ұлттық байлықты есептеу мен бағалаудың әдіснамасын жетілдіруде үлкен маңызға ие. Әсіресе, дамыған елдердің ұлттық байлықты бағалау әдістері мен тәжірибелерін зерттеу керек. Мысалы, АҚШ, Германия және Жапония сияқты елдер ұлттық байлықты бағалауда кешенді әдістерді қолданады,

бұл әдістер Қазақстан экономикасына да тиімді енгізілуі мүмкін. Сонымен қатар, Қазақстанның ерекше табиғи ресурстары мен экономикалық ерекшеліктерін ескере отырып, халықаралық тәжірибені ұлттық жағдайға бейімдеу қажет [3,426].

Ғылыми және технологиялық жетістіктердің ұлттық байлықты бағалауға әсері

Ғылым мен технологияның дамуы ұлттық байлықты бағалаудың әдіснамасына да әсер етеді. Инновациялық технологиялар, жасанды интеллект және үлкен деректерді талдау әдістері ұлттық байлықты есептеу кезінде деректерді жинауды, өңдеуді және талдауды жеңілдетеді. Бұл өз кезегінде ұлттық байлықтың құрылымын және оның экономикалық тиімділігін нақты бағалауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, ғылыми жетістіктер мен жаңа технологиялар табиғи ресурстардың бағалануы мен экономиканың әртараптануын анықтауда да маңызды рөл атқарады [4,1186].

Экономикалық модернизация жағдайында ұлттық байлықтың даму болжамы

Қазақстанның экономикалық модернизациясы ұлттық байлықтың құрылымын өзгертуге және оның өсу қарқынын арттыруға ықпал етуі мүмкін. Экономикалық жаңғырту барысында индустриалдық және технологиялық секторлардың үлесі артып, жаңа өндірістік қуаттар мен инновациялар енгізіледі. Бұл ұлттық байлықтың сапасын және құнын арттырады. Сонымен қатар, экономикалық модернизация әлеуметтік инфрақұрылымды дамытуға және адам капиталының сапасын жақсартуға бағытталғандықтан, оның нәтижелері ұлттық байлықты бағалау жүйесіне оң ықпал етеді. Сондықтан экономикалық реформалардың ұзақ мерзімді перспективада ұлттық байлықтың сапасы мен көлемінің артуына әкелетіні күтілуде [5,676].

Ұлттық байлықты есептеу және бағалау — еліміздің экономикалық дамуының маңызды құрамдас бөлігі. Қазақстанның табиғи ресурстарынан бастап әлеуметтік инфрақұрылымға дейінгі барлық экономикалық активтер ұлттық байлықтың құрамдас бөліктері болып табылады. Бұл жұмыс барысында Қазақстандағы ұлттық байлықтың есептеу әдістері, оның құрылымы мен динамикасы, сондай-ақ ұлттық байлықты бағалаудағы мәселелер мен жетілдіру мүмкіндіктері қарастырылды.

Зерттеу барысында келесі негізгі қорытындыларға қол жеткізілді:

1. Ұлттық байлықтың құрылымы Қазақстанда табиғи ресурстардың басым болуын және олардың экономикадағы маңызды рөлін көрсетеді. Сонымен қатар, өнеркәсіп және әлеуметтік инфрақұрылымның дамуы ұлттық байлықтың өсуіне ықпал етеді.

2. Ұлттық байлықты бағалау әдістерінің көптүрлілігі елдің экономикалық жағдайына байланысты әр түрлі тәсілдер мен критерийлерді қолдануды талап етеді. Бұл әдістердің әрқайсысы өз ерекшеліктерімен ерекшеленеді және нақты нәтижелерге жетуге мүмкіндік береді.

3. Қазақстанда ұлттық байлықты бағалаудағы мәселелер деректердің толықтығы мен дәлдігіне қатысты қиындықтармен байланысты. Сонымен қатар, табиғи ресурстарды артық бағалау немесе кеміту сияқты мәселелер де ұлттық байлықтың дұрыс бағаланбауына алып келеді.

Келешектегі зерттеулер мен практикалық қолдану үшін ұсыныстар:

Болашақ зерттеулерде ұлттық байлықты есептеу әдістерін жетілдіру мақсатында келесі ұсыныстар жасалады:

1. Әдіснамалық бірізділікті қамтамасыз ету: Қазақстанның ұлттық байлығын бағалау әдістерінің бірізділігі мен үйлесімділігін арттыру қажет. Бұл үшін әлемдік тәжірибені ескере отырып, ұлттық әдіснаманы жетілдіру қажет.

2. Табиғи ресурстарды бағалауды нақтылау: Табиғи ресурстардың дұрыс бағалануы Қазақстанның экономикалық дамуында маңызды рөл атқарады. Бұл үшін нарықтық бағалау әдісін жетілдіріп, табиғи ресурстардың болашақтағы әлеуетін ескеру қажет.

3. Ғылыми және инновациялық жетістіктерді қолдану: Ұлттық байлықты есептеуде жаңа технологиялар мен ғылыми зерттеулерді пайдалану әдістерді тиімділігін арттырады. Бұл тұрғыда инновациялық шешімдер мен жасанды интеллект сияқты құралдарды қолдану маңызды.

4. Экономикалық модернизацияның әсерін зерттеу: Қазақстанның экономикалық модернизациясы ұлттық байлықтың құрылымын өзгертуге және оның сапасын жақсартуға ықпал ететін фактор болып табылады. Осы мәселелерді зерттеу маңызды болады.

Қорыта айтқанда, Қазақстанның ұлттық байлығын бағалаудағы әдістер мен тәсілдерді жетілдіру тек елдің экономикалық тұрақтылығын қамтамасыз етуді ғана емес, сонымен қатар оның әлемдік экономикадағы бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді. Бұл мәселелерді шешу еліміздің даму әлеуетін толық көлемде ашуға және болашақта экономикалық өсімді қамтамасыз етуге ықпал ететін болады.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Байжұманов А.Ж. Ұлттық экономика: теория және практика / Байжұманов А.Ж. // Экономикалық зерттеулер журналы. – 2022
2. Құдайбергенов М.Б. Ұлттық байлық және оның экономикалық бағасы / Құдайбергенов М.Б. // Қазақстанның экономикалық даму мәселелері. – 2023.
3. Төлешов М.Т. Ұлттық байлықты есептеудің қиындықтары мен мүмкіндіктері / Төлешов М.Т. // Экономика және статистика. – 2021.
4. Әбдіразақов И.Ш. Ұлттық байлықтың экономикалық мәні мен оны есептеудің әдістері / Әбдіразақов И.Ш. // Экономикалық зерттеулер журналы. – 2021.
5. Тұрсынбеков С.Қ. Қазақстанның ұлттық байлығы мен мүлігін бағалау әдістері / Тұрсынбеков С.Қ. // Қаржы және экономика. – 2022.
6. Шаяхметов О.Ә. Ұлттық байлықтың құрылымы мен динамикасы / Шаяхметов О.Ә. // Қазақстанның экономикалық даму мәселелері. – 2023.

### Авторлар туралы мәліметтер

\***Мұхит Батырболат** – Каспий Қоғамдық университетінің «Мемлекеттік қызмет» мамандығының 4-ші курс студенті, [batyrbolat\\_muhit@mail.ru](mailto:batyrbolat_muhit@mail.ru)

\*\***Куандыкова Маржан Болатбековна** – Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

### Сведения об авторах

\***Мухит Батырболат** -студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Государственная служба», [batyrbolat\\_muhit@mail.ru](mailto:batyrbolat_muhit@mail.ru)

\*\***Куандыкова Маржан Болатбековна**-преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент " Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

### Information about the authors

\***Mukhit Batyrbolat**-is a 4th year student of the Caspian Public University with a degree in Public Service, [batyrbolat\\_muhit@mail.ru](mailto:batyrbolat_muhit@mail.ru)

**Kuandykova Marzhan Bolatbekovna**-Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, master of economics, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)



## ТЕНДЕНЦИЯ ПОВЫШЕНИЯ НАЛОГОВ В КАЗАХСТАНЕ

Николаев Г.Е.<sup>1</sup>, Исмагулова Т.А.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
Научный руководитель м.э.н., Большекбаева К.О.

**Аннотация.** Статья исследует тенденцию роста налогов в Казахстане на примере изменений налоговых ставок и их влияния на экономику страны. Проводится сравнительный анализ дохода государства за 2023 и 2024 года, где отмечается стабильность налоговых поступлений в бюджет. Указывается на важность этих поступлений для обеспечения финансовой устойчивости государства. Освещается также влияние изменений налоговой политики на инвестиционный климат, потребительский спрос и социальное равенство. В статье рассматриваются и риски, связанные с повышением налогов, включая возможное снижение экономической активности и утечку капитала. В заключение подчеркивается важность баланса между потребностями государства в доходах и необходимостью поддержания экономического роста.

**Ключевые слова:** Налоговая система, повышение ставок, факторы влияния, сферы жизни, изменения, риски.

## TREND OF INCREASING TAXES IN KAZAKHSTAN

Nikolayev G.E.<sup>1</sup>, Ismagulova T.A.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
scientific supervisor, Master of Economic Sciences, Bolshekbaeva K.O.

**Abstract.** The article examines the trend of tax growth in Kazakhstan using the example of changes in tax rates and their impact on the country's economy. A comparative analysis of state income for 2023 and 2024 is carried out, where the stability of tax revenues to the budget is noted. The importance of these revenues for ensuring the financial stability of the state is indicated. The impact of tax policy changes on the investment climate, consumer demand and social equality is also covered. The article also discusses the risks associated with tax increases, including a possible decline in economic activity and capital flight. It concludes by emphasizing the importance of balancing the government's revenue needs with the need to maintain economic growth.

**Keywords:** Tax system, rate increases, influencing factors, areas of life, changes, risks.

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ САЛЫҚТАРДЫҢ ӨСУ ТРЕНДЕНЦИЯСЫ

Николаев Г.Е.<sup>1</sup>, Исмагулова Т.А.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
ғылыми жетекші э.ғ.м., Большекбаева К.О

**Аңдатпа.** Бап зерттейді өсу үрдісі салықтарды мысалында Қазақстандағы енгізу салық ставкаларын және олардың ел экономикасына әсері. Салыстырмалы талдау жүргізіледі табыстың мемлекет үшін 2023 және 2024 жылы, онда тұрақтылығы байқалады, бюджетке түсетін салық түсімдерін. Көрсетіледі маңыздылығын осы түсімдер қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін мемлекет. Жарықтандырылады, сондай-ақ өзгерістерінің әсері салық саясатының инвестициялық климат, тұтынушылық сұраныс

және әлеуметтік теңдік. Бұл мақалада мен тәуекелдер байланысты салықтарды қоса алғанда, ықтимал экономикалық белсенділігінің төмендеуі мен капиталдың жылыстауын. Соңында, маңыздылығы арасындағы теңгерімді қажеттіліктерімен, мемлекеттің кірістері мен қажеттілігіне экономикалық өсуді қолдау.

**Түйінді сөздер:** Салық жүйесі, мөлшерлеменің өсуі, әсер етуші факторлар, өмір сүру салалары, өзгерістер, тәуекелдер.

В истории Казахстана налоги являются наиболее важными инструментами, которые использовались на протяжении веков. Важно понимать тенденцию роста налогов; любое изменение политики правительства непременно отразится на населении и промышленности. Подоходный налог, хотя и составляет наименьшую долю в ВВП - около 16 %, является важным инструментом для получения государственных доходов. Корпоративный налог в Казахстане установлен по единой ставке в 30 %; это относительно высокий показатель по сравнению с 24 % от общего объема налоговых поступлений, которые он собрал в 2001 году. Любое изменение налоговой ставки будет иметь прямое влияние на доходы и отрасль, поскольку инвесторы будут пытаться рассчитать, как налог повлияет на их затраты и доходы. Хорошим примером являются прямые иностранные инвестиции в нефтегазовую отрасль Казахстана, где большинству компаний удалось договориться о более низкой налоговой ставке.

Налоговая система Казахстана довольно молода по сравнению с другими странами. Страна получила независимость после распада Советского Союза в 1991 году и только в 1995 году ввела свою собственную налоговую систему. Однако некоторые налоги остались с советских времен и были отменены только впоследствии, например, налог с оборота, который был отменен только в 2007 году. Правительству Казахстана было необходимо переработать старые советские налоги в налоги, подходящие для современной экономики, и оно медленно, но верно создавало более сложную налоговую систему. Для этого был разработан Налоговый кодекс, который был введен в действие в 2009 году. В настоящее время налоговая система довольно сложна и включает в себя различные налоги, в том числе подоходный налог, социальный налог, земельный налог, налог на имущество, а также различные косвенные налоги, включая НДС и акцизы на некоторые товары.



Рисунок 1 – Источники дохода Республики Казахстан за 2024 год

Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

Актуальность изучения тенденции роста налогов в Казахстане крайне важна по нескольким причинам. Это не только ключевой аспект финансовой стабильности государства, но он и непосредственно влияет на бизнес-среду, инвестиционный климат и благосостояние граждан. Понимание этих тенденций помогает принимать обоснованные решения в экономической политике и управлении финансами. Цель рассмотрения тенденции роста налогов заключается в анализе его влияния на экономическое развитие и социальную сферу. Изучение этой темы позволяет оценить возможные последствия повышения налоговых ставок для бизнеса, инвестиций, занятости и потребления. Также важно выявить факторы, способствующие увеличению налогов, и определить возможные пути смягчения негативных последствий такой политики. Это позволит разработать более эффективные стратегии налогового управления и обеспечить устойчивое экономическое развитие. Для написания данной статьи были применены эмпирические методы исследования, включая сравнительный анализ, измерение ключевых показателей и моделирование экономических процессов. Эти методы позволили систематизировать данные, провести качественный анализ и получить объективное представление о влиянии роста налогов на экономику и общество. Повышение налогов оказывает значительное влияние на различные сферы жизни населения. В частности, бизнеса и инвестиции, они подвержены риску, так как рост налоговых ставок для компаний может снизить их прибыль и затормозить стимул к инвестированию и расширению деятельности. Это может привести к сокращению рабочих мест или замораживанию новых наймов, так как повышение налогов на труд делает найм рабочих дороже для компаний. Кроме того, налоги на товары и услуги могут повлиять на уровень потребления, поскольку увеличение цен может сдерживать желание потребителей приобретать товары. Помимо непосредственного воздействия на бизнес и потребление, рост налогов также может повлиять на другие аспекты экономики и общества. Например, он может снизить инновационную активность компаний, так как меньшая доступная прибыль означает меньше средств для исследований и разработок. Также повышение налогов может привести к увеличению теневой экономики, когда компании и граждане стремятся избежать уплаты налогов путем нелегальных или полуправильных методов. На уровне общества рост налогов может вызвать негативную реакцию со стороны населения, особенно если граждане считают, что налоговое бремя не соответствует качеству предоставляемых государственных услуг. Это может привести к социальным протестам, политическим давлениям и изменениям в налоговой политике. Таким образом, рост налогов оказывает комплексное воздействие на экономику и общество, требуя внимательного баланса между потребностями государства в доходах и потенциальными негативными последствиями для различных сфер жизни. В условиях современной экономической динамики Казахстана выявляются несколько ключевых экономических факторов, оказывающих существенное влияние на тенденцию роста налогов.

1. Финансовая Устойчивость Государства: Стабильность бюджета и обеспечение финансовых потребностей государства являются первоочередной задачей. В условиях колебаний экономической активности или изменения мировых рыночных условий, правительство Казахстана может вынуждено реагировать путем увеличения налогов для поддержания баланса бюджета.

2. Социальные Программы и Инфраструктурные Проекты: Расширение социальных программ, а также реализация крупных инфраструктурных проектов, требует дополнительных бюджетных средств. Повышение налогов может рассматриваться как способ обеспечения финансирования этих стратегически важных инициатив.

3. Мировая Экономическая Конъюнктура: Изменения в мировой экономической среде могут оказывать существенное воздействие на экономику Казахстана. Например, падение цен на экспортируемые товары или ухудшение мировых финансовых условий может вынудить правительство Казахстана к поиску дополнительных источников доходов, в том числе через повышение налогов.

4. Инвестиционный Климат и Рост Экономики: Для поддержания инвестиционного климата и стимулирования экономического роста необходимо обеспечить адекватное финансирование инфраструктурных проектов и социальных программ. Повышение налогов может быть частью широкой стратегии по привлечению инвестиций и обеспечению устойчивого экономического развития.

Анализ и учет указанных экономических факторов позволяют лучше понять динамику роста налогов в Казахстане и разработать более эффективные политические и экономические стратегии для обеспечения устойчивого развития страны.

Правительство Казахстана испытывает растущую потребность в дополнительных доходах по нескольким основаниям. Прежде всего, для обеспечения финансовой устойчивости и стабильности государственного бюджета необходимы средства, чтобы в полной мере финансировать разнообразные государственные программы и социальные услуги. Это включает в себя, помимо прочего, здравоохранение, образование, пенсионные выплаты и другие социальные программы, которые играют ключевую роль в обеспечении благополучия граждан. Кроме того, для продвижения национального развития и стимулирования экономического роста правительство Казахстана активно инвестирует в инфраструктурные проекты. Эти инвестиции не только способствуют созданию новых рабочих мест и повышению производственной активности, но и поддерживают устойчивость экономики в целом. Однако реализация этих проектов требует значительных финансовых ресурсов, которые частично могут быть покрыты за счет увеличения налоговых доходов. Наряду с этим, обеспечение национальной безопасности является одним из приоритетов правительства. Финансирование обороны и правоохранительных органов требует значительных затрат, чтобы обеспечить стабильность и безопасность страны.

Таким образом, растущая потребность правительства Казахстана в дополнительных доходах отражает широкий спектр его обязательств перед обществом и экономикой, подчеркивая важность эффективного управления налоговой политикой в стране. Правительство Казахстана активно взаимодействует с международным сообществом, исполняя свои обязательства перед международными организациями, такими как Международный валютный фонд (МВФ) и Всемирный банк. Эти обязательства включают в себя выплату членских взносов и участие в программах экономической поддержки. Казахстан также стремится соблюдать международные соглашения в различных областях, включая защиту окружающей среды, права человека и торговую политику. В условиях современной экономической динамики Казахстана выделяются ключевые факторы, влияющие на тенденцию роста налогов. Учет этих факторов помогает лучше понять динамику роста налогов в Казахстане и разработать эффективные стратегии для обеспечения устойчивого развития страны.

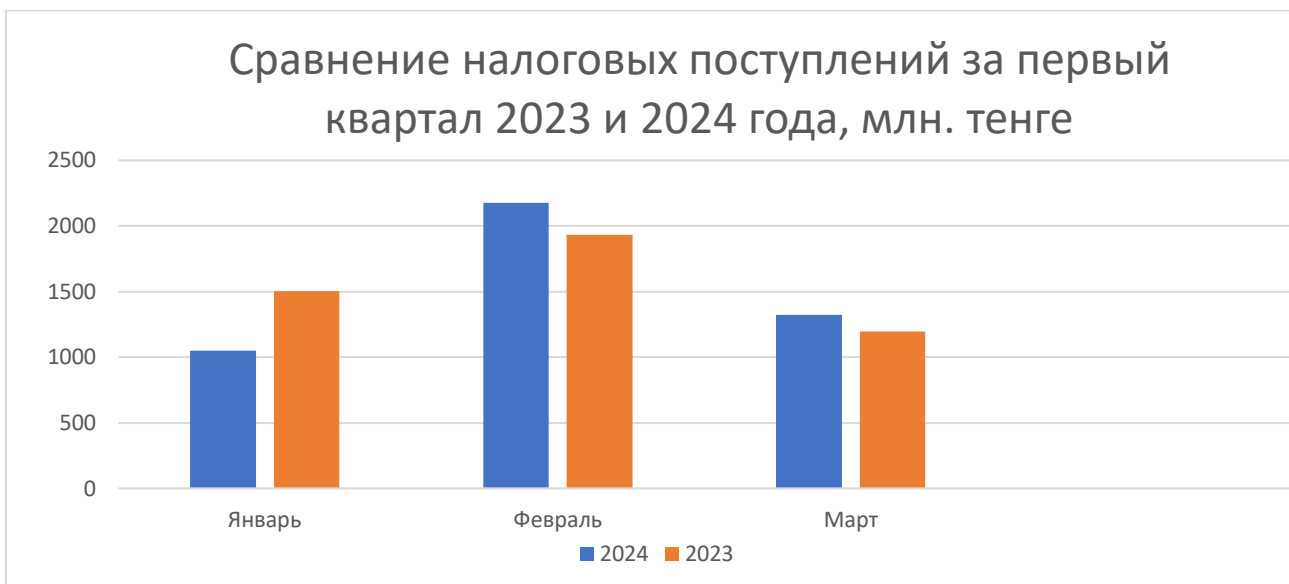


Рисунок 2 – Сравнение налоговых поступлений за первый квартал 2023 и 2024 года, млн. тенге

Примечание: рисунок составлен на основе источника [4].

1. **Общий доход Казахстана в 2024 году:** Согласно предоставленным данным, общий доход страны составил 20 194 797 994, из которых значительную долю составляют налоговые поступления.
2. **Налоговые поступления в бюджет:** За 2024 год налоговые поступления составили 15 759 823 678. Это является значительной частью общего дохода и играет ключевую роль в финансировании государственных программ и социальных инициатив.
3. **Стабильность налоговых поступлений:** Важно отметить, что процентное соотношение налоговых поступлений в бюджет остается практически неизменным по сравнению с предыдущими годами. Это свидетельствует о стабильности и надежности налоговой системы страны. По предоставленной информации, стабильность налоговых поступлений достигается за счет изменений в налоговом законодательстве, которые адаптируются к экономическим изменениям и обеспечивают надежность в финансовой сфере.

Теперь давайте добавим дополнительную информацию с дополнительных источников для более глубокого понимания ситуации. Согласно анализу экономических показателей, проведенному аналитическими агентствами и экономистами, стабильность налоговых поступлений в Казахстане подтверждается как внутренними, так и внешними факторами. Внутренние факторы включают в себя меры по улучшению налоговой политики и борьбе с налоговыми уклонениями, а также развитие бизнес-среды и стимулирование экономического роста. В то же время, внешние факторы, такие как мировые экономические тренды и изменения в международных налоговых стандартах, могут оказывать влияние на уровень налоговых поступлений в страну. Последние изменения в налоговом законодательстве Казахстана направлены на улучшение бизнес-среды, стимулирование инвестиций и обеспечение финансовой устойчивости. Это включает в себя снижение налоговых ставок для предприятий, улучшение налоговых процедур и борьбу с налоговыми преступлениями. Такие меры способствуют поддержанию стабильности налоговых поступлений и обеспечивают устойчивое финансирование государственных программ и социальных инициатив. Однако каждое изменение несет за собой риски. Изменения налоговых ставок всегда сопряжены с определенными рисками, которые могут оказать негативное влияние на экономику и общество. Вот некоторые из них:

1. **Снижение экономической активности:** Повышение налогов может увеличить финансовую нагрузку на предприятия и население, что может привести к снижению

потребительского спроса, инвестиций и производства. Это, в свою очередь, может замедлить экономический рост и создать неблагоприятную экономическую среду.

2. Ущерб для бизнеса: Высокие налоговые ставки могут сделать бизнес менее конкурентоспособным на рынке, особенно для малых и средних предприятий. Это может привести к сокращению рабочих мест, снижению инвестиций в новые проекты и снижению инновационной активности.

3. Утечка капитала: Высокие налоги могут стимулировать утечку капитала за рубеж, поскольку богатые индивиды и предприниматели ищут места с более благоприятным налоговым климатом для инвестирования и хранения своих средств. Это может привести к потере государством значительной части своих финансовых ресурсов и инвестиционного потенциала.

4. Негативное воздействие на малоимущих: Повышение налогов на потребительские товары и услуги может увеличить финансовую нагрузку на малоимущие слои населения, уменьшив доступность основных жизненных товаров и услуг. Это может привести к увеличению социальной неравенства и ухудшению условий жизни для наименее защищенных групп населения. Постоянные повышения налогов могут создать неопределенность и нестабильность для бизнес-среды, что может отпугнуть инвесторов и снизить инвестиционные потоки в страну. Это может привести к дальнейшему ослаблению экономической активности и роста.

Постоянный рост налогов является многоаспектным явлением, которое имеет глубокие последствия для экономики и общества в целом. Этот процесс может быть обусловлен различными факторами, такими как нехватка государственных доходов, необходимость финансирования социальных программ и инфраструктурных проектов, а также стремление правительств к сокращению дефицита бюджета или реализации конкретных политических целей. Однако, по мере роста налогов, возрастает ряд рисков и вызовов. Это может включать в себя увеличение финансовой нагрузки на бизнес и домашние бюджеты, что может привести к снижению инвестиций, потребительского спроса и экономического роста. Повышение налогов также может создать дополнительные административные барьеры для бизнеса, уменьшить его конкурентоспособность и отпугнуть инвесторов. Более того, постоянный рост налогов может увеличить социальную неравенство, поскольку более обеспеченные слои населения могут иметь больше возможностей для уклонения от налогов или использования налоговых льгот, в то время как менее обеспеченные группы страдают от увеличения налоговых ставок. Тем не менее, повышение налогов может также создать дополнительные ресурсы для правительства, которые могут быть использованы для финансирования различных программ и проектов, направленных на улучшение жизни населения и развитие экономики в целом. В целом, эффекты постоянного роста налогов зависят от контекста, в котором они применяются, и должны учитывать множество факторов, включая экономические условия, социальные потребности и политические приоритеты.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Этапы становления системы налогового администрирования в Республике Казахстан. Жакенова Г.И., Ишкинина Г.Ш., Морозова О.В [Электронный ресурс]. URL: <https://s.applied-research.ru/pdf/2018/3/12161.pdf> (Дата обращения: 18.04.2024)

2. Динара Танашева. Налоговый кодекс Казахстана 2024: Ключевые изменения [Электронный ресурс]. URL: [https://www.ey.com/ru\\_kz/tax-alerts/2024/ey-2024-kazakhstan-tax-code-key-amendments#](https://www.ey.com/ru_kz/tax-alerts/2024/ey-2024-kazakhstan-tax-code-key-amendments#). (Дата обращения: 18.04.2024)

3. Национальный банк РК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nationalbank.kz/ru> (Дата обращения: 18.04.2024)

4. Комитет государственных доходов. Динамика поступлений налогов и платежей в государственный бюджет [Электронный ресурс]. URL: <https://kgd.gov.kz/ru/content/dinamika-postupleniy-nalogov-i-platezhey-v-gosudarstvennyu-byudzheth-1> (Дата обращения: 18.04.2024)

5. Adilet. Информационно-правовая система нормативных актов РК. О республиканском бюджете на 2024-2026 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2300000043> (Дата обращения: 18.04.2024)

6. Министерство национальной экономики РК. Доходы государственного бюджета за 1 полугодие 2023 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/economy/press/news/details/608306?lang=ru> (Дата обращения: 18.04.2024)

7. Вестник КАСУ. Перспективы и направления совершенствования налоговой системы РК через гармонизацию налоговых отношений [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vestnik-kafu.info/journal/4/131/> (Дата обращения: 18.04.2024)

8. РОЛЬ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ ДОХОДОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН Мисник О.В., Бухпабаева К.А. [Электронный ресурс]. URL: <https://kazatu.edu.kz/assets/i/science/sf14-fin-108.pdf> (Дата обращения: 18.04.2024)

#### **Сведения об авторах**

\*Николаев Георгий Евгеньевич - студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [mr.rarely@mail.ru](mailto:mr.rarely@mail.ru)

\*\*Исмагулова Тамила Амировна - студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [tamilanamin@bk.ru](mailto:tamilanamin@bk.ru)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\* Николаев Георгий Евгеньевич - студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [mr.rarely@mail.ru](mailto:mr.rarely@mail.ru)

\*\*Исмагулова Тамила Амировна - студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [tamilanamin@bk.ru](mailto:tamilanamin@bk.ru)

#### **Information about the authors**

\*Nikolayev Georgy Evgenievich - student, Caspian Public University, e-mail: [mr.rarely@mail.ru](mailto:mr.rarely@mail.ru)

\*\*Ismagulova Tamila Amirovna - student, Caspian Public University, e-mail: [tamilanamin@bk.ru](mailto:tamilanamin@bk.ru)

ӘОЖ 339.138

## **БІЛІМ БЕРУ САЛАЛАРЫНДА МАРКЕТИНГТІК СТРАТЕГИЯНЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУ**

**Оразбаев Р.Н.<sup>1</sup>, Отарбаева А.Б.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақала білім беру саласында маркетингтік стратегияларды құруға қажетті қадамдарды кешенді түрде сипаттайды. Білім беру мекемелері үшін маркетинг қазіргі таңда тек қосымша құрал емес, табысты қызметтің ажырамас бөлігіне айналды. Заманауи нарықта білім беру қызметтерін ұсынатын ұйымдар өз бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін стратегиялық маркетингтік әдістерді қолдануы қажет.



**Кілтті сөздер:** маркетингтік стратегия, білім беру, бәсекеге қабілеттілік, мақсатты аудитория, цифрлық маркетинг, бренд құру, PR стратегиясы.

**Аннотация.** Статья исследует ключевые аспекты разработки маркетинговых стратегий в образовательной сфере. Рассматриваются современные вызовы, связанные с привлечением целевой аудитории, построением долгосрочного бренда образовательных учреждений и использованием цифровых технологий для достижения стратегических целей.

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, образование, конкурентоспособность, целевая аудитория, цифровой маркетинг, создание бренда, PR стратегия.

**Annotation.** The article explores key aspects of developing marketing strategies in the educational sphere. It examines modern challenges related to attracting the target audience, building a long-term brand of educational institutions and using digital technologies to achieve strategic goals.

**Keywords:** marketing strategy, education, competitiveness, target audience, digital marketing, brand creation, PR strategy.

Білім беру саласы қоғамның экономикалық және әлеуметтік дамуының негізгі факторы болып табылады. Бұл саладағы мекемелер тек оқыту мен тәрбие берумен ғана шектелмей, өзінің стратегиялық мақсатын айқындауы тиіс. Қазіргі білім беру нарығында бәсекелестік артып келеді. Ата-аналар мен студенттер тек білім сапасына ғана емес, сонымен қатар білім беру мекемесінің брендіне, имиджіне, тіпті оны басқару стиліне назар аударады. Осы жағдайларда маркетингтік стратегиялар білім беру мекемелерінің жұмысында маңызды рөл атқарады.

Қазақстанда білім беру нарығы жаңа технологиялардың ықпалымен айтарлықтай өзгерістерге ұшырауда. Онлайн оқыту, гибриді форматтар мен халықаралық бағдарламалар кеңінен таралуда, бұл дәстүрлі білім беру мекемелеріне жаңа міндеттер жүктейді.

Білім беру саласында маркетингтік стратегияларды қалыптастырудың негізгі қадамдарын ұсыну және олардың тиімділігін арттыру жолдарын талдау.

Міндеттері:

1. Білім беру саласының маркетингтік ерекшеліктерін анықтау.
2. Нарықтағы мақсатты аудиторияны сегменттеу әдістерін зерттеу.
3. Табысты маркетингтік стратегияларды әзірлеу және енгізу.

Маркетингтік стратегия – бұл ұйымның ұзақ мерзімді жоспарлауға негізделген әрекеттерінің жиынтығы. Оның басты мақсаты – мақсатты аудиторияны анықтап, сол аудиторияның қажеттіліктеріне жауап беретін тиімді ұсыныстар әзірлеу. Стратегия тек жарнамамен шектелмейді. Ол нарықты жан-жақты зерттеуді, клиенттермен тұрақты және ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатуды, сондай-ақ білім беру қызметтерінің сапасын үнемі жақсартуды көздейді.

Маркетингтік стратегияның білім беру саласындағы рөлі ерекше. Себебі білім беру мекемелері тек білім ұсынумен шектелмей, өз беделін қалыптастыруы және мақсатты аудиториясына айқын артықшылықтарын көрсетуі қажет.

1. Мақсатты аудиториямен байланыс: Мекеме өз қызметтерін нақты бір сегментке бағыттап, олардың сұраныстары мен қажеттіліктеріне бейімделеді.

2. Құндылықты қалыптастыру: Білім беру мекемелері білімнің сапасын, оқытушылардың біліктілігін және басқа да артықшылықтарын көрсетеді, бұл қызмет құндылығын арттырады.

3. Ұзақ мерзімді перспектива: Білім беру саласындағы маркетингтік стратегиялар ұзақ уақыт бойы сенімділік пен беделді нығайтуға бағытталады.



Білім беру саласы ерекше тұтынушылық құрылымымен және нарықтық сипаттамаларымен ерекшеленеді. Бұл саладағы маркетинг білім беру мекемелерінің қызметін әлеуетті тұтынушыларға дұрыс жеткізуге бағытталады.

1. Ұзақ мерзімді нәтижелерге бағытталу: Ата-аналар мен студенттер білімді таңдау кезінде болашақта алатын мүмкіндіктер мен артықшылықтарға назар аударады.

2. Қызметтің абстрактілігі: Білім беру қызметтері материалдық өнім емес, сондықтан оның құндылығын тұтынушыға көрсету күрделі міндет болып табылады.

3. Эмоционалды аспект: Ата-аналар мен студенттердің шешімі эмоцияға және сенімге негізделген.

*Білім беру саласындағы маркетингтің негізгі қағидаттары*

**Мақсаттылық:**

Әрбір оқу орны өз қызметтерінің ерекшеліктерін ескере отырып, нақты мақсатты аудиторияны анықтауы қажет.

Мысалы: Мектеп жасындағы балалардың ата-аналарына бағытталған жеке мектептер жарнамада бала қауіпсіздігі мен сапалы білімнің артықшылықтарын көрсетсе, университеттер студенттерді халықаралық бағдарламалар мен мансаптық перспективалар арқылы тартады.

**Икемділік:**

Нарықтағы өзгерістерге жылдам жауап беру мүмкіндігі. Жаңа технологиялар, оқыту әдістері немесе нарықтағы бәсекелестік деңгейіне байланысты мекеме өзінің маркетингтік әдістерін тез өзгерте алуы керек.

Мысалы: COVID-19 пандемиясы кезінде көптеген мекемелер онлайн оқытуға көшіп, цифрлық маркетингке ерекше көңіл бөлді.

Бәсекелестік артықшылықтарды көрсету: Білім беру мекемесі нарықтағы өз орнын анықтап, басқа мекемелерден ерекше артықшылықтарын көрсетуі қажет. Бұл артықшылықтар мекеменің беделін нығайтып, мақсатты аудиторияны қызықтырады.

Мысалы: Халықаралық бағдарламалары бар университеттер түлектерінің шетелде жұмысқа орналасу мүмкіндіктерін жарнамалайды.

Қазақстанда білім беру секторы соңғы жылдары айтарлықтай дамып келеді. Жаңа жеке мектептер мен колледждердің ашылуы, онлайн-оқыту платформаларының көбеюі және халықаралық оқу бағдарламаларының танымалдылығы бұл саланың динамикалық өсуін көрсетеді.

1. Бәсекелестіктің күшеюі: Білім беру мекемелері арасында ата-аналар мен студенттердің сенімін жаулап алу үшін күрес белсенді жүріп жатыр. Әсіресе, жеке мектептер мен халықаралық бағдарламалар бәсекелестік нарықта көш бастап тұр.

2. Цифрландыру: Онлайн-оқыту платформалары мен қашықтан білім беру әдістері пандемиядан кейін танымалдылығын сақтап қалды. Олар енді нарықтың тұрақты бөлігіне айналды.

3. Тұтынушылардың талаптарының өсуі: Ата-аналар мен студенттер тек білім сапасына ғана емес, оқу орнындағы инфрақұрылымға, оқыту әдістемесіне және болашақ мансаптық перспективаларға ерекше назар аударады.

Бұл жағдай білім беру мекемелерін бәсекелестерден ерекшелену үшін жаңа әдістерді енгізуге және аудиторияның қажеттіліктеріне жауап беретін маркетингтік стратегияларды әзірлеуге мәжбүрлейді.

Кесте 1. SWOT-анализ маркетингтік стратегияны қалыптастырудың білім беру саласындағы ерекшеліктері

Категория	Факторлар
<b>Күшті жақтары (Strengths)</b>	
- Білім беру мекемесінің оң	Ұзақ мерзімді қызмет және сенімділігі жоғары

беделі.	оқытушылар құрамы.
- Сапалы оқыту бағдарламалары.	Мектептердің немесе университеттердің жоғары көрсеткіштері (жұлделер, олимпиадалар).
- Қызмет көрсету түрлерінің әртүрлілігі.	Академиялық, шығармашылық және спорттық бағдарламалардың болуы.
<b>Әлсіз жақтар (Weaknesses)</b>	
- Цифрлық құралдарды қолдану тәжірибесінің жетіспеушілігі.	Веб-сайт және әлеуметтік желілер арқылы аудиториямен байланыс орнатудың нашарлығы.
- Қаржы ресурстарының шектеулілігі.	Маркетингтік кампанияларды жүргізу үшін қажетті бюджеттің жетіспеушілігі.
- Нарықтық зерттеулердің жеткіліксіздігі.	Тұтынушылардың нақты қажеттіліктерін анықтауға бағытталған деректердің болмауы.
<b>Мүмкіндіктер (Opportunities):</b>	
- Цифрлық маркетингті енгізу.	Әлеуметтік желілер мен SEO арқылы жаңа аудиторияны тарту мүмкіндігі.
- Онлайн оқыту бағдарламаларын дамыту.	Қашықтықтан білім беруге деген сұраныстың артуы.
- Халықаралық серіктестік.	Шетелдік оқу орындарымен бірлескен бағдарламаларды іске қосу.
<b>Қауіптер (Threats)</b>	
- Жоғары бәсекелестік.	Нарықта жеке мектептер мен халықаралық платформалардың көбеюі.
- Экономикалық дағдарыс.	Ата-аналардың білімге жұмсалатын шығындарды қысқартуы.
- Технологиялық трендтерге бейімделудің қиындығы.	Бәсекелестермен салыстырғанда жаңа технологияларды баяу енгізу.
Ескертпе: Автор өзі құрастырған	

Мақсатты аудиторияны дұрыс анықтау білім беру мекемесінің маркетингтік стратегиясын табысты іске асырудың алғашқы қадамы болып табылады. Білім беру саласындағы негізгі аудитория бірнеше топқа бөлінеді, олардың әрқайсысының ерекше қажеттіліктері мен күткен нәтижелері бар.

Негізгі аудиториялар:

1. Ата-аналар:

Балаларына сапалы білім беру – басты басымдық.

Олар мекеменің қауіпсіздігіне, оқыту сапасына және қосымша мүмкіндіктеріне ерекше мән береді (спорттық секциялар, шығармашылық үйірмелер және т.б.).

2. Оқушылар:

Білім алудың қызықты және интерактивті болуы маңызды.

Олар заманауи технологияларды, жобалық оқытуды және шығармашылық әдістерді жоғары бағалайды.

### 3. Ересектер:

Оқыту бағдарламалары икемді және жұмыс кестесіне сәйкес болуы қажет.

Сегменттеу критерийлері:

#### 1. Жас ерекшелігі:

Балалар (мектеп жасындағы).

Жастар (колледж және университет студенттері).

Ересектер (мамандар мен қайта даярланушылар).

#### 2. Географиялық аймақ:

Қалалық аймақтар: бәсекелестік жоғары және білім сапасына сұраныс үлкен.

Ауылдық аймақтар: білім беру мекемелері үшін төмен бәсекелестік, бірақ инфрақұрылымға байланысты шектеулер бар.

#### 3. Қаржылық мүмкіндіктер:

Қымбат жеке мектептер мен халықаралық бағдарламалар.

Орташа деңгейлі жеке мектептер.

Қолжетімді мемлекеттік оқу орындары.

*Білім беру мекемелері үшін табысты стратегиялар мысалдары*

#### 1. Жеке мектептер:

Жеке мектептер ата-аналардың сенімін арттыру үшін маркетингтік стратегияларды белсенді қолданады.

Әлеуметтік желілер арқылы ата-аналармен байланыс: Мектептер өздерінің жетістіктерін, оқушылардың іс-шараларын және сабақтардың интерактивтілігін Instagram және Facebook сияқты платформаларда жариялайды.

Ашық есік күндерін ұйымдастыру: Ата-аналар мектептің атмосферасымен және мұғалімдермен танысуға мүмкіндік алады.

#### 2. Университеттер:

Университеттердің беделін арттыру үшін заманауи құралдар мен әдістер қолданылады.

Онлайн платформаларда вебинарлар: Студенттер мен олардың ата-аналарына оқу бағдарламалары мен стипендиялар туралы ақпарат береді.

Халықаралық бағдарламалар: Университеттер академиялық алмасулар, қос дипломдық бағдарламалар және шетелдік серіктестері арқылы өз беделін нығайтады.

#### 3. Онлайн-курстар:

Онлайн-білім беру платформалары соңғы жылдары ерекше қарқынмен дамып келеді.

Email-маркетинг: Оқушыларға жаңалықтар, курстарға жеңілдіктер және сертификаттар туралы ақпарат тарату.

Контент маркетинг: Пайдалы мақалалар, оқыту бейнелері және шеберлік сабақтары арқылы аудиторияны тарту.

*Маркетингтік стратегияларды қалыптастырудың негізгі кезеңдері*

#### 1. Мақсат қою:

Алдымен білім беру мекемесінің миссиясын анықтап, стратегиялық мақсаттарын нақтылау қажет. Бұл мақсаттар SMART қағидаттарына сәйкес болуы керек:

Нақты: Мақсат нақты болу керек. Мысалы, «Бір жыл ішінде 500 студент қабылдау».

Өлшенетін: Мақсаттарға жетуді бағалау үшін нақты көрсеткіштер белгілеу (мысалы, студент қабылдау деңгейі немесе оқу бағдарламаларының танымалдылығы).

Қолжетімді: Қол жеткізуге болатын мақсаттарды белгілеу.

Маңызды: Мақсаттардың мекеменің жалпы стратегиясына сай болуы.

Белгілі бір уақыт ішінде: Әрбір мақсатқа жету мерзімін белгілеу (мысалы, үш ай ішінде әлеуметтік желілердегі оқырмандар санын 10%-ға арттыру).

#### 2. Нарықты зерттеу:

Білім беру мекемесінің нарықтық мүмкіндіктерін анықтау үшін зерттеу жүргізу маңызды:

Бәсекелестерді талдау: Олардың қызметтері, баға саясаты, маркетингтік әдістері мен нарықтағы позициясы.

*Мысалы:* Егер жақын аймақтағы жеке мектептер интерактивті әдістерді қолданса, сіз де осы әдістерді енгізуді қарастыруыңыз керек.

Тұтынушылардың қажеттіліктерін анықтау: Мақсатты аудиторияның сұраныстарын зерттеу үшін сауалнамалар мен фокус-топтар ұйымыдастыру.

*Мысалы:* Ата-аналар сапалы білімге, қауіпсіз ортаға және қосымша мүмкіндіктерге (спорт, өнер) басымдық береді.

Нарықтық трендтер: Онлайн оқыту, гибридті білім беру немесе халықаралық бағдарламалар сияқты трендтерді есепке алу.

### 3. Стратегияны таңдау:

Цифровой маркетинг құралдарын пайдалану: Таргетинг, SEO-оңтайландыру және әлеуметтік медиа платформарын қолдану арқылы аудиторияны тарту.

*Мысалы:* Instagram және TikTok сияқты платформалар арқылы оқушылардың назарын аудару, сонымен қатар Facebook пен LinkedIn арқылы ата-аналармен және кәсіби аудиториямен байланыс орнату.

Бренд құру: Білім беру мекемесінің бірегейлігін көрсету. Бұл оқу орнының негізгі құндылықтарын, тарихын және артықшылықтарын көрсету арқылы жүзеге асады.

*Мысалы:* Білім сапасы жоғары оқу орнының түлектері туралы деректерді жариялау арқылы сенімділік қалыптастыру.

## 2 кесте. “Цифрлық маркетинг құралдарын енгізудің кезеңдері”

Кезең	Іс-шаралар	Мерзімі
1. Дайындық кезеңі	Веб-сайттың техникалық оңтайландыруы және маркетингтік жоспар құру.	1 ай
2. Құралдарды іске қосу	Әлеуметтік желілердегі парақшаларды жүргізу және таргетингтік жарнаманы іске қосу.	2 ай
3. Контентті әзірлеу	Видеороликтер, блог жазбалары және инфографикаларды дайындау.	2-3 ай
4. Нәтижелерді талдау	Google Analytics және әлеуметтік желілердің аналитика құралдары арқылы науқан нәтижелерін бағалау.	1 ай
5. Жетілдіру кезеңі	Алынған мәліметтер негізінде маркетинг стратегиясын реттеу.	1 ай және одан әрі

Ескертпе: Пайдаланылған әдебиет көзі [5]

### Цифрлық маркетинг құралдарын қолдану

#### 1. Әлеуметтік желілер:

##### Instagram және TikTok:

Instagram – ата-аналарға білім беру мекемесінің күнделікті өмірін көрсету үшін фотолар мен видео жариялау.

TikTok – студенттерге арналған интерактивті және көңілді контент жасау (мысалы, сабақтардан үзінділер, іс-шаралар бейнелері).

Пікірлер мен оқиғаларды жариялау: Ата-аналардың кері байланысын бөлісу және студенттердің жетістіктерін көрсету арқылы аудиторияны жіберу.

*Мысалы:* "Біздің түлектеріміз әлемнің үздік университеттеріне түсті" деген секілді посттар.

## 2. Веб-сайт, SEO:

Веб-сайты оңтайландыру: Білім беру мекемесінің барлық қызметтері туралы ақпаратты қолжетімді әрі ыңғайлы түрде ұсыну.

*Мысалы:* "Қабылдау комиссиясы" бөліміне тіркелу формасын қосу.

Google Analytics: Веб-сайттың трафигін талдау және қолданушылардың мінез-құлқын бақылау арқылы маркетингтік стратегияны реттеу.

*Нәтижелерді бағалау және жетілдіру*

### 1. Өлшеу көрсеткіштері:

Білім беру мекемесінің маркетингтік стратегиясының тиімділігін бағалау үшін келесі көрсеткіштер қолданылады:

Жаңа студенттердің саны: Қабылданған студенттердің өсуін қадағалау.

Ата-аналардың кері байланысы: Сауалнамалар немесе онлайн пікірлер арқылы қанағаттану деңгейін анықтау.

Бренд танымалдылығы: Әлеуметтік желілердегі аудитория саны мен олардың белсенділігін өлшеу.

### 2. Жетілдіру жұмыстары:

Әрбір маркетингтік науқаннан кейін нәтижелерді талдау.

*Мысалы:* Егер белгілі бір таргетингтік жарнама төмен нәтиже берсе, жарнама мәтіні мен визуально қайта қарастыру.

Маркетингтік стратегиялар білім беру мекемелерінің тұрақты дамуы мен бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің маңызды құралы болып табылады. Заманауи технологияларды қолдану арқылы мақсатты аудиториямен тиімді байланыс орнатуға және білім беру қызметтерінің құндылығын арттыруға болады.

Білім беру саласында маркетингтік стратегияны қалыптастыру – бұл мекеменің бәсекеге қабілеттілігін арттырып, нарықта өз орнын нығайту үшін маңызды құрал. Қазіргі заманғы білім беру нарығы жоғары бәсекелестік жағдайында жұмыс істейді, бұл мекемелерден мақсатты аудиторияны терең түсінуді, жаңа әдістер мен цифрлық технологияларды талап етеді.

Мақалада ұсынылған зерттеу мен тәжірибелік ұсыныстар білім беру мекемелеріне маркетингтік стратегияны дұрыс құруға көмектеседі. Бұл стратегияның негізгі аспектілері:

1. Мақсатты аудиторияны анықтау: ата-аналар, оқушылар мен ересектердің қажеттіліктеріне бейімделген тәсілдерді қолдану.

2. Сандық құралдарды қолдану: әлеуметтік желілер, SEO, контент-маркетинг, арқылы аудиторияны тарту.

3. Нәтижелерді бақылау және жетілдіру: маркетингтік әрекеттердің тиімділігін жүйелі түрде бағалап, оларды үздіксіз жаңартып отыру.

Маркетингтік стратегия қалыптастырудың дұрыс ұйымдастырылуы білім беру мекемелеріне өз қызметтерінің сапасын көрсетуге, сонымен қатар студенттерді тартуға және ата-аналар мен студенттердің сенімін арттыруға мүмкіндік береді. Бұл процесс тек қаржылық табысты арттырып қана қоймай, сонымен бірге мекеменің ұзақ мерзімді беделін қалыптастыруға ықпал етеді.

Қорытындылай келе, заманауи білім беру мекемелері маркетингті басқарудың кешенді тәсілдерін қолдана отырып, өзгермелі нарық жағдайында табысты дамып, өз миссиясын толықтай жүзеге асыра алады.

## **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:**

1. Пыхтина Ю.Н. "Формирование маркетинговой стратегии в образовании" 2019ж

- 32 бет

2. Солопенко А.О. “Маркетинг в образовательной сфере”, 2019., 36 - 41 бет
3. Котлер Ф. “Основы маркетинга”: Издательство Омега-Л, 2016ж, 125 - 127 бет
4. Панкрухин А.П. “Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании”: 2015ж - 240 бет
5. Дэн Олсен “MVP. Как выводить на рынок товары и услуги, которые нравятся покупателям”, Издательство БОМБОРА, 2015 - Глава 11
6. “Yandex Kazakhstan Day” конференция (27.06.2024)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\***Оразбаев Рамазан Нұрланұлы** – Каспий Қоғамдық университетінің «Маркетинг» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: orazbayevramazan@gmail.com

\***Отарбаева Айжан Базарбаевна** - Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: a-o777@mail.ru

#### **Сведения об авторах**

\***Оразбаев Рамазан Нурланұлы** – студент 4 курса специальности «Маркетинг» Каспийского общественного университета, e-mail: orazbayevramazan@gmail.com

\* **Отарбаева Айжан Базарбаевна** – преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент» Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: a-o777@mail.ru

#### **Information about the authors**

\***Orazbayev Ramazan Nurlanuly** – 4th year student of the specialty "Marketing" of the Caspian Public University, e-mail: orazbayevramazan@gmail.com

\* **Otarbaeva Aizhan Bazarbaevna** – teacher of the Department of Economics and Management of the Caspian Public University, Master of Economic Sciences, e-mail: a-o777@mail.ru

ӘОЖ 658.8.012.25

## **КӘСІПКЕРЛЕРГЕ АРНАЛҒАН ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕРІ КЕШЕНДІ ТАЛДАУ**

**Орынбасаров Е.Д.<sup>1</sup>, Аким С.Е.<sup>2</sup>, Куандықова М.Б.<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақала кәсіпкерліктің дамуына қажетті инновациялық стратегияларды әзірлеу тәсілдеріне кешенді талдауды ұсынады. Зерттеуде, нарықтың өзгермелі сипаты мен технологиялық прогрестің жылдамдығына бейімделе отырып, кәсіпкерлердің табыстылығын арттыру жолдары қарастырылады. Сонымен қатар, жаңа стратегияларды қалыптастырудағы басты факторлар мен олардың тиімділігіне ықпал ететін элементтер талданады. Мақала кәсіпкерлерге нарықтық талаптарға жауап бере алатын және бәсекеге қабілеттілігін арттыра алатын инновациялық стратегияларды құру мен енгізу бойынша практикалық ұсыныстар береді.

**Кілтті сөздер:** Кәсіпкерлік стратегия, инновация, нарықтық бейімделу, технологиялық прогресс, табыстылық арттыру, стратегиялық жоспарлау, бәсекеге қабілеттілік.

**Аннотация.** В статье предлагается комплексный анализ путей разработки инновационных стратегий, необходимых для развития предпринимательства. В

исследовании рассматриваются пути повышения прибыльности предпринимателей, адаптируясь к меняющейся природе рынка и скорости технологического прогресса. Кроме того, анализируются основные факторы формирования новых стратегий и элементы, способствующие их эффективности. В статье предпринимателям даны практические рекомендации по созданию и реализации инновационных стратегий, способных реагировать на запросы рынка и повысить их конкурентоспособность.

**Ключевые слова:** Стратегия бизнеса, инновации, адаптация к рынку, технологический прогресс, повышение прибыльности, стратегическое планирование, конкурентоспособность.

**Abstract.** The article offers a comprehensive analysis of ways of developing innovative strategies necessary for the development of entrepreneurship. The study examines ways to increase the profitability of entrepreneurs, adapting to the changing nature of the market and the speed of technological progress. In addition, the main factors in the formation of new strategies and the elements contributing to their effectiveness are analyzed. The article provides entrepreneurs with practical recommendations for creating and implementing innovative strategies that can respond to market demands and increase their competitiveness.

**Key words:** Business strategy, innovation, market adaptation, technological progress, increasing profitability, strategic planning, competitiveness.

Қазіргі әлемде кәсіпкерлік экономикалық дамудың негізгі қозғалтқыштарының біріне айналды. Дегенмен, серпінді және үнемі өзгеріп отыратын бизнес ортасында сәтті бәсекелесу үшін кәсіпкерлер инновациялық тәсілдерді ескеретін және жаңа шындықтарға белсенді түрде бейімделетін стратегияларды әзірлеуі керек. Бұл мақалада біз кәсіпкерлерге бизнесті табысты жүргізу үшін кешенді стратегияларды әзірлеуге көмектесетін заманауи инновациялық әдістер мен құралдарды қарастырамыз. Біз сондай-ақ осы тәсілдерді қолдану жолдарын және олардың қазіргі кәсіпкерлік әлеміндегі маңыздылығын талқылаймыз. Инновация бизнестің ажырамас бөлігіне айналды және олардың стратегияларды әзірлеудегі рөлін түсіну қазіргі кәсіпкерлер үшін сәттіліктің негізгі факторы болуы мүмкін [1,356.]

Стратегиялық жоспарлау - бұл ұйымның ұзақ мерзімді мақсаттарын және осы мақсаттарға жету жолдарын анықтайтын процесс. Ол ұйымның миссиясына, көрегендік болжамдарына, бағдарламаларына, мақсаттарына және стратегияларына басшылық етеді. Келесі абзацтарда стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздерін қарастырамыз.

**Стратегиялық жоспарлаудың мақсаты:** Стратегиялық жоспарлау ұйымның болашаққа бағдарлануын, қоршаған ортаның өзгерістеріне икемделуін және ішкі ресурстарын тиімді басқаруын қамтамасыз етеді.

**Сыртқы және ішкі талдау:** Стратегиялық жоспарлау процесі сыртқы және ішкі талдауларды қамтиды. Сыртқы талдау нарықтық тенденцияларды, бәсекелестік ортаны және макроэкономикалық факторларды зерттейді. Ішкі талдау ұйымның қабілеттерін, процестерін және мәдениетін бағалайды.

**SWOT талдауы:** SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) талдауы - бұл ұйымның ішкі күштері мен әлсіз жақтарын, сондай-ақ сыртқы мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтауға арналған аспап.

**Портердің бес күш моделі:** Майкл Портердің бес күш моделі бәсекелестік ортаның күшін және ұйымның стратегиясын қалай құру керектігін анықтайды.

**Ансоффың өсу матрицасы:** Игорь Ансоффың өсу матрицасы бизнестің өсу стратегияларын - нарықтың дамуы, өнімнің дамуы, диверсификация және нарықты тереңдету стратегияларын қарастырады.

**SMART мақсаттар:** SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) мақсаттар - бұл ұйымның нақты, өлшенетін, жетістікке жетуі мүмкін, тиісті және уақыт шеңбері бар мақсаттарын айқындауға көмектеседі.

**Баланстық көрсеткіштер тақтасы (BSC):** Баланстық көрсеткіштер тақтасы ұйымның әр түрлі перспективаларынан (қаржылық, клиенттер, ішкі бизнес процестері, үйрену және өсу) көрсеткіштерді қарастырады.

**Стратегиялық жоспарлау циклі:** Стратегиялық жоспарлау циклі мақсаттарды белгілеу, стратегияны жоспарлау, іске асыру және бақылауды қамтиды.

**Жалпы стратегиялық бағыттар:** Ұйымның жалпы стратегиялық бағыттары (мысалы, баға басымдылығы, дифференциация және шоғырландыру) оның нарықтағы позициясын анықтайды [2,976.]

Стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздері ұйымдарға олардың болашағын анықтау және жоспарлау үшін бірқатар құралдар мен үлгілерді ұсынады. Бұл процесс ұйымдарға өздерінің стратегиялық мақсаттарына сәйкес іс-қимылдарын бағыттауға көмектеседі.

Стратегиялық жоспарлаудың теориялық негіздері бекітілгеннен кейін, кәсіпкерлер үшін инновациялық стратегиялардың құрылымын және қолданылуын анықтау маңызды болып табылады. Инновациялық стратегиялар бизнестің бәсекелестік артықшылықтарын арттыру және нарықтағы өзгерістерге жылдам жауап беру үшін көмектеседі. Мұндай стратегиялар кәсіпкерлердің бизнес модельдерін жаңартуға және жаңа өнімдер мен қызметтерді жасауға бағытталған [3,1356.]

#### **Нақты стратегиялардың құрылымы:**

##### **1. Инновациялық бағыттарды анықтау:**

- Технологиялық трендтерді бақылау және олардың бизнеске ықпалын түсіну.
- Нарықтық сұраныстарды және тұтынушылардың өзгеріп отыратын талаптарын анализдеу.

##### **2. Жаңашылдыққа бағытталған мәдениетті дамыту:**

- Ішкі кәсіпкерлікті ынталандыру және қолдау.
- Креативті идеялар мен инновацияларды бағалау және жүзеге асыру.

##### **3. Жаңа идеяларды жасау және тестілеу:**

- Өнімнің минималды жұмыс істейтін нұсқасын (MVP) әзірлеу және нарыққа шығару.
- Бизнес-модельдердің инновациялық прототиптерін жасау.

##### **4. Инновациялық стратегияларды жүйелік тәсілмен жоспарлау:**

- Стратегиялардың құрылымын анықтау және оларды іске асырудың жоспарын жасау.
- Жаңашылдық жобаларына ресурстарды бөлу және тәуекелдерді басқару.

#### **Стратегиялардың қолданылуы:**

##### **1. Ішкі процестерге интеграция:**

- Инновациялық идеяларды жүзеге асыру үшін ішкі процестерді қайта құру.
- Жаңашылдықтарды стандартты жұмыс процедураларына енгізу.

##### **2. Нарыққа шығу стратегиясы:**

- Жаңа өнімдер мен қызметтерді нарыққа таныстыру жоспарын әзірлеу.
- Маркетингтік және сату стратегияларын жетілдіру.

##### **3. Өлшемдер мен көрсеткіштерді қадағалау:**

- Жаңа стратегиялардың әсерін өлшеу және бағалау.
- Өнімділікті және рентабельділікті жақсарту мақсатында жетілдірулер енгізу.

##### **4. Тұрақты жаңару және үйрену:**

- Маркетплейстегі өзгерістерге бейімделу.
- Білім беру және дамыту бағдарламалары арқылы ұжымдық біліктілікті арттыру.

Нақты стратегияларды құру және қолдану кезінде бұл аспектілердің барлығы ескерілуі тиіс. Инновациялық стратегиялардың сәттілігі көп жағдайда олардың жүйелі және өлшенген тәсілмен қолданылуына байланысты. Кәсіпкерлер үшін бұл процестер кәсіпорынды нарықтағы өзгерістерге икемделуге мәжбүр етеді және жаңа мүмкіндіктерді жүзеге асырудың негізін қалайды.



Кешенді талдау - бұл кәсіпкерлердің шешім қабылдау процесінде пайдаланатын күрделі және көпқырлы әдіс. Ол кәсіпкерлік ортаның әр түрлі аспектілерін, оның ішінде экономикалық, құқықтық, технологиялық және мәдени факторларды қамтиды. Кешенді талдау арқылы кәсіпкерлер өз бизнестерінің нақты жағдайын толыққанды түсіне алады және олардың стратегиялық шешімдері нақты деректерге негізделеді.

**Кешенді талдау компоненттері:**

**1. Нарықтық талдау:**

- Нарықтың өлшемі, өсу қарқыны және трендтері.
- Тұтынушылардың сұранысы, қажеттіліктері және әдеттері.

**2. Өнеркәсіптік талдау:**

- Сектордың құрылымы, бәсекелестік күштері және барьерлері.
- Бәсекелестердің стратегиясы және орын алып отырған өзгерістер.

**3. Ішкі ресурстарды талдау:**

- Компанияның қаржылық жағдайы, операциялық тиімділігі және капитал құрылымы.
- Адам ресурстары, корпоративтік мәдениет және инновацияға дайындық.

**4. Технологиялық талдау:**

- Жаңа технологиялардың пайда болуы және олардың бизнеске әсері.
- Технологиялық жаңалықтарды қабылдау және интеграциялау мүмкіндіктері.

**Стратегиялық шешімдерге қолданылуы:**

**1. Стратегиялық бағдарды анықтау:**

- Кешенді талдау нәтижелеріне сүйене отырып, ұзақ мерзімді стратегиялық мақсаттарды белгілеу.
- Нарыққа ену стратегиялары, өнімді дамыту және нарықтың бөліктеріне өзгерту.

**2. Ресурстарды бөлу:**

- Ішкі ресурстарды және капиталды стратегиялық басымдықтарға бағыттау.
- Инвестицияларды тиімділігі жоғары аймақтарға жұмылдыру.

**3. Жаңашылдық стратегияларын жасау:**

- Технологиялық мүмкіндіктерді пайдалану және инновациялық процестерді құру.
- Жаңа бизнес модельдерін әзірлеу және жүзеге асыру.

**4. Өзгерістерді басқару:**

- Жаңа стратегияларды енгізу кезінде өзгерістерді басқару жоспарларын құру.
- Адам ресурстарын дамыту және оқыту бағдарламаларын жүргізу [4, 123б.]

Кешенді талдауды жүргізу және оның нәтижелерін стратегиялық шешімдер қабылдауда қолдану кәсіпкерлерге бизнес ортасындағы мүмкіндіктерді бағалап, тәуекелдерді басқаруға және бәсекелестік артықшылықтарды анықтауға мүмкіндік береді. Бұл стратегиялық ойлаудың негізін қалап, кәсіпкерлердің нарықта сәтті болуы үшін қажетті шешімдерді қабылдауға көмектеседі.

Инновациялық стратегияларды іске асыруда кестелік құралдар маңызды роль атқарады. Олар стратегиялық жоспарлаудың барлық кезеңдерінде қажетті ақпаратты ұйымдастыруға, бақылауға және басқаруға көмектеседі. Мұндай құралдар стратегиялық мақсаттарды анықтаудан бастап, нақты іс-шаралардың орындалуына дейінгі процестерді қамтиды.

Инновациялық стратегияларды іске асырудағы кестелік құралдардың бір мысалы - бұл өнімді дамыту кестесі. Мұндай кесте өнімнің жоспарланған даму барысын, бастапқы идеядан нарыққа шығаруға дейінгі кезеңдерді көрсетеді. Келесі кесте өнімді дамытуға арналған типтік процестің бір мысалын ұсынады:

1-кесте – Өнімді дамыту

Кезең	Қызмет	Жауапты	Мерзім	Көрсеткіштер	Статус
Идея	Идеялар	Инновация	Қаңтар	Идеялар саны,	Аяқталды

қалыптастыру	жинақтау және бағалау	тобы		бағалау критерийлері	
Талдау	Нарықтық зерттеулер жүргізу	Маркетинг тобы	Ақпан	Зерттеу есептері, талдау нәтижелері	Жүріп жатыр
Жоспарлау	Өнім жоспарын құру	Өнім менеджері	Наурыз	Жоспарлау құжаттары, бюджет	Жоспарланған
Прототиптеу	Прототип жасау және тестілеу	Зерттеу және Даму тобы	Сәуір-Мамыр	Прототиптер, тест нәтижелері	Жоспарланған
Өндіріске дайындық	Өндіріс процестерін жобалау	Өндіріс тобы	Маусым-Шілде	Өндіріс жоспары, шығын сметасы	Жоспарланған
Маркетинг және сатылым	Маркетинг стратегиясын және сату жоспарын әзірлеу	Маркетинг және Сату тобы	Тамыз-Қыркүйек	Маркетинг материалдары, сату каналдары	Жоспарланған
Ескерту: зерттеулер негізінде автормен құрастырылған					

Инновациялық стратегияларды іске асыруда кестелік құралдардың рөлі өте маңызды. Олар көмегімен кәсіпкерлер стратегияларды нақты және ұйымдастырылған түрде жоспарлай алады, іске асыру процесін бақылай алады және нәтижелерді талдай алады. Бұл құралдардың арқасында кәсіпорындар өз стратегияларын тиімді жүзеге асырудың және өзгерістерге бейімделудің маңызды аспектілеріне назар аудара алады. [4, 1236.]

Тәуекелдерді басқару кестесі сияқты кестелік құралдар іске асыру процесінде туындайтын тәуекелдерді анықтауға, бағалауға және оларға жауап беруге мүмкіндік береді. Өлшеу және бақылау кестелері жобаның қалай жүріп жатқанын және стратегиялық мақсаттарға жету деңгейін көрсетеді. Жоба жоспарының кестесі мен ресурстарды басқару кестесі жоспарлаудың, ресурстарды бөлудің және уақытты басқарудың негізін қалайды.

Кешенді және жүйелі кестелік құралдарды пайдалану арқылы кәсіпкерлер бизнесінде инновациялық өзгерістерді жүргізу кезінде жан-жақты және сақтандырулы бола алады. Бұл құралдар жоба басқару, стратегиялық жоспарлау және өзгеріс басқару процестерінде баға жетпес көмекші болып табылады және кәсіпкерлерге тұрақты және табысты бизнес құруда көмектеседі.

Бұл мақалада талқыланған "Кәсіпкерлерге арналған стратегияларды әзірлеудің инновациялық тәсілдері: кешенді талдау және қолдану жолдары" тақырыбы, кәсіпкерлік әлеміндегі стратегиялық жоспарлаудың маңыздылығын айқындайды. Инновациялық тәсілдердің қолданылуы кәсіпкерлерге нарықтық өзгерістерге икемді реакция жасауға, өз бәсекелестерінен озуға және тұрақты өсу стратегиясын құруға мүмкіндік береді. Кешенді талдау арқылы біз кәсіпкерлік ортадағы әртүрлі стратегиялардың тиімділігін бағалап, олардың нақты қолданысқа бейімделуін тереңірек түсіндік. Мақалада көрсетілген аналитикалық құралдар мен әдістемелер, кәсіпкерлерге олардың іскерлік қызметінде пайдалы болуы тиіс. Болашақта, бұл стратегияларды қолдану арқылы кәсіпкерлер экономикалық дамуын жеделдете алады және жаңа нарықтарға сәтті енуге қабілетті болады. Сонымен қатар, мақалада ұсынылған білім мен тәжірибе кәсіпкерліктің жаңа қырларын ашуға және жаһандық экономикалық аренада табысты әрекет етуге негіз болуы тиіс.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Созинова А. А. Формирование инновационной системы управления предприятием в современных условиях / Созинова А. А, Е. С. Гурова // Журнал прикладных исследований.– 2020.
2. Материалы московского международного форума инновационного развития 2020. 19-21 октября 2020. URL: [openinnovations.ru](http://openinnovations.ru) .
3. Сметанина А. И. Инновации в организациях непромышленной сферы / А. И. Сметанина.- Текст непосредственный // Вопросы устойчивого развития общества.— 2022г.
4. Спиридонова, Е.А. Управление инновациями: учебник и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова. – М. : Издательство Юрайт,2020.— 298 с. – ISBN 978-5-538-06608-1.
5. Гончаренко Л. П. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. И доп. — Москва: Юрайт, 2022 — 487 с.

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\* **Орынбасаров Еркін**– Каспий Қоғамдық университетінің «Менеджмент» мамандығының 3-ші курс студенті

\*\***Аким Сажар** - Каспий Қоғамдық университетінің «Менеджмент» мамандығының 3-ші курс студенті

\*\*\***Куандыкова Маржан Болатбековна**- Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистрі, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

#### **Сведения об авторах**

\* **Орынбасаров Еркін** – студент 3 курса Каспийского общественного университета по специальности «Менеджмент»

\*\* **Аким Санжар** - студент 3 курса Каспийского общественного университета по специальности «Менеджмент»

\*\*\* **Куандыкова Маржан Болатбековна**-преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент " Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\* **Orynbasarov Yerkin** – 3rd year student of the Caspian Public University with a degree in Management

\*\* **Akim Sanzhar** - 3rd year student of the Caspian Public University with a degree in Management

\*\*\* **Kuandykova Marzhan Bolatbekovna**-Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, master of economics, e-mail: [marchan1402@mail.ru](mailto:marchan1402@mail.ru)

**УДК 657.1**

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ**

**Разакова А.Я.<sup>1</sup>,Танирбергенова Г.Б.<sup>2</sup>  
Каспийский Общественный Университет, г.Алматы, Республика Казахстан**

**Аннотация:** В статье отражены основные аспекты организации бухгалтерского учета в строительных организациях. Как известно, специфика деятельности строительных компаний, таких как длительность и масштабность, влияет на организацию учета в строительстве. Также раскрыты основные вопросы применения Международных стандартов финансовой отчетности на казахстанских предприятиях строительной отрасли, приведена корреспонденция счетов в рамках исследуемой темы. В статье приведены вопросы учета затрат и калькуляции себестоимости в строительстве.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, строительная отрасль, Международные стандарты финансовой отчетности, затраты, договор строительства, строительно-монтажные работы.

## ҚҰРЫЛЫС САЛАСЫНДАҒЫ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕПТІ ҰЙЫМДАСТЫРУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Разакова А.Я.<sup>1</sup>

Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы.қ., Қазақстан Республикасы

**Андатпа:** Бұл мақалада құрылыс ұйымдарындағы бухгалтерлік есепті ұйымдастырудың негізгі аспектілері көрсетілген. Бізге белгілі, құрылыс компанияларының қызметінің ерекшелігі, мысалы, ұзақтығы және масштабтылығы, құрылыстағы есепті ұйымдастыруға әсер етеді. Сондай-ақ, Қазақстанның құрылыс саласындағы кәсіпорындарында Халықаралық қаржылық есеп беру стандарттарын қолданудың негізгі мәселелері ашылып көрсетіліп, зерттеліп отырған тақырып аясында шоттардың корреспонденциясы келтірілген. Мақалада құрылыстағы шығындарды есепке алу және өзіндік құнын есептеу мәселелері қарастырылған.

**Түйін сөздер:** бухгалтерлік есеп, Халықаралық қаржылық есеп беру стандарттары (ХҚЕС), шығындар, құрылыс келісімі, құрылыс және монтаждау жұмыстары

## FEATURES OF ACCOUNTING ORGANIZATION IN CONSTRUCTION

Razakova A.Y.<sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary:** This article delves into the core aspects of accounting organization within construction companies. Given the unique characteristics of construction projects, such as their lengthy durations and substantial scales, the structure and practices of accounting in this sector have distinctive features. The article specifically explores the challenges and key considerations of implementing International Financial Reporting Standards (IFRS) in Kazakhstani construction enterprises. Furthermore, it provides a detailed analysis of the accounting entries and correlations pertinent to this subject matter. Notably, the article examines the intricacies of cost accounting and cost calculation within the construction industry.

**Keywords:** accounting, construction industry, International Financial Reporting Standards (IFRS), costs, construction contract, construction and installation works.

Бухгалтерский учет в строительстве имеет свои специфические особенности, обусловленные длительностью строительных циклов, сложностью объектов и разнообразием договоров. Основные особенности ведения бухгалтерского учета в казахстанских строительных компаниях включают:

- Учет долгосрочных контрактов: Строительные проекты часто рассчитаны на несколько лет, что требует особого внимания к учету доходов и расходов по долгосрочным контрактам.

- Учет незавершенного производства: Значительная часть затрат в строительстве приходится на незавершенное производство, что требует разработки специальных методов оценки и учета.

- Учет амортизации основных средств: В строительстве используется большое количество основных средств, что требует правильного определения норм амортизации и учета износа.

- Налоговый учет: Строительные организации сталкиваются со специфическими налоговыми вопросами, связанными с применением различных налоговых ставок, льгот и отчислений.

Строительная отрасль обладает рядом уникальных особенностей, отличающих ее от других сфер бизнеса. Во-первых, строительные проекты, как правило, растянуты во времени, что приводит к необходимости распределять доходы и расходы между несколькими отчетными периодами. Во-вторых, строительство – это сложный многоэтапный процесс, состоящий из множества взаимосвязанных работ. В-третьих, финансовое планирование в строительстве осуществляется на основе детальных смет, которые определяют стоимость работ и материалов. Наконец, система оплаты в строительстве предусматривает использование различных форм расчетов, таких как авансы, промежуточные платежи и окончательный расчет по завершении работ [1, с.109].

Строительство регулируется договором подряда. По этому договору подрядчик строит объект по заказу и за свой счет, а заказчик создает условия для строительства, принимает и оплачивает работу. Согласно МСФО 11 «Договоры на строительство», договор может быть на один объект или группу объектов, а также на сопутствующие услуги, например архитектурные [2]

В соответствии с МСФО 11, одной из главных задач бухгалтерского учета по строительной деятельности является достоверное определение доходов и затрат по каждому отчетному периоду [2].

Если можно точно определить, сколько заработает компания на строительном проекте, то доходы и расходы от этого проекта учитываются в финансовой отчетности пропорционально тому, сколько работы уже сделано к концу отчетного периода. (таблица 1).

Таблица 1 – Корреспонденция счетов по учету доходов договора строительного подряда

№	Содержание операций	Дебет	Кредит
1	На первоначальную сумму выручки, согласованную в договоре строительных работ	1211 «Счета к получению»	6010 «Доход от реализации продукции и оказания услуг»
2	На сумму НДС	1211 «Счета к получению»	3130 «НДС»

Накладные расходы в строительстве – это общие затраты компании, которые нельзя прямо отнести к конкретному строительному проекту. Это могут быть расходы на управление, аренду офиса, зарплату административного персонала и т.п. Такие расходы учитываются на специальном счете и распределяются между всеми строительными проектами (таблица 2) [3].

Таблица 2 – Корреспонденция счетов по учету расходов на обслуживание работников строительства

№	Содержание операций	Дебет	Кредит
1	Дополнительная заработная плата рабочих основного производства строительно-монтажных работ	8412 «Оплата труда работников»	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»
2	На сумму отчисления	8413 «Отчисления от оплаты труда»	3150 «Социальный налог», 3210 «Обязательства по социальному страхованию»
3	Амортизация основных средств, используемых за время выполнения работ по строительству	8415 «Амортизация и обесценение основных средств»	2420 «Амортизация основных средств», 2431 «Убыток от обесценения основных средств»
4	Амортизация нематериальных активов, используемых за время выполнения работ по строительству	8415 «Амортизация и обесценение основных средств и нематериальных активов»	2740 «Амортизация прочих нематериальных активов»

Себестоимость строительных работ, выполняемых подрядной организацией, формируется из различных элементов затрат, которые детально учитываются в бухгалтерском учете. К таким элементам относятся стоимость материалов, заработная плата персонала с учетом отчислений, амортизация основных средств и прочие расходы.

Начисление и распределение заработной платы при сдельной оплате труда в строительстве осуществляется следующим образом. В основе расчета лежит объем выполненных работ, который фиксируется в специальных документах - нарядах. Наряд содержит подробную информацию о виде работ, нормах выработки, расценках и сроках выполнения. По окончании работ, мастер или производитель работ сверяет фактически выполненный объем с указанным в наряде и вносит соответствующие записи. Параллельно ведется табель учета рабочего времени, в котором фиксируется количество часов, отработанных каждым рабочим. После этого составляется табель-расчет, где производится расчет заработной платы каждого работника с учетом выполненных работ и тарифных ставок. Тарифные ставки устанавливаются в зависимости от квалификации работника и сложности выполняемых работ. Для учета отклонений от нормальных условий работы (например, сверхурочные, ночные смены) используются специальные листки на доплату. Важно отметить, что за брак в работе может производиться соответствующее удержание из заработной платы. Все документы, связанные с начислением заработной платы, должны быть тщательно проверены и подписаны ответственными лицами. После этого они передаются в бухгалтерию для окончательного расчета и выплаты заработной платы. Таким образом, сдельная система оплаты труда в строительстве обеспечивает прямую связь между уровнем заработка работника и его трудовыми результатами [4, с.207].

Чтобы рассчитать зарплату работников и удержать из нее необходимые суммы (например, налоги), сначала составляется специальный документ - расчетная ведомость. В

ней учитываются предварительные расчеты, такие как заработок каждого работника за выполненные работы и различные коэффициенты, влияющие на размер зарплаты (таблица 3) [3].

Таблица 3 – Корреспонденция счетов по учету задолженности по оплате труда

№	Содержание операций	Дебет	Кредит
1	Начислена заработная плата персоналу управления	7210 «Административные расходы»	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»
2	Начислена заработная плата рабочим	8112 «Оплата труда производственных рабочих»	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»»
3	Начислено пособие по временной нетрудоспособности управленческому персоналу	7210 «Административные расходы»	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»
4	Начислено пособие по временной нетрудоспособности рабочим	8112 «Оплата труда производственных рабочих»	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»
5	Удержан из заработной платы за январь индивидуальный подоходный налог	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»	3120 «Индивидуальный подоходный налог»
6	Выданы из кассы отпускные	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»	1010 «Денежные средства в кассе»
7	Выдана из кассы заработная плата	3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»	1010 «Денежные средства в кассе»
8	Начислено от фонда оплаты труда управленческого персонала: а) социальный налог и социальные отчисления б) обязательные пенсионные взносы	7210 «Административные расходы»  3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»	3150 «Социальный налог», 3210 «Обязательства по социальному страхованию»  3220 «Обязательства по пенсионным отчислениям»
9	Начислено от фонда оплаты труда рабочих: а) социальный налог и социальные отчисления б) обязательные пенсионные взносы	8113 «Отчисления от оплаты труда»  3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»	3150 «Социальный налог», 3210 «Обязательства по социальному страхованию»  3220 «Обязательства по пенсионным отчислениям»

Выступая инвестором в строительстве, заказчик вкладывает свои средства в создание нового объекта недвижимости. Эти инвестиции рассматриваются как долгосрочные вложения и учитываются в составе внеоборотных активов, что приводит к увеличению совокупных активов компании.

Перед началом строительства необходимо разработать проектную документацию на основе инженерных исследований. Эту работу могут выполнять как собственные подразделения компании, так и сторонние организации.

Специфика учета в строительстве обусловлена рядом факторов: индивидуальными особенностями каждого объекта, его географическим расположением и природными условиями, продолжительностью подготовительного периода, разнообразием выполняемых работ, многоступенчатыми финансовыми взаимоотношениями участников строительства и длительными сроками реализации проектов [5, с. 6].

Строительная отрасль характеризуется рядом особенностей, которые накладывают отпечаток на ведение бухгалтерского учета. К ним относятся:

- разработка собственных форм первичных документов;
- детальная аналитика по каждому объекту;
- частые изменения в организационной структуре;
- сложности с проведением инвентаризации;
- необходимость учета специфических затрат на НИОКР;
- также сезонность работ и длительность проектов;

Особенностью бухгалтерского учета в строительстве является использование специализированных первичных документов, таких как строительные акты и сметы, что позволяет вести детальный учет по каждому объекту и получать подробную аналитику финансовых показателей.

В соответствии с законодательством Республики Казахстан, для учета работ в строительстве применяются унифицированные формы первичной документации, такие как КС-2, КС-3 и КС-6а [6]. Эти формы позволяют детально фиксировать ход строительства, определять стоимость выполненных работ и служат основанием для взаиморасчетов между участниками строительного процесса. С развитием технологий все больше строительных компаний переходят на электронный документооборот, что повышает эффективность управления проектами. Однако важно помнить, что законодательство в сфере строительства может периодически обновляться, поэтому необходимо использовать актуальные формы первичной документации.

Учет затрат в строительстве ведется по принципу сопоставимости доходов и расходов, с разбивкой по отдельным объектам договоров. Прямые затраты непосредственно связаны с конкретным объектом, накладные расходы распределяются пропорционально объему работ по договору, а прочие расходы учитываются в периоде их возникновения. При этом необходимо учитывать влияние изменений в проекте, наличие незавершенного строительства и влияние инфляции на стоимость работ.

Таким образом, бухгалтерский учет в строительстве в Казахстане представляет собой сложную систему, требующую точного соблюдения законодательных норм. Строительные организации обязаны вести детальный учет всех операций, начиная с этапа проектирования и заканчивая сдачей объекта в эксплуатацию. При этом необходимо учитывать специфику налогообложения в строительной сфере и регулярно обновлять знания о законодательных изменениях. Использование специализированного программного обеспечения позволяет автоматизировать многие процессы и повысить эффективность бухгалтерского учета.

### **Список использованной литературы**



1. Ильшева Н.Н., Савостина О.В., Молдобаев Т.Ш. Особенности учета договоров подряда в строительных организациях по требованию МСФО // Дискуссия. 2018. № 3 (88). С. 109-119.
2. Международные стандарты финансовой отчетности. Электронный ресурс: <https://uchet.kz>, <https://online.zakon.kz>
3. Типовой план счетов [Электронный ресурс] – 2018 – URL: <https://profi-soft.kz/articles/novuuy-tipovoy-plan-schetov>.
4. Нурсентов Э.О. Бухгалтерский учет в организациях: учебное пособие/ Э.О. Нурсентов, Д.Э. Нурсентов. - Алматы: LEM, 2015. -432 с.
5. Германюк И.В. Особенности бухгалтерского учета в строительстве // Вектор экономики. 2017. № 12 (18). С. 6
6. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности». -2007. -№ 324-11. -28 февраля (с изменениями и дополнениями). Электронный ресурс: <https://online.zakon.kz>

#### **Сведения об авторах**

\*Разакова Адиля Ялкуновна – студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [adillolo.38@gmail.com](mailto:adillolo.38@gmail.com)

\*\*Танирбергенова Галия Болатовна – PhD., ассоц.профессор, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Разакова Адиля Ялкуновна - студент, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: [adillolo.38@gmail.com](mailto:adillolo.38@gmail.com)

\*\*Танирбергенова Галия Болатовна – PhD., қауым. профессор, Каспий Қоғамдық Университеті, e-mail: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\*Razakova Adilya Yalkunovna – student, Caspian Public University, e-mail: [adillolo.38@gmail.com](mailto:adillolo.38@gmail.com)

\*\*Tanirbergenova Galiya Bolatovna - Phd., associate professor, Caspian Public University, e-mail: [galiya-19@mail.ru](mailto:galiya-19@mail.ru)

**УДК 316.77**

## **РОЛЬ НОВЫХ МЕДИА В ТРАНСФОРМАЦИИ FASHION-ИНДУСТРИИ: ОТ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ К ЦИФРОВОМУ АКТИВИЗМУ**

**Рузахунов И. П.<sup>1</sup>, Бушуева Е.К.<sup>2</sup>, Маукенова А.А.<sup>3</sup>**

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В статье рассматривается роль новых медиа в трансформации fashion-индустрии, акцентируя внимание на их влиянии на способы коммуникации и взаимодействия брендов с аудиторией. Социальные сети, такие как Instagram и TikTok, вместе с технологиями VR/AR, открывают широкие возможности для персонализации контента и укрепления эмоциональной связи с потребителями. Автор подчеркивает значимость новых медиа в популяризации устойчивого развития, инклюзивности и осознанного потребления. Также исследуется, как цифровая трансформация способствует расширению глобального охвата, повышению экологической ответственности и демократизации индустрии моды.

**Ключевые слова:** Fashion-индустрия, новые медиа, Instagram, TikTok, VR/AR, инклюзивность, устойчивое развитие.

## **СӘН ИНДУСТРИЯСЫН ТРАНСФОРМАЦИЯЛАУДАҒЫ ЖАҢА МЕДИАНЫҢ РӨЛІ: ВИЗУАЛДЫ МӘДЕНИЕТТЕН ЦИФРЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІККЕ ДЕЙІН**

**Рузахунов И. П.<sup>1</sup>, Бушуева Е.К.<sup>2</sup>, Маукенова А.А.<sup>3</sup>**

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада жаңа медианың fashion-индустрияны трансформациялаудағы рөлі жан-жақты қарастырылады. Instagram және TikTok сияқты әлеуметтік желілер, сондай-ақ VR/AR технологиялары брендтерге аудиториямен интерактивті қарым-қатынас жасауға және олардың тәжірибесін жекелендіруге мүмкіндік береді. Мақалада тұрақты даму, инклюзивтілік және саналы тұтыну сияқты әлеуметтік-экономикалық үрдістердің медиа құралдары арқылы қалай насихатталатыны талқыланады. Сонымен қатар, авторлар fashion-индустрияның цифрлық трансформациясы жаһандық қамту, экологиялық тұрақтылық және теңдік қағидаттарын қалай нығайтатынын көрсетеді.

**Түйін сөздер:** Fashion-индустрия, жаңа медиа, Instagram, TikTok, VR/AR, инклюзивтілік, тұрақты даму.

## **THE ROLE OF NEW MEDIA IN THE TRANSFORMATION OF THE FASHION INDUSTRY: FROM VISUAL CULTURE TO DIGITAL ACTIVISM**

**Ruzakhunov I. P.<sup>1</sup>, Bushuyeva Y.K.<sup>2</sup>, Maukenova A.A.<sup>3</sup>**

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** This article delves into the transformative role of new media in the fashion industry, highlighting their impact on brand communication and audience engagement. Social networks such as Instagram and TikTok, alongside VR/AR technologies, enable brands to personalize content and foster stronger emotional connections with consumers. The study emphasizes the importance of new media in promoting sustainability, inclusivity, and conscious consumption. Additionally, it explores how digital transformation enhances the industry's global reach, ecological responsibility, and democratization, making fashion more accessible and socially responsible.

**Keywords:** Fashion industry, new media, Instagram, TikTok, VR/AR, inclusivity, sustainable development.

Современные цифровые медиа играют ключевую роль в трансформации fashion-индустрии, оказывая влияние не только на способы представления моды, но и на её восприятие потребителями. Понятие "новые медиа" охватывает широкий спектр цифровых платформ, включая социальные сети, видеохостинги, технологии виртуальной и дополненной реальности (VR/AR), а также метавселенные. Эти инструменты позволяют брендам взаимодействовать с аудиторией в режиме реального времени, формировать уникальные цифровые идентичности и задавать направления для новых социальных и культурных трендов. Концепция симулякров, предложенная Жаном Бодрийяром, подчёркивает изменяющуюся роль визуальной культуры в условиях новых технологий [1]. В отечественной теории культуры, идеи Ю.М. Лотмана о "взрывах" в культурных процессах также актуальны для понимания трансформаций в индустрии моды [2].

Введение новых медиа изменило традиционную модель взаимодействия между производителями и потребителями модной продукции. Если раньше коммуникация осуществлялась преимущественно через печатные издания и телевидение, то сегодня

бренды активно используют возможности цифровых технологий для персонализации контента, создания интерактивных форматов и усиления вовлечённости аудитории.

Эволюция медиа тесно связана с трансформацией модной индустрии, начиная с эпохи печатных изданий и вплоть до появления телевидения, которые служили основными каналами коммуникации между брендами и их аудиторией. Исторически мода всегда находилась в тесной зависимости от технологий передачи информации. В XIX веке печатные журналы, такие как *Vogue* и *Harper's Bazaar*, стали первыми массовыми носителями модных трендов, способствовав распространению эстетики и стиля среди элит и среднего класса.

С развитием телевидения в середине XX века произошёл переход от статичной визуализации моды к динамичному представлению. Телевизионные передачи, такие как модные показы и рекламные ролики, позволили брендам охватить более широкую аудиторию, акцентируя внимание на визуальных и эмоциональных аспектах их продукции. Модели и дизайнеры стали не только участниками индустрии, но и её главными лицами, создавая образы, которые мгновенно становились культурными символами.

Однако традиционные медиа характеризовались односторонней коммуникацией, где аудитория оставалась пассивным наблюдателем. Возникновение цифровых технологий стало переломным моментом, изменившим этот подход. Сегодня социальные сети, видеохостинги и другие платформы позволяют создать интерактивное взаимодействие между брендами и потребителями, что формирует совершенно новую модель коммуникации.

В исторической перспективе можно проследить, как смена медийных форматов определяла не только эстетические тенденции, но и социальные процессы. Например, в эпоху телевидения мода часто ассоциировалась с элитарностью, тогда как цифровые платформы привнесли демократизацию, предоставив всем участникам возможность быть частью индустрии, независимо от их социального статуса.

Таким образом, исторический контекст позволяет понять, как различные этапы развития медиа предопределяли характер и динамику модной индустрии, что создаёт основу для анализа современных трендов, связанных с цифровыми технологиями.

Социальные сети стали одним из важнейших факторов трансформации fashion-индустрии, значительно изменив способы коммуникации между модными брендами и их аудиторией. Такие платформы, как *Instagram* и *TikTok*, предоставили брендам уникальные возможности для создания контента, направленного на персонализацию, вовлечение и стимулирование эмоциональной связи с потребителями.

Возникновение цифровых технологий стало переломным моментом в эволюции медиа. Если традиционные медиа характеризовались односторонней коммуникацией, где аудитория оставалась пассивным наблюдателем, то цифровые платформы, такие как социальные сети и видеохостинги, сформировали интерактивную модель взаимодействия между брендами и потребителями. Эта трансформация не только изменила способы коммуникации, но и оказала глубокое влияние на различные социальные процессы.

Исторический анализ позволяет проследить, как смена медийных форматов влияла на эстетику и динамику модной индустрии. Например, в эпоху телевидения мода часто ассоциировалась с элитарностью, подчеркивая недоступность и исключительность. Однако развитие цифровых технологий привнесло демократизацию: теперь каждый может стать участником модного процесса, независимо от социального статуса. Таким образом, изучение исторического контекста помогает понять, как изменения в медийной среде предопределяли эволюцию модной индустрии.

На современном этапе ключевую роль в трансформации fashion-индустрии играют социальные сети, такие как *Instagram* и *TikTok*. Эти платформы не только изменили способы коммуникации между брендами и их аудиторией, но и создали новые возможности для персонализации контента, вовлечения потребителей и формирования

эмоциональной связи. Таким образом, современные тренды, основанные на цифровых технологиях, можно рассматривать как результат многолетнего взаимодействия медиа и моды.

Instagram и TikTok стали ключевыми платформами, которые трансформировали способы коммуникации модных брендов с аудиторией. Визуально-ориентированный Instagram, с его аудиторией более 1,4 миллиарда пользователей в 2023 году, занял центральное место в маркетинговых стратегиях. Благодаря формату публикаций, сторис и Reels, бренды, такие как Gucci, Chanel и Zara, получили возможность представлять свои коллекции в высокохудожественном формате. Например, запуск коллекции Dior весна-лето 2023 сопровождался эксклюзивными материалами в Instagram, собравшими миллионы просмотров в первые часы.

Эстетическая составляющая играет ключевую роль: профессиональная фотосъёмка и сторителлинг помогают создавать уникальные образы брендов. Кроме того, Instagram активно интегрирует инфлюенсеров, которые становятся важнейшими посредниками в формировании трендов. Согласно исследованиям, более 80% пользователей Instagram следят за модными блогерами, что делает их эффективным инструментом для продвижения. Так, кампании с участием инфлюенсеров, таких как Кьяра Ферраньи, увеличивают узнаваемость брендов на 25–30%.

Если Instagram фокусируется на визуальной эстетике и сторителлинге, то TikTok предлагает совершенно иной подход, основанный на динамике и интерактивности. Эта платформа особенно популярна среди молодой аудитории благодаря короткому видеоформату и мощным алгоритмам персонализации. Бренды успешно адаптируют свои стратегии под особенности TikTok, создавая вирусный контент. Примером является кампания Balenciaga, чьи ролики собрали более 100 миллионов просмотров за один месяц.

Отличительная черта TikTok — это активное участие пользователей в создании трендов. Такие хэштеги, как #OutfitChallenge, сгенерировали миллиарды просмотров, способствуя продвижению как люксовых, так и массовых брендов. Интерактивные функции платформы, включая комментарии, дуэты и ремиксы, усиливают вовлечённость аудитории и создают ощущение соавторства.

Таким образом, Instagram и TikTok представляют два разных, но взаимодополняющих подхода к коммуникации в модной индустрии, что делает их незаменимыми инструментами в эпоху цифровых технологий.

Преимущества социальных сетей для модных брендов

**1. Демократизация моды.** Социальные сети предоставляют равные возможности как крупным, так и начинающим брендам, позволяя последним быстро завоевывать популярность.

**2. Анализ данных.** Инструменты аналитики в Instagram и TikTok позволяют брендам отслеживать вовлечённость аудитории, предпочтения и поведенческие паттерны. Это помогает создавать таргетированный контент.

**3. Глобальный охват.** Модные дома теперь могут обращаться к клиентам в разных уголках мира, избегая географических ограничений традиционных медиа.

Социальные сети, такие как Instagram и TikTok, не только изменили маркетинговые стратегии модных брендов, но и стали пространством, где пересекаются мода, искусство и технологии. Instagram акцентирует внимание на визуальной составляющей, позволяя брендам демонстрировать эстетическую уникальность своих коллекций. В то же время TikTok привносит интерактивность и динамику, способствуя формированию трендов через челленджи и вирусный контент. Эти платформы вместе формируют новый тип взаимодействия между брендами и их аудиториями, делая коммуникацию более вовлечённой, доступной и быстрой.

Дальнейшее развитие модной индустрии связано с использованием передовых технологий, таких как виртуальная (VR) и дополненная реальность (AR). Эти инновации выходят за рамки традиционных цифровых решений, предлагая новые способы

взаимодействия с модой и усиливая впечатления аудитории. Если социальные сети трансформировали коммуникацию брендов, то VR и AR создают основу для будущего, где мода становится интерактивной и персонализированной.

Одной из ключевых областей применения VR и AR являются виртуальные модные показы. Например, в 2020 году Balenciaga провёл первый полностью виртуальный показ, позволяя зрителям "погрузиться" в атмосферу и креативное видение бренда. Эти технологии не только расширяют глобальный охват модных событий, но и минимизируют затраты на их организацию и экологический след, что особенно важно в условиях стремления индустрии к устойчивому развитию.

Ещё одним перспективным направлением является цифровая примерка одежды с использованием AR. Приложения, такие как решение от Zara, предоставляют покупателям возможность увидеть, как одежда или аксессуары будут выглядеть в реальной жизни, ещё до их покупки. Такой подход не только улучшает пользовательский опыт, но и снижает уровень возвратов на 36%, что положительно отражается на финансовых показателях брендов.

Дополнительно технологии VR и AR находят применение в быстро развивающихся метавселенных, таких как Decentraland [7] и Roblox. Здесь модные бренды создают цифровую одежду и аксессуары, которые пользователи могут "носить" в виртуальном пространстве. Например, Gucci уже успешно реализовал виртуальные аксессуары, открыв новые возможности монетизации. Рынок цифровой моды, оценивавшийся в \$1 миллиард в 2023 году, по прогнозам, вырастет до \$50 миллиардов к 2030 году.

Таким образом, переход от социальных сетей к технологиям VR и AR демонстрирует эволюцию модной индустрии в условиях цифровой трансформации. Если социальные платформы способствуют доступности и вовлечению, то инновационные технологии расширяют границы взаимодействия с модой, предлагая глобальный охват, персонализированный опыт и экологическую устойчивость.

В последние годы новые медиа, включая социальные сети, платформы видеоконтента и технологии дополненной реальности (AR), стали важным инструментом для продвижения социально значимых инициатив в fashion-индустрии. Цифровые платформы не только изменили подходы к коммуникации брендов с аудиторией, но и сформировали новую модель социального активизма, в которой мода становится пространством для обсуждения вопросов устойчивости, инклюзивности и прав человека [3].

Роль новых медиа в продвижении устойчивости. Одним из ключевых направлений использования новых медиа является популяризация идей устойчивого развития. Платформы, такие как Instagram и TikTok, активно используются для информирования аудитории о значении экологически ответственного потребления и производства. Например, кампания #ConsciousFashion от H&M, запущенная в Instagram, охватила более 10 миллионов пользователей, акцентируя внимание на переработке тканей и снижении углеродного следа [6]. Аналогично, на TikTok наблюдается стремительный рост популярности хэштегов, связанных с устойчивой модой: хэштег #SustainableFashion набрал 5,8 миллиарда просмотров в 2022 году, что подчеркивает возрастающий интерес пользователей к этой теме.

Инклюзивность и борьба с дискриминацией. Новые медиа также стали платформой для продвижения инклюзивности и борьбы с дискриминацией. Модные бренды, такие как Fenty Beauty и Savage X Fenty, используют социальные сети для демонстрации разнообразия полов, этнической принадлежности и телесных форм. Их кампании, построенные на идеях инклюзии, находят широкий отклик в обществе, формируя новый стандарт в индустрии. В подтверждение этого можно привести популярность хэштега #BodyPositivity в TikTok, который в 2023 году собрал более 17 миллиардов просмотров, став инструментом для пропаганды позитивного отношения к телу и разрушения стереотипов.

Цифровой активизм и его воздействие. Помимо продвижения позитивных ценностей, новые медиа стали площадкой для критики проблемных аспектов модной индустрии, таких как fast fashion. Кампании, например, #WhoMadeMyClothes, инициированные движением Fashion Revolution, направлены на повышение прозрачности цепочек поставок и критику эксплуатационных практик. С момента запуска этой кампании в 2018 году 60% крупных брендов улучшили свои показатели прозрачности, что подтверждает эффективность цифрового активизма [5].

Важным направлением также стало продвижение идей осознанного потребления. Социальные сети популяризируют минимализм и рациональное отношение к покупкам. Согласно исследованиям, 45% миллениалов в США и Европе заявили о готовности сократить количество покупок одежды благодаря влиянию активистского контента.

Преимущества использования новых медиа для активизма. Успех социальных инициатив в модной индустрии объясняется рядом преимуществ новых медиа. Во-первых, цифровые платформы обеспечивают глобальный охват, позволяя донести ключевые сообщения до миллионов пользователей. Во-вторых, новые медиа обладают высокой скоростью реакции, что позволяет брендам и активистам быстро реагировать на актуальные социальные и экологические проблемы. Наконец, демократичный характер новых медиа открывает возможности для любого пользователя стать создателем контента и участвовать в формировании общественного мнения [4].

Таким образом, новые медиа трансформировали подходы к социальному активизму в модной индустрии, сделав его мощным инструментом для популяризации устойчивости, инклюзивности и осознанного потребления. Эти платформы не только способствуют повышению осведомлённости аудитории, но и стимулируют бренды к пересмотру своих бизнес-процессов, чтобы соответствовать новым социальным ожиданиям. В условиях цифровой трансформации значение новых медиа для активизма будет только возрастать, продолжая оказывать влияние на ключевые аспекты модной экосистемы [3].

Дальнейшее развитие модной индустрии будет неразрывно связано с инновациями, предлагаемыми новыми медиа и цифровыми технологиями. Виртуальная (VR) и дополненная реальность (AR) обещают стать ещё более важными инструментами, позволяющими брендам создавать уникальные потребительские впечатления. Ожидается, что использование виртуальных показов и цифровой примерки продолжит расти, расширяя глобальный охват индустрии и снижая её экологический след. Одновременно развитие метавселенных, таких как Decentraland и Roblox, откроет новые возможности для представления коллекций и взаимодействия с аудиторией, превращая цифровую моду в полноценный сегмент рынка [7].

Социальные сети, такие как Instagram и TikTok, сохранят своё центральное место в стратегиях модных брендов. Эти платформы продолжают выступать инструментами для продвижения не только продукции, но и ценностей — устойчивости, инклюзивности и осознанного потребления. Ожидается, что будущие кампании будут ещё больше ориентироваться на использование инфлюенсеров и пользовательского контента для усиления эмоциональной связи с аудиторией.

Новые медиа продолжают играть ключевую роль в популяризации социально значимых инициатив. Цифровой активизм, основанный на прозрачности и критике проблемных аспектов индустрии, будет способствовать более осознанному потреблению. Примером может служить успех кампаний, таких как #WhoMadeMyClothes, которые уже вынудили крупные бренды пересмотреть свои бизнес-процессы [5].

Таким образом, мода будущего становится всё более цифровой, интерактивной и ориентированной на социальные ценности. Этот тренд открывает перспективы для дальнейших исследований и разработок, связанных с влиянием новых медиа на потребление, производство и восприятие моды.

Новые медиа преобразовали модную индустрию, став мощным инструментом не только маркетинга, но и социального активизма. Социальные сети, видеохостинги и

технологии AR/VR изменили способы коммуникации между брендами и аудиторией, предложив инновационные подходы к созданию контента и вовлечению пользователей. Интеграция новых технологий позволила индустрии стать более глобальной, экологичной и инклюзивной, открыв доступ к моде для широкой аудитории.

В условиях цифровой трансформации значение новых медиа будет только расти, усиливая их роль как катализатора изменений. Переход от односторонней коммуникации к интерактивному взаимодействию стал основой для формирования новой модели индустрии, ориентированной на демократизацию и устойчивое развитие.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. Москва: Добросвет, 2011. – 299 с.
2. Лотман Ю.М. Культура и взрыв. Москва: Прогресс, 1992. – 270 с.
3. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGraw-Hill, 1964. – 359 p.
4. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU Press, 2006. – 368 p.
5. Fashion Revolution. Who Made My Clothes? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fashionrevolution.org> (дата обращения: 29.10.2024).
6. H&M Sustainability Report 2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://hmgroup.com> (дата обращения: 5.11.2024).
7. Decentraland. Fashion in the Metaverse. [Электронный ресурс]. URL: <https://decentraland.org> (дата обращения: 7.11.2024).

### Сведения об авторах

\*Рузахунов Ильяр Пархатович – студент 4 курса, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [ilyar.ruzakhunov@gmail.com](mailto:ilyar.ruzakhunov@gmail.com)

\*\*Бушуева Елизавета Константиновна – студент 4 курса, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [liza.bushueva.03@gmail.com](mailto:liza.bushueva.03@gmail.com)

\*\*\*Маукенова Алтынай Аманбаевна, к.э.н., ассоц. профессор Каспийского общественного университета, e-mail: [atasmaganbetova@mail.ru](mailto:atasmaganbetova@mail.ru)

### Авторлар туралы мәліметтер

\* Рузахунов Ильяр Пархатович – 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [ilyar.ruzakhunov@gmail.com](mailto:ilyar.ruzakhunov@gmail.com)

\*\*Бушуева Елизавета Константиновна – 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [liza.bushueva.03@gmail.com](mailto:liza.bushueva.03@gmail.com)

\*\*\*Маукенова Алтынай Аманбаевна, э.ғ.к. Каспий қоғамдық университетінің қауымдастырылған профессоры, e-mail: [atasmaganbetova@mail.ru](mailto:atasmaganbetova@mail.ru)

### Information about the authors

\*Ruzakhunov Ilyar Parkhatovich – 4th year student, Caspian Public University, e-mail: [ilyar.ruzakhunov@gmail.com](mailto:ilyar.ruzakhunov@gmail.com)

\*\*Bushueva Yelizaveta Konstantinovna- 4th year student, Caspian Public University, e-mail: [liza.bushueva.03@gmail.com](mailto:liza.bushueva.03@gmail.com)

\*\*\*Maukenova Altynay Amanbayevna, PhD in Economics, Associate Professor of Caspian Public University, e-mail: [atasmaganbetova@mail.ru](mailto:atasmaganbetova@mail.ru)

ӨОК: 368 (574)

САҚТАНДЫРУ НАРЫҒЫН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ:

## ТЕНДЕНЦИЯЛАР МЕН ПРОБЛЕМАЛАР

Сайлаубек Ж.Ж.<sup>1</sup>

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Түйіндеме.** Сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеу – экономикадағы маңызды механизмдердің бірі болып табылады. Бұл зерттеу жұмысы сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеудің қазіргі жағдайын, тенденцияларын және проблемаларын қарастырады. Әсіресе, сақтандыру ұйымдарының қызметін бақылау, нарықтың дамуындағы мемлекеттің рөлі, сақтандырудың қоғамдық маңызы мен оның тұтынушыларға тиімділігі мәселелері қарастырылады.

**Кілттік сөздер:** сақтандыру нарығы, сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеу, тенденциялар, негізгі мәселелер, сақтандыру нарығының дамуы.

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СТРАХОВОГО РЫНКА: ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

Сайлаубек Ж.Ж.<sup>1</sup>

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** Государственное регулирование страхового рынка является важным механизмом в экономике. Данное исследование анализирует тенденции и проблемы государственного регулирования страхового рынка. В работе рассматриваются вопросы контроля деятельности страховых компаний, роль государства в развитии рынка, общественная значимость страхования и его эффективность для потребителей.

**Ключевые слова:** страховой рынок, государственное регулирование страхового рынка, тенденции, основные проблемы, развитие страхового рынка.

## STATE REGULATION OF THE INSURANCE MARKET: TRENDS AND PROBLEMS

Sailaubek Z.Z.<sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** State regulation of the insurance market is an important mechanism in the economy. This study analyzes the current state, trends, and challenges of state regulation in the insurance market. The paper examines issues related to the supervision of insurance companies' activities, the role of the state in market development, the social significance of insurance, and its effectiveness for consumers.

**Keywords:** Insurance market, state regulation of the insurance market, trends, main problems, development of the insurance market.

Сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеу қаржы жүйесінің тұрақтылығын қамтамасыз ету, сақтанушылардың мүдделерін қорғау және бәсекеге қабілетті орта қалыптастыру үшін маңызды элемент болып табылады. Қазақстанда, басқа елдер сияқты, сақтандыру секторының реттелуі бірнеше даму кезеңдерінен өтіп, түрлі қиындықтар мен мәселелерге тап болуда. Бұл мақалада Қазақстандағы сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеудің қазіргі үрдістері мен негізгі мәселелері қарастырылған.

Соңғы онжылдықтарда Қазақстанның сақтандыру нарығы бірқатар өзгерістерге ұшырады, бұл экономикалық реформалармен, заңнаманың жақсаруымен, халықаралық



стандарттармен және тұтынушылардың сұранысындағы өзгерістермен байланысты. 2000-жылдардың басынан бастап Қазақстанның сақтандыру нарығы тұрақты өсім көрсетті. Экономикалық дағдарыстар мен мұнай бағасының құлдырауына қарамастан, нарықтың дамуы сақтандырудың қажеттілігі туралы халықтың білімі мен сақтандыру өнімдерінің ассортиментінің кеңеюімен байланысты. Соңғы жылдары заңнамалық және нормативтік базаны жетілдіру бойынша белсенді жұмыс жүріп жатыр. Қазақстан Республикасының «Сақтандыру туралы» заңы (кейінгі өзгерістермен) қабылданды, міндетті және ерікті сақтандыру түрлерін реттеу әдістері жақсарды, халықаралық стандарттарды енгізу (мысалы, халықаралық бухгалтерлік есеп стандарттары) сақтандыру жүйесіне деген сенімді нығайтуға ықпал етуде.

Цифрландыру Қазақстанның сақтандыру нарығының дамуында маңызды орын алады. Онлайн сақтандыру үлесінің өсуі, шарттар жасау мен зиянды реттеу үшін цифрлық платформалардың пайдаланылуы сақтандыру қызметтерінің қолжетімділігін арттырып, клиенттерге қызмет көрсету сапасын жақсартудың маңызды элементтері болып табылады. Қазақстан сақтандыру нарығын халықаралық қаржы жүйелерімен интеграциялау бойынша белсенді жұмыс жүргізуде. Шетелдік инвестицияларды тарту, халықаралық тізімдер мен ассоциацияларға мүше болу Қазақстан нарығында халықаралық стандарттар мен тәжірибелерді енгізуге ықпал етеді.

Позитивті өзгерістерге қарамастан, мемлекеттік органдар мен нарық қатысушыларының назарын аударуды қажет ететін бірқатар мәселелер бар.

Негізгі проблемалардың бірі — халықтың қаржылық сауаттылық деңгейінің төмендігі, бұл сақтандыру өнімдеріне сұраныстың жетіспеуіне алып келеді. Қазақстан азаматтарының көпшілігі сақтандырудың артықшылықтарын толық түсінбейді, бұл нарықтың дамуын тежейді. Нарықта көптеген ойыншылар болуына қарамастан, бәсекелестік әрдайым тиімді болмайды. Кейбір ірі сақтандыру компаниялары үстемдік етеді, бұл кішігірім қатысушылар үшін мүмкіндіктерді шектейді. Бұл сақтандыру қызметтерінің бағасының көтерілуіне және қызмет көрсету сапасының төмендеуіне әкелуі мүмкін. Қазақстанда өмірді сақтандыру басқа елдермен салыстырғанда әлі де соншалықты танымал емес. Бұл бірнеше факторлармен байланысты: халықтың аз ақпараттануы, ұзақ мерзімді қаржылық құралдарға деген сенімсіздік және осы сегментке қатысты мемлекеттік қолдаудың шектеулі болуы. Сақтанушылардың құқықтарын қорғау мәселесі де маңызды болып отыр. Көбінесе бұл сақтандыру операцияларының жеткіліксіз ашықтығы, өтемақы төлеуден бас тарту жағдайлары және мемлекеттік органдардың реттеу жүйесінің әлсіздігімен байланысты.

Тағы бір маңызды мәселе — сақтанушылар мен сақтандырушылар арасындағы дауларды жылдам әрі әділ шешуге арналған тиімді механизмдердің болмауы. Сақтандыру мәселелері бойынша сот жүйесінің тиімді еместігі мен омбудсмендердің жұмысындағы кемшіліктер тұтынушылардың наразылығын арттыруда.

Мемлекеттік реттеу қазіргі мәселелерді шешуде басты рөл атқарады. Осыған байланысты мынадай шараларды қабылдау қажет:

1. Мемлекеттік бақылау мен мониторингті күшейту. Сақтандыру компанияларының қызметіне бақылауды күшейтіп, тұтынушылардың мүдделерін қорғау және нарықтың тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін тиімді бақылау жүйесін құру маңызды.

2. Халықтың қаржылық сауаттылығын арттыру. Сақтандырудың артықшылықтары, оның түрлері және сақтандыру арқылы құқықтарды қорғау жолдары туралы азаматтардың білімін арттыруға бағытталған білім беру науқандарын жүргізу қажет.

3. Өмірді сақтандыру және зейнетақы жинақтарын дамыту. Бұл сегментті ынталандыру үшін жеке тұлғалар мен инвесторларға салықтық жеңілдіктер беру, ұзақ мерзімді сақтандыру мен зейнетақы өнімдерін насихаттауға бағытталған арнайы бағдарламалар әзірлеу қажет.

4. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау жүйесін жетілдіру. Сақтанушылар мен сақтандырушылар арасындағы даулар мен шағымдарды шешу үшін тиімді механизмдер құру және сақтандыру шарттарының максималды ашықтығын қамтамасыз ету маңызды.

Кесте 1. Сақтандыру сыйлықақыларының көлемі бойынша салыстыру

Көрсеткіш	Қазақстан (2023)	АҚШ (2023)	Германия (2023)	Ұлыбритания (2023)
Сақтандыру сыйлықақыларының көлемі	650 млрд тең	\$1.5 трлн	€220 млрд	£180 млрд
Сақтандыру қызметін пайдалану деңгейі, %	20	90	90	90
Сақтандыру секторының өсуі (%)	5-7	2	4	3
Өтімділіктің көрсеткіші (ROA)	5	3	4	6

Кестеде әртүрлі елдердегі сақтандыру сыйлықақыларының көлемін салыстыруға болады.

Қазақстан: Сақтандыру сыйлықақыларының жалпы көлемі салыстырмалы түрде төмен, бұл әлі де дамушы нарық екенін көрсетеді.

АҚШ, Германия, Ұлыбритания: Бұл елдерде сыйлықақылар көлемі әлдеқайда жоғары және сақтандыру қызметтерінің кеңінен қолданылуын байқатады.

Қазақстандағы сақтандыру нарығының дамуына бірқатар кедергілер бар:

А). Азаматтардың сақтандыруға деген сенімсіздігі. Сақтандыру компанияларының клиенттері көбінесе өздерін алданған немесе сақтандыру ақшаларын ала алмаған жағдайлардан кейін сақтандыруға сенімсіздік танытады.

Б). Тәжірибелі мамандардың жетіспеушілігі. Қазақстанда сақтандыру саласы үшін жоғары білікті мамандар мен менеджерлер тапшылығы байқалады.

В). Заңнамалық кедергілер. Қазақстанда сақтандыру саласындағы құқықтық реттеулерді жақсартуға қатысты бірқатар проблемалар бар, әсіресе сақтандыру компанияларының қаржылық тұрақтылығын бақылауда.

Дамыған елдерде де сақтандыру нарығының дамуына кедергі келтіретін мәселелер бар:

А). Жаңа тәуекелдер. Киберқылмыс және табиғи апаттар сияқты жаңа тәуекелдер сақтандыру нарығына қосымша қиындықтар тудырады.

Б). Кейбір елдерде сақтандыру өнімдерінің қымбат болуы. Дамыған елдерде сақтандыру өнімдері тым жоғары болуы мүмкін, бұл көбінесе халықтың көп бөлігінің сақтандыруды қолжетімді етуіне кедергі болады.

В). Нарықтың қанығуы. Кейбір елдерде сақтандыру нарығы қанығып қалған және бұл жаңа компаниялардың нарыққа кіруін қиындатады.

Кесте 2. Қазақстан мен шетелдердің сақтандыру қызметінің көлемі мен азаматтарының сақтандыруға қызығушылығы

Параметр	Қазақстан	Шетел (Еуропа, АҚШ)
Сақтандыру қызметтерінің көлемі	Шектеулі, өсім байқалады	Өте кең, дамыған нарық
Сақтандыру компанияларының саны	25-тен астам	1000-нан көп

Құқықтық реттеу деңгейі	Орталықтандырылған, дамып келе жатыр	Тұрақты, ұзақ тәжірибе
Сандық технологияларды қолдану	Жаңадан енгізілуде	Кеңінен қолданылып жатыр
Азаматтардың сақтандыруға қызығушылығы	Төмен, бірақ өсіп келе жатыр	Жоғары деңгейде

Қазақстандағы сақтандыру нарығы соңғы жылдары бірқатар маңызды өзгерістерге ұшырап, даму кезеңін басынан өткеруде. Нарықтың дамуы экономикалық және әлеуметтік жағдайларға байланысты әртүрлі тенденциялармен сипатталады. Төменде Қазақстандағы сақтандыру нарығының негізгі тенденцияларын қарастырып өтейік:

Сақтандыру нарығында цифрландыру үрдісі қарқынды дамып келеді. Онлайн платформалар мен мобильді қосымшалар арқылы сақтандыру өнімдерін сатып алу және басқару оңайлады. Бұл үрдіс әсіресе жас ұрпақ арасында танымал болып, нарыққа жаңа тұтынушыларды тартуға мүмкіндік берді. Сонымен қатар, жасанды интеллект және үлкен деректерді пайдалану арқылы сақтандыру компаниялары өздерінің қызметін тиімдірек ұйымдастыруда. Қазақстанның сақтандыру нарығында соңғы жылдары заңнамалық жаңартулар көп. Ұлттық банк пен Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігі сақтандыру компанияларына қатаң талаптар қойып, олардың қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін ережелерді өзгерту үстінде.

2023 жылы қабылданған жаңа «Сақтандыру қызметі туралы» заң сақтандыру компанияларының қызметін реттеуді күшейтті, оның ішінде сақтандыру шарттарының ашықтығын арттыру, тұтынушылардың құқықтарын қорғау, сақтандыру төлемдерін уақытында жүзеге асыру мәселелері қарастырылған. Қазақстандықтар арасында өмірді сақтандыру мен денсаулық сақтандыруы сұранысы артты. Әсіресе жеке медициналық қызметтер мен денсаулыққа байланысты сақтандыру өнімдеріне сұраныс жоғары. Бұл үрдіс халықтың әл-ауқатының жақсаруымен, медициналық қызметтердің қымбаттауы және денсаулық сақтау саласындағы мемлекеттік қызметтерді жетілдіруге байланысты байқалады. Корпоративтік секторда сақтандыру өнімдерінің танымалдығы артуда. Кәсіпорындар өз қызметкерлерін және кәсіптік мүдделерін қорғау үшін түрлі сақтандыру түрлерін қолданады, мысалы, еңбек қауіпсіздігі, өндірістік апаттар, азаматтық-құқықтық жауапкершілікті сақтандыру. Бұл салада сақтандыру компаниялары тұтынушыларға бейімделген ұсыныстар әзірлеуде.

Инвестициялық сақтандыру өнімдері, әсіресе инвестициялық қорлар мен жеке капиталға негізделген сақтандыру бағдарламаларының танымалдылығы артты. Инвестициялық өнімдерден сақтандыру компаниялары мен тұтынушыларға қосымша табыс табу мүмкіндігі ұсынылады. Мұндай өнімдер ұзақ мерзімді сақтандыру жоспарларына арналған және клиенттерге ақшаларын көбейту үшін түрлі инвестициялық портфельдерге қолжетімділік береді.

Қазақстанда табиғи апаттар мен экологиялық қатерлердің көбейіп жатқанын ескере отырып, табиғи апаттардан сақтандыру өнімдеріне сұраныс артып келеді. Бұл үрдіс әлі толық қалыптасқан жоқ, бірақ соңғы жылдары мұндай сақтандыру түрлеріне деген қызығушылықтың артуы байқалады. Әсіресе ауыл шаруашылығы мен ауылдық жерлерде егін мен мал шаруашылығын қорғауға арналған сақтандырулар сұранысқа ие болуда. Қаржылық сауаттылықтың артуы сақтандыру өнімдерінің танымал болуына ықпал етуде. Қазақстанда мемлекеттік органдар мен сақтандыру компаниялары халықты сақтандырудың маңыздылығы туралы ақпараттандыру жұмыстарын белсенді жүргізуде. Сонымен қатар, қаржылық кеңес беру қызметтері мен тренингтер көбейіп, халықтың сақтандыруға деген түсінігі кеңеюде.

Сақтандыру төлемдерінің уақытында жүзеге асуы мен клиенттерге арналған қолайлы шарттардың болуы сақтандыру нарығының маңызды аспектілерінің бірі болып

табылады. Қазақстандағы сақтандыру компаниялары төлем қабілеттілігін арттыру және клиенттердің алдындағы міндеттемелерін орындау мәселелеріне көбірек көңіл бөлуде.

Қазақстанның сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеу белсенді даму кезеңінде. Нарықтың өсуі мен заңнаманың модернизациясы сияқты оң үрдістерге қарамастан, елде кешенді шешуді қажет ететін мәселелер сақталып отыр. Халықтың қаржылық сауаттылығының төмендігі, бәсекелестіктің жеткіліксіздігі және сақтанушылардың құқықтарының тиімді қорғалмауы сияқты мәселелер өзектілігін жойған жоқ. Нарықтың әрі қарай табысты дамуы үшін заңнаманы жетілдіру, реттеуді жақсарту, азаматтардың қаржылық сауаттылығын арттыру және барлық нарық қатысушылары үшін қолайлы жағдайлар жасау қажет.

Сақтандыру нарығын мемлекеттік реттеу әр елде өзіндік ерекшеліктер мен даму бағыттарына ие. Қазақстанда бұл сала қарқынды даму кезеңінде тұр, алайда оның дамуын тежеуші факторлар да бар. Ал шетелдерде, әсіресе дамыған елдерде, сақтандыру нарығы жоғары деңгейде реттеледі және сандық технологиялар мен жаңа тәуекелдерді ескере отырып, тұрақты дамып келеді.

Мемлекеттік реттеудің дұрыс стратегиялары сақтандыру нарығын тұрақты әрі тиімді ете алады, бірақ бұл реттеу саясаттары әр елдің ерекшеліктеріне сәйкес болуы керек.

#### **Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Абдуллина, Г. Қаржылық нарықты реттеу мен басқару. Астана. 2020 ж. Елорда университеті.
2. Сәрсенов, Қ. Сақтандыру ісі: теориясы, практикасы және құқықтық реттеу. Алматы: 2019 ж. Қаржы-құқықтық баспа.
3. Вахитов, И. Сақтандыру нарығындағы мемлекеттік реттеу: Қазақстан тәжірибесі. Журнал "Қаржы және экономика", 2021 ж. 12(34), 45-60 б.
4. Болатова, С. Цифрлық сақтандыру және оның құқықтық аспектілері. Алматы. 2020 ж. Digital Press.
5. [www.gov.kz](http://www.gov.kz) ,
6. [www.spglobal.com](http://www.spglobal.com) ,
7. [www.statists.com](http://www.statists.com)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*Сайлаубек Ж.Ж. – 4 курс студенті

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

e-mail: [sailaubekzhanserik@gmail.com](mailto:sailaubekzhanserik@gmail.com)

#### **Сведения об авторах**

\*Сайлаубек Ж.Ж. – студент 4 курса

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

e-mail: [sailaubekzhanserik@gmail.com](mailto:sailaubekzhanserik@gmail.com)

#### **Information about the authors**

\*Sailaubek Z.Z. - 4th year student

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

e-mail: [sailaubekzhanserik@gmail.com](mailto:sailaubekzhanserik@gmail.com)

УДК 657.6

**БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ ОПЛАТЫ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ**

**Сансызбайқызы Д.<sup>1</sup>**

Научный руководитель - д.э.н. **Мархаева Б.А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация:** Учет и аудит расчетов по оплате труда играют важную роль в экономическом стимулировании повышения производительности труда, достижении лучших результатов, а также обеспечении экономии и эффективном использовании всех видов ресурсов. Учет оплаты труда включает расчет начислений и удержаний, таких как налоги, взносы в пенсионный фонд, страховые отчисления и др. Важным аспектом являются соблюдение законодательства, регулирующего трудовые отношения, и точное документирование всех операций. Аудит заработной платы позволяет выявить ошибки, недочеты или нарушения, которые могут привести к штрафам или репутационным рискам. Кроме того, он способствует повышению прозрачности и доверия между работодателем и сотрудниками.

**Ключевые слова:** оплата труда, расчет оплаты труда, организация учета, удержания из заработной платы, аудит

## **ҰЙЫМДАҒЫ ЕҢБЕККЕ АҚЫ ТӨЛЕУДІҢ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕБІ МЕН АУДИТІ**

**Сансызбайқызы Д.<sup>1</sup>**

Ғылыми жетекшісі - э.ғ.д. **Мархаева Б.А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспийский Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Андатпа:** Еңбек өнімділігін арттыруға, жақсы нәтижелерге қол жеткізуге және ресурстардың барлық түрлерін үнемдеу мен тиімді пайдалануды қамтамасыз етуге экономикалық ынталандыруда еңбекақының есебі мен аудиті маңызды рөл атқарады. Еңбекке ақы төлеуді бухгалтерлік есепке алуға салықтар, зейнетақы қорына аударымдар, сақтандыру жарналары және т.б. сияқты төлемдер мен аударымдарды есептеу кіреді. Бұл ретте маңызды аспект ол еңбек заңнамасын сақтау және барлық транзакцияларды нақты құжаттау болып табылады. Еңбекақы бойынша есеп айырысулардың аудитін ұйымдастыру айыппұл салуға немесе беделге қауіп төндіретін қателерді, олқылықтарды немесе бұзушылықтарды анықтауға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, бұл жұмыс беруші мен қызметкерлер арасындағы ашықтық пен сенімділікті қамтамасыз етеді.

**Түйін сөздер:** еңбекке ақы төлеу, еңбекақы есебі, бухгалтерлік есепті ұйымдастыру, еңбекақыдан ұсталымдар, аудит

## **ACCOUNTING AND AUDITING OF REMUNERATION IN THE ORGANIZATION**

**Sansyzbaikyzy Dilnaz<sup>1</sup>**

Scientific supervisor – a doctor of economic sciences **Markhayeva Bayanslu<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Summary:** Accounting and auditing of remuneration play an important role in economically stimulating increased productivity, achieving better results, and ensuring savings and efficient use of all types of resources. Accounting of remuneration includes the calculation of accruals and deductions, such as taxes, pension fund contributions, insurance premiums, etc. An important aspect is compliance with the legislation governing labor relations and accurate documentation of all transactions. Remuneration auditing allows you to identify errors, deficiencies or violations that may lead to fines or reputational risks. In addition, it helps to increase transparency and trust between the employer and employees.

**Keywords:** remuneration, calculation of remuneration, organization of accounting, deductions from wages, auditing

В современных условиях ведения хозяйственной деятельности учет оплаты труда приобретает особую значимость. Эффективно организованная система учета является ключевым элементом успешного функционирования любой организации. Государство устанавливает на законодательном уровне размер минимальной заработной платы, в то время как остальные вопросы, касающиеся системы оплаты труда, находятся в компетенции самой организации. Заработная плата работников часто является основным источником их дохода. Она зависит от индивидуального вклада работника в результаты деятельности организации, регулируется налоговыми ставками и не ограничивается максимальными суммами. Заработная плата включает денежные и (или) натуральные выплаты за выполненную работу, а также за время, которое засчитывается в рабочий стаж. Поскольку заработная плата финансируется из национального дохода, ее размер должен напрямую зависеть от достигнутых итоговых результатов работы. Планирование оплаты труда должно способствовать увеличению объема продукции (услуг), росту производственной эффективности, конкурентоспособности предприятия и улучшению материального положения работников.

Все трудовые отношения между работодателем и сотрудниками должны строго соответствовать нормам Трудового кодекса Республики Казахстан [1]. В условиях современной практики бухгалтерского учета возникает множество вопросов, касающихся его соответствия действующим нормативным актам и стандартам.

Учет заработной платы представляет собой важную и ответственную часть бухгалтерского учета, так как эта сфера регулируется рядом нормативных документов, которые часто изменяются и обновляются. Важно, чтобы расчет заработной платы был выполнен в точности согласно выбранной в организации системе оплаты труда, а также с учетом правильного исчисления подоходного налога с физических лиц и обязательных пенсионных взносов. Не менее важными являются расчеты по начислению отпускных, пособий по больничным листам, по беременности и родам, выходных пособий и других выплат, которые регулируются законодательством. При организации бухгалтерского учета руководитель должен, в первую очередь, определить стратегию учета, которая станет основой для работы всего финансового отдела.

Учётная политика представляет собой совокупность методик и процедур, используемых для ведения бухгалтерского учёта и составления финансовой отчётности, соответствующих установленным принципам и требованиям. Для разработки учетной политики руководитель организации создает специализированную рабочую группу, в которую включаются бухгалтеры, финансисты, юристы и другие специалисты, имеющие необходимые знания и опыт. Задача этой группы - разработать принципы ведения бухгалтерского учёта и установить базовые положения для формирования учетной базы организации. Учётная политика оформляется в виде внутреннего документа, такого, как приказ или распоряжение, после чего разрабатываются инструкции, положения и схемы документооборота, регулирующие процессы учета и отчетности.

Организация учета оплаты труда включает несколько важных этапов [2].

1. Выбор форм и систем оплаты труда - определяются подходящие методы (повременная, сдельная и другие) в зависимости от специфики работы и потребностей организации.

2. Разработка критериев для доплат - устанавливаются условия для начисления дополнительных выплат за достижения и высокие результаты работников.

3. Формирование системы окладов - разрабатываются должностные оклады с учетом квалификации, ответственности и рыночных условий.

4. Создание системы премирования - устанавливаются правила начисления премий для мотивации сотрудников к повышению эффективности работы.

Начисление заработной платы, удержания и расчет налоговых обязательств - это трудоемкий процесс бухгалтерского учета на предприятии, который включает регулярное выполнение множества операций. Эти операции характеризуются высокой частотностью

и разнообразием, что делает их сложными для управления. Одной из особенностей данного процесса является постоянное изменение налогового законодательства, что требует от бухгалтерии оперативного реагирования и корректировки расчетов. Кроме того, для эффективного управления расчетами необходимо внедрение автоматизированных систем учета, которые снижают риск ошибок, ускоряют выполнение задач и повышают точность расчетов. С учетом современных требований налогового контроля организации обязаны обеспечивать прозрачность всех операций, связанных с оплатой труда, что нередко вызывает дополнительные трудности в условиях возрастающей цифровизации отчетности. Все эти факторы усложняют ведение учета расчетов с персоналом по оплате труда.

Ниже приведена корреспонденция счетов типовых операций по учету заработной платы и удержаний из нее согласно Типового плана счетов бухгалтерского учета в Республике Казахстан.

Таблица 1 - Корреспонденция типовых операций по учету заработной платы и удержаний из нее [3]

Содержание хозяйственной операции	Дебет	Кредит
Начисление заработной платы (ЗП)	7210	3350
Удержан обязательный пенсионный взнос (ОПВ)	3350	3220
Удержан индивидуальный подоходный налог (ИПН)	3350	3220
Удержан взнос обязательного социального медицинского страхования (ВОСМС)	3350	3220
Начисление социальных отчислений (СО)	7210	3150
Начисление обязательных взносов на медицинское страхование (ООСМС)	7210	3230
Начисление обязательных пенсионных взносов работодателя (ОПВР):	7210	3220
Перечислен обязательный пенсионный взнос (ОПВ)	3220	1030
Перечислен индивидуальный подоходный налог (ИПН)	3120	1030
Перечислен взнос обязательного социального медицинского страхования (ВОСМС)	3230	1030
Перечислены социальные отчисления (СО)	3210	1030
Перечислен социальный налог (СН)	3150	1030
Перечислены обязательные отчисления социального медицинского страхования (ООСМС)	3230	1030
Перечислены обязательные пенсионные взносы работодателя (ОПВР)	3220	1030
Выплата заработной платы на руки (после удержаний)	3350	1030

Покажем на примере порядок расчета заработной платы и удержаний с учетом требований Налогового кодекса и Социального кодекса Республики Казахстан [4,5].

Заработная плата составляет 900 000 тенге. Выполняются следующие удержания:

Удержан ОПВ:  $ЗП * 10\% = 90\ 000$  тенге.

Удержан(ВОСМС:  $850\ 000$  тенге (10 МЗП) \* 2% = 17 000 тенге.

Удержан ИПН:  $(ЗП - ОПВ - 14МРП - ВОСМС) * 10\% = (900\ 000 - 90\ 000 - 51688 - 17\ 000) * 10\% = 74\ 131$  тенге.

Размер заработной платы на руки составляет:  $900\ 000 - 90\ 000 - 74131 - 17\ 000 = 718\ 869$  тенге.

Отчисления как ОПВ, ИПН, ВОСМС производятся за счет работника, от них напрямую зависит размер заработной платы.

Удержаны СО:  $(ЗП - ОПВ) * 3,5\% = 810\ 000 * 3,5\% = 20\ 825$  тенге.

Удержан СН:  $((ЗП - ОПВ - ВОСМС) * 9,5\%) - СО = ((900\ 000 - 90\ 000 - 17\ 000) * 9,5\%) - 20\ 825 = 54\ 510$  тенге.

Удержаны ООСМС:  $10МЗП * 3\% = 850\ 000 * 3\% = 25\ 500$  тенге.

Удержаны ОПВР:  $ЗП * 1,5\% = 900\ 000 * 1,5\% = 13\ 500$  тенге.

Отчисления за счет работодателя, которые не влияют на размер заработной платы работника: социальные отчисления, обязательные отчисления социального медицинского страхования, социальный налог, обязательные пенсионные взносы работодателя.

Аудиторская проверка оплаты труда является важным элементом контроля над правильностью начисления, учета и уплаты налогов, а также соблюдения трудового законодательства. Аудит может быть как обязательным, так и инициативным, в зависимости от целей организации.

Аудиторская проверка оплаты труда имеет ключевое значение для организаций по нескольким причинам [6]:

- соответствие законодательству: проверяется правильность начисления налогов и обязательных платежей. Оценивается соблюдение трудового законодательства, включая минимальные гарантии по оплате труда и правильность оформления трудовых договоров;

- снижение рисков штрафов и санкций: ошибки в начислениях могут привести к значительным штрафам со стороны налоговых и контролирующих органов. Проверка помогает выявить нарушения и устранить их до проверок со стороны государственных органов;

- улучшение внутреннего контроля: аудит помогает выстроить эффективную систему учета и выплаты заработной платы. Выявляются слабые места в процессах и риски возможных махинаций.

- подготовка к проверкам: организации могут подготовиться к проверкам со стороны налоговых органов или других государственных структур.

- прозрачность для заинтересованных сторон: акционеры, инвесторы и партнеры получают уверенность в финансовой устойчивости организации.

Аудиторская проверка может быть выполнена в следующие периоды:

- плановые аудиты проводятся ежегодно (в рамках обязательного аудита для крупных компаний). Могут проводиться в рамках проверки годовой финансовой отчетности;

- инициативные аудиты проводятся по запросу руководства организации в любой период года. Часто осуществляются при реорганизации, смене руководства или проверке новых сотрудников бухгалтерии.

В ходе аудиторской проверки ставится несколько ключевых целей:

- оценка законности расчетов по заработной плате: проверка правильности и соответствия всем законодательным требованиям, регулирующим выплаты сотрудникам;

- проверка соответствия учета действующим нормативным актам: подтверждение того, что расчет и выплата заработной платы осуществляются в соответствии с актуальными стандартами и законодательными нормами;

- оценка эффективности применяемых форм и систем оплаты труда: анализ, насколько выбранные формы и системы оплаты способствуют мотивации работников и соответствуют потребностям бизнеса;

- проверка полноты аналитического учета заработной платы: оценка качества и полноты учета всех данных по начислениям и удержаниям, а также правильности их отражения в бухгалтерской отчетности;

- аудит начислений и перечислений налогов и удержаний в бюджет: проверка правильности и своевременности уплаты налогов и других обязательных платежей, связанных с выплатами заработной платы.

Наряду с обязательным и инициативным аудитом различают также комплексный, тематический или внутренний аудит. Комплексный аудит включает проверку всех



процессов, связанных с оплатой труда, от начисления до уплаты налогов. Тематический аудит ориентирован на отдельные вопросы, например, правильность расчета индивидуального подоходного налога, обязательных пенсионных взносов, социальных отчислений и др. Внутренний аудит проводится службой внутреннего контроля организации и фокусируется на соблюдении внутренних процедур.

В случае выявления ошибок в ходе аудита организация может нести ответственность в виде штрафов за неправильное начисление налогов и обязательных платежей или пени за несвоевременную уплату налогов и отчислений. За нарушение трудового законодательства возлагается административная ответственность.

Аудиторская проверка заработной платы является не только обязательным элементом для ряда организаций, но и эффективным инструментом для улучшения внутреннего контроля. Она помогает снизить финансовые и юридические риски, обеспечивая уверенность в соблюдении законодательства и прозрачности бизнеса.

Таким образом, бухгалтерский учет и аудит оплаты труда в организации являются ключевыми элементами её деятельности. Именно заработная плата является источником мотивации трудовой деятельности, поэтому руководство организации должно стимулировать активность своих сотрудников путем внедрения дополнительных систем премирования, а главная задача бухгалтера состоит в своевременном начислении и выдаче заработной платы. При этом наиболее сложным процессом при проверке является аудит расчетов по оплате труда, что обусловлено многочисленностью, систематическим осуществлением, разнообразием и спецификой операций по учету заработной платы и удержаний из неё.

#### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Трудовой кодекс Республики Казахстан от 23 ноября 2015 года № 414-V. <https://adilet.zan.kz/>
2. Мухамбетов А.Т. Методология бухгалтерского учета и расчета заработной платы в Казахстане. - Алматы: Экономика, 2020.
3. Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 23 мая 2007 года N 185. <https://adilet.zan.kz/>
4. О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс). Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года № 120-VI КРЗ. <https://adilet.zan.kz/>
5. Социальный кодекс Республики Казахстан. Кодекс Республики Казахстан от 20 апреля 2023 года № 224-VII ЗРК. <https://adilet.zan.kz/>
6. Лебедь Е.А. Аудит расчетов по оплате труда в Казахстане. - Издательство «Контрольно-аналитическая служба», 2015.

### **Сведения об авторах**

\***Сансызбайқызы Дильназ** – студентка 4 курса образовательной программы «Учет и аудит», Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан,  
e-mail: [sansyzbaikyzydilnaz@gmail.com](mailto:sansyzbaikyzydilnaz@gmail.com)

\*\* Мархаева Баянслу Ахилбековна, д.э.н., профессор Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республика Казахстан, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru)

### **Авторлар туралы мәліметтер**

\***Сансызбайқызы Дильназ** – Есеп және аудит білім беру бағдарламасының 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: [sansyzbaikyzydilnaz@gmail.com](mailto:sansyzbaikyzydilnaz@gmail.com)

\*\*Мархаева Баянслу Ахилбековна, э.ғ.д., Каспий қоғамдық университетінің профессоры, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru)

### **Information about the authors**

\***Sansyzbaikyzy Dilnaz** – 4th year student of the Accounting and Auditing educational program, Caspian Public University, e-mail: [sansyzbaikyzydilnaz@gmail.com](mailto:sansyzbaikyzydilnaz@gmail.com)

\*\* Markhayeva Baynslu, doctor of economic sciences, professor of Caspian University, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru)

УДК 658.8.012.25

## **АЙМАҚТЫҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ**

**Саткен А. М.<sup>1</sup>, Бактиярова А.Ж.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

### **Андатпа**

Аймақтың тұрақты дамуы, ең алдымен, әлеуметтік-экономикалық және табиғи-экологиялық даму факторлары арасындағы тепе-теңдікпен қамтамасыз етіледі. Мақалада аймақтық экономика шеңберіндегі тұжырымдаманың негізгі тәсілдері қарастырылады, аймақтың тұрақты даму тұжырымдамасы нақтыланады және оның тұрақты даму процесіне әсер ететін факторлар сипатталған.

**Кілтті сөздер:** аймақ, тұрақты даму, әлеуметтік-экономикалық даму, халықтың өмір сүру сапасы.

### **Аннотация**

Устойчивое развитие региона обеспечивается, прежде всего, равновесием между факторами социально-экономического и природно-экологического развития. В статье рассматриваются основные подходы к данной концепции в рамках региональной экономики, уточнено понятие устойчивого развития региона и описаны факторы, оказывающие влияние на процесс его устойчивого развития.

**Ключевые слова:** регион, устойчивое развитие, социально-экономическое развитие, качество жизни населения.

### **Annotation**

The sustainable development of the region is ensured, first of all, by the balance between the factors of socio-economic and natural-ecological development. The article discusses the main approaches to this concept within the framework of the regional economy, clarifies the concept of sustainable development of the region and describes the factors influencing the process of its sustainable development.

**Keywords:** region, sustainable development, socio-economic development, quality of life of the population.

Аймақтың дамуы, ең алдымен, экономикалық саладағы кез-келген прогрессивті өзгерісті білдіреді. Бұл өзгеріс сандық болуы мүмкін, содан кейін экономикалық өсу туралы айтылады. Бұл сапалы болуы мүмкін, содан кейін олар Даму мазмұнындағы құрылымдық өзгерістер туралы айтады. Экономикалық сипаттамалармен қатар дамудың әлеуметтік параметрлері қарастырылады. Сонымен қатар, әлеуметтік сипаттамалар аймақтың даму дәрежесін бағалау кезінде толық көрсеткіштер болып табылады.

Аймақтарды экономикалық дамытудың негізгі мақсаты халықтың өмір сүру сапасын жақсарту болып табылады. Аймақты дамытудың мақсаты кірістерді ұлғайту, білім беруді, тамақтануды және денсаулық сақтауды жақсарту, кедейлікті азайту, қоршаған ортаны сауықтыру, мүмкіндіктердің теңдігі, жеке бас бостандығын кеңейту, мәдени өмірді байыту және т. б. болып табылады.

Сонымен қатар, бірқатар зерттеушілер тұрақты дамуды жүзеге асыру негізін аймақтарда жүзеге асырылуы керек деген. Өйткені олар кешенділікпен, тұтастықпен, мамандандырумен және басқарумен сипатталады; өмір сүру кезеңінде қалыптасқан тарихи тұрғыдан ең тұрақты аумақтық құрылымдар; сыртқы экономикалық кеңістікте орналасу үшін ең оңтайлы құрылымға ие; аумақтардағы нарықтық өзгерістерді ынталандыру тәжірибесін осы процестерді реттеу саясатымен ұштастыруда айтарлықтай тәжірибе бар. Аймақтың дамуы, ең алдымен, экономикалық саладағы кез-келген прогрессивті өзгерісті білдіреді.

Экономикалық, әлеуметтік және экологиялық аспектілердің тепе-теңдігін қамтамасыз ететін дәйекті оң өзгерістердің динамикалық процесін болжайтын тұрақты даму парадигмасы аумақтық құрылымдардың проблемаларын шешуге көзқарастарды қалыптастыруға негізделуі керек. Бұл, әсіресе, экономикалық реформалардың ауырлық орталығын аймақтардың деңгейіне көшіру және олардың мемлекеттің экономикалық саясатын іске асырудағы рөлін күшейту кезінде өзекті болып отыр.

Аймақ деңгейінде реформаларды жүзеге асырудағы басым тәсіл аумақтың дамуын оның экономикалық дамуымен сәйкестендіруден бас тарту керек деген сенім болуы керек. Аймақты экономикалық көрсеткіштердің жоғарылауы негізінде ғана тұрақты дамушы деп санауға болмайды. Тұрақты даму көрсеткіштер кешенінің оң серпінімен халықтың жоғары өмір сүру сапасына қол жеткізуге бағытталуы тиіс.

Аймақтарды даму деңгейі мен қарқыны бойынша жіктеу кезінде әдетте мыналар бөлінеді: дамушы, проблемалық және депрессиялық. Аймақ экономикасының дамуының тұрақтылығы белгілі бір сапа ретінде көптеген кедергілерді жеңу нәтижесінде қол жеткізіледі және ұзақ уақытқа берілмейді. Дағдарыс жағдайында тұрақтылық - бұл өмір сүру және өмірдің негізгі салаларында кейінгі прогрессивті процеске қол жеткізу. Сонымен, О. К. Цапиева аймақтық жүйенің тұрақтылығының негізгі формаларына мыналар жатады:

- Негізді мақсат;
- Аймақтардың экономикалық дамуын жақсарту болып табылады;
- Халықтың өмір сүру сапасы;
- Тұрақсыз даму;
- Гипер тұрақтылық;
- Жаһандық тұрақтылық;
- Аймақтық жүйенің шамамен орнықты дамуы;
- Тұрақты жүйе.

«Аймақтарды дамыту жолындағы факторларды жүзеге асыру барысында әр түрлі деңгейдегі мемлекеттік билік органдарының да, жеке кәсіпорындар мен ұйымдардың да, сондай-ақ жергілікті өзін-өзі басқару органдарының да ат салысулары талап етіледі.

Осымен байланысты аумақ экономикасын басқару механизмін жетілдіруді өзара байланысты және бірін-бірі өзара толықтыратын үш бағытта жүргізу көзделеді:

- біріншісі – макродеңгейде аймақ экономикасын басқару механизмін одан әрі жетілдіру;
- екіншісі – мезодеңгейде тиімді аймақтық менеджмент механизмін қалыптастыру;
- үшіншісі – жергілікті өзін-өзі басқару әдістерін жетілдіру.

Аймақтық саясатты жасақтаудың мәні аймақты басқару функцияларын бөлу қағидаларын, сонымен қатар нақты экономикалық механизмдерді жасақтау болып табылады» (1-сурет).



1 сурет - Аймақ мемлекеттік басқару объектісі ретінде  
Ескерту: сурет [3, 96б.] ақпарат көзінің негізінде құралған.

Аймақтық экономика моделін табысты енгізу үшін, әсіресе ,көмір,алтын,никель, молибден, мыс және т.б. тау кен өндірісін дамытуға себеп болатын қазба байлықтарының қорын анықтау қажет. Салалардың көпшілігінде 2010 жылдың осындай кезеңімен салыстырғанда оң нәтижелер байқалды: жаңа кәсіпорындар ашылды, қызметкерлердің айлық орташа жалақысы бюджет саласындағы сияқты, нақтылы секторда да өсті, жұмыссыздық деңгейі едәуір төмендеді.

Сонымен, аймақ экономикасын басқару аймақтық ерекшеліктерді ескере отырып, жалпы мемлекеттік мүдделерді жүзеге асырудың негізгі буыны болып табылады.

Аймақтар дамуын басқарудың ұтымды жүйесін қалыптастыру және оны жүзеге асырудың механизмдерін жасақтау түптеп келгенде тұрақты экономикалық өсудің кепілі бола алады деп қорытынды жасауға болады.

Осылайша, аймақтың орнықты дамуы-бұл аймаққа жататын гео-қалаларды қоса алғанда, аймақтың ресурстық әлеуетін ұтымды пайдалану негізінде жүзеге асырылатын әлеуметтік-экономикалық және экологиялық дамудың теңгерімділігіне қол жеткізу арқылы аймақтағы халықтың проблемаларын шешуге, аймақ тұрғындарының өмір сүру жағдайларын арт Қорыта келгенде, аймақтық экономиканың дамуын басқаруды жетілдіру үшін:

➤ Орталық пен аймақтардың бюджеттік өкілеттіліктерін шектеу саясатын жалғастыру керек.

➤ Аймақтарға көмек көрсетудің негізгі қағидалары келесілер болуы тиіс: жалпыреспубликалық еңбек бөлінісіндегі аймақтардың перспективалары мен оның анықтау, жергілікті халықты жұмыспен қамтуға мүмкіндік жасайтын шаруашылық құрылымын құруға орталықтанған қаржылық құрылымдарды бағыттау.

➤ Мемлекеттік басқару органдарынан жергілікті органдарға әлеуметтік-экономикалық бағдарламаларды беру кезінде олардың қаржыландыру көлемі азаймауы тиіс.

➤ Бюджетті әзірлеу барлық облыстар мен аймақтардың өкілдерінің қатысуымен жүзеге асырылуы керек.

➤ Ең негізгі бағыт- орталық пен аймақтар арасындағы қаржылық экономикалық өзара қатынас жасаудың оңтайлы моделін табу.тыруға әкелетін кешенді процесс.

### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1.Айтаханов Е. Қазақстан Республикасының аймақтық дамуының жоспарлау процесстерін басқару проблемалары // Вестник, Эль-Фараби ат.КазГУ. Сер.экон.- 2010.- №3. –б.15-19.

2.Бердалиев К. Қазақстан экономикасының басқару негіздері. -Алматы: Экономика. -2011. –б 48.

3. Смағұлова Г.С. Аймақтық экономиканы басқару мәселері. –Алматы: Экономика. -2011.-б.96

4.Байгісиев. М.Ә. Халықаралық экономикалық қатынастар. –Алматы. -2012.-114б.

5.Өңірлерді дамытудың 2020 жылға дейінгі бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2014 жылғы 28 маусымдағы № 728 қаулысы.

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\*\*Саткен А.М. - 4-ші курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, e-mail: [satken.adilya@mail.ru](mailto:satken.adilya@mail.ru)

\*\*Бактиярова А.Ж. - э.ф.м, аға оқытушы А.Ж.Бактиярова, e-mail: [Alasha\\_80@mail.ru](mailto:Alasha_80@mail.ru)

### **УДК 338**

#### **МЕМЛЕКЕТТІК ЖӘНЕ ЖЕРГІЛІКТІ БАСҚАРУ ОРГАНДАРЫНЫҢ ШАҒЫН КӘСІПКЕРЛІКТІ ҚОЛДАУЫ**

**Сериков А.А.<sup>1</sup>, Каримова М.Д.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақала Қазақстандағы шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік және жергілікті қолдауды талдауға арналған. Қаржылық және салықтық жеңілдіктерді, оқыту

бағдарламаларын және консалтингтік көмекті қоса алғанда, кәсіпкерлік белсенділікті ынталандыруға бағытталған мемлекеттік саясаттың негізгі шаралары қаралады. Аймақтық деңгейде шағын бизнесті қолдаудағы жергілікті басқару органдарының рөліне, сондай-ақ орталық және жергілікті деңгейдегі әртүрлі құрылымдардың өзара әрекеттесуіне ерекше назар аударылады. Мақалада сонымен қатар шағын бизнестің болашағы мен қиындықтары қарастырылады және мемлекеттік қолдауды жақсарту бойынша ұсыныстар ұсынылады.

**Түйін сөздер:** шағын кәсіпкерлік, мемлекеттік қолдау, жергілікті басқару органдары, қаржылық субсидиялар, қолдау бағдарламалары, кәсіпкерлік белсенділік.

## **ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫМИ И МЕСТНЫМИ ОРГАНАМИ УПРАВЛЕНИЯ**

**Сериков А.А.<sup>1</sup>, Каримова М.Д.<sup>2</sup>.**

<sup>1,2</sup>Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Статья посвящена анализу государственной и местной поддержки малого предпринимательства в Казахстане. Рассматриваются основные меры государственной политики, направленные на стимулирование предпринимательской активности, включая финансовые и налоговые льготы, программы обучения и консалтинговую помощь. Особое внимание уделяется роли органов местного самоуправления в поддержке малого бизнеса на региональном уровне, а также взаимодействию различных структур на республиканском и местном уровнях. В статье также рассматриваются перспективы и проблемы малого бизнеса, а также предлагаются рекомендации по улучшению государственной поддержки.

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, государственная поддержка, органы местного самоуправления, финансовые субсидии, программы поддержки.

## **SUPPORT OF SMALL BUSINESS BY STATE AND LOCAL GOVERNMENTS**

**Serikov A.A.<sup>1</sup>, Karimova M.D.<sup>2</sup>.**

<sup>1,2</sup>Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** The article analyses state and local support for small business in Kazakhstan. The main measures of state policy aimed at stimulating entrepreneurial activity, including financial and tax incentives, training programmes and consulting assistance, are considered. Special attention is paid to the role of local self-government bodies in supporting small business at the regional level, as well as to the interaction of various structures at the national and local levels. The article also considers the prospects and problems of small business and offers recommendations for improving state support.

**Keywords:** small business, state support, local governments, financial subsidies, support programmes.

*Шағын кәсіпкерлік жұмыс орындарын құруда, өңірлерді дамытуда және экономикалық белсенділікті арттыруда шешуші рөл атқаратын Қазақстан экономикасының маңызды элементі болып табылады. Жаһандану және экономикалық тұрақсыздық жағдайында шағын кәсіпорындар инновацияның, әлеуметтік әл-ауқаттың және бәсекелестіктің өсуінің маңызды көздерінің біріне айналуда. Алайда, сектордың экономика үшін маңыздылығына қарамастан, шағын бизнес жоғары қаржылық тәуекелдер, несиеге қол жеткізудегі қиындықтар, салықтық әкімшілендірудегі қиындықтар және әкімшілік қолдаудың шектеулілігі сияқты бірқатар қиындықтарға тап болады.*

Мемлекет пен жергілікті басқару органдары тарапынан шағын кәсіпкерлікті тиімді қолдау осы саланың тұрақты дамуын қамтамасыз етудің шешуші факторына айналуға. Қазақстанда соңғы жылдары шағын кәсіпкерлікті жүргізу үшін жағдайды жақсарту бойынша елеулі қадамдар жасалды. Алайда, осыған қарамастан, кәсіпкерлерді мемлекеттік және жергілікті қолдау тетіктерін одан әрі жетілдіру қажеттілігі бар.

Қазақстан Республикасындағы кәсіпкерлік еркіндігін қамтамасыз ететін құқықтық, экономикалық және әлеуметтік жағдайлар мен кепілдіктерді айқындай отырып, кәсіпкерлік субъектілері мен кәсіпкерлік тұсындағы қоғамдық қатынастарды реттеуді 2015 жылдың 29 қазанында қабылданған «Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі» жүзеге асырады. Аталмыш заңнамалық құжатта «шағын кәсіпкерлік» - жұмыскерлердің жылдық орташа санына және жылдық орташа кірісіне қарай жатқызылатын кәсіпкерлік субъектілерінің белгілі бір санаты [1].

Осы тұста, «Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік және жергілікті басқару органдарымен қолдау не үшін қажет?» деген сұрақ туындауы мүмкін. Экономикалық дамудың шыңына жеткен кейбір шет мемлекеттерде шағын кәсіпкерлік жалпы ішкі өнімнің (ЖІӨ) 50-60%-ға жуық үлесін құрайды. Сол себепті, нарықтық экономиканың жаңа тенденцияларынан қалмай, кәсіпкерліктің дамуына көңіл бөлу орынды деп ойлаймыз. Қазақстандағы шағын кәсіпкерлік түсім көлемі бойынша шектеулі мөлшерге ие кәсіпорындарды қамтиды. 2020 жылы Қазақстандағы шағын кәсіпорындар жұмыс орындарының едәуір санын құра отырып және елдің жалпы ішкі өніміне (ЖІӨ) үлкен үлес қосуды қамтамасыз ете отырып, ұйымдардың жалпы санының 30%-дан астамын құрады. Қазақстан экономикасындағы шағын кәсіпкерліктің рөлі тек жұмыс орындарын құрумен ғана шектелмейді. Шағын кәсіпорындар инновациялық технологияларды, баламалы энергия көздерін дамыту үшін негіз болады, сондай-ақ экономиканы әртараптандыруға, шикізат салаларына тәуелділікті төмендетуге ықпал етеді. Қазақстан экономикасында жұмыспен қамтудың және әлеуметтік тұрақтылықтың негізгі көзі болып табылатын ауылдық және шалғай аудандардағы шағын кәсіпорындар ерекше рөл атқарады.

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, мемлекеттік қолдаусыз шағын кәсіпкерлік субъектілері банкроттыққа ұшырайды, өйткені орта есеппен әрбір 10 кәсіпорынның тек 2-3-еуі ғана жұмыс атқарып кете алады, сондықтан шағын бизнес ең қауіпті бизнес саласына жатады. Шағын кәсіпкерлік субъектілері барлық нарықтық өзгерістер мен күйзелістерге өте осал, өйткені олар орта және ірі кәсіпкерлік субъектілерімен салыстырғанда әлдеқайда аз мүмкіндіктер мен ресурстарға ие.

Мемлекет басшысы *Қасым-Жомарт Кемелұлы Тоқаев* Қазақстан халқына жолдауында кәсіпкерлікті экономиканың айқын тетігі дей отырып, келесідей сөз пайымдады: «Біз экономиканың өсімін кемінде 6-7 пайызға жеткізуіміз керек. Ол үшін бизнестің жеке бастамаларына барынша қолдау көрсету қажет. Осы бағытта біраз шаруа атқарылды. Дегенмен кәсіпкерліктің даму қарқыны әлі де болса бәсең, өз әлеуетіне сай емес деуге болады. Бір сөзбен айтқанда, бізге шын мәнінде сапалы серпіліс қажет. Ең алдымен, мемлекет пен бизнестің қарым-қатынасы мүлде жаңа үлгіге көшуге тиіс».

БҰҰ мәліметтері бойынша, әлемдік экономикалық жүйеде шағын және орта кәсіпорындар бүкіл әлемдегі еңбек ететін халықтың шамамен 50%-ы үшін жұмыс берушілер болып табылады, ал осы саладағы өндіріс көлемі әр түрлі елдерде жалпы ұлттық өнімнің 33-67% үлесін құрайды [2].

ҚР Кәсіпкерлік Кодексінің 91-бабына сәйкес, «Жеке кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау деп Қазақстан Республикасында жеке кәсіпкерлікті дамытуды ынталандыру, кәсіпкерлік бастаманы іске асыру үшін қолайлы құқықтық, экономикалық жағдайлар жасау жөніндегі мемлекеттік шаралар кешені түсініледі» [1]. Жалпы шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдаудың негізгі бірнеше түрлері бар. Олар: қаржылық және мүліктік қолдау; инфрақұрылымдық қолдау; жеке кәсіпкерлікті қолдау мен дамытудың қаржы институттарын, мемлекеттік органдар жанынан жеке кәсіпкерлік проблемаларын зерделеу және оны дамыту ұсыныстарын әзірлеу жөніндегі ғылыми-зерттеу институттарын құруды

және дамытуды қамтитын институционалдық қолдау; қаржылай емес қолдау. Жалпы, жоғарыда атап көрсеткен қолдау түрлеріне кішігірім тоқталып өтейік.

Мемлекеттік қолдаудың маңызды элементтерінің бірі **қаржылық қолдау** болып табылады, оған мыналар кіреді:

- **Жеңілдетілген несиелер:** шағын бизнесті төмен пайыздық жеңілдікті несиелерге қол жетімділікпен қамтамасыз етуге бағытталған мемлекеттік бағдарламалар. Мысалы, «Бизнестің жол картасы 2025» бағдарламасы шағын бизнеске несие бойынша пайыздық мөлшерлемелерді субсидиялауды ұсынады.

- **Мемлекеттік гранттар:** жаңадан бастаған кәсіпкерлер мен стартаптарға қайтарымсыз қаражат беру. «Бизнес-инкубаторлар» бағдарламасы аясында кәсіпкерлер инновациялық идеяларды әзірлеу және жаңа бизнес құру үшін гранттар ала алады.

- **«Даму» Қоры арқылы мемлекеттік қолдау:** «Даму» кәсіпкерлікті дамыту Қоры шағын және орта кәсіпорындарға кредиттер бойынша кепілдіктер береді, бұл банктер мен кәсіпкерлер үшін қаржылық тәуекелдерді азайтуға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, Қор шағын бизнес несиелері бойынша пайыздық мөлшерлемені субсидиялау бағдарламаларын ұсынады.

Қазақстанда шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау қаржылық жүктемені төмендетуге бағытталған **салық жеңілдіктерін** де қамтиды:

- **Жеңілдетілген салық жүйесі (ҚБЖ):** шағын бизнес әкімшілік шығындарды едәуір төмендететін жеңілдетілген салық жүйесін таңдай алады, өйткені ол көптеген жеке салықтардың орнына бірыңғай салық төлеуді көздейді.

- **Салық демалысы:** кейбір жағдайларда жаңадан бастаған жас кәсіпкерлерге 3 жылға дейін салық демалысы берілуі мүмкін. Бұл стартаптар мен шағын бизнеске бастапқы кезеңдерде айтарлықтай салық төлемдерінсіз бизнесті дамытуға назар аударуға мүмкіндік береді.

- **Белгілі бір салалар үшін салық ставкаларын төмендету:** мысалы, Агробизнес немесе әлеуметтік кәсіпорындар үшін осы секторлардың дамуын ынталандыратын қосымша салық жеңілдіктері қарастырылуы мүмкін.

Мемлекеттік қолдаудың маңызды бағыты кәсіпкерлер үшін **әкімшілік рәсімдерді оңайлату** болып табылады:

- **«Бір терезе» қағидаты:** мемлекеттік органдар мен жергілікті билік кәсіпкерлерге барлық қажетті рұқсаттарды, лицензияларды және басқа құжаттарды бір нүкте арқылы алуға мүмкіндік беретін, бизнесті рәсімдеу уақыты мен күш-жігерін едәуір қысқартатын «бір терезе» жүйелерін енгізуде.

- **Әкімшілік кедергілерді азайту:** соңғы жылдары Қазақстанда бюрократиялық кедергілерді қысқарту, Кәсіпорындарды тіркеу жүйесін жақсарту және құрылысқа және басқа да қызмет түрлеріне рұқсат алу рәсімдерін оңайлату жөніндегі шаралар белсенді іске асырылуда.

- **Цифрландыру және электрондық сервистер:** цифрлық трансформация шеңберінде кәсіпкерлер бизнесті тіркеу, есептілік беру, сондай-ақ консультациялар мен қызметтер алу үшін онлайн-платформаларға қол жеткізді.

Ендігі кезекте, еліміздегі шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік және жергілікті билік органдары арқылы қорғауға байланысты қабылданған тұжырымдамалар мен бағдарламалардың жекелеген топтарына тоқталайық.

Қазақстан Республикасында шағын және орта кәсіпкерлікті дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасы бекітілген болатын. Көрсетілетін мемлекеттік қолдау шараларының негізгі түрлері қаржылық, мүлктік, инфрақұрылымдық, институционалдық және ақпараттық қолдау болып табылады. Аталмыш бағдарлама бойынша іс шаралар келесідей әрекеттерге бағытталған:

- 1) жаңа бизнес-бастамаларды қолдауға;
- 2) ШОК-та жалпы жұмыспен қамтуды ұлғайтуға;



3) ЖІӨ-ге салымды және орта кәсіпорындардың өнім шығаруының орташа көлемін ұлғайтуға бағытталған [3].

Аталмыш тұжырымдаманың барысында нарықтың жекелеген қатысушыларына әділетсіз артықшылықтар беретін заңнамалық және реттеуші актілердің күшін жою; ШОБ үшін реттеушілік кедергілерді қысқарту; шектеулі бюджет ресурстарын пайдаланудың тиімділігін арттыру үшін жеке тұлғалар алдында ұжымдық пайданың басымдығын қамтамасыз ету; жаңа бастаған және жұмыс істеп тұрған бизнес үшін сапалы өнеркәсіптік, инновациялық және креативті инфрақұрылымның артық ұсынысын жасауды ынталандыру; бизнестің есептілігін автоматтандыру және рұқсат беру құжаттарының санын қысқарту секілді іс-шаралар көзделіп отыр.

Статистикаларға сүйенетін болсақ, 2024 жылғы 1 қаңтарда тіркелген шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің саны 2178,9 мың бірлікті құрады және 2023 жылмен салыстырғанда 7%-ға артты. 2024 жылғы 1 қаңтарда жұмыс істеп тұрған шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің саны 2002,9 мың бірлікті құрады және 2022 жылмен салыстырғанда 9,2%-ға артты. 2024 жылғы 1 қаңтарда шағын және орта кәсіпкерлікте жұмыспен қамтылғандар саны 4326 мың адамды құрады, бұл 5,3%-ға көп. 2023 жылғы қаңтар-желтоқсанда шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің өнім шығарылымы 68710,5млрд. теңгені құрады және 2022 жылдың өткен кезеңімен салыстырғанда салыстырмалы бағаларда 16%-ға артты [4].

Еліміздегі шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту бағдарламаларының негізгі операторы «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ болып табылады. Қор ұлттық даму институты болып табылады, оның мақсаты қаржылық қолдау көрсету арқылы Қазақстан Республикасында жеке кәсіпкерлікті сапалы дамытуға жәрдемдесу болып табылады. «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» шағын және кәсіпкерлік субъектілерін қолдауды жүзеге асырады:

- шағын, оның ішінде шағын кәсіпкерлік субъектілерінің кредиттері/микрокредиттері бойынша сыйақы мөлшерлемесінің бір бөлігін портфельдік субсидиялау және ішінара кепілдік беру;
- екінші деңгейдегі банктер/лизингтік компаниялар берген кәсіпкерлердің кредиттері/қаржылық лизинг шарттары бойынша сыйақы мөлшерлемесінің бір бөлігін субсидиялау және ішінара кепілдік беру;
- кәсіпкерлік субъектілері шығарған облигациялар бойынша купондық сыйақы мөлшерлемесін субсидиялау және кепілдік беру арқылы.

Сонымен қатар, «Бизнестің жол картасы 2025» бағдарламасын іске асырушы да болып саналады. Бағдарлама кредиттер/қаржылық лизинг шарттары және кредиттерге кепілдік беру бойынша сыйақы мөлшерлемесінің бір бөлігін субсидиялау түрінде мемлекеттік қолдау құралдарын іске асырады. Бұдан басқа, бағдарлама Қазақстан Республикасында шағын және орта бизнесті қолдау мен дамытуға бағытталған мемлекеттік гранттар беруді және кәсіпкерлерді оқытуды көздейді. Бағдарламаның тағы бір айқын мақсаты – өңірлік кәсіпкерліктің орнықты және теңгерімді өсуін қамтамасыз ету, сондай-ақ қолданыстағы жұмыс орындарын қолдау және жаңа тұрақты жұмыс орындарын құру. Кредиттер сыйақысының пайыздық ставкасын субсидиялау номиналды сыйақы мөлшерлемесі Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі белгілеген базалық сыйақы мөлшерлемесінен аспайтын және 5 (бес) пайыздық тармаққа ұлғайтылған, оның 6%-ын кәсіпкер төлейтін, ал айырмасын мемлекет субсидиялайтын кредиттер/қаржы лизингі шарттары бойынша ғана жүзеге асырылады [5].

Шағын және орта кәсіпкерлікті дамытудың 2030 жылға дейінгі Үкімет тұжырымдамасында шағын кәсіпкерлікті дамытудың қағидаттары көрсетілген.

*Бірінші қағидат* – кәсіпкерліктің еркіндігін қамтамасыз ету. Мемлекет кәсіпкерлерге таңдау еркіндігі жағдайында өздері айқындаған салада немесе аяда, сол өңірде тауарлардың, жұмыстар мен көрсетілетін қызметтердің сол нарығында қызметін

жүргізудегі ықтимал кедергілерді алып, кәсіпкерлерге адал және ашық бәсекелестік жағдайында қызметін жүзеге асыруға мүмкіндік бермейтін кедергілерді жоюы қажет.

*Екінші қағидат* – кәсіпкерлік қызметтегі адалдықты, ашықтықты, парасаттылық пен қауіпсіздікті көтермелеу. Кәсіпкерлік ортаға сапалы дамуға ықпал ететін дұрыс белгілерді жіберу мақсатында мемлекет кәсіпкерлік қызметін адалдық, ашықтық, парасаттылық пен қауіпсіздік жағдайында жүргізетін кәсіпкерлерге басымдық беруге және көтермелеуге, сол арқылы жалпы қоғамдық дамуға ықпал етуге тиіс.

*Үшінші қағидат* – жедел дамуға жәрдемдесу. Өсу әлеуеті бар және одан әрі өсуге ұмтылатын шағын және орташа кәсіпорындарға басым түрде қолдау көрсету көзделеді. Дәл осындай кәсіпорындар экономиканың жаңаруына ықпал ете алады [3].

Еліміздегі аталмыш кәсіпкерлікті қолдауға байланысты «Қарапайым заттар экономикасы» деп аталатын келесі бағдарламаға тоқталып өтсек. Бағдарламаны іске асыруға Қазақстанның 10 Банкі мен «Аграрлық несие корпорациясы»АҚ қатысады. Қаржыландыру жаңа кәсіпорындар құруға немесе қолданыстағы өндірістік желілерді жаңартуға ықпал етеді. Аталмыш бағдарлама арқылы шағын бизнесті дамыту: ішкі нарықты отандық тауарлармен қанықтыру, өндеуші өнеркәсіптің бәсекеге қабілеттілігін ынталандыру, халық тұтынатын тауарлардың кең номенклатурасын шығару арқылы жүзеге асырылады. Бағдарламаның мақсаты – халықтың мұқтажы үшін әлеуметтік маңызы бар азық-түлік тауарларын импортты алмастыру бойынша бәсекеге қабілетті өндірістер құру. Бағдарламаның қолдаушылары ретінде Ұлттық экономика министрлігін, Қазақстан Ұлттық банкі және «Атамекен» ҰКП айта аламыз [6].

«Атамекен» ҰКП түрлі бағдарламалар мен қызметтерді ұсына отырып, Қазақстандағы шағын және орта бизнесті белсенді қолдайды. 2024 жылы олардың жұмысы бизнес-ахуалды жақсартуға, қаржы ресурстарына қол жеткізуге көмектесуге, сондай-ақ кәсіпкерлік дағдылар мен білімді дамытуға бағытталатын болады. Мәселен, «Атамекен» ҰКП келесідей іс-шараларды жүзеге асырады: заң мәселелері бойынша консультациялар; қаржылық қолдау көрсету; оқыту және құзыреттілікті жоғарылату; әлеуметтік кәсіпкерлікті қолдау; экспорттық мүмкіндіктерді арттыру. Ең бастысы - өңірлерде кәсіпкерлікті дамыту. «Атамекен» ҰКП жергілікті бизнесті дамытуға бағытталған бағдарламаларды ұсына отырып, шалғайдағы және ауылдық аудандардағы кәсіпкерлермен белсенді жұмыс істейді. Бұған гранттар, субсидиялар, жеңілдікті несиелер беру немесе бизнес үшін инфрақұрылым құру кіруі мүмкін.

Жоғарыда атап көрсеткен шағын және орта кәсіпкерлікті дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасына сәйкес кейбір тегеуріндер көрсетілген. *Біріншіден*, мемлекеттік органдар тиісті салаларда жүргізіп отырған реттеуде кәсіпкерлікке деген көзқарас қоғамда дәріптелетін құндылықтарға, адамдардың ынтасына және адами капиталдың сапасына байланысты екені толық көлемде ескерілмейді, осыған байланысты ерікті кәсіпкерліктің өсуін арттыру алғышарттары берілмеген. *Екіншіден*, институционалдық ортаның ағымдағы жай-күйі кәсіпкерлік белсенділікті тежейді, бизнес меншігінің қорғалмауынан (тәркілеудің жоғары тәуекелі), бәсекелестіктің жеткілікті дамымауынан, баға белгілеуге тікелей және жанама араласудан көрінетін бірқатар проблемалардың бар екенін айғақтайды, бұл өз кезегінде кәсіпкерлік белсенділіктің өсуін қамтамасыз етпейді. *Үшіншіден*, бизнес-ахуал әлі де күрделі және болжауға келмейтін күйде қалуда. Жалғасып келе жатқан реттеушілік жүктеменің артуы ШОК субъектілерінің тиісті нарыққа кіруіне және олардың бизнесті жүргізу процестеріне байланысты әкімшілік кедергілердің болуы кәсіпкерлік қызметті мемлекеттік реттеуді түбегейлі жұмсартуға бағытталған кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі мемлекеттік саясаттың мақсаттарымен үйлеспейді. *Төртіншіден*, мемлекеттік қолдаудың ағымдағы құрылымы мемлекеттік саясаттың тиімділігін төмендетеді. *Бесіншіден*, «қаражат бөлінгеннен бастап түпкілікті алушыға жеткізілгенге дейін» мемлекеттік қолдау шараларын көрсетудің бүкіл процесінің ашықтығы нормативтік тұрғыдан қамтамасыз етілмеген [3].

Қазақстандағы жергілікті басқару органдары кәсіпкерлік белсенділікті ынталандыруға және өңірлік экономиканы дамытуға бағытталған бағдарламаларды іске асыра отырып, шағын бизнесті қолдауда шешуші рөл атқарады. Жергілікті биліктің негізгі мақсаты – салықтық жеңілдіктер беру, қаржылық көмек көрсету және инфрақұрылымды жақсарту арқылы бизнесті жүргізу үшін қолайлы жағдайлар жасау.

**Мақаланы қорытындылай келе**, аталмыш қоғамдық қатынастардағы басты мәселелер мен оларды еңсеру жолдары бойынша ұсынымдарды пайымдасақ.

*Біріншіден*, көптеген шағын бизнес несиелер мен қарыз алу кезінде қиындықтарға тап болады, әсіресе жоғары пайыздық мөлшерлеме, қатаң кепілдік талаптары және ресурстары шектеулі кәсіпкерлер үшін қаржылық құралдардың болмауы. Осы тұста «Даму» Қорын қоса алғанда, мемлекеттік басқару органдары кредиттер бойынша пайыздық мөлшерлемелерді субсидиялау бағдарламаларын іске асырады және бизнес үшін кепілдіктер береді. Бұл ресурстары шектеулі кәсіпкерлерге тиімді шарттармен қаржыландыруға қол жеткізуге мүмкіндік береді. Сондай-ақ, өңірлерде микрокредит беру бағдарламалары мен жаңадан бастаған кәсіпкерлерге арналған гранттар белсенді дамып келеді.

*Екіншіден*, кәсіпкерлер бюрократиялық кедергілерге және тіркеудің, лицензиялар мен рұқсаттарды алудың күрделі рәсімдеріне тап болады, бұл бизнесті бастау және кәсіпкерлік қызметті жүргізу процестерін баяулатады. Бұл мәселені шешу үшін Қазақстандағы мемлекеттік басқару органдары бизнесті тіркеу үшін «бірыңғай терезе» қағидатын енгізеді, бұл әкімшілік рәсімдерді едәуір жеңілдетеді. Сонымен қатар, жергілікті өзін-өзі басқару органдары рұқсаттар мен лицензияларды алу процедураларын жеңілдету бағдарламаларын жүзеге асырады, бұл оларды рәсімдеу уақытын қысқартады және кәсіпкерлерге жүктемені азайтады.

*Үшіншіден*, көптеген шағын кәсіпкерлер бизнесті басқару, салық салу және құқықтық аспектілер бойынша білімнің жетіспеушілігіне тап болады, бұл олардың бәсекеге қабілеттілігі мен тиімділігін төмендетеді. Кәсіпкерлердің білім деңгейін арттыру үшін «Атамекен» ҰКП сияқты ұйымдар мен кәсіпкерлер палаталары оқыту және кеңес беру бағдарламаларын ұйымдастырады. Бұған бизнес негіздері, салық салу, маркетинг және құқықтық мәселелер бойынша тренингтер, семинарлар мен курстар кіреді.

Мемлекеттік және жергілікті басқару органдары тарапынан шағын кәсіпкерлікті қолдау Қазақстан экономикасын дамытудың маңызды элементі болып табылады. Соңғы жылдары бизнес-климатты жақсарту, соның ішінде қаржыландыруға қол жетімділікті жақсарту, әкімшілік процедураларды жеңілдету және кәсіпкерлер үшін инфрақұрылымды дамыту үшін маңызды қадамдар жасалды. Дегенмен, қол жеткізілген жетістіктерге қарамастан, жоғары пайыздық мөлшерлемелер, бюрократиялық кедергілер және нарықтарға қолжетімділіктің шектелуі сияқты мәселелер әлі де бар. Оларды шешу үшін мемлекеттік қолдау жүйесін жақсарту, бизнес-білім беруді жақсарту және шағын бизнестің сыртқы нарықтарға шығуын ынталандыру бойынша одан әрі жұмыс қажет. Шағын кәсіпкерлікті қолдау елдегі тұрақты экономикалық өсу мен әлеуметтік тұрақтылықтың, сондай-ақ жұмыс орындарын құрудың және халықтың өмір сүру сапасын жақсартудың негізгі факторы болып табылады.

### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:**

15. Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V ҚРЗ.

16. Мороз С. О развитии и поддержке малого и среднего предпринимательства в Казахстане: мақала.

17. Қазақстан Республикасында шағын және орта кәсіпкерлікті дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2022 жылғы 27 сәуірдегі № 250 қаулысы.

18. Қазақстан Республикасындағы шағын және орта кәсіпкерліктің мониторингі [Электронды ресурc]. – 2024. – URL: <https://stat.gov.kz/industries/business-statistics/stat-org/publications/157563/> (алынған күні: 18.11.2024).

19. Шағын және орта бизнесті Мемлекеттік қолдау шаралары [Электронды ресурc]. – 2021. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/aqmola-upp/press/news/details/187090?lang=kk> (алынған күні: 20.11.2024).

20. Что такое «экономика простых вещей» в Казахстане [Электронды ресурc]. – 2024. – URL: <https://gz.mcfr.kz/article/1288-ekonomika-prostyh-veshchey-rk-v-2020-godu> (алынған күні: 20.11.2024).

#### **Автор туралы мәліметтер**

\*Сериков Алибек Асқарұлы – «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4 курс студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: a.serikovvvv@gmail.com

\*\*Каримова Мадина Даутовна – PhD, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: mailto:madi-79@mail.ru

#### **Сведения об авторе**

\*Сериков Алибек Асқарұлы – студент 4 курса специальности «Государственная служба и управление», Каспийский общественный университет, e-mail: a.serikovvvv@gmail.com

\*\*Каримова Мадина Даутовна – PhD, Каспийский общественный университет, e-mail: mailto:madi-79@mail.ru

#### **Information about the author**

\*Serikov Alibek Asqaruly – 4th year student of speciality «Public Service and Management», Caspian Public University, e-mail: a.serikovvvv@gmail.com

\*\*Karimova Madina Dautovna – PhD, Caspian Public University, e-mail: mailto:madi-79@mail.ru

## **УДК 658**

### **ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Супиян Е.Н.<sup>1</sup>, Газанов А.К.<sup>2</sup>, Майдыров С.Г.<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Статья посвящена изучению роли инновационного менеджмента в деятельности предприятия. В ней рассматриваются основные принципы и методы внедрения инноваций, а также их влияние на эффективность функционирования бизнеса. Авторы анализируют ключевые этапы процесса инновационного управления, включая разработку стратегии инноваций, организационные структуры и системы поддержки инноваций. Особое внимание уделяется важности корпоративной культуры, способствующей развитию инновационного потенциала, и роли менеджеров в поддержке творческих и технологических изменений. На основе практических примеров раскрыты основные проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются предприятия при реализации инновационных проектов. Статья направлена на понимание значимости инновационного подхода для повышения конкурентоспособности и устойчивости бизнеса в условиях быстро меняющегося рынка.

**Ключевые слова:** инновационный менеджмент, инновации, стратегическое управление, корпоративная культура, технологические изменения, конкурентоспособность.

## **КӘСПОРЫНЫҢ ОПЕРАЦИЯЛАРЫНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БАСҚАРУ**

Супиян Е.Н.<sup>1</sup>, Газанов А.К.<sup>2</sup>, Майдыров С.Г.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> КАСПИЙ ҚОҒАМДЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ, АЛМАТЫ Қ, ҚАЗАҚСТАН  
РЕСПУБЛИКАСЫ

**Аңдатпа.** Мақала кәсіпорын қызметіндегі инновациялық менеджменттің рөлін зерттеуге арналған. Ол инновацияның негізгі принциптері мен әдістерін, сондай-ақ олардың бизнестің тиімділігіне әсерін зерттейді. Авторлар инновациялық стратегияны, ұйымдық құрылымдарды және инновацияларды қолдау жүйелерін әзірлеуді қоса алғанда, инновациялық басқару процесінің негізгі кезеңдерін талдайды. Инновациялық әлеуетті дамытуға ықпал ететін корпоративтік мәдениеттің маңыздылығына, шығармашылық және технологиялық өзгерістерді қолдаудағы менеджерлердің рөліне ерекше назар аударылады. Тәжірибелік мысалдар негізінде инновациялық жобаларды жүзеге асыру кезінде кәсіпорындардың кездесетін негізгі проблемалары мен қиындықтары анықталды. Мақала тез өзгертін нарықта бизнестің бәсекеге қабілеттілігі мен тұрақтылығын арттыруға инновациялық тәсілдің маңыздылығын түсінуге бағытталған.

**Түйін сөздер:** инновациялық менеджмент, инновация, стратегиялық менеджмент, корпоративтік мәдениет, технологиялық өзгерістер, бәсекеге қабілеттілік.

## INNOVATIVE MANAGEMENT IN THE ACTIVITE OF AN ENTERPRISE

SUPIYAN E.N.,<sup>1</sup>GAZANOV A.K.<sup>2</sup>, MAIDYROV S.G.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> CASPIAN PUBLIC UNIVERSITY, ALMATY, REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

**Summary.** The article is devoted to the study of the role of innovative management in the activities of an enterprise. It examines the basic principles and methods of innovation, as well as their impact on business efficiency. The authors analyze the key stages of the innovation management process, including the development of innovation strategy, organizational structures and innovation support systems. Particular attention is paid to the importance of corporate culture that promotes the development of innovative potential, and the role of managers in supporting creative and technological change. Based on practical examples, the main problems and challenges that enterprises face when implementing innovative projects are revealed. The article is aimed at understanding the importance of an innovative approach to increasing the competitiveness and sustainability of business in a rapidly changing market.

**Keywords:** innovative management, innovation, strategic management, corporate culture, technological changes, competitiveness.

Инновационный менеджмент играет ключевую роль в современном бизнесе, обеспечивая предприятиям возможность адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и технологическим изменениям. Введение инноваций позволяет компаниям не только выживать, но и процветать в условиях жесткой конкуренции. В данной статье мы рассмотрим основные аспекты инновационного менеджмента, его роль в деятельности предприятия, а также методы и инструменты, которые помогают эффективно управлять инновациями.

Инновационный менеджмент представляет собой процесс управления инновациями в организации, направленный на создание, развитие и внедрение новых продуктов, услуг, технологий и процессов. Его основная цель - обеспечить устойчивое конкурентное преимущество и долгосрочный успех предприятия. Ключевыми аспектами инновационного менеджмента являются создание инновационной культуры, где сотрудники мотивированы и поддерживаются в реализации своих идей, управление идеями, включающее сбор, оценку и отбор идей для дальнейшего развития, а также разработка и внедрение инноваций, что включает в себя планирование, разработку и реализацию различных проектов. Важным элементом является оценка и контроль,

которые позволяют отслеживать эффективность внедренных инноваций и корректировать их при необходимости. Инновационный менеджмент способствует повышению конкурентоспособности компании, улучшению ее эффективности за счет внедрения новых технологий и процессов, а также помогает адаптироваться к изменениям на рынке и потребностям клиентов, обеспечивая таким образом компанию долгосрочным успехом (Рисунок 1).



Рисунок 1. Управление организацией инновационными процессами

Инновационный менеджмент играет ключевую роль в обеспечении устойчивого развития и конкурентоспособности предприятия. Он способствует повышению конкурентоспособности, позволяя компании выделяться на рынке с уникальными продуктами и услугами, что помогает привлекать новых клиентов и удерживать существующих, увеличивая доходы и рыночную долю. Внедрение новых технологий и процессов улучшает эффективность работы предприятия, снижая затраты и повышая производительность, что позволяет более эффективно использовать ресурсы и достигать лучших результатов. Инновационный менеджмент также помогает компании адаптироваться к изменениям в рыночной среде и потребностях клиентов, что особенно важно в условиях быстро меняющегося мира. Он способствует развитию корпоративной культуры, формируя атмосферу, где сотрудники мотивированы и поддерживаются в своих инновационных инициативах, создавая благоприятную среду для творчества и новаторства. В конечном итоге инновации помогают предприятию достичь устойчивого развития, внедряя экологически чистые технологии, которые снижают негативное воздействие на окружающую среду, улучшая репутацию компании и способствуя её долгосрочному успеху (рисунок 2)



Рисунок 2. Устойчивое развитие компании

Процесс инновационного менеджмента включает несколько ключевых этапов, которые помогают эффективно управлять инновациями в организации. Первый этап - генерация идей. На этом этапе происходит сбор и разработка новых концепций посредством мозговых штурмов, анализ рынка и изучение потребностей клиентов. Важно создать среду, способствующую свободному предложению идей и поддержке их реализации. Следующий этап - оценка и отбор идей, где каждая идея анализируется на предмет соответствия стратегическим целям компании, а также оцениваются риски и затраты. Это помогает выбрать наиболее перспективные идеи для дальнейшей реализации. После этого начинается этап разработки и планирования, который включает создание прототипов, тестирование и составление детального плана внедрения, учитывая ресурсы, сроки и бюджет. Этап внедрения включает реализацию разработанных планов и интеграцию новых продуктов или процессов в деятельность компании, включая обучение сотрудников и настройку оборудования. Далее следует оценка и контроль, когда результаты инновации анализируются на эффективность, выявляются проблемы и вносятся необходимые корректировки для улучшения функционирования. Если инновация оказывается успешной, начинается ее распространение и масштабирование, включая внедрение в другие подразделения или на новые рынки, с поддержкой ресурсов для обеспечения успешного масштабирования.

Инновационный менеджмент использует различные методы и инструменты, которые помогают эффективно управлять инновациями в организации. Одним из таких методов является мозговой штурм, который представляет собой коллективное обсуждение и предложение различных решений, стимулируя творческое мышление и генерируя множество идей за короткое время. Для оценки сильных и слабых сторон компании, а также выявления возможностей и угроз используется SWOT-анализ. Этот метод помогает понять, какие инновации будут наиболее полезными для компании, и какие риски нужно учитывать. Метод Делфи помогает в прогнозировании, когда группа экспертов анонимно отвечает на вопросы, после чего их прогнозы анализируются и обобщаются для получения более точных результатов.

Дизайн-мышление - это метод, фокусирующийся на понимании потребностей клиентов и создании инновационных решений, удовлетворяющих эти потребности. Он включает в себя несколько этапов, таких как эмпатия, определение проблемы, генерация идей, прототипирование и тестирование. Канва бизнес-модели помогает визуализировать и разработать бизнес-модель компании, разделенную на девять блоков: ключевые партнеры, виды деятельности, ресурсы, ценностное предложение, отношения с клиентами, каналы сбыта, сегменты клиентов, структура затрат и источники доходов. Метод шести шляп используется для рассмотрения проблемы с разных точек зрения, где каждая шляпа представляет определенный способ мышления: факты, эмоции, критика, оптимизм, креативность и управление. Этот метод помогает создать более сбалансированное и всестороннее представление о проблеме. Технологическая дорожная карта - это инструмент, который помогает планировать развитие технологий в компании, включая определение целей, анализ текущего состояния, разработку плана действий и мониторинг прогресса.

Инновационный менеджмент стал основой для значительных успехов многих компаний по всему миру. Примером успешного внедрения инновационного менеджмента является Apple Inc., которая создала такие революционные продукты, как iPhone, iPad и MacBook, что позволило компании установить новые стандарты качества и функциональности в области потребительской электроники. Компания Tesla Inc. благодаря инновационному подходу к разработке и производству электромобилей создала высокоэффективные модели с длительным запасом хода и передовыми технологиями автономного вождения, установив новые ориентиры для автомобильной промышленности. Google LLC использует инновационный менеджмент для разработки продуктов и услуг, таких как поисковая система Google, операционная система Android и облачная платформа Google Cloud, что укрепило позиции компании как лидера в области интернет-технологий и облачных сервисов. Samsung Electronics внедрила инновационный менеджмент для создания передовых электронных устройств, таких как смартфоны Galaxy, телевизоры с технологией QLED и бытовую технику с искусственным интеллектом, что укрепило позиции компании на мировом рынке потребительской электроники. Procter & Gamble (P&G) применяет инновационные методы исследований и разработки для создания успешных продуктов в области потребительских товаров, таких как подгузники Pampers, зубная паста Crest и моющие средства Tide. Toyota Motor Corporation внедрила инновационный менеджмент для разработки экологически чистых автомобилей с гибридными и водородными двигателями, такими как Prius и Mirai, которые стали лидерами на рынке экологически чистых транспортных средств.

Инновационный менеджмент играет ключевую роль в успехе Kaspi.kz. Компания активно интегрирует свои сервисы с платформами, такими как AliPay+, что демонстрирует высокий уровень цифровизации. Создание экосистемы, позволяющей пользователям получать доступ ко множеству услуг в одном приложении, является важным достижением. Kaspi.kz также сосредоточена на разработке инновационных решений для улучшения пользовательского опыта и активно использует искусственный интеллект и машинное обучение для оптимизации процессов. Это привело к значительному росту клиентской базы и укреплению позиций компании на рынке финансовых технологий в Казахстане. Инновационные решения также способствовали увеличению доходов и финансовой устойчивости компании, позволив ей успешно конкурировать с международными компаниями и предлагать уникальные и удобные решения для клиентов. Пример Kaspi.kz показывает, как инновационный менеджмент может сыграть решающую роль в укреплении позиций компании на рынке и обеспечении долгосрочного развития.

Инновационный менеджмент является основным фактором, обеспечивающим устойчивое развитие и конкурентоспособность предприятий в условиях динамичных изменений на рынках и технологий. В данной статье мы рассмотрели ключевые аспекты



инновационного менеджмента, его роль в деятельности компании, методы и инструменты, способствующие эффективному управлению инновациями, а также примеры успешного применения инновационного менеджмента на практике.

**Основные выводы:**

Инновационный менеджмент помогает компаниям адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и технологическим изменениям. Эффективное управление инновациями включает несколько ключевых этапов: генерация идей, оценка и отбор, разработка и планирование, внедрение, оценка и контроль, а также распространение и масштабирование. Методы и инструменты инновационного менеджмента, такие как мозговой штурм, SWOT-анализ, метод Делфи, дизайн-мышление, канва бизнес-модели, метод шести шляп и технологическая дорожная карта, помогают структурировать процесс и обеспечивают успешное внедрение инноваций. Примеры успешных компаний, таких как Apple, Tesla, Google, Samsung, Procter & Gamble и Toyota, наглядно демонстрируют, как эффективный инновационный менеджмент может привести к значительным успехам и укреплению позиций на рынке. Пример казахстанской компании Kaspi.kz показывает, как успешное внедрение инновационного менеджмента помогает компании стать лидером на рынке финансовых технологий в Казахстане.

Инновационный менеджмент представляет собой важный инструмент для достижения долгосрочного успеха и устойчивого развития предприятия. Компании, активно внедряющие инновации и эффективно управляющие ими, обладают значительными преимуществами в условиях жесткой конкуренции и стремительных изменений в мировой экономике и технологиях.

### **Список использованной литературы**

1. Друкер П. Эффективный управляющий. Москва: Вильямс, 2007. - 272 с.
2. Осборн, Э., Плэстридж Ч. Инновации и развитие. Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 336 с.
3. Роджерс Э. М. Диффузия инноваций. Москва: Инфра-М, 2009. - 576 с.
4. Скибицкий Е.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. Москва: Юрайт, 2020. - 432 с.
5. Kaspi.kz. Инновации и развитие суперприложений [Электронный ресурс].2024. URL: <https://kaspi.kz> (дата обращения: 12.11.2024).

### **Сведение об авторах**

Супиян Ерасыл Нурлан-улы Студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: simrfive@gmail.com

Газанов Алан Константинович Студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: gazanovalan03@gmail.com

Майдыров Салават Габдулович Руководитель научной работы, К.Э.Н, Каспийский Общественный Университет, e-mail: Lev530@bk.ru

## ҰЙЫМНЫҢ ҚАРЖЫЛЫҚ ЕСЕПТІЛІГІ ЖӘНЕ ОНЫҢ КӨРСЕТКІШТЕРІН ТАЛДАУ

Сұлтанбай А.Б.<sup>1</sup>, Кумарханова Н.Н.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> «Есеп және аудит» мамандығының 4-ші курс студенті, Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

<sup>2</sup> «Экономика және басқару» кафедрасының оқытушысы, э.ғ.м., Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

### Аңдатпа

Кәсіпорындардың қызметі алынатын экономикалық және қаржылық ақпаратқа байланысты. Ақпараттың толықтығы, сенімділігі мен ашықтығы дамуға үлкен әсер етеді. Мұндай ақпараттың негізгі көзі қаржылық есеп беру болып табылады. Бұл есептерді талдау негізгі құралдардың бірі болып табылады, онсыз кәсіпорынның қаржылық жағдайын нығайтуға бағытталған басқару шешімдерін қабылдау мүмкін емес.

**Кілтті сөздер:** Бухгалтерлік есеп, қаржылық жағдай, қаржылық көрсеткіштерді талдау, қаржылық нәтижелер туралы есеп.

### Аннотация

Деятельность предприятий зависит от получаемой экономической и финансовой информации. Большое влияние на развитие оказывает полнота, достоверность и прозрачность информации. Основным источником такой информации — это бухгалтерская финансовая отчетность. Анализ данной отчетности — это один из главных инструментов, без которого невозможно принять управленческие решения, направленные на укрепление финансового положения предприятия.

**Ключевые слова:** Бухгалтерская отчетность, финансовое положение, анализ финансовых показателей, отчет о финансовых результатах.

### Abstract

The activities of enterprises depend on the economic and financial information received. The completeness, reliability and transparency of information have a great influence on development. The main source of such information is accounting financial statements. Analysis of these statements is one of the main tools, without which it is impossible to make management decisions aimed at strengthening the financial position of the enterprise.

**Key words:** Accounting statements, financial position, analysis of financial indicators, financial performance report.

Экономикалық процестердің дамуы бүгінгі таңда кәсіпорындар мен ұйымдардың өсу көрсеткіштерін көрсететін маңызды және өзекті критерийлердің бірі болып табылады.

Қаржылық және статистикалық есептілік тиімді және стратегиялық басқару үшін қажет.

Негізгі қызмет көрсеткіштерін көрсететін қаржылық есептілікті енгізу Қазақстанда тіркелген барлық ұйымдар мен кәсіпорындар үшін міндетті норматив болып табылады.

**Қаржылық есептілік** – бұл есеп процесінің соңғы кезеңі, ол есептік кезең үшін экономикалық субъектінің қаржылық жағдайы, қаржылық нәтижесі және ақшалай қаражаттарының қозғалысы туралы ақпаратты ұсынады.

**Бухгалтерлік баланс жүргізетін нысандар:**

**1. Кәсіпорындар мен ұйымдар:**

- Мемлекеттік кәсіпорындар;
- Жеке меншік нысанындағы ұйымдар;
- Бірлескен кәсіпорындар (шетелдік және қазақстандық капитал қатысуымен).

## **2. Қаржы мекемелері:**

- Банктер;
- Сақтандыру компаниялары;
- Инвестициялық қорлар.

## **3. Шағын және орта бизнес субъектілері:**

- Жеке кәсіпкерлер;
- Шағын жауапкершілігі шектеулі серіктестіктер (ЖШС);
- Фермерлік және шаруа қожалықтары.

## **4. Коммерциялық емес ұйымдар:**

- Қоғамдық қорлар;
- Үкіметтік емес ұйымдар.

## **5. Бюджеттік мекемелер:**

- Білім беру мекемелері;
- Денсаулық сақтау ұйымдары;
- Мемлекеттік басқару органдары.

Бұл нысандар қаржылық есептілікті заң талаптарына сәйкес жүргізіп, мемлекеттік органдарға ұсынады.

Бухгалтерлік есептің басты және негізгі критерийі – кәсіпорындардың есептілігі. Ол ұйымның қаржылық және мүліктік жағдайы туралы ақпаратты жинақтап, белгілі бір уақыт ішіндегі қызметінің нәтижелерін көрсетеді. Бухгалтерлік есептілік тоқсандар және жыл бойынша қалыптастырылады.

### **Қаржылық есептілікті құру тәртібі:**

- Баланс көрсеткіштерінің құрылуы;
- Қаржылық нәтижелер туралы есеп беруді құру;
- Ақша қаражатының қозғалысы туралы есепті құру;
- Капиталдағы өзгерістер туралы есепті құру;
- Түсіндірме жазба.

Қазақстан Республикасының «Бухгалтерлік есеп және қаржылық есептілік туралы» заңында бухгалтерлік есептілікке қойылатын негізгі талаптар 15-бапта көрсетілген. Жалпы талаптарға — шынайылық пен толықтық, маңыздылық пен бейтараптық, сондай-ақ салыстырмалылық жатады. Ең басты талап — есеп саясатын есептік жылдың ішінде ұстану.

Қаржылық есептілік жүргізу барысында қателіктер жиі кездесуі мүмкін. Бұған есептілікті дайындау тәртібін бұзу және есеп саясатын дұрыс қолданбау жатады. Қателіктер Қазақстан Республикасының заңнамасын дұрыс қолданбаудан, есептеулердегі қателіктерден, компания тұлғаларының адал емес әрекеттерінен туындайды.

Елеулі қате – қаржылық есеп беруді пайдаланушылардың экономикалық шешімдеріне әсер ететін қате. Кәсіпорынның қаржылық ресурстарын басқару мәселелерін шешу үшін кәсіпорынның жағдайына қаржылық-экономикалық талдау жүргізіледі. Оның әдістемесі арнайы құралдар мен әдістерден тұрады.

### **Қаржылық талдау әдістерінің классификациясы:**

#### **1. Деректерді өңдеу әдістері бойынша:**

- Салыстырмалы талдау әдісі;
- Трендтік талдау әдісі;
- Факторлық талдау әдісі;
- Коэффициенттік талдау әдісі;
- Горизонтальдық талдау;
- Вертикальдық талдау.

#### **2. Мазмұны бойынша:**

- Қаржылық жағдайды талдау;
- Қаржылық нәтижелерді талдау;
- Капитал құрылымын талдау;
- Қаржылық тәуекелдерді талдау.

### **3. Пайдаланылатын ақпарат көздеріне байланысты:**

- Сыртқы талдау;
- Ішкі талдау.

### **4. Мақсатына байланысты:**

- Диагностикалық талдау;
- Болжамдық талдау;
- Нормативтік талдау;
- Стратегиялық талдау.

### **5. Құралдар мен әдістердің түрлері бойынша:**

- Статистикалық әдістер;
- Математикалық модельдеу;
- SWOT талдау;
- Ағымдық (оперативті) талдау.

Қаржылық көрсеткіштерді талдау үшін оның әдістерінің бірі – коэффициенттік талдау қолданылады, ол қаржылық қызметтің әртүрлі аспектілерін қамтиды. Көбінесе келесі талдау түрлері жүргізіледі:

1. **Ағымдағы қызметті талдау.** Бұл негізгі ағымдағы қызметтің тиімділігін көрсетеді. Негізгі көрсеткіштер – қор қайтарымы, қорлар мен есеп айырысулардағы айналым коэффициенттері.

2. **Өтімділікті талдау.** Ол ағымдағы міндеттемелерді орындау қабілетін анықтайды. Бұл талдау кәсіпорынның айналым қаражаттарымен қамтамасыз етілуін анықтау үшін жүргізіледі.

3. **Қаржылық тұрақтылықты талдау.** Ол белгілі бір уақыт аралығында (кезенде) кәсіпорынның ресурстарды қаншалықты тиімді басқарғанын түсінуге мүмкіндік береді.

4. **Рентабельділікті талдау.** Бұл кәсіпорынның оның дамуына салынған қаражаттан қанша пайда алатынын көрсетеді. Негізгі көрсеткіштер – аванстық және жеке капиталдың рентабельділігі. Кәсіпорынның пайдасына әсер ететін факторларды анықтау үшін жеке капиталдың рентабельділік көрсеткіші (ROE) есептеледі, ол нарықтық құнды сипаттайды. Мұны анықтау үшін факторлық модель қолданылады, онда әртүрлі факторлар саны болуы мүмкін.

5. **Капитал нарығындағы жағдай мен қызметті талдау.** Бұл бағалы қағаздар биржаларында тіркелген және өз акцияларын сол жерде сататын компаниялар үшін қолданылады.

Қаржылық қызметті талдау келесі принциптерге сәйкес реттеледі: жүйелілік, ақпараттық базаның біртұтастығы, маңыздылық және нәтижелердің салыстырмалылығы.

"Баян Сұлу" АҚ (BSUL) - Қазақстанның Қостанай қаласында кондитер өнімдерін шығаратын кәсіпорын. 1974 жылы желтоқсанда Қостанай кондитер фабрикасы болып ашылып, 1993 жылы қыркүйекте «Баян Сұлу» АҚ болып қайта құрылды.

1-кесте – "Баян Сұлу" АҚ (BSUL) қаржылық көрсеткіштері

Көрсеткіш	01.10.24 жағдай бойынша	01.07.24 жағдай бойынша
Жарғылық капитал	14 997 460,00 мың теңге	9 617 569,00 мың теңге
Меншікті капитал	35 280 913,00 мың теңге	29 757 053,00 мың теңге
Жиынтық активтері	52 243 476,00 мың теңге	51 787 751,00 мың теңге
Жиынтық міндеттемелері	16 962 563,00 мың теңге	22 030 698,00 мың теңге
Сатылым көлемі	33 803 443 мың теңге	22 086 549 мың теңге
Жалпы табыс	8 269 352,00 мың теңге	5 579 632,00 мың теңге

Таза пайда	594 212,00 мың теңге	450 243,00 мың теңге
Жай акцияның теңгерімдік құны	444,00 теңге	638,00 теңге
ROA	1,14%	0,87%
ROE	1,68%	1,51%
ROS	1,76%	2,04%

07.01.2024 ж. және 10.01.2024 жылдардағы деректер негізінде "Баян Сұлу" АҚ (BSUL) қаржылық талдауы:

**1. Компанияның тұрақтылығы:**

- Компанияның меншікті капиталы активтерінің 67%-ын құрайды, ал міндеттемелер үлесі тек 33%. Бұл компанияның қаржылық жағдайының тұрақты екенін көрсетеді.

- Міндеттемелер көлемі 22%-ға азайған, бұл қарыз тәуекелін төмендетеді.

**2. Пайда мен тиімділік:**

- Сатылымдар: 53%-ға өсті (22 млрд-тан 33 млрд теңгеге дейін).

- Таза пайда: 32%-ға артқан (450 млн-нан 594 млн теңгеге дейін).

- Активтер мен меншікті капитал тиімділігі (ROA және ROE) жақсарды, яғни компания активтерін де, акционерлердің қаражатын да жақсырақ пайдалана бастады.

**3. Мәселелер:**

- Сатылымнан пайда (ROS) аздап төмендеді (2.04%-дан 1.76%-ға). Бұл шығындардың ұлғайғанын білдіреді.

- Акцияның теңгерімдік құны 30%-ға түсіп кетті, бұл акционерлер үшін жағымсыз белгі.

**4. Жалпы қорытынды:**

Компанияның қаржылық жағдайы жақсы жаққа өзгеруде: табысы өсіп, қарызы азайған. Бірақ шығындарды қатаң бақылап, акционерлердің мүддесін ескеру қажет.

Осылайша, бухгалтерлік қаржылық есептілікті талдау – кәсіпорынның қаржылық жүйесін басқарудың маңызды элементі болып табылады. Ол кәсіпорын құрылымын, қолда бар ресурстарды пайдалануын және инвесторлардан қаражат тартудың тиімділігін бағалауға мүмкіндік береді.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

6. Қаржылық талдау негіздері : учебное пособие / С. С. Қожабеков, С. А. Тлеубаева. - Алматы : TechSmith, 2021. - Б. ц.

7. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау : оқу құралы / К.Ш.Дүйсенбаев, Э.Т.Төлегенов, Ж.Г.Жұмағалиева ; ҚР білім және ғылым министрлігі. - Алматы : Экономика, 2001. - Б. ц.

8. Дурнова, К. А. Формирование финансовой отчетности и анализ её основных показателей / К. А. Дурнова, М. А. Куликова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 42 (437). — С. 288-290. — URL: <https://moluch.ru/archive/437/95537/>

9. Бухгалтерлік есеп пен қаржылық есептілік туралы — URL: [https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z070000234\\_](https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z070000234_)

10. "Баян Сұлу" АҚ (BSUL) қаржылық көрсеткіштер — URL: <https://kase.kz/kz/issuers/BSUL/>

**Авторлар туралы мәліметтер**

\*Сұлтанбай Анель Бахытбайқызы - Каспий Қоғамдық университетінің «Есеп және аудит» мамандығының 4-ші курс студенті, e-mail: [aioeuy.aioeuy@gmail.com](mailto:aioeuy.aioeuy@gmail.com)

**\*\*Кумарханова Нургуль Нурмышовна** - Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және басқару» кафедрасының оқытушысы, экономика ғылымдарының магистры, e-mail: [Nuke\\_1971@mail.ru](mailto:Nuke_1971@mail.ru)

**Сведения об авторах**

**\*Султанбай Анель Бахытбайқызы** - студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Учет и аудит», e-mail: [aioeuy.aioeuy@gmail.com](mailto:aioeuy.aioeuy@gmail.com)

**\*\*Кумарханова Нургуль Нурмышовна** - преподаватель кафедры «Экономика и управления» Каспийского общественного университета, магистр экономических наук, e-mail: [Nuke\\_1971@mail.ru](mailto:Nuke_1971@mail.ru)

**Information about the authors**

**\*Sultanbay Anel Bahytbaikyzy** -4th year student of the Caspian Public University, specialty "Accounting and Auditing", e-mail: [aioeuy.aioeuy@gmail.com](mailto:aioeuy.aioeuy@gmail.com)

**\*\*Kumarhanova Nurgul Nurmyshovna** -Lecturer of the department of Economics and Management of the Caspian Public University, Master of economic sciences, e-mail: [Nuke\\_1971@mail.ru](mailto:Nuke_1971@mail.ru)

ӘОЖ 331.214

**КӘСІПОРЫННЫҢ НЕГІЗГІ ҚҰРАЛДАРДЫҢ ТАЛДАУДЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

**Тілеужанқызы А.<sup>1</sup>, Мархаева Б.А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Андатпа.** Мақалада кәсіпорындағы негізгі құралдардың жағдайын, олардың пайдалану тиімділігін және жаңарту қажеттілігін бағалауға бағытталған ақпарат қамтылған. Талдау нәтижелері кәсіпорынның өндірістік қуатын арттыру, инвестициялық саясатты анықтау үшін маңызды шешімдер қабылдауға бағыт болады. Негізгі құралдардың пайдалану деңгейін арттырып, кәсіпорынның ұзақ мерзімді табыстылығын қамтамасыз ету арқылы тиімді басқарудың маңыздылығы атап көрсетілген.

**Түйін сөздер:** негізгі құралдар, жіктелуі, тиімділік көрсеткіштері, қор қайтарымы, қор сыйымдылығы.

**ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Тлеужанқызы А.<sup>1</sup>, Мархаева Б.А.<sup>2</sup>**

<sup>1, 2</sup> Каспийский Общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Статья содержит информацию, направленную на оценку состояния основных инструментов на предприятии, эффективности их использования и необходимости обновления. Результаты анализа станут ориентиром для принятия важных решений по увеличению производственной мощности предприятия и определению инвестиционной политики. Подчеркивается важность эффективного управления путем повышения уровня использования основных фондов и обеспечения долгосрочной рентабельности предприятия.

**Ключевые слова:** основные средства, классификация, показатели эффективности, фондоотдача, фондоемкость.

**FEATURES OF ANALYSIS OF FIXED ASSETS OF THE ENTERPRISE**

**Tleuzhankyzy A.<sup>1</sup>, Markhaeva B.A.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** The article contains information aimed at assessing the state of the main tools at the enterprise, the efficiency of their use and the need for updating. The results of the analysis will become a guide for making important decisions on increasing the production capacity of the enterprise and determining the investment policy. The importance of effective management by increasing the level of use of fixed assets and ensuring the long-term profitability of the enterprise is emphasized.

**Keywords:** fixed assets, classification, performance indicators, return on assets, capital intensity.

Кәсіпорында пайдаланылатын және бухгалтерлік есепте есептелінуге жататын негізгі құралдар деп - өндірісте ұзақ уақыт бойы (бір жылдан артық уақыт) пайдаланылатын, өзінің бастапқы заттай нысанын (пішінін, түрін) сақтай отырып, құнын шығарылған өнімге, орындалған жұмысқа, көрсетілген қызметке біртіндеп бөлініп- бөлініп есептелген амортизациялық аударым мөлшерінде ауыстыратын еңбек құралдарын, яғни материалдық активтерді айтады. Кәсіпорында негізгі құралдардың есебі ХҚЕС 16 “Негізгі құралдар” стандартына сәйкес жүргізіледі.

Негізгі құралдар көптеген өндіріс құралдары бойынша пайдаланылады, қасиеті мен нысанын сақтай отырып, жанама түрде тозады, өзінің құнын жаңадан жасалған өнімге біртіндеп көшіреді. Негізгі құралдар бұл өнім (жұмыс, қызмет) өндіруде немесе кәсіпорынды басқаруда еңбек құралы ретінде қолданылатын мүліктің бір бөлігі болып табылады [1].

Негізгі құралдарға кәсіпорынның қозғалмайтын мүлік, жер учаскелері, үйлер мен ғимараттар, өткізгіш тетіктер, машиналар мен жабдықтар, өлшеуіш және реттеуіш аспаптары, есептеуіш машиналар мен техникалары және олардың бағдарламалық құралдары, көлік тасымалдау құралдары, аспаптар, өндірістік және шаруашылық құрал-саймандары, өнім және жұмыс малдары, көп жылдық көшеттер, шаруашылықтың ішкі жолы тағы да басқаларын жатқызамыз.

Өндіріс үдерісіне қатысу сипатына қарай негізгі құралдар былайша бөлінеді: өндірістік бұл өндірістік үдеріске тікелей қатысатын немесе өндірістің негізін құрайтын негізгі құралдар. Олардың шамасы мен техникалық күйіне шаруашылық субъектісінің, жалпы елдегі салалардың экономикалық қуаты тәуелді.

Олардың құрамына өндірістік үйлер мен ғимараттар, машиналар мен жабдықтар, өлшеуші мен реттеуші аспаптар және құрылғылар, көлік құралдары, өндірістік және шаруашылық құрал-саймандар, керек-жарақтар, жұмысқа пайдаланылатын және өнім беретін малдар, көп жылдық өсімдіктер енеді [2].

Қор қайтарымдылығы, яғни негізгі құралдардың бірлігіне натуралды және ақшалай өлшеуіштермен, өнім өндіру негізгі өндірістік қорлардың тиімді пайдаланылуын сипаттайтын, жалпылаушы экономикалық көрсеткіш болып табылады.

Өндірістік емес бұл тұтыну мақсатындағы негізгі құралдар. Олар өндіріс үдерісіне қатыспайды, ол ұжымның мәдени тұрмыстық қажеттілігін қамтамасыз етуге арналған (үйлер, ғимараттар, керек-жарақтар, денсаулық сақтау, спорт).

Кәсіпорын қызметін талдауда негізгі құралды талдауға ерекше мән беріледі. Өнеркәсіптік кәсіпорындарда өнім өндірісі көлемін арттырудың маңызды факторларының бірі болып оны қажетті мөлшерде және ассортиментте негізгі құралдармен қамтамасыз ету және оларды тиімді пайдалану болып табылады [2,4].

Негізгі құралдарды талдау міндеттеріне келесілер жатады:

- кәсіпорынның және оның құрылымдық бөлімшелерінің негізгі құралдармен қамтамасыз етілуін және жалпы мен жеке көрсеткіштер бойынша олардың пайдалану деңгейін анықтау;
- олардың деңгейінің өзгеру себептерін айқындау;
- негізгі құралдарды пайдалану дәрежесіне өнім өндіру көлемінің және басқа да көрсеткіштердің сезімталдығын бағалау;
- кәсіпорынның және жабдықтың өндірістік қуаттылығының пайдалану дәрежесін зерттеу;
- негізгі құралдарды пайдалану тиімділігін арттыру резервтерін анықтау.

Негізгі құралдар баланста қалдық құны бойынша сипатталады. Бірақ та қазіргі кезде қаржылық есептіліктің халық- аралық стандарттарына сәйкес негізгі құралдар баланстың қосымшасында көрсетіледі. Бұл құжатта негізгі құралдар әділ құнымен сипатталады.

Әділ құн - бір-бірінен жақсы хабардар, бір-бірінен тәуелсіз және келісімді ерікті түрде жүргізетін тараптардың арасындағы міндеттемелерді өтеу немесе активтерді иелену үшін жеткілікті болатын ақша қаражатының шамасы [4].

Негізгі құралдарды талдау кебінесе олардың көлемін, динамика мен құрылымын зерттеуден басталады.

Кесте - 1. Кәсіпорынның негізгі құралдарының құрамы мен құрылымын талдау.

№	Негізгі құралдар тобы	Есепті жыл басы		Есепті жыл аяғы		Ауытқуы	
		Сомасы, мың теңге	Үл.салмағы, %	Сомасы, мың теңге	Үл.салмағы, %	Сомасы, мың теңге	Үл.салмағы, %
1.	Жер	2830	2,4	735	0,7	-2095	-1,7
2.	Құрылғылар	7664	6,5	4203	4,0	-3461	-2,5
3.	Машиналар мен Жабдықтар	1061	0,9	315	0,3	-746	-0,6
4.	Көлік құралдары	84306	71,5	91719	87,3	+7413	+15,8
5.	Өзге де негізгі құралдар	22049	18,7	8089	7,7	-13960	-11,0
6.	Барлығы	117910	100	105061	100	-12849	-

Жүргізілген есептеулерден келе, зерттелініп отырған кәсіпорында негізгі құралдардың сомасы жыл басымен салыстырғанда 12848 мың теңгеге азайған. Негізгі құралдар сомасының азаюына келесі құрамдас элементтер құнының төмендеуі әсер еткен, атап айтқанда: құрылғылардың 3461 мың теңгеге, машиналар мен жабдықтардың 746 мың теңгеге, өзге де негізгі құралдардың 13959 мың теңгеге төмендегені анықталған.

Ал негізгі құралдардың құрамына қарайтын болсақ, ең жоғарғы үлес салмақты көлік құралдары алып отыр. Көлік құралдарының үлес салмағы есепті кезең басында 71,5% құраса, есепті жыл аяғында 87,3%-ды құрады, яғни салыстырмалы түрде 15,8%-ға артқан. Соның салдарынан қалған көрсеткіштердің үлес салмағының азайғандығы байқалады, яғни жердің 1,7%-ға, құрылғылардың - 2,5%-ға, машиналар мен жабдықтардың - 0,6%-ға, өзге де негізгі құралдардың - 11,0%-ға үлес салмақтары.

Негізгі құралдардың пайдалану тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштерге келесі көрсеткіштерді жатқызуға болады:

- Қор қайтарымдылығы. Негізгі құралдардың еңбек өнімділігін сипаттайды. Ол негізгі құралдардың 1000 теңгесіне қанша табыс келетінін көрсетеді. Келетін табыс көп болған сайын, компанияның рентабельділігі соншалықты жоғары болады.

$$\text{Қор қайтарымдылығы} = \frac{\text{Өнімді өткізуден түскен табыс}}{\text{Негізгі құралдардың орташа жылдық құны}}$$

- Қор сыйымдылығы. Қор қайтарымдылығының кері көрсеткіші болып табылады. Ол сатудың немесе өнімді өткізуден түскен табыстың 1000 теңгесіне қанша негізгі құрал келетінін көрсетеді:

$$\text{Қор сыйымдылығы} = \frac{\text{Негізгі құралдардың орташа жылдық құны}}{\text{Өнімді өткізуден түскен табыс}}$$



- Қор қарулығы. Еңбек деңгейін, механизациялануын және автоматтандырылуын сипаттайды. Ол бір жұмысшыға ақшалай өлшеммен қанша негізгі құрал келетінін көрсетеді.

$$\text{Қор қарулығы} = \frac{\text{Негізгі құралдардың орташа жылдық құны}}{\text{Жұмысшылардың орташа тізімлік саны}}$$

Мына жағдайларда компания өзінің негізгі құралдарын тиімді пайдаланады деп есептеледі, егер келесі шарттар сақталатын болса: Қор қайтарымдылығы > Қор сыйымдылығы [3].

Әрі қарай біздің зерттеу жүргізіліп отырған кәсіпорынның мәліметтері негізінде негізгі құралдары пайдалану тиімділігін сипаттайтын көрсеткіштерге есептеу жүргізу үшін келесі талдамалық кесте құрылады.

Кесте 2 - Кәсіпорынның негізгі құралдарын пайдалану тиімділігін талдау.

№	Көрсеткіштер	Өткен жыл	Есепті жыл	Ауытқуы
1.	Өнімді өткізуден түскен табыс, мың теңге	517119	502996	-14123
2.	Таза табыс, мың теңге	-32491	2110	+34601
3.	Негізгі құралдардың орташа жылдық құны, мың теңге	111486	98728	-12758
4.	Жұмысшылардың орташа тізімлік саны, адам	250	223	-27
5.	Қор қайтарымдылығы	4,64	5,09	+0,45
6.	Қор сыйымдылығы	0,22	0,20	-0,02
7.	Қор қарулығы	445,9	442,7	-3,2

Кестедегі жасалынған есептеулерден келе, берілген кәсіпорын өзінің негізгі құралдарын тиімді пайдаланады деген қорытынды жасауға болады. Ол туралы қор қайтарымдылығы көрсеткіш мәнінің өсуі, нақтырақ айтсақ 45%-ға ұлғайған. Бұл дегеніміз бұл кәсіпорында қызметтерді көрсету процесіне барлық негізгі құралдар қатысады. Оны қор қайтарымдылығының өсуі және қор сыйымдылығының азаюынан көруге болады. Келесі жылы берілген кәсіпорын өзінің негізгі құралдары арқылы өндірістік әлеуетін арттыра алады [3].

Негізгі құралдарды тиімді басқару кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығын, өндірістік қуатын және бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің маңызды бөлігі болып табылады. Алайда бұл процесте көптеген мәселелер туындауы мүмкін.

- Негізгі құралдардың тозуы мен ескіруі.

Мәселе: Кәсіпорындағы құралдардың физикалық тозуы және моральдық ескіруі олардың өнімділігін төмендетеді.

Себебі: Жаңарту бағдарламасының жеткіліксіз қаржыландырылуы, инновациялық технологияларға инвестицияның болмауы.

Шешім: Жаңғырту мен күрделі жөндеу жоспарын құру, заманауи жабдықтар сатып алу.

- Құралдарды толық пайдаланбау.

Мәселе: Негізгі құралдардың бір бөлігінің жүктеме деңгейінің төмен болуы немесе толық пайдаланылмауы.

Себебі: Өндіріс жоспарының тиімсіздігі немесе ресурстарды дұрыс бөлмеу.

Шешім: Жүктемені талдау және өндіріс тиімділігін арттыру үшін құралдарды қайта орналастыру.

- Қаржыландыру тапшылығы.

Мәселе: Негізгі құралдарды жөндеу, жаңарту немесе жаңа құралдар сатып алу үшін жеткілікті қаржылық ресурстардың болмауы.

Себебі: Кәсіпорынның кірісінің төмендігі немесе дұрыс қаржылық жоспарламау.

Шешім: Инвестиция тарту, лизинг немесе несие алу мүмкіндіктерін пайдалану.

- Есеп пен бақылаудың әлсіздігі.

Мәселе: Негізгі құралдардың нақты жағдайы мен қозғалысын бақылаудың жеткіліксіздігі.

Себебі: Басқару жүйесінің ескіруі немесе тиімсіздігі.

Шешім: Негізгі құралдарды есепке алу мен бақылауды автоматтандыру [4].

Негізгі құралдарды тиімді басқару үшін заманауи технологиялар мен әдістерді қолдану, қаржылық ресурстарды тиімді бөлу және нақты жоспарлау қажет. Бұл кәсіпорынның тұрақты дамуын және өндірістің тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді.

Қазақстан Республикасындағы кәсіпорындар үшін негізгі құралдарды тиімді пайдалану – өндірістің тұрақтылығын, экономикалық өсуін және нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің негізі. Оларды есепке алу жүйесін жетілдіру кәсіпорындарға өзінің материалдық базасын нығайтып, заманауи талаптарға сай болуға мүмкіндік береді.

Негізгі құралдарды жаңарту, технологиялық жаңашылдықтарды енгізу және тиімді басқару кәсіпорындардың ұзақ мерзімді перспективадағы табысты дамуына ықпал ететін маңызды факторлар болып табылады.

### ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Оралбаева Ж.З., Арыстамбаева А.З. Экономикалық талдау негіздері: оқу құралы. – Алматы, Қазақ Университеті, 2014. – 134 б.
2. Аманова, Г.Д., Садуақасова, К.Ж. Экономикалық талдау : Оқу құралы. . - Алматы: Эпиграф, 2020. - 280 б. - ISBN 978-601-342-284-8. <http://rmebrk.kz/book/1175114>
3. Экономикалық талдау: оқулық / Андыбаева Г.Т. - Алматы 2016. - 104 б.
4. Садыханова Г.А. Кәсіпорын қызметін экономикалық талдау: оқу құралы. – Алматы, Қазақ Университеті, 2018. – 129 б.

#### Сведения об авторах

\*Тілеужанқызы Аружан, студент, Каспийский Общественный Университет, e-mail: aru\_review@mail.ru

\*\*Мархаева Баянслу Ахилбековна, д.э.н., профессор Каспийского общественного университета, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

#### Авторлар туралы мәліметтер

\*Тілеужанқызы Аружан, студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: aru\_review@mail.ru

\*\*Мархаева Баянслу Ахилбековна, э.ғ.д., Каспий қоғамдық университетінің профессоры, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

#### Information about the authors

\*Tleuzhankyzy Aruzhan, student, Caspian Public University, e-mail: aru\_review@mail.ru

\*\*Markhaeyva Bayanslu, doctor of economic sciences, professor of Caspian University, e-mail: [markhaeva@mail.ru](mailto:markhaeva@mail.ru), +77028299440

### ӘОЖ 338.27

## МАРКЕТИНГ БАҒДАРЛАМАСЫН ЖОСПАРЛАУ ЖӘНЕ ҚҰРУ, СТРАТЕГИЯЛЫҚ ЖОСПАР МЕН ОПЕРАЦИЯЛЫҚ БАҒДАРЛАМАНЫ ӨЗІРЛЕУ ӘДІСТЕРІ

Төлепберген А.Р.<sup>1</sup>, Каримова М.Д.<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Андатпа.** Мақалада маркетинг бағдарламасын құру мен жоспарлаудың негізгі аспектілері, сондай-ақ **стратегиялық жоспар** мен **операциялық бағдарламаны** әзірлеу тәсілдері қарастырылады. **Маркетингтік жоспарлау** ұйымның ұзақ мерзімді мақсаттарына жету жолдарын айқындап, нарықтық жағдайды зерттеуге және тиімді стратегияларды әзірлеуге негізделеді. **Стратегиялық жоспарлау** барысында **SWOT талдау, нарықты сегменттеу, позициялау, және PEST талдау** әдістері қолданылады.

Мақалада маркетинг бағдарламасының тиімділігін арттыру үшін пайдаланылатын негізгі әдістер, соның ішінде **мақсатты аудиторияны анықтау, ресурстарды тиімді басқару, және алынған нәтижелерді бағалау** талданған. Жақсы ойластырылған және сапалы іске асырылған маркетинг бағдарламасы компанияға **нарықтағы үлесін арттыруға, қаржылық тұрақтылығын нығайтуға, және тұтынушылармен сенімді байланыс орнатуға** көмектеседі.

**Кілтті сөздер:** стратегиялық жоспар, операциялық бағдарламаны, маркетингтік жоспарлау, стратегиялық жоспарлау, SWOT талдау, нарықты сегменттеу, позициялау, PEST талдау, мақсатты аудиторияны анықтау, ресурстарды тиімді басқару.

**Аннотация.** В статье рассматриваются ключевые аспекты планирования и создания маркетинговой программы, а также методы разработки стратегического плана и операционной программы. Маркетинговое планирование направлено на достижение долгосрочных целей организации, анализ рыночной ситуации и разработку эффективных стратегий. При разработке стратегического плана используются такие методы, как SWOT-анализ, сегментирование рынка, позиционирование и PEST-анализ.

В статье подробно рассматриваются методы повышения эффективности маркетинговой программы, включая определение целевой аудитории, рациональное управление ресурсами и оценку достигнутых результатов. Продуманная и качественно реализованная маркетинговая программа помогает компании увеличить долю на рынке, укрепить финансовую стабильность и выстроить долгосрочные отношения с клиентами.

**Ключевые слова:** стратегического плана, операционной программы, маркетинговое планирование, стратегического плана, SWOT-анализ, сегментирование рынка, PEST-анализ, определение целевой аудитории, рациональное управление ресурсами.

**Annotation.** This article explores the key aspects of planning and creating a marketing program, along with methods for developing a strategic plan and an operational program. Marketing planning focuses on achieving the organization's long-term goals, analyzing market conditions, and developing effective strategies. The development of a strategic plan involves methods such as SWOT analysis, market segmentation, positioning, and PEST analysis.

The article highlights methods to enhance the effectiveness of a marketing program, including identifying the target audience, efficient resource management, and evaluating achieved results. A well-designed and effectively implemented marketing program helps a company increase market share, strengthen financial stability, and build long-term relationships with customers.

**Key words:** strategic plan, operational program, marketing planning, strategic plan, SWOT analysis, market segmentation, PEST analysis, target audience identification, efficient resource management.

### **Кіріспе**

Маркетинг бағдарламаларын жоспарлау мен құру кәсіпорындардың нарықтағы тұрақтылығы мен табыстылығын қамтамасыз ететін маңызды кезеңдердің бірі болып табылады. Стратегиялық және операциялық жоспарлар компанияның болашақтағы әрекеттерін бағыттап, ресурстарды тиімді пайдалануға мүмкіндік береді. Қазақстан

нарығының ерекшеліктері мен экономикалық жағдайы маркетингтік жоспарларды түзету және оңтайландыруды қажет етеді. Осы мақалада маркетингтік бағдарламаларды жоспарлау және әзірлеу әдістері, соның ішінде стратегиялық және операциялық бағдарламалардың қадамдары қарастырылады.

### **Стратегиялық жоспарлау**

Стратегиялық жоспарлаудың басты мақсаты – ұйымның болашақтағы бағыттарын анықтап, оның қол жеткізуі тиіс мақсаттарын нақты қою. Бұл процесс барлық бөлімшелер мен қызметкерлердің үйлесімді әрекет етуіне жағдай жасайды. Стратегиялық жоспарлаудың маңызды элементтері болып ұйымның ішкі және сыртқы жағдайларын талдау, мақсаттарды қою, және оларды іске асыру үшін іс-әрекеттер жоспарын әзірлеу саналады.

Стратегиялық жоспарлау кәсіпорынның ұзақ мерзімді мақсаттарына жету жолдарын анықтауға көмектеседі. Қазақстан нарығында бұл үрдіс күрделі, себебі ол түрлі сыртқы және ішкі факторларға байланысты өзгеріп отырады. Сондықтан стратегиялық жоспардың тиімділігі үшін нарықтың өзгерістерін бақылап, ұзақ мерзімді перспективаларға негізделген шешімдер қабылдау қажет.

Стратегиялық жоспарлау процесінің кезеңдері- Стратегиялық жоспарлау бірнеше кезеңдерден тұрады, олар бір-бірімен тығыз байланысты және әрқайсысының өз рөлі бар.

1. Мақсат қою – Стратегиялық жоспарлаудың бірінші кезеңі болып табылады. Бұл кезеңде компанияның жалпы мақсаттары мен міндеттері анықталады.

2. Анализ жүргізу – SWOT, PEST және басқа да талдау әдістері арқылы компанияның ішкі және сыртқы жағдайы зерттеледі.

3. Стратегияларды әзірлеу – Бұл кезеңде компанияның нақты мақсаттарға жету үшін қолданатын әдістері мен тактикалары белгіленеді.

4. Іс-әрекеттер жоспарын әзірлеу – Стратегиялық жоспарды жүзеге асыру үшін нақты қадамдар мен іс-шаралар анықталады.

5. Нәтижелерді бақылау – Жоспардың орындалу процесі қадағаланып, қажет болған жағдайда түзетулер енгізіледі.

SWOT талдауы- SWOT талдауы арқылы компания өз күшті және әлсіз жақтарын, сондай-ақ нарықтағы мүмкіндіктер мен қауіптерді анықтай алады. Бұл талдау стратегиялық шешімдер қабылдауға бағыт береді.

SWOT талдауының құрамдас бөліктері:

1. Күшті тұстар (Strengths). Бұл ұйымның сыртқы ортаға қарағанда артықшылықтары мен мүмкіндіктерін білдіреді. Күшті тұстарға компанияның бәсекеге қабілеттілігі, нарықтағы орны, кәсіби мамандардың болуы, техникалық ресурстар, қаржылық жағдайы және басқа да артықшылықтар жатады. Мысалы, компанияның белгілі бір салада күшті бренд болуы, жоғары сапалы өнімдер шығаруы немесе білікті қызметкерлерге ие болуы оның күшті тұстары болып табылады.

2. Әлсіз тұстар (Weaknesses). Әлсіз тұстар — бұл ұйымның ішкі кемшіліктері мен шектеулері, олар оның дамуына кедергі келтіруі мүмкін. Бұл қызметкерлердің кәсіби дағдыларын дамытудағы мәселелер, қаржылық ресурстардың тапшылығы, басқару процестеріндегі тиімділіксіздік немесе өнім сапасының төмендігі болуы мүмкін. Әлсіз тұстарды анықтау ұйымға өз қызметін жетілдіруге мүмкіндік береді.

3. Мүмкіндіктер (Opportunities). Мүмкіндіктер — бұл ұйымның даму үшін пайдалана алатын сыртқы жағдайлар мен трендтерді білдіреді. Бұл жаңа нарықтарға шығу, технологиялық жаңалықтарды енгізу, тұтынушылардың жаңа сұраныстарына бейімделу немесе сыртқы серіктестіктермен байланыс орнату мүмкіндіктері болуы мүмкін. Мүмкіндіктерді анықтау ұйымның болашақта табысқа жету жолдарын ашады.

4. Қауіптер (Threats). Қауіптер — бұл ұйымның сыртқы ортадан келетін қауіптер мен қиындықтарды білдіреді. Олар нарықтағы бәсекелестіктің күшеюі, экономикалық дағдарыс, заңнамалық өзгерістер, жаңа технологиялардың пайда болуы немесе

тұтынушылардың сұранысының өзгеруі болуы мүмкін. Қауіптерді алдын ала болжап, оларға қарсы шаралар қабылдау ұйымның тұрақтылығын сақтауға көмектеседі.

**Қазақстандағы мысал:**

"Алматы Нан" компаниясы SWOT талдауы арқылы бәсекеге қабілеттілікті арттыру мақсатында өзінің күшті жақтарын атап өтті, олар – өнім сапасы мен кең тарату жүйесі. Әлсіз жақтары ретінде компания шикізат бағасының өсуін және нарықтағы жоғары бәсекелестікті атады. Сонымен қатар, компания нарықтағы мүмкіндіктерді – өнім түрлерін кеңейтуді және халықаралық нарыққа шығуды көреді.

1-кесте. SWOT талдауы - "Алматы Нан" компаниясы

Факторлар	Мүмкіндіктер	Қауіптер
<b>Күшті жақтар</b>	Тұрақты сапа, үлкен өндірістік қуаттылық	Бәсекелестердің артуы
<b>Әлсіз жақтар</b>	Жоғары шикізат бағасы, қымбат жабдықтар	Экономикалық дағдарыс, импорттық бәсекелестік

PEST талдауы- PEST талдауы сыртқы ортаның өзгерістерін бақылау үшін қажет. Бұл әдіс саяси, экономикалық, әлеуметтік және технологиялық факторларды зерттеуге негізделеді. Қазақстанда PEST талдауы арқылы компаниялар сыртқы ортадағы өзгерістерге бейімделе алады. Қазақстандағы мысал:"ҚазМұнайГаз" компаниясы PEST талдауын пайдалана отырып, экологиялық саясаттың қатаңдауын және мұнай-газ секторындағы жаңа технологиялардың енгізілуін ескере отырып, болашақтағы стратегиялық жоспарларын анықтады. Сонымен қатар, экономикалық факторлар мен халықаралық нарықтағы өзгерістер де компанияның стратегиясын қалыптастыруда басты рөл атқарады. Нарық сегменттеу-Нарық сегменттеу компанияға мақсатты аудиторияны тиімді таңдау мен олар үшін арнайы ұсыныстар жасауға мүмкіндік береді. Қазақстан нарығында нарық сегменттерін дұрыс анықтау маңызды, себебі әр сегменттің қажеттіліктері мен мінез-құлқы әртүрлі. **Қазақстандағы мысал:"Хоум Кредит Банк"** компаниясы өзінің маркетингтік стратегиясында нарықты бірнеше сегментке бөлді. Жастарға арналған микрокредиттер мен зейнеткерлер үшін арнайы ұсыныстар жасау арқылы банк өз өнімдерінің сұранысын арттырды.

2-кесте. Нарық сегменттері - "Хоум Кредит Банк"

Сегмент	Сипаттамасы	Стратегиялар
<b>Жастар</b>	Жаңа қызметтерге қызығушылық, қаржылық тұрақтылықтың болмауы	Микрокредиттер мен төмен пайыздық ставкалар
<b>Зейнеткерлер</b>	Тұрақты табыс, жоғары қауіпсіздікке ұмтылу	рзан несиелер, жеңілдіктер

**Операциялық бағдарламаны әзірлеу**

Операциялық бағдарлама кәсіпорынның стратегиялық мақсаттарына жету үшін нақты іс-шаралар мен ресурстарды тиімді пайдалану жоспарын ұсынады. Бұл кезеңде барлық әрекеттердің орындалу мерзімі, қажетті ресурстар және жауапты тұлғалар анықталады.Маркетингтік микс (4P)– бұл өнім, баға, тарату және жарнама элементтерін тиімді үйлестірудің жолы. Қазақстанда бұл элементтердің әрқайсысын дұрыс пайдалану маркетингтік стратегияның негізі болып табылады. Қазақстандағы мысал:"Ляля" косметикалық брендті өзінің маркетингтік стратегиясында өнім сапасына баса назар аударып, арнайы жеңілдіктер мен жарнама акцияларын қолданды. Бұл тәсіл компанияға өз өнімдерін нарыққа танытуға мүмкіндік берді.

3-кесте. Маркетингтік микс элементтері - "Ляля" косметикасы

Элемент	Мақсаты	Құралдары
Өнім	Жаңа косметикалық өнімдер шығару	Өнім сапасын бақылау, жаңа технологиялар енгізу
Баға	Бағаны тиімді орнату	Акциялар, жеңілдіктер
Тарату	Өнімді кеңінен тарату	Интернет арқылы сату, дүкендер желісі
Жарнама	Брендтің танымалдылығын арттыру	Әлеуметтік желілерде жарнама

Ресурстарды басқару — бұл ресурстарды тиімді және ұтымды пайдалану мақсатында жоспарлау, ұйымдастыру, бөлу және бақылау жүйелі процесі. Әр салада, экономика, өндіріс, ауыл шаруашылығы немесе мемлекеттік басқару сияқты кез келген салада ресурстарды басқару жұмыс нәтижелерін жақсартуға, шығындарды азайтуға және пайда табуға бағытталған маңызды құрал болып табылады. Ресурстардың негізгі түрлері адам, қаржы, материалдық және ақпараттық ресурстар болып табылады, олардың әрқайсысы өзіне тән басқару тәсілдеріне мұқтаж. Ресурстарды басқару стратегиялары ұйымның ерекшеліктеріне қарай әр түрлі болуы мүмкін:

1. Ресурстарды пайдалану тиімділігін арттыру. Бұл стратегия шығындарды минимизациялау және қол жетімді ресурстарды барынша тиімді пайдалану мақсатында жүзеге асырылады. Мұнда ұйым ішіндегі барлық процестерді талдай отырып, тиімсіз әрекеттер анықталып, оларды жою жолдары қарастырылады.

2. Диверсификация. Бұл стратегия ресурстарды әртүрлі жобалар немесе салалар арасында таратуға бағытталған, бұл тәуекелдерді азайтуға мүмкіндік береді. Мысалы, компания әртүрлі салаға инвестиция салып немесе бірнеше жеткізушіні пайдалануға кіріседі, бұл тұрақтылықты қамтамасыз етуге көмектеседі.

3. Жаңа технологиялар мен инновациялар. Жаңа технологиялар мен инновациялық шешімдерді енгізу арқылы процестерді жетілдіру және ресурстарды пайдалану тиімділігін арттыруға болады. Қазіргі заманғы ақпараттық жүйелер көптеген процестерді автоматтандыруға мүмкіндік береді, бұл уақыт пен шығындарды азайтуға септігін тигізеді.

4. Тұрақты даму. Соңғы жылдары тұрақты даму қағидаттарына негізделген ресурстарды басқаруға ерекше назар аударылуда. Бұл ресурстарды ұтымды пайдалану, экологиялық және әлеуметтік аспектілерді ескере отырып басқару стратегияларын енгізуді білдіреді. Мұндай стратегиялар қалдықтарды азайту, қайта жаңартылатын ресурстарды пайдалану және қоршаған ортаға теріс әсерді төмендетуді көздейді.

Жарнама мен PR компанияның имиджін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Қазақстан нарығында жарнамалық құралдарды қолдану брендіңізді көпшілікке танытуға көмектеседі. **Қазақстандағы мысал: "Казкоммерцбанк"** өз PR стратегиясында БАҚ арқылы және әлеуметтік желілерде тұрақты ақпараттық кампаниялар жүргізді. Бұл әрекеттер банкке өз өнімдерін тұтынушылар арасында танымал етуге мүмкіндік берді.

#### 4-кесте. Жарнама және PR стратегиялары - "Казкоммерцбанк"

Стратегиялар	Мақсаттар	Қолданылатын құралдар
<b>Жарнама стратегиялары</b>		
Телевизиялық жарнама	Банктің брендин танымал ету, жаңа өнімдер мен қызметтерді насихаттау	Телевизиялық роликтер, жарнамалық бағдарламалар
Интернет жарнамасы	Нарықтағы тұтынушыларды тарту, сандық қаржы қызметтерін насихаттау	Баннерлер, бейнемазмұн, контекстті жарнама, әлеуметтік желілер

Сыртқы жарнама	ақсатты аудиторияға банк қызметін көрсету, халықтың назарын аудару	Билбордтар, стендтер, қала көшелеріндегі жарнамалар
Акциялар мен жеңілдіктер	Қызметтер мен өнімдерге деген сұранысты арттыру, тұтынушыларды тарту	Жеңілдіктер, арнайы ұсыныстар, лоялды клиенттер үшін бонус бағдарламалар
<b>PR стратегиялары</b>		
БАҚ-пен байланыс	Банктің имиджін көтеру, қоғаммен ашық қарым-қатынас орнату	Пресс-релиздер, мақала жазу, телеарналар мен баспасөзге интервью беру
Тікелей қарым-қатынас	Тұтынушылармен қарым-қатынас орнату, кері байланыс алу	Форумдар, вебинарлар, сауалнамалар, ашық есік күндері
Әлеуметтік жауапкершілік	Қоғамдық имиджді жақсарту, қоғамға пайда келтіру	Қайырымдылық жобалар, экологиялық бастамалар, әлеуметтік бағдарламалар
Инфлюенсерлермен жұмыс	Әлеуметтік желілердегі аудиторияны тарту, тұтынушылардың сенімін қалыптастыру	Блогерлермен және қоғамдық тұлғалармен серіктестік, әлеуметтік медиа науқандары

Бұл кесте "Казкоммерцбанк"-тің жарнама және PR стратегияларының негізгі бағыттарын және оларды жүзеге асыру үшін қолданылатын құралдарды сипаттайды. Осы стратегиялар банктің нарықтағы орнын нығайтуға және тұтынушылармен тиімді байланыс орнатуға көмектеседі.

#### **Маркетингтік нәтижелерді бағалау: маңызы мен әдістері**

Маркетингтік стратегиялардың нәтижелерін бағалау ұйымның табысты болуына және нарықтағы орнын нығайтуға бағытталған маңызды қадам болып табылады. Өйткені қазіргі заманғы нарықтағы жағдайлар мен тұтынушылардың талаптары жиі өзгеріп отырады, сондықтан компаниялар өз қызметін тұрақты бақылап, қажет болған жағдайда өзгерістер енгізіп отыруы тиіс. Маркетингтік іс-шаралардың тиімділігін бағалау ұйымға өз стратегиясын қайта қарауға, әлсіз тұстарын жақсартуға және бәсекелестерден оқ бойы озып шығуға мүмкіндік береді. Маркетингтік нәтижелерді бағалаудың маңызы-Нәтижелерді бағалау арқылы ұйым өзінің маркетингтік әрекеттерінің қаншалықты нәтижелі болғанын біле алады. Бұл үрдіс көптеген маңызды аспектілерді қамтиды:

1. Стратегиялардың тиімділігін бағалау. Бұл маркетингтік іс-шаралардың ұйымның алға қойған мақсаттарына жетуге қаншалықты ықпал еткенін анықтауға көмектеседі. Мысалы, белгілі бір жарнама немесе акцияның сату көлеміне әсерін өлшеу.

2. Қателіктерді анықтау және түзету. Нәтижелерді бағалау кезінде орын алған кемшіліктер мен әлсіз тұстарды анықтап, оларды түзету мүмкіндігі туындайды. Бұл өз кезегінде келешекте тиімдірек шешімдер қабылдауға жол ашады.

3. Ақпарат негізінде шешім қабылдау. Бағалау процесі маркетингтік шараларға нақты ақпарат береді, бұл оларды дұрыс шешімдер қабылдауға ынталандырады. Егер кейбір стратегиялар сәтсіз болса, оларды өзгерту немесе жаңа тәсілдер қолдану қажеттілігі туындайды.

4. Болашаққа бағытталған жоспарлау. Өткен іс-шаралардың нәтижелеріне қарап, болашақта ұйымның маркетингтік бағыттарын түзетуге және жаңа мақсаттар қоюға болады. Бұл талдау компанияның үздіксіз дамуында маңызды рөл атқарады.

Маркетингтік нәтижелерді бағалаудың әдістері- Нәтижелерді бағалаудың бірнеше негізгі әдістері бар. Әрбір әдіс өзінің ерекшеліктеріне және нақты мақсаттарына байланысты әр түрлі көрсеткіштерді қолдануға негізделеді:

1. Сату көлемін талдау. Бұл тәсіл маркетингтік іс-шаралардың тиімділігін анықтаудың қарапайым әдісі болып табылады. Егер белгілі бір жарнама немесе акция сату көлемін арттырса, онда оның табысты өткенін айтуға болады. Осылайша, сату динамикасын бақылап, нәтижелерді салыстыруға болады.

2. Нарық үлесін анықтау. Бұл әдіс арқылы нарықтағы ұйымның үлесін есептеу жүргізіледі. Нарық үлесінің өсуі маркетингтік стратегияның дұрыс бағытта жүріп жатқанын көрсетеді. Бұл әдіс компанияның бәсекеге қабілеттілігі мен нарықтағы орны туралы маңызды мәліметтер береді.

3. Қаржылық көрсеткіштерді бағалау. Қаржылық нәтижелер маркетингтік іс-шаралардың тиімділігін бағалауда шешуші фактор болып табылады. Мысалы, шығындар мен табыстар арасындағы қатынас компанияның маркетингтік әрекеттерінің сәттілігіне қатысты ақпарат береді.

4. Тұтынушылардың қанағаттану деңгейін өлшеу. Тұтынушылардың пікірлері маркетингтің қаншалықты нәтижелі болғанын көрсететін маңызды өлшем болып табылады. Бұл үшін сауалнамалар немесе әлеуметтік желілер арқылы кері байланыс алуға болады.

5. Бренд имиджін және танымалдылығын бағалау. Маркетингтік іс-шаралардың брендiңізге қалай әсер еткенін түсіну үшін арнайы зерттеулер жүргізіледі. Брендтің танымалдылығы мен имиджі тұтынушылардың шешім қабылдау процесіне айтарлықтай әсер етеді.

Нәтижелерді бағалаудың кезеңдері- Маркетингтік нәтижелерді бағалаудың бірнеше кезеңі бар, әрқайсысы компанияның іс-әрекеттерін дұрыс бағалап, қажет болған жағдайда түзетуге бағытталған:

1. **Бағалау жоспарын құру.** Бұл кезеңде бағалау мақсаттары мен критерийлері анықталады. Сондай-ақ, нәтижелерді бағалау үшін қажетті құралдар мен әдістер таңдалады.

2. **Деректер жинау.** Маркетингтік іс-шараларға қатысты барлық қажетті ақпараттар жиналады. Бұл кезеңде сату көрсеткіштері, қаржылық деректер, тұтынушылардың пікірлері және әлеуметтік медиа мәліметтері жиналады.

3. **Деректерді талдау.** Жиналған деректер сарапталып, маркетингтік іс-шаралардың нәтижелері бағаланады. Бұл кезеңде әрбір көрсеткіштің мәні анықталып, дұрыс қорытындылар жасалады.

4. **Қорытынды жасау.** Алынған нәтижелер негізінде қорытынды шығарылады. Егер стратегия тиімді болмаса, оны қайта қарастырып, өзгерістер енгізу қажет болады.

Маркетингтік нәтижелерді бағалау ұйымның тиімділігін арттыруға бағытталған маңызды құрал болып табылады. Бұл процесс арқылы компания өз іс-әрекеттерінің нәтижелілігін түсініп, болашақта стратегияларды оңтайландыруға мүмкіндік алады. Нәтижелерді бағалаудың әр түрлі әдістері компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және нарықтағы орнын нығайтуға көмектеседі.

### **Қорытынды.**

Маркетинг бағдарламасын құру және оны жоспарлау, сондай-ақ стратегиялық және операциялық бағдарламаларды әзірлеу — бұл ұйымның нарықта тиімді жұмыс істеуі үшін қажетті маңызды қадамдар. Осы үдерістер арқылы компания өз мақсаттарын айқындап, оған жету үшін қолданатын ресурстар мен күш-жігерді дұрыс бөледі. Маркетинг бағдарламасы тек өнімдер мен қызметтердің сатылымын жоғарылату үшін ғана емес, сонымен қатар ұйымның ұзақ мерзімді дамуына бағытталған кешенді стратегия ретінде де қызмет атқарады. **Стратегиялық жоспарлау** кәсіпорынның болашақ бағыттарын айқындауға мүмкіндік береді және оның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттырады. Бұл кезеңде ұйым өз мақсаттарын қоюмен қатар, оларды жүзеге асыру үшін қажетті



ресурстар мен әрекеттерді үйлестіреді. Стратегиялық жоспарлар құру барысында ұйымның ішкі жағдайы мен сыртқы нарықтық факторлар ескеріледі, соның ішінде тұтынушылардың талаптары, бәсекелестердің әрекеттері және ұйымның күшті әрі әлсіз тұстары толыққанды талданады. Стратегиялық жоспардың басты ерекшелігі оның болашаққа бағытталғандығы болып табылады, себебі бұл жоспар ағымдағы жағдайға ғана емес, сонымен қатар ұзақ мерзімді даму мақсаттарына да негізделеді. Маркетинг бағдарламасын жоспарлау кезінде басты назарды нақты мақсаттар қоюға, ресурстарды тиімді басқаруға және нарықтық жағдайларға сәйкес өзгерістер енгізу процесін бақылауға аудару қажет. Бұл үдерістердің дұрыс ұйымдастырылуы ұйымның тұрақты дамуына және оның нарықтағы орнын нығайтуға мүмкіндік береді. Тиімді жоспарлау компанияның ішкі процестерін оңтайландырып қана қоймай, маркетингтік стратегиялардың жүзеге асырылуына да ықпал етеді.

Қорытындылай келе, маркетингтік бағдарламаны құру мен жоспарлау стратегиялық және операциялық бағдарламалардың сапалы түрде әзірленуіне негізделеді. Бұл кезеңдер өзара тығыз байланысты және ұйымның нарықтағы бәсекелестік күшін арттыруға, сондай-ақ оның тұрақты дамуына негіз болады. Сондықтан стратегиялық және операциялық жоспарларды әзірлеу кез келген ұйым үшін нарықтағы табысты болуына және тұрақты өсуіне ықпал ететін маңызды қадам болып табылады.

### ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Айтқожина, Г. С. (2014). *Маркетингті басқару*. Алматы: Экономика.
2. Акишев, А. Б. (2018). *Маркетинг: теория и практика*. Алматы: Қазақ университеті.  
[http://elib.wku.edu.kz/lib/page/74/?e\\_kls=%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%BA%D0%B0&e\\_viewdb=KNIGI](http://elib.wku.edu.kz/lib/page/74/?e_kls=%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%BA%D0%B0&e_viewdb=KNIGI)
3. Смағұлова, Г. Қ. (2015). *Стратегиялық басқару және маркетинг*. Алматы: Экономика. [http://e-lib.dulaty.kz/lib/page/2/?e\\_kls=%D0%B6%D2%AF%D0%B9%D0%B5%D1%81%D1%96%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%B3%D1%96&e\\_viewdb=SK\\_ELIV&e\\_sort=dp](http://e-lib.dulaty.kz/lib/page/2/?e_kls=%D0%B6%D2%AF%D0%B9%D0%B5%D1%81%D1%96%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%B3%D1%96&e_viewdb=SK_ELIV&e_sort=dp)
4. Жұмабеков, М. Т. (2015). *Стратегиялық жоспарлау және басқару теориясы*. Алматы: Экономика. <https://be.kaznu.kz/index.php/math/article/download/233/208/471>
5. Ғабитов, М. К. (2017). *Қазіргі кезеңдегі маркетинг стратегиясы*. Алматы: Қазақ университеті. [http://e-lib.dulaty.kz/lib/?e\\_kls=%D1%82%D0%B0%D1%83%D0%B0%D1%80&e\\_viewdb=TARGU&e\\_sort=dp\\_desc](http://e-lib.dulaty.kz/lib/?e_kls=%D1%82%D0%B0%D1%83%D0%B0%D1%80&e_viewdb=TARGU&e_sort=dp_desc)
6. Keller, K. L., Parameswaran, M. (2010). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=3044185>
7. Armstrong, G., Kotler, P. (2013). *Marketing: An Introduction*. 11th Edition. Pearson Prentice Hall. [https://www.researchgate.net/publication/331199242\\_Marketing\\_An\\_Introduction\\_13th\\_global\\_ed](https://www.researchgate.net/publication/331199242_Marketing_An_Introduction_13th_global_ed)

#### Авторлар туралы мәліметтер.

**Төлепберген Анеля Рустемқызы**– Каспий Қоғамдық университеті, Маркетинг және жарнама мамандығының 4-курс студенті, g-mail: [anelintolepbergen@gmail.com](mailto:anelintolepbergen@gmail.com)

**Каримова Мадина Даутовна**- Каспий Қоғамдық университетінің «Экономика және менеджмент» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, PhD, e-mail: [madi-79@mail.ru](mailto:madi-79@mail.ru)

#### Сведения об авторах

\***Төлепберген Анеля Рустемқызы**– студент 4 курса Каспийского общественного университета по специальности «Маркетинг и реклама», e-mail: [anelintolepbergen@gmail.com](mailto:anelintolepbergen@gmail.com)

**\*\*Каримова Мадина Даутовна**-ассоц.профессор кафедры «Экономика и менеджмент» Каспийского общественного университета, PhD, e-mail: [madi-79@mail.ru](mailto:madi-79@mail.ru)

#### **Information about the authors**

**\*Tolepbergen Anelya Rustemkyzy** -4<sup>th</sup> year student of the Caspian Public University, specialty “marketing and advertising”, e-mail: [anelintolepbergen@gmail.com](mailto:anelintolepbergen@gmail.com)

**\*\* Karimova Madina Dautovna**- PhD, Associate Professor, Caspian Public University, e-mail: [madi-79@mail.ru](mailto:madi-79@mail.ru)

ӘОЖ 336

### **ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ АҚША - НЕСИЕ САЯСАТЫНЫҢ ҚҰҚЫҚТЫҚ НЕГІЗДЕРІ**

**Төлеутай А.Е.<sup>1</sup>, Гумар Н.А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Андатпа.** Мақалада қаржылық тұрақтылыққа жауапты орталық органдардың бірі ретінде Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі арқылы жүргізілетін мемлекеттің ақша-несие саясаты және оның экономикалық интеграциялық қатынастарды ескере отырып, құқықтық жүзеге асырылуы мәселелерін қозғайды. Қаржылық-құқықтық категория және оның мәні ретінде ақша-несие саясатына ерекше көңіл бөлінеді. Өртүрлі әдістерді қолдана отырып, мемлекеттің ақша-несие саясатының мәселелерін және оны құқықтық салада шешу жолдарын анықтайды.

**Түйін сөздер:** ақша-несие саясаты; құқықтық реттеу; Ұлттық банк; қаржылық тұрақтылық; қаржылық стандарттар; қаржылық заңнама.

### **ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕНЕЖНО - КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

**Төлеутай А. Е.<sup>1</sup>, Гумар Н. А.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В статье затрагиваются вопросы денежно-кредитной политики государства, проводимой через Национальный банк Республики Казахстан, как одного из центральных органов, ответственных за финансовую стабильность, и ее правовой реализации с учетом экономических интеграционных отношений. Особое внимание уделяется денежно-кредитной политике как финансово-правовой категории и ее сущности. С помощью различных методов определяют проблемы денежно-кредитной политики государства и пути ее решения в правовой сфере. Кроме того, в статье содержится правовая характеристика государственных органов, ответственных за проведение денежно-кредитной политики через свои права и обязанности, но имеющих существенный характер.

**Ключевые слова:** денежно-кредитная политика; правовое регулирование; Национальный банк; финансовая стабильность; финансовые стандарты; финансовое законодательство.

### **LEGAL BASIS OF THE MONETARY POLICY OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

**Annotation.** The article addresses the issues of monetary policy of the state and its legal implementation, taking into account economic integration Relations, conducted through the National Bank of the Republic of Kazakhstan as one of the central bodies responsible for financial stability. Particular attention is paid to monetary policy as a financial and legal category and its essence. Using various methods, it determines the problems of the monetary policy of the state and ways to solve it in the legal sphere. In addition, the article contains a legal description of government agencies that are responsible for conducting monetary policy through their rights and obligations, but of an important nature.

**Keywords:** monetary policy; legal regulation; constitutional finance; financial stability ; financial standards; financial legislation.

### **Кіріспе**

Жүргізіліп жатқан ақша-несие саясаты және оның құқықтық базасы халықаралық субъектілердің жиынтықта құқықтар мен міндеттер түріндегі талаптары туындайтын заманауи шындықта ерекше маңызға ие. Ерекшелігі сол, Қазақстанда ақша-несие саясаты Қазақ КСР Жоғарғы Кеңесінің 1990 жылғы 25 қазандағы № 307-ХІІ «Қазақ Кеңестік Социалистік Республикасының мемлекеттік егемендігі туралы декларация туралы» қаулысын телеологиялық тұрғыдан түсіндіруге негізделген» және «Мемлекеттік тәуелсіздік туралы» 1991 жылғы 16 желтоқсандағы Қазақстан Республикасының Конституциялық заңы.

Қазақстан Республикасы» қаржы-несие саясатының бөлігі болып табылады. Соңғы аталған акт бойынша: «Қазақстан Республикасының Мемлекеттік Ұлттық Банкі бар, өзінің қаржы, несие, ақша жүйесін құруға құқылы, республикалық салық және кеден жүйелерін ұйымдастырады».

Қаржы-несие саясаты түсінігінің өзі мына салалардағы нақты ақша айналымымен байланысты әлеуметтік-экономикалық процестерге реттеуші ықпал ету нысандарының, әдістері мен құралдарының жиынтығы болып табылады:

- салық;
- бюджет;
- ақшалай;
- әлеуметтік;
- инвестиция;
- халықаралық қаржы саласында

Бұл концепция осы категориялардың тығыз байланысын және туынды немесе перифериялық компоненттердің жоқтығын көрсетеді. Бұл ретте Қазақстанның мемлекеттік органдары қаржы секторын дамыту тұжырымдамасын қабылдайды, бұл қаржы саясатына деген міндеттемені білдіреді.

Жоғарыда айтылған логикаға сүйене отырып, қаржы саясатының құрамдас бөлігі ретінде ақша-несие саясаты құқықтық теорияда экономикалық өсуді реттеуге, инфляцияны тежеуге, халықты жұмыспен қамтуды қамтамасыз етуге және төлем балансын теңестіруге бағытталған ақша айналымы мен несие саласындағы шаралар кешені ретінде анықталады.

Қазақстан үшін экономикалық дамудың айтарлықтай жаңа кезеңі бес мемлекет (Армения, Беларусь, Қазақстан, Қырғызстан, Ресей) кіретін Еуразиялық экономикалық одақ түріндегі өңірлік экономикалық одақтың құрылуымен ерекшеленді. Сонымен қатар, Қазақстан мүше болып табылатын басқа да халықаралық құрылымдар бар, мысалы, Дүниежүзілік сауда ұйымы, Халықаралық валюта қоры және т.б.

Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі ақша-несие саясатын жүзеге асыру кезінде өзіне тән және қажетті арнайы әдістерді қолданатынын атап өткен жөн. Бұл ретте Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі Қазақстан Республикасының Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігі, Қаржы мониторингі агенттігі сияқты басқа мемлекеттік

органдармен және Республика Үкіметімен неғұрлым тығыз өзара іс-қимыл жасайды. оның құзыреттерінің бірі республиканың қаржы жүйесін нығайту жөніндегі шараларды әзірлеу және жүзеге асыру болып табылатын Қазақстанның; мемлекеттік валюталық, қаржылық және материалдық ресурстарды қалыптастыру мен пайдалану кезінде заңдылықтың сақталуына мемлекеттік бақылауды қамтамасыз етеді.

Қаржы саласында ақша-несие саясатына жауапты Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі сияқты мемлекеттік органдардың едәуір санының болуы ақша-несие органдарының өкілдері туралы айтуға болатынын көрсетеді, олар да көп төлейді. халықаралық актілерге назар аудару және ұлттық заңнама мен қаржылық саясатқа ықпал ету.

### **Әдістеме**

Мақала жазу кезінде жалпы ғылыми және құқықтық сипаттағы әртүрлі әдістер қолданылды. Зерттеудің жалпы ғылыми әдістері индукция, дедукция, дәстүр, талдау, синтез болды. Құқықтық әдістер нақты социологиялық және формальды-догматикалық болды. Бұл әдістерді жиынтықта қолдану мемлекеттің ақша-несие саясатының құқықтық аспектілерін оның органдары арқылы анықтауға мүмкіндік берді.

### **Талқылау**

Интеграциялық қатынастар мемлекет экономикасын дамыту қажеттілігі ретінде қаржылық егемендікті қорғаудың заманауи құқықтық тетіктерін іске асыруды талап етеді. Мемлекеттің қаржылық аспектілеріндегі Тәуелсіздік деп түсінген соңғысы 1993 жылдың соңына қарай өзіндік ақша бірлігі – теңге пайда болған тарихи фактілерге байланысты Қазақстан үшін ерекше құндылық болып табылады.

Теңгенің қолма-қол айналымын ұйымдастыру және эмиссия үшін уәкілетті орган ҚР ҰБ болып табылады және ол Қазақстан Республикасында бағалардың тұрақтылығын қамтамасыз ету мақсатында ақша-несие саясатын жүргізеді.

Мақсаттарды іске асыру құралдары ретінде ҚР ҰБ-ның өз жолдары бар, мысалы:

- Қазақстан Ұлттық Банкінің базалық мөлшерлемесін белгілеу;
- ақша-несие саясатының негізгі операциялары бойынша сыйақы мөлшерлемелерін белгілеу;
- шағын резервтік талаптардың нормативтерін белгілеу;
- ерекше жағдайларда операциялардың жекелеген түрлерінің деңгейі мен көлеміне және операциялар түрлеріне тікелей сандық шектеулер белгілеу.

Сондай-ақ, Қазақстан Ұлттық Банкі орта мерзімді перспективаға инфляция бойынша нысаналы бағдарларды белгілейді.

Сонымен қатар ҚР ҰБ операциялардың келесі түрлерін жүзеге асырады:

- тұрақты қол жеткізу қарыздарын беру;
  - депозиттерді қабылдау;
  - валюталық интервенциялар;
  - қысқа мерзімді ноталар шығару
- Қазақстан Ұлттық Банкінің;
- мемлекеттік және басқа да бағалы қағаздарды, оның ішінде құқықпен сатып алу және сату кері сатып алу;
  - шешім бойынша басқа операциялар
- Қазақстан Ұлттық Банкінің Басқармасы.

ҚР ҰБ-ның көрсетілген мүмкіндіктері Халықаралық Валюта Қоры көздейтін мақсаттарға сәйкес келуі тиіс, мұнда олардың бірі "валюталардың тұрақтылығына ықпал ету, мүше мемлекеттер арасында реттелген валюта режимін қолдау және бәсекелестікте артықшылық алу мақсатында валюталардың құнсыздануын болдырмау" болып табылады.

Бұған қол жеткізу тек ҚР ҰБ үшін ғана емес, басқа да мемлекеттік органдар үшін де мақсат болып табылады, өйткені қаржылық егемендікке қатысты жеке-дара реттеу тәуекелдері үлкен. Басқа мемлекеттік органдар деп қаржы саласына тікелей қатысы бар

және Қазақстан Республикасының Қаржы министрлігі, Қазақстан Республикасының Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігі сияқты уәкілетті органдар болып табылатындарды түсіну керек.

Қазақстан Республикасының қаржы секторын дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасына сәйкес қаржы секторының толыққанды дамуына макроэкономикалық тұрақтылық ықпал етеді. Ол үшін Қаржы нарығын дамытуға бағытталған агенттіктердің іс - әрекеттері ҰБ-ның ақша-кредит саясатының тиімділігін арттыру жөніндегі тиісті бастамаларымен, сондай-ақ макроэкономикалық саясат бөлігінде Үкіметтің шараларымен нығайтылуға тиіс. Бұл ұзақ мерзімді перспективада Қазақстан экономикасының тұрақты өсуіне негіз болады .

Банктер экономиканың қаржы жүйесінің қозғалтқыштары ретінде ЕАЭО-да маңызды аспектіні алады, ол өз кезегінде Базель Банктік қадағалау комитетінің актілерін басшылыққа алады. Соңғысы, өз кезегінде, Банк қызметін реттеу кезінде стандарттар мен әдістемелерді әзірлейтін халықаралық есеп айырысу банкі кезінде жарамды болып табылады.

Макроэкономикалық тұрақтылыққа қол жеткізу үшін қаржы саласындағы интеграциялық қатынастардың шындықтарын да ескеру қажет. ЕАЭО пайда болғанға дейін және оның пайда болуы басталғанға дейін

- 1) қысқа мерзімді міндеттемелер (Меккем);
- 2) орта мерзімді міндеттемелер (МЕОКАМ);
- 3) ұзақ мерзімді міндеттемелер (МЕУКАМ);
- 4) орта мерзімді индекстелген қазынашылық міндеттемелер (МОЙКАМ);
- 5) ұзақ мерзімді индекстелген қазынашылық міндеттемелер (МУЙКАМ);
- 6) ұзақ мерзімді жинақ қазынашылық міндеттемелері (МЕУЖКАМ);
- 7) арнаулы орта мерзімді қазынашылық міндеттемелер (МАОКАМ);
- 8) TONIA (МЕТИКАМ) ставкасына индекстелген қазынашылық міндеттемелер .

Айта кету керек, ҚР ҰБ өкілеттіктерін ескере отырып, оны үкіметтің күшті ықпалымен ақша билігі деп атауға болады.

Бірде-бір орталық банк Үкіметтің ықпалынан толығымен тәуелсіз бола алмайды, бірақ ол үкімет орынды деп санайтын инфляция деңгейіне жету құралдарын таңдауда еркін болуы керек. Біріншіден, орталық банк белгілі бір дәрежеде тәуелсіздікпен ақша-несие саясатын жүргізуге қабілетті. Фискалдық саясатты қарастыру ақша-несие саясатын белгілей алмайды. Екінші талап-ақша-кредитті реттеу органдарының жалақы, жұмыспен қамту деңгейі немесе айырбас бағамы сияқты басқа көрсеткіштерге назар аудармауға дайындығы мен қабілеті.

Қаржы органдарының мұндай өкілеттіктерінің болуы жалпы экономикалық аспектіде тұрақты және үдемелі дамуға бағытталған.

Реттеудің қазіргі заманғы тәсілдерімен ұсынылатын таңдау интеграциялық процестер кезінде экономиканың түрлі секторларындағы мемлекеттік органдардың қызметін үйлестіруге тиіс. Экономикалық интеграция сонымен қатар қоғамдық өмірдің басқа салаларындағы интеграциялық процестердің катализаторы ретінде қызмет етеді. Халықаралық интеграция теориясында бұл құбылыс беріліс эффектісі немесе толып кету эффектісі деп аталады: қоғамдық өмірдің бір саласында, бұл жағдайда экономикада басталып, интеграция кейіннен басқа салаларға "түседі", "құйылады".

Қазақстан Республикасының қаржы секторын дамытудың 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасына сәйкес қаржы секторының толыққанды дамуына макроэкономикалық тұрақтылық ықпал етеді. Ол үшін Қаржы нарығын дамытуға бағытталған агенттіктердің іс - әрекеттері ҰБ-ның ақша-кредит саясатының тиімділігін арттыру жөніндегі тиісті бастамаларымен, сондай-ақ макроэкономикалық саясат бөлігінде Үкіметтің шараларымен нығайтылуға тиіс. Бұл ұзақ мерзімді перспективада Қазақстан экономикасының тұрақты өсуіне негіз болады.

Макроэкономикалық тұрақтылыққа қол жеткізу үшін қаржы саласындағы интеграциялық қатынастардың шындықтарын да ескеру қажет. ЕАЭО пайда болғанға дейін және оның пайда болуы басталғанға дейін Ресей мен Беларусь арасында 1999 жылы 8 желтоқсанда одақтас мемлекет құру туралы шартқа қол қойылды, онда қаржы-несие мәселелеріне бірыңғай валюта, Есеп палатасы, Парламент, Министрлер Кеңесі атынан одақтас мемлекеттің мемлекеттік билік органдарын құру, бірыңғай ақша-несие, валюта, салық және баға саясаты.

Ресей БРИКС-тің бейресми интеграциясының мүшесі болып табылады, оның мүшелері Бразилия, Үндістан, Қытай және Оңтүстік Африка Республикасы болып табылады. БРИКС бейресми болғанымен, 2016 жылдан бастап Шанхайда БРИКС-ке мүше мемлекеттер құрған жаңа Даму Банкі жұмыс істей бастады.

ЕАЭО-ға қатысушы мемлекеттердің Конституциясында қаржылық нормалардың болуы да ерекше артықшылық болып табылады. Сонымен, Ресей Конституциясына сәйкес, "рубльді қорғау және тұрақтылықты қамтамасыз ету – бұл Ресей Федерациясының Орталық банкінің басқа мемлекеттік органдарға тәуелсіз жүзеге асыратын негізгі қызметі". Беларусь Конституциясында қаржы - несие жүйесі деп аталатын бүкіл бөлім бар.

Кейбір қатысушы мемлекеттердің басқа интеграциялық процестерге қатысуының көптігі тәуекелдер мен артықшылықтарды әртараптандыру ретінде көрінеді. Соңғысы интеграциялық бірлестіктерге қатысушы өзге мемлекеттер үшін теріс салдарға әкелуі мүмкін, оны шарт, ұлттықтан жоғары органдардың билік ұйғарымы немесе өзге де түрдегі үйлестіру немесе бағынысты қатынастар түріндегі құқықтық тетіктермен шешу қажет.

### **Нәтижелер**

Интеграциялық қатынастарды ескерместен мемлекеттің ақша-несие саясатына әсер ететін факторлардың жиынтығы реттеудің күрделілігін көрсетеді, өйткені халықаралық сауда мен онымен қозғалыс кезінде тіпті шамалы қаржылық-құқықтық қатынастардың болуы қаржы қаражаты халықаралық актілерге сәйкестікті талап етеді.

Қазақстан - еліміздің ұлттық заңнамасы, сондай-ақ өзіндік ерекшеліктері бар, әмбебап сипатта болуға және интеграциялық процестер кезінде де мемлекеттің ақша-несие жүйесіне оң әсер етуге тиіс жетілдіруді талап етеді.

Заңнамадағы осындай сәттердің бірі өкілеттіктердің аражігін ажырату болып табылады, онда өзге субъектілер оны жүргізуге жауапты мемлекеттік орган болған кезде мемлекеттің ақша-кредит саясатына ықпал ете алады. Мәселен, мысалы, Қазақстанда "Қазақстан Республикасының Ұлттық валютасының жұмыс істеуінің кейбір мәселелері туралы" Қазақстан Республикасы Президентінің 2001 жылғы 7 ақпандағы по 549 Жарлығы қолданылады, оған сәйкес ақша айналымынан қолма – қол ақша белгілері-тиындар алынады.

Өкілеттіктер мен құзыреттердің қайшылықтарын болдырмау үшін заңнамалық актілерде шешім қабылдау орталықтарының ауысуын болдырмайтын нақты демаркация қарастырылуы керек. Бұған қол жеткізу жалпы қаржы саласындағы нормативтік құқықтық актілерді қайта қарауды талап етеді, өйткені ақша-несие саясаты мемлекеттің қаржы саясатының басқа бөліктерімен тығыз байланысты.

ЕАЭО-дағы қаржы саласындағы ұлттықтан жоғары орган бірыңғай валюта құру туралы нормалардың жоқтығын ескере отырып, өкілеттіктердің шектеулі жиынтығына ие болады, бірақ ЕАЭО-ға қатысушы мемлекеттердің ақша - несие саясатына жанама әсер етеді. Бұл ретте ҚР ҰБ заңнамаға сәйкес ақша-кредит саясатын жүргізуге жауапты болып қалады, онда "банктерге және банк операцияларының жекелеген түрлерін жүзеге асыратын ұйымдарға қатысты құзыреті шегінде Қазақстан Республикасы Ұлттық Банкінің реттеуші, бақылау және қадағалау функциялары Қазақстан Республикасының ақша - кредит жүйесінің тұрақтылығын қолдауға, банктердің кредиторларының мүдделерін қорғауға бағытталған" делінген, олардың салымшылары мен клиенттері".

Заңнамалық актілерде жоқ ақша - несие саясаты ұғымы өте маңызды рөл атқарады. ҚР ҰБ ресми сайтына сәйкес Ұлттық Банктің ақша-кредит саясаты бағаның тұрақтылығын

қамтамасыз ету үшін экономикадағы ақша құнын реттеуге бағытталған шаралар кешенін білдіреді. Орта мерзімді перспективада инфляцияның тұрақты деңгейіне қол жеткізу тұрақты экономикалық өсудің негізгі факторы болып табылады.

Ақша-несие саясатына қатысты ҚР ҰБ ұғымы Қазақстан Республикасының қаржы секторын дамытудың бұрын аталған 2030 жылға дейінгі тұжырымдамасына сәйкес әртүрлі оқылымға ие, мұнда ақша-кредит саясатына байланысты экономикалық өсу деп ұзақ мерзімді перспектива түсініледі. Тұжырымдамалық Қағидалардың қайшылықтары Қазақстан Республикасының ақша-кредит саясатын реттеу мен іске асыруды түсінудің бытыраңқылығын көрсетеді, бұл экономикалық саладағы ұлттық қауіпсіздікке қауіп төндіруі мүмкін.

Мұндай қарама-қайшылықты жою шұғыл әрекеттерді талап етеді, мұнда басымдық жақын немесе алыс болашақта емес, бүкіл халықтың игілігі үшін экономикалық даму үшін мемлекеттік органдардың іс-әрекеттерінің тұрақты сипатына берілуі керек.

### **Қорытынды**

Жоғарыда айтылғандарға сүйене отырып, ақша - несие саясатының мәселелері тек қаржылық сипатта ғана емес, сонымен қатар шешілуі тіпті бірінші кезектегі сипатта болуы мүмкін құқықтық негіздерге ие екенін атап өткен жөн.

Қаржылық және құқықтық қатынастарды біртұтас тұтастық ретінде қабылдау керек, өйткені өкілеттіктерді тудыратын және құзыреттерді бөлетін құқықтық нормалар ақша-несие саясатын жүзеге асырады, ішкі реттеуде де, сыртқы реттеуде де мемлекеттің тикасы. Қазіргі шындықтағы сыртқы факторларға жауап беру өте маңызды, өйткені капиталдың жылдам қозғалысына қатысты мәселелер қауіпсіздік мәселелеріне әсер ететін ерекше сипатқа ие болады. Бұл ретте мемлекеттің қаржы секторын қорғау мәселелерінде шектеу іс-әрекеттерін басшылыққа алуға болмайды.

Сондай-ақ, ұсынылған идеяларды жүзеге асыру кезінде ақша-несие саясатының түсінбеушілігі мен жан-жақты көзқарасы мен әрекет ету механизмін тудыратын тұжырымдамалық аппараттан байқауға болатын жағымсыз сәттерді болдырмайтын жүйелі тәсіл қажет.

Қаржы-кредит саясатының бір бөлігі ретінде ақша-кредит саясатын дамытуға бағытталған осы ұсыныстардың жиынтығы Конституциялық актілерде және заңнаманың өзінде белгіленген негіздермен байланысты бірінші кезектегі проблемаларды еңсергеннен кейін одан әрі дамуды талап етеді.

### **ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР**

1. Қазақстан Республикасының 1991 жылғы 16 желтоқсандағы Конституциялық заңы. "Қазақстан Республикасының мемлекеттік тәуелсіздігі туралы" [Электрон. ресурс] URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z910004400> (қол жеткізілген күні 02.01.2023).

2. Бабич А. М., Павлова Л. Н. Мемлекеттік және муниципалды қаржы: университеттерге арналған оқулық. - 2-ші басылым. және қосымша-М.: бірлік-ДАНА, 2012. – Б.111.

3. Шохина Э. х. Ресейдің Орта мерзімді перспективадағы ақша-несие саясатының құқықтық құрылымдарының ерекшеліктері // заң әлемі. 2007. No12. 28-32 бет.

4. "Қазақстан Республикасының Ұлттық Банкі туралы" Қазақстан Республикасының 1995 жылғы 30 наурыздағы по 2155 Заңы (01.01.2023 жылғы өзгерістер мен толықтырулармен) [электрондық. ресурс] URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z950002155> (қол жеткізілген күні 02.01.2023).

5. "Қазақстан Республикасының Үкіметі туралы" Қазақстан Республикасының 1995 жылғы 18 желтоқсандағы по2688 конституциялық заңы. (01.01.2023 жылғы өзгерістер мен толықтырулармен) [Электрон. ресурс] URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z950002688> (өтініш берілген күні 02.01.2023).

6. Еуразиялық экономикалық одақ туралы шартты ратификациялау туралы Қазақстан Республикасының 2014 жылғы 14 қазандағы по 240-V ҚРЗ Заңы (02.11.2022

жылға өзгертулер мен толықтырулармен) [Электрон. ресурс] URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1400000240> (өтініш берген күні 10.01.2023).

7. Халықаралық валюта қоры келісімінің баптары [Электрон. ресурс] URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/aa/rus/index.pdf> (өтініш берген күні 10.01.2023).

8. "Қазақстан Республикасының мемлекеттік қазынашылық міндеттемелерін шығару, орналастыру, айналысқа жіберу, қызмет көрсету және өтеу қағидаларын бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2009 жылғы 3 сәуірдегі No 466 қаулысы (08.07.2022 жылғы өзгерістер мен толықтырулармен) [электрондық. ресурс] URL: [https://adilet.zan.kz/rus/docs/P090000466\\_#z4](https://adilet.zan.kz/rus/docs/P090000466_#z4) (өтініш берген күні 10.01.2023)

#### **Авторлар туралы мәліметтер**

\* Төлеутай Аяжан Ерланқызы - студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [ayzhantoleutaeva@gmail.com](mailto:ayzhantoleutaeva@gmail.com)

\* Гумар Н.А. - э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

#### **Сведения об авторах**

\* Төлеутай Аяжан Ерлановна - студент, Каспийский общественный университет, e-mail: [ayzhantoleutaeva@gmail.com](mailto:ayzhantoleutaeva@gmail.com)

\* Гумар Н.А. - к.э.н., ассоциированный профессор Каспийский общественный университет, e-mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)

#### **Information about the authors**

\* Toleutai Ayazhan Yerlanovna-student, Caspian public university, e-mail: [ayzhantoleutaeva@gmail.com](mailto:ayzhantoleutaeva@gmail.com)

\* Gumar N. A.- Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Caspian public university, e-mail: [Gumnaz@mail.ru](mailto:Gumnaz@mail.ru)



## БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ ТОВАРНЫХ ОПЕРАЦИЙ В ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Троянова Э.С.<sup>1</sup>

Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан.

**Аннотация.** Статья посвящена вопросам бухгалтерского учета и внутреннего контроля товарных операций в торговых организациях Республики Казахстан. В ней рассмотрены ключевые аспекты учета товарных операций, такие как приобретение, хранение, продажа и списание товаров. Особое внимание уделено методам оценки себестоимости запасов, а также нормативным актам, регулирующим ведение бухгалтерского учета и налогообложения. Описаны элементы системы внутреннего контроля, направленные на предотвращение ошибок и потерь. Рассмотрены законодательные требования, включая Налоговый кодекс РК и Национальный стандарт бухгалтерского учета. В заключении подчеркивается важность соблюдения законодательства для обеспечения финансовой прозрачности и успешной деятельности торговых организаций.

**Ключевые слова:** Бухгалтерский учет, товарные операции, внутренний контроль, торговые организации, Налоговый кодекс РК.

## ACCOUNTING AND INTERNAL CONTROL OF COMMODITY TRANSACTIONS IN TRADE ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Trojanova E.S.<sup>1</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan.

**Summary.** The article is devoted to the issues of accounting and internal control of commodity transactions in trade organizations of the Republic of Kazakhstan. It examines key aspects of accounting for commodity transactions, such as the purchase, storage, sale and write-off of goods. Special attention is paid to accounting methods such as FIFO and the average cost method, as well as regulations governing accounting and taxation. The elements of the internal control system aimed at preventing errors and losses are described. The legislative requirements, including the Tax Code of the Republic of Kazakhstan and National Accounting Standards, are considered. In conclusion, the importance of compliance with legislation to ensure financial transparency and the successful operation of trade organizations is emphasized.

**Keywords:** Accounting, Commodity transactions, Internal control, Trade organizations, the Tax Code of the Republic of Kazakhstan.

## ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ САУДА ҰЙЫМДАРЫНДАҒЫ ТАУАР ОПЕРАЦИЯЛАРЫН БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕПКЕ АЛУ ЖӘНЕ ІШКІ БАҚЫЛАУ

Троянова Э. С.<sup>1</sup>

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы.

**Аңдатпа.** Мақала Қазақстан Республикасының сауда ұйымдарындағы тауар операцияларын бухгалтерлік есепке алу және ішкі бақылау мәселелеріне арналған. Ол тауарларды сатып алу, сақтау, сату және есептен шығару сияқты тауарлық операцияларды есепке алудың негізгі аспектілерін қарастырады. FIFO және орташа күн әдісі сияқты бухгалтерлік есеп әдістеріне, сондай-ақ бухгалтерлік есеп пен салық салуды реттейтін

ережелерге ерекше назар аударылады. Қателер мен шығындардың алдын алуға бағытталған ішкі бақылау жүйесінің элементтері сипатталған. ҚР Салық Кодексі мен ұлттық бухгалтерлік есеп стандарттарын қоса алғанда, заңнамалық талаптар қаралды. Қорытындылай келе, сауда ұйымдарының қаржылық ашықтығы мен табысты қызметін қамтамасыз ету үшін заңнаманы сақтаудың маңыздылығы атап өтіледі.

**Түйін сөздер:** Бухгалтерлік есеп, тауарлық операциялар, ішкі бақылау, Сауда ұйымдар, ҚР Салық кодексі.

Бухгалтерский учет товарных операций является неотъемлемой частью финансовой деятельности торговых организаций, и его главной задачей является систематическое, точное и своевременное отражение всех операций с товарными запасами в бухгалтерских и налоговых отчетах. Важно отметить, что в торговых компаниях товарные операции охватывают множество различных стадий — от закупки товаров до их продажи конечному потребителю, и правильный учет этих операций имеет огромное значение для поддержания финансовой устойчивости и ликвидности компании [1].

Товарные операции в торговых организациях могут быть разделены на несколько ключевых этапов, каждый из которых требует внимательного учета.

Приобретение товара: на этом этапе торговая организация закупает товар у поставщиков для последующей реализации. В бухгалтерском учете покупка товара отражается на счете учета запасов. Кроме того, необходимо учитывать затраты, связанные с приобретением товара, такие как транспортные расходы, налог на добавленную стоимость (НДС) и прочие издержки [1].

Стоит учитывать, что для отражения товаров в учете нужно использовать следующие счета:

Счет 1330 «Товары» используется для учета товарных запасов.

Счет 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» – для учета обязательств перед поставщиками товаров.

Счет 6010 «Доходы от реализации продукции и оказания услуг» – для учета доходов от продажи товаров.

Счета 1420 и 3130 «НДС» – для учета НДС.

Счет 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» – для учета расчетов с покупателями за реализованные товары [1].

Поступление товаров на склад: когда товары поступают на склад или в торговые точки, происходит их физическое принятие и учет в бухгалтерии. Каждая партия товара должна быть задокументирована соответствующими накладными (например, товарной или транспортной), что подтверждает их наличие и стоимость. Учет по поступлению товаров может осуществляться как по фактическим, так и по плановым ценам (в зависимости от выбранной методики) [2].

При поступлении товара от поставщика необходимо учесть стоимость товара, а также НДС, если он включен в цену. Пример проводок:

Дт 1330 «Товары» Кт 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» – на сумму стоимости товара без НДС.

Реализация товара: при продаже товаров происходит списание их стоимости с учета, а также формируется выручка, которая должна быть правильно отражена в бухгалтерии. Продажа может происходить как за наличные, так и в кредит. При этом важно учитывать, что для правильного расчета выручки необходимо также учитывать НДС и прочие налоги, связанные с реализацией [3, с. 30].

При продаже товара отражается выручка от реализации и НДС, если товар облагается этим налогом. Пример проводок:

Дт 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» Кт 6010 «Доходы от реализации продукции и оказания услуг» – на сумму стоимости товара без НДС.

Дт 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» Кт 3130 «НДС» – на сумму НДС.

Возврат товара: в случае возврата товара от покупателей или от поставщиков бухгалтер должен скорректировать остатки товарных запасов и учесть возможные изменения в финансовых результатах.

Когда покупатель возвращает товар, необходимо скорректировать доходы и НДС. Пример проводок:

Дт 6010 «Доходы от реализации продукции и оказания услуг» Кт 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» – на сумму возврата без НДС.

Дт 3130 «НДС» Кт 1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков» – на сумму НДС по возврату товара.

Списание товара: списание товара может происходить по разным причинам: повреждение, порча, устаревание или конец срока годности. В этом случае товар списывается с учета, и необходимо правильно отразить это в бухгалтерских проводках.

Списание товаров может быть связано с повреждениями, устареванием или утратой товаров. Пример проводки при списании товара:

Дт 7410 «Прочие расходы» – Кт 1330 «Товары» – на сумму списанных товаров.

Не стоит забывать и о том, что существуют проблемы, которые стоит отметить для более правильного заполнения отчетностей и во избежания ошибок:

- **недостаточная бухгалтерская квалификация.** Это может привести к несоблюдению стандартов бухгалтерского учёта;

- **высокая степень налоговой нагрузки.** Сложное и изменчивое налоговое законодательство создаёт трудности при правильном учёте налоговых обязательств;

- **недостаточное использование современных технологий.** Это может приводить к ошибкам в данных и затруднять процессы налогообложения;

- **недостаточное взаимодействие бухгалтерии с другими подразделениями организации;**

- **разницы в бухгалтерском и налоговом учётах.** Главный бухгалтер отвечает за ведение и бухгалтерского, и налогового учёта, но они регламентируются разными законодательными документами;

- **запросы от партнёров.** Партнёры компании нередко обращаются к бухгалтеру за предоставлением основных сведений о компании [4, с. 26].

В бухгалтерии торговых организаций применяются различные методы учета товарных запасов, каждый из которых имеет свои особенности и влияния на финансовые результаты:

Метод FIFO (First In, First Out) — предполагает, что товар, который был приобретен первым, будет продан первым. Этот метод актуален в тех случаях, когда товары подвержены порче или имеют ограниченный срок хранения. В результате применения метода FIFO те товары, которые были приобретены раньше, списываются в первую очередь, что позволяет избежать убытков, связанных с устареванием товаров [3, с. 34].

Предположим, торговая организация закупает одинаковые товары (например, смартфоны) в разных партиях с разной ценой. Операции будут отражаться следующим образом.

Компания закупает 3 партии товара:

1-я партия: 10 единиц товара по цене 50 000 тенге за штуку.

2-я партия: 15 единиц товара по цене 55 000 тенге за штуку.

3-я партия: 20 единиц товара по цене 60 000 тенге за штуку.

Для каждой партии товаров оформляются соответствующие проводки.

Проводки при поступлении товара:

1-я партия товара:

Дт 1330 «Товары» — 500 000 тг (10 единиц × 50 000 тг).

Кт 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» — 500 000 тг.

2-я партия товара:

Дт 1330 «Товары» — 825 000 тг (15 единиц × 55 000 тг).

Кт 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» - 825 000 тг.

3-я партия товара:

Дт 1330 «Товары на складе» — 1 200 000 тг (20 единиц × 60 000 тг).

Кт 3310 «Краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» 1 200 000 тг.

Метод средневзвешенной стоимости — при этом методе для всех товаров на складе вычисляется средняя стоимость, которая используется при списании и продаже. Это помогает нивелировать влияние колебаний цен на товар, но может исказить реальную стоимость товаров, особенно если цены на рынке сильно меняются.

Средняя стоимость = Общее количество товаров/Общая стоимость товаров

Общая стоимость товаров — это сумма стоимости всех закупленных товаров (включая НДС).

Общее количество товаров — это общее количество всех единиц товара, находящихся на складе [3, с. 35].

Предположим, что торговая организация занимается продажей электроники и закупает товар в несколько партий с разной ценой.

Компания закупает 3 партии товара с разными ценами:

1-я партия: 10 единиц товара по 50 000 тенге за штуку.

2-я партия: 15 единиц товара по 55 000 тенге за штуку.

3-я партия: 20 единиц товара по 60 000 тенге за штуку.

Необходимо рассчитать среднюю цену товара на складе после каждой закупки и учесть это в проводках.

После первой партии (10 единиц по 50 000 тг):

Общая стоимость первой партии =  $10 \times 50\,000 = 500\,000$  тг.

Средняя цена товара =  $500\,000 / 10 = 50\,000$  тг.

После второй партии (15 единиц по 55 000 тг):

Общая стоимость второй партии =  $15 \times 55\,000 = 825\,000$  тг.

Общая стоимость всех товаров =  $500\,000 + 825\,000 = 1\,325\,000$  тг.

Общее количество товаров =  $10 + 15 = 25$  единиц.

Средняя стоимость =  $1\,325\,000 / 25 = 53\,000$  тг.

После третьей партии (20 единиц по 60 000 тг):

Общая стоимость третьей партии =  $20 \times 60\,000 = 1\,200\,000$  тг.

Общая стоимость всех товаров =  $1\,325\,000 + 1\,200\,000 = 2\,525\,000$  тг.

Общее количество товаров =  $25 + 20 = 45$  единиц.

Средняя стоимость =  $2\,525\,000 / 45 = 56\,111,11$  тг.

Таким образом, средняя стоимость товара на складе после поступления всех партий составляет 56 111,11 тенге.

**Метод специфической идентификации** в бухгалтерском учете — это способ учета, который используется для точного определения себестоимости конкретного актива или товара. Этот метод применим, когда товары или активы индивидуальны, легко идентифицируемы и имеют разную себестоимость [3, с. 36].

Ювелирный магазин покупает два кольца:

Первое кольцо стоит 100 000 тг

Второе кольцо — 150 000 тг

Если магазин продает второе кольцо за 150 000 тг, метод специфической идентификации позволяет точно указать, что именно проданное кольцо имеет

себестоимость 150 000 тг, а не 100 000. Таким образом, прибыль будет рассчитана корректно:

Продажа: 150 000 тг.

Себестоимость: 150 000 тг.

Прибыль: 0 тг.

Или же рассмотрим на примере автомобилей

Автосалон покупает два автомобиля:

Машина А: Себестоимость 2 000 000 тг .

Машина В: Себестоимость 2 500 000 тг.

При продаже автомобиля В за 3 000 000 тг:

Себестоимость будет указана как 2 500 000 тг.

Прибыль составит: 500 000 тг (3 000 000 - 2 500 000)

Основные задачи бухгалтерского учета товарных операций включают:

- отражение движения товаров: учет всех операций с товарными запасами, включая их покупку, хранение, продажу и списание.

- контроль за наличием и сохранностью товара: бухгалтер должен проверять наличие товара на складах, а также следить за их состоянием (например, по итогам инвентаризации).

- расчет налоговых обязательств: правильный расчет НДС и других налогов, возникающих при купле-продаже товаров, является важной частью учета.

- составление отчетности: бухгалтер должен формировать и сдавать финансовую отчетность, которая должна точно отражать результаты деятельности компании в разрезе товарных операций [4, с. 41].

Внутренний контроль товарных операций в торговых организациях имеет целью обеспечение надежности, достоверности и полноты учета, а также предотвращение ошибок и мошенничества. В условиях рыночной экономики, где конкуренция и риски увеличиваются, внимание к внутреннему контролю является одним из факторов, обеспечивающих успех бизнеса [4, с. 49].

Система внутреннего контроля должна быть комплексной и охватывать все стадии товарооборота: от закупки товара до его реализации и списания.

Основные элементы системы внутреннего контроля включают:

- документирование операций: каждое движение товара должно быть подтверждено соответствующими документами (накладными, актами приемки и сдачи товара, товарными чеками).

- инвентаризацию товарных запасов: регулярные проверки наличия товаров на складах и в торговых точках. Инвентаризации позволяют выявить недостачи и излишки, что помогает в дальнейшем совершенствовать учет [5, с. 57].

Одним из важных аспектов внутреннего контроля является проверка цен и условий закупок. Важно следить за тем, чтобы закупки товаров осуществлялись по рыночным ценам, и чтобы поставщики выполняли свои обязательства по доставке товаров в срок. Это требует наличия контрактов, согласованных с законодательством РК и внутренними нормативными актами компании [6, с. 50].

Анализ рисков является важной частью системы внутреннего контроля товарных операций. Это может включать:

Прогнозирование возможных потерь, связанных с порчей, кражей или нарушением условий поставок (таблица 1) [7].

Таблица 1 - Пример прогнозирования потерь

Месяц	Товарные потери (%)	Примечание
Январь	1,2%	Порча товара, ошибки учета
Февраль	1,1%	Кражи, недостачи
Март	1,0%	Кражи, порча

Апрель	1,3%	Ошибки учета, недостачи
Май	1,4%	Кражи, порча товара
Июнь	1,2%	Порча, недостачи
Примечание: Составлено автором для примера		

Для прогноза потерь на следующий месяц можно вычислить среднее значение процента потерь:

$$\text{Средний процент потерь} = (1,2 + 1,1 + 1,0 + 1,3 + 1,4 + 1,2) / 6 = 1,17\%$$

Прогнозирование потерь на следующий месяц будет составлять 1,17% от стоимости товарных запасов. Если организация ожидает, что на складе будет товаров на 50 млн тенге, то прогнозируемые потери составят:

$$\text{Прогнозируемые потери} = 50\,000\,000 \times 1,17\% = 58\,5000 \text{ тг.}$$

Применение различных инструментов для минимизации потерь, например, систем безопасности на складах или автоматизированных систем учета для предотвращения ошибок.

Внедрение современных информационных технологий значительно улучшает систему внутреннего контроля в торговых организациях. Программное обеспечение для автоматизации бухгалтерского учета, а также системы контроля товарных остатков позволяют значительно повысить точность и скорость обработки информации. Такие решения также помогают в мониторинге и управлении запасами в реальном времени.

В Республике Казахстан существует четко установленная правовая база, которая регулирует бухгалтерский учет и внутренний контроль в торговых организациях. Основные нормативно-правовые акты в данной области включают законы, подзаконные акты и стандарты бухгалтерского учета, которые определяют порядок ведения бухгалтерии, учета товарных операций и налогообложения [7].

Налоговый кодекс Республики Казахстан регулирует все вопросы, связанные с налогообложением товарных операций. Для торговых организаций это особенно важно, поскольку такие операции влекут за собой обязательства по уплате налогов на добавленную стоимость (НДС), акцизов и других налоговых сборов. Важно помнить, что торговые организации, осуществляющие операции с товарами, обязаны вести учет НДС, как при закупках, так и при продаже. Это требует точности при документировании всех товарных операций, чтобы избежать налоговых нарушений [8].

Акцизы: определенные виды товаров, такие как алкоголь, табак и топливо, облагаются акцизами. Учет таких товаров требует особого внимания к соблюдению требований налогового законодательства. Акцизы учитываются на счете 3140 «Акцизы».

Обязанности по налоговой отчетности: компании обязаны сдавать налоговую отчетность, которая должна включать информацию о всех товарных операциях, а также расчет налогов, которые должны быть уплачены в бюджет.

Этот закон регулирует правила ведения бухгалтерского учета в Казахстане. Он устанавливает требования к документированию товарных операций, а также к составлению финансовой отчетности, включая баланс, отчет о прибылях и убытках и другие обязательные документы. Важно, чтобы все товарные операции имели соответствующее документальное подтверждение, что позволяет избежать санкций со стороны налоговых органов.

Несоблюдение законодательства в области бухгалтерского учета и налогообложения может привести к серьезным последствиям. Это включает в себя штрафы, санкции и даже уголовное преследование в случае серьезных нарушений. Важно, чтобы торговые организации строго соблюдали требования законодательства для избежания налоговых и юридических рисков [8].

Таким образом, соблюдение законодательства и учет товарных операций в соответствии с законодательными требованиями Республики Казахстан является обязательным для всех торговых организаций.

Эффективный бухгалтерский учет и система внутреннего контроля товарных операций играют важную роль в деятельности торговых организаций Республики Казахстан. Эти процессы обеспечивают не только соответствие законодательным требованиям, но и высокую степень прозрачности и надежности бизнеса. В условиях быстро меняющихся экономических условий и высококонкурентной среды, внедрение эффективных методов учета и контроля становится важным фактором успешной деятельности компании.

Вместе с тем, для повышения эффективности учета и внутреннего контроля, торговые организации должны активно внедрять новейшие информационные технологии и стремиться к постоянному совершенствованию своих учетных систем и процедур.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» № 234 – III от 28 февраля 2007 г. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.09.2024 г.)//<https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1600000470>
2. Национальный стандарт финансовой отчетности: Приказ министра финансов Республики Казахстан № 50 от 31 января 2013 г. // <https://www.minfin.gov.kz/ru/pages/tset/ntf>
3. Кузнецова Т. В. Бухгалтерский учет в торговле. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 30-36 с.
4. Малков М. М. Бухгалтерский учет и налогообложение в торговле. - М.: Финансы и статистика, 2016. – 26, 41, 49 с.
5. Гринько А. В. Инвентаризация товарных запасов: теория и практика. - М.: Экономика, 2017. – 57 с.
6. Нурахметова Т.А. - **Роль внутреннего контроля в торговых организациях Казахстана, 2020. – 50 с.**
7. Закон Республики Казахстан «**Методические рекомендации по внутреннему контролю в торговых организациях**» 7 апреля 2023 года № 32251 // <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V2300032251> .
8. Налоговый кодекс Республики Казахстан №120-VI от 25 декабря 2017 г. (с изменениями и дополнениями по состоянию на 09.09.2024 г.) //<https://adilet.zan.kz/rus/docs/K170000427> .

#### **Сведения об авторах:**

<sup>1</sup> Троянова Эльвина Сабировна – студентка 4 курса УиА-21-3р Каспийского общественного университета, e-mail: [troanovaelvina33@gmail.com](mailto:troanovaelvina33@gmail.com)

<sup>2</sup> Калиакпарова Гульнар Шаймардановна – научный руководитель, PhD, ассоциированный профессор, Каспийский общественный университет, email: [GK\\_2003@mail.ru](mailto:GK_2003@mail.ru)

#### **Авторлар туралы ақпарат:**

<sup>1</sup> Троянова Эльвина Сабировна – Каспий қоғамдық университетінің УИА-21-3р 4 курс студенті, e-mail: [troanovaelvina33@gmail.com](mailto:troanovaelvina33@gmail.com)

<sup>2</sup> Калиакпарова Гүлнәр Шаймарданқызы – ғылыми жетекші, PhD, доцент, Каспий қоғамдық университеті, email: [GK\\_2003@mail.ru](mailto:GK_2003@mail.ru)

#### **Information about the authors:**

<sup>1</sup> Troanova Elvina Sabirovna – 4th year student UiA-21-3r of the Caspian Public University, e-mail: [troanovaelvina33@gmail.com](mailto:troanovaelvina33@gmail.com)

<sup>1</sup> Kaliakparova Gulnar Shaimardanovna – scientific supervisor, Ph.D, Associate Professor, Caspian Public University, email: [GK\\_2003@mail.ru](mailto:GK_2003@mail.ru)

## КӘСІПОРЫННЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН БАСҚАРУ

Турегалиева А.Е.<sup>1</sup>, Бактиярова А.Ж.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық Университеті, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Аңдатпа.** Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару – қазіргі заманғы нарықтық экономика жағдайында компанияның табысты жұмыс істеуі мен дамуы үшін маңызды бағыттардың бірі. Бұл тақырып кәсіпорынның бәсекелестер арасындағы позициясын нығайтуға бағытталған тиімді басқару стратегияларын әзірлеуді, енгізуді және бақылауды қарастырады. Мақалада кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқарудың негізгі құралдары ретінде стратегиялық жоспарлау, инновациялық шешімдерді енгізу, қызметкерлерді ынталандыру және тиімді маркетингтік стратегиялар талқыланады. Сонымен қатар, тұрақты даму принциптерін сақтау арқылы ұзақ мерзімді бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету мәселелері қозғалады.

**Кілт сөздер:** бәсеке, кәсіпорын, стратегия, инновация, нарықтық орта, бәсекеге қабілеттілік.

**Аннотация.** Управление конкурентоспособностью предприятия – одно из важнейших направлений для успешной деятельности и развития компании в условиях современной рыночной экономики. Эта тема рассматривает разработку, внедрение и контроль эффективных стратегий управления, направленных на укрепление позиций предприятия среди конкурентов. В статье обсуждаются основные инструменты управления конкурентоспособностью предприятия, такие как стратегическое планирование, внедрение инновационных решений, мотивация сотрудников и эффективные маркетинговые стратегии. Также затрагиваются вопросы обеспечения долгосрочной конкурентоспособности через соблюдение принципов устойчивого развития.

**Ключевые слова:** конкуренция, предприятие, стратегия, инновация, рыночная среда, конкурентоспособность.

**Summary.** Managing the Competitiveness of an Enterprise is one of the most important aspects for ensuring a company's successful operation and development in the modern market economy. This topic focuses on the development, implementation, and control of effective management strategies aimed at strengthening the enterprise's position among competitors. The article discusses the main tools for managing enterprise competitiveness, such as strategic planning, the implementation of innovative solutions, employee motivation, and effective marketing strategies. It also addresses the issue of ensuring long-term competitiveness through adherence to sustainable development principles.

**Keywords:** competition, enterprise, strategy, innovation, market environment, competitiveness

Қазіргі заманғы нарықтық экономика жағдайында кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі оның табысты жұмыс істеуінің негізгі факторы болып табылады. Бәсекеге қабілеттілік – кәсіпорынның нарықта бәсекелестермен салыстырғанда артықшылыққа ие болу және тұрақты даму мүмкіндігін қамтамасыз ету қабілеті. Бұл ұғым тек экономикалық көрсеткіштерді ғана емес, сонымен қатар сапа, инновация, баға, маркетинг, және тұтынушыларға бағдарланған тәсілдерді қамтитын кешенді түсінік болып табылады.

Бүгінгі таңда өз жұмысының тиімді нәтижелеріне қол жеткізу үшін кәсіпорындар үнемі өзгеріп отыратын жағдайларға бейімделуі қажет, бұл өз кезегінде кәсіпорынның



дамуы мен оның бәсекеге қабілеттілігін арттырудың инновациялық тұжырымдамаларын әзірлеуді талап етеді. Бұл концепцияларды дамыту үшін бәсекеге қабілеттіліктің экономикалық категориясын, оның ерекшеліктері мен сипаттамаларын жан-жақты зерттеу қажет. Тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің кешенді механизмі туралы қажетті теориялық және практикалық білімнің болмауы көбінесе бағаны белгілеуде елеулі қателіктерге әкеп соғады, бұл кейбір жағдайларда елеулі шығындарға, кейде кәсіпорындардың банкротқа ұшырауына әкеледі [1].

Қазақстандық кәсіпорындардың өнімдерінің ішкі нарықтағы бәсекеге қабілеттілігі. Өте маңызды және дәл уақытында ел назарына ұсынылып отырған асқақ мақсат. Өйткені, әлемдегі барынша өрбіп, қанатын жайған жаһандану үрдісінен тыс ешбір мемлекет болмайды. Соның ішінде ашық әрі демократиялық қоғам құрып жатқан Қазақстан одан шеткері қалмайды. Демек, дүние жүзі мемлекеттерінің ішінде алатын орнымыз осы бәсекеге қабілеттілікке байланысты. Экономиканың даму қарқынын үдетіп, оны ұзақ уақыт ұстап тұру мүмкіндігі де осы бәсекеге қабілеттілікке байланысты.

Бәсекеге қабілеттілік осы нарықтағы ұқсас объектілермен салыстырғанда бәсекеге төтеп беру қабілетін айқындайды. «Басқару проблемалары жөніндегі Еуропалық форум» бәсекеге қабілеттілікке мынадай анықтама берді. Бәсекеге қабілеттілік дегеніміз – бұл фирмалардың өздеріне жасалып отырған жағдайларда олардың бәсекелестерінің тауарларымен салыстырғанда бағасы және бағадан тыс сипаттамалары бойынша тұтынушылар үшін тартымдырақ болатын тауарлар әзірлеу мен өткізудің нақты және әлеуетті мүмкіндігі. М. Эрлих және Дж. Хайн пікірлері бойынша бәсеке қабілеті – фирманың өз тауарын сату қабілеті.[2]

М.Портер кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігінің барлық факторларын бірнеше типтерге бөлуді ұсынады. Біріншіден, кәсіпорынның бәсеке қабілеттілік факторлары негізгі және дамыған болып бөлінеді. Негізгі факторлар – бұл табиғат ресурстары, елдің географиялық, климаттық жағдайы, біліксіз немесе жартылай білікті жұмыс күші. Дамыған факторлар – ақпарат алмасудың қазіргі заманғы инфрақұрылымы, жоғары білікті кадрлар, жоғары технологиялы өндірісті қолдану. Екіншіден, мамандану дәрежесіне байланысты жалпы және мамандандырылған болып бөлінеді. Жалпы факторлаға инфрақұрылым, жоғары білімді персонал жатқызылса, мамандандырылған факторларға тар мамандандырылған персонал, айрықша инфрақұрылым жатады. Үшіншіден, бәсеке қабілеттілік факторларын табиғи (табиғи ресурстар, географиялық жағдай) және жасанды құрылған (техника, технологиялық, экономикалық орта және т.б.) деп бөлуге болады. Төртіншіден, ішкі және сыртқы факторлар болып бөлінеді Соның ішінде ішкі факторларға: қызметкерлердің біліктілігі мен мотивациясы, өндіріс процесінің тиімділігі, қаржылық тұрақтылық және ресурстарды басқару жатады. Ал сыртқы факторларға келетін болсақ, оған: нарықтық орта, тұтынушылардың сұранысы, бәсекелестердің іс-әрекеті, экономикалық және заңнамалық жағдайларды жатқызуға болады.

Жалпы кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің негізгі элементтері қандай? Ол элементтер кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін дамытуға қандай үлес қоса алады?

1. Өнімнің сапасы. Сапа – тұтынушының қажеттілігін қанағаттандыратын негізгі көрсеткіш. Жоғары сапалы өнім тұтынушылар арасында сенімділік пен тұрақты сұраныс қалыптастырады. Сонымен қатар, тұтынушылар барынша сапалы өнімді таңдауға тырысады.

2. Баға. Тұтынушылар үшін баға мен сапаның арасындағы тепе-теңдік маңызды. Тиімді баға саясаты компанияның бәсекелестік артықшылықтарын нығайтуға көмектеседі. Баға тұтынушыларға қолайлы болған сайын, тұтынушылар тұрақты болады.

3. Инновация. Жаңа технологияларды енгізу және қызмет түрлерін жаңарту компанияның нарықтағы икемділігін арттырады және жаңа тұтынушыларды тартады. Себебі, жаңа нәрсе үнемі тұтынушылардың қызығушылығын арттырады.

4. Маркетингтік стратегиялар. Нарықты зерттеу, тиімді жарнама және тұтынушылармен белсенді байланыс – компанияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ықпал етеді. Жарнамалар, жеңілдіктер- тұтынушыларды тартатын магнит.

5. Тұтынушыларға бағдарлану. Клиенттердің қажеттіліктерін түсініп, олардың қанағаттануын қамтамасыз ету ұзақ мерзімді бәсекелік артықшылық береді.

Міне, осы элементтерді ескерген кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі одан ары арта түседі деп ойлаймын.

Осы орайда кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалауға арналған бірнеше әдістерді айта кеткім келіп отыр. Олардың көшбасшысы-SWOT талдау әдісі. Кәсіпорынның күшті және әлсіз жақтарын, оның мүмкіндіктері мен қауіптерін бақылау арқылы бәсекеге қабілеттілікті бағалауға болады. Одан кейінгі тиімді әдіс ретінде - Бенчмаркинг әдісі. Бенчмаркинг – бұл ұйымның өз қызметін жақсарту мақсатында саланың немесе нарықтағы үздік компаниялардың тәжірибесін зерттеп, сол тәжірибені өз жұмысында қолдану әдісі. Бұл әдіс бәсекеге қабілеттілікті арттыруға, өнім сапасын жақсартуға және бизнес-процестерді тиімді етуге бағытталған. Кәсіпорын осы екі әдіспен тоқталып қана қоймай, финанстық көрсеткіштерді талдай білгені жөн. Соның ішінде: рентабельділік, өтімділік және қаржылық тұрақтылық деңгейлерін бағалау. Нарықтық позицияны таллау туралы да ұмытпаған дұрыс. Нарықтағы үлесті, клиенттердің қанағаттануын, және брендтің беделін зерттеу орасан зор көмек көрсетеді.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі мәселесін толығырақ бағалау үшін оның критерийлері (өлшемдері) мен көрсеткіштеріне баға беру керек. Критерийлердің келесі түрлерін бөліп көрсетуге болады:

Бірінші критерий - кәсіпорынның өндірістік қызметінің тиімділігі. Осы критерий бойынша кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін бағалау мынандай көрсеткіштер тобын қарастырады: өндірістік үрдістерді басқару тиімділігі; өндірістік шығындардың үнемділігі; негізгі еңбекті ұйымдастыру; өнімді өндіру; технологияның жетілгендігі.

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің екінші критерийі – кәсіпорынның қаржылық жағдайы, яғни: мүлктік жағдайды бағалау; кәсіпорынның өтімділік және қабілеттілік көрсеткіштері; қаржы тұрақтылығы көрсеткіштері; іскерлік-белсенділік көрсеткіштері; кәсіпорын қызметінің қаржылық нәтиже көрсеткіштері.

Үшінші критерийіне тауар қозғалысы мен өткізуді ұйымдастырудың тиімділігі жатады. Бұл критерий келесі көрсеткіштермен сипатталады: дайын өнімнің жиналып қалу коэффициенті; сату рентабельділігі; өндірістік қуаттарды жіктеу коэффициенті; жарамдылықтың тиімділігі [3].

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілік стратегиясы кәсіпорынның алдына қойған мақсаттарына байланысты: сатып алу, өткізу, зерттеу және т.б., олар әдетте кәсіпорын қызметінің негізгі бағыттарымен сәйкес келеді. Мақсаттарды тұжырымдау, ең алдымен, компания ішіндегі нақты жағдайға сәйкес болуы керек. Сондықтан кәсіпорынның күшті және әлсіз жақтарын талдау қажет. Күшті жақтарына мыналар жатады: кәсіпорынның қаржылық жағдайы, оның жылдық табысы, персоналдың біліктілігі, технологиялық құрамдас бөлігі, техникалық жабдықталуы, брендті тану және т.б. Әлсіз жақтары мыналарды қамтуы мүмкін: нашар еңбек жағдайлары, жоғары өндіріс шығындары, ескірген жабдық, тұрақсыз тарату арналары [4].

Бұл жағдайда SWOT талдау тұжырымдамасы пайда болады, ол қолдануға оңай және компанияның барлық мүмкіндіктерін анық көрсетеді.

Жоғарыда айтылғандарды бағалап, салыстыра отырып, компания әлемдік нарықтағы сыртқы ортаны зерттеуге кіріседі, атап айтқанда, ол өз мақсаттарына жету үшін қандай мүмкіндіктерді пайдаланады және бар проблемаларды жою үшін нені пайдалануға болады; компанияның өз мақсаттарына жетуіне кедергі болатын қауіптер қарастырылады. [5]

Бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз етудің теориялық тәсілдерін зерделеу барысында белгілі бір нарықтық жағдайда стратегияларды пайдалану, артықшылықтар

мен стратегияларды есепке ала отырып, кейбір қолданыстағы стратегияларға талдау жасалды, тауарлар мен қызметтерді өткізудегі бәсекелестік дәрежесіне әсер ететін факторлар анықталды [6].

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару – бұл компанияның нарықтағы тұрақтылығын қамтамасыз ету, тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру және ұзақ мерзімді табыстылықты қамтамасыз ететін стратегиялық үдеріс. Бұл басқару жүйесі тек қана өнім сапасын арттыру немесе шығындарды азайтумен шектелмейді, ол кәсіпорынның барлық деңгейіндегі кешенді және жүйелі өзгерістерді талап етеді.

Бәсекеге қабілеттілікті басқару үшін кәсіпорын келесі маңызды қадамдарды жүзеге асыруы керек: стратегиялық жоспарлау, инновациялар енгізу, маркетинг пен брендті дамыту, ресурстарды тиімді пайдалану, қызметкерлердің әлеуетін дамыту.

Кәсіпорын нарықтағы өз позициясын айқындап, қысқа және ұзақ мерзімді мақсаттарды, жоспарларды айқындауы керек. Осы сәтте инновация туралы ұмытпаған дұрыс. Әр түрлі жаңа технологиялар мен жаңа өнімдерді ұсыну арқылы нарықта ерекшеленіп, өз орынын таба алады. Клиенттермен сенімді байланыс орнатып, кәсіпорынның оң имиджін қалыптастырған абзал. Алайда, тәуекелдер мен шығындарды ескерген жөн. Шығындарды азайту және өндіріс процестерін оңтайландыру арқылы бәсекелестік артықшылықтар жасалуы, кәсіпорынның бәсекеге қабілетін арттырады. Кәсіпорынға ең қажетті ресурс- адам ресурсы. Кәсіпорынның кадрлық базасын нығайтып, оларға қажетті дағдылар мен білім беру, әр түрлі семинарлар мен тренингтер өткізу, персоналдарды ынталандыру жұмыстың өнімділігін арттырады.

Компанияның бәсекеге қабілеттілігін басқару оның тұрақты дамуын, нарықтағы үлесін көбейтуді және тұтынушылардың сенімін нығайтуды қамтамасыз етеді. Бұл процесс тиімділікке, икемділікке және инновацияларға негізделген ұзақ мерзімді стратегияны талап етеді. Қорытындылай келе, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару – бұл үздіксіз жақсарту, өзгерістерге бейімделу және нарық қажеттіліктеріне икемді әрекет ету процесі. Заманауи бизнес ортада бәсекеге қабілеттілікті сақтай алған кәсіпорын ғана өз саласында ұзақ мерзімді табысқа қол жеткізе алады.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Шелудько Е.Б. Конкурентоспособность предприятия: сущность, факторы и принципы. -2017.-240 с.
2. Егорова Л.С., Макарычев А.А. Управление конкурентоспособностью предприятия. -2012.-320 с.
3. Шумилина В.Е, Кожемякина Ю.С., Тан Чжень Стратегия конкурентоспособности предприятия как основной фактор его развития на внешнем рынке и источники её построения. - М.: Издательство «КНОРУС»,2019.-192с
4. Макронос А.Г., Маврина И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность. - М.: Издательство «ЮНИТИ-ДАНА», 2011. - 256 с.
5. Пенькова И.В., Рюмина П.А. Стратегии конкурентоспособности: теоретические подходы. - М.: Издательство «ИНФРА-М», 2016. - 224 с.

### Авторлар туралы мәліметтер

\*Турегалиева Айслу Ерлановна - Каспий Қоғамдық Университетінің 4 курс студенті, e-mail:turegalievaajslu@mail.ru

\*\*Бактиярова Альфия Жалеловна- э.ғ.м,аға оқытушы,Каспий Қоғамдық Университеті,e-mail:alasha\_80@mail.ru



## ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ АЗАМАТТЫҚ ҚОҒАМНЫҢ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Утеулиева М.А.<sup>1</sup>, Тураров Д.Р.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Ұсынылған мақалада мемлекеттік институттар мен қоғамдық ұйымдардың өзара іс-қимылына баса назар аудара отырып, ҚР-да азаматтық қоғамды дамытудың негізгі мәселелері қарастырылады. Құқықтық қолдаудың жеткіліксіздігі және саяси кедергілер сияқты шектеуші факторлар талданады. Азаматтық қоғаммен тиімді өзара іс-қимыл жасау үшін жағдайларды қалыптастырудағы мемлекеттік қызметтің рөліне ерекше назар аударылды. Мемлекет пен қоғам арасындағы сенімді нығайту үшін мемлекеттік құрылымдар мен азаматтық ұйымдар арасындағы іс-қимылды жақсарту бойынша шаралар ұсынылады.

**Түйін сөздер:** азаматтық қоғам, саяси ұйымдар, мемлекеттік қызмет, басқару, қоғамдық ұйымдар, демократия, құқықтар мен бостандықтар.

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Утеулиева М.А.<sup>1</sup>, Тураров Д.Р.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В представленной статье рассматриваются основные вопросы развития гражданского общества в РК с акцентом на взаимодействие государственных институтов и общественных организаций. Проанализированы факторы, ограничивающие активность гражданских объединений, такие как недостаточная правовая поддержка и политические барьеры. Особое внимание было уделено роли государственной службы в формировании условий для эффективного взаимодействия с гражданским обществом. Для укрепления доверия между государством и обществом будут предложены меры по улучшению взаимодействия между государственными структурами и гражданскими организациями.

**Ключевые слова:** гражданское общество, политические организации, государственная служба, управление, общественные организации, демократия, права и свободы.

## PROBLEMS OF CIVIL SOCIETY DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Uteulieva M.A.<sup>1</sup>, Turarov D.R.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** This article considers the main issues of civil society development in the Republic of Kazakhstan with a focus on the interaction between state institutions and public organisations. Factors limiting the activity of civil associations, such as insufficient legal support and political barriers, have been analysed and substantiated. Special attention was paid to the role and methods of public service in forming conditions for effective interaction with civil society. Measures to improve interaction between state structures and civil organisations will be proposed to build trust between the state and society.

**Keywords:** civil society, political organisations, civil service, governance, public organisations, democracy, rights and freedoms.

Азаматтық қоғамның дамуы кез келген елдегі демократиялық процестердің ажырамас бөлігі болып табылады және Қазақстан Республикасы үшін де ерекшелік болып табылмайды. Жаһандану және әлеуметтік өзгерістер жағдайында мемлекеттің азаматтармен тиімді өзара іс-қимылы, сондай-ақ қоғамның саяси және әлеуметтік өмірге белсенді қатысуы үшін жағдай жасау мәселелері ерекше маңызға ие болады. Бұл процестер үшін мемлекеттік қызмет пен басқару органдарының рөлі ерекше маңызға ие. Демократия, ашықтық және биліктің есеп беру деңгейі мемлекеттік институттардың азаматтық бірлестіктермен өзара іс-қимыл сапасына байланысты. Мемлекеттік тетіктерді жетілдіру және мемлекеттік басқарудың тиімділігін арттыру билік пен халық арасындағы сенімді нығайту үшін мүмкіндіктер туғыза отырып, азаматтық қоғамның дамуына тікелей әсер етеді. Осыған байланысты мемлекеттік қызмет пен басқару контекстіндегі азаматтық қоғам мәселелерін зерттеу ағымдағы қиындықтарды түсінудің және оларды жеңу бойынша ұсыныстар әзірлеудің маңызды аспектісіне айналады.

*Азаматтық қоғам* – бұл қоғамның өзегі. Оның келесідей мақсат-міндеттері бар: халықтың барлық әлеуметтік таптарының әл-ауқатын қамтамасыз ету, азаматтардың өмір сүру деңгейін көтеруге ықпал етуші жағдайды жасау, жеке тұлғалардың шығармашылық, саяси қабілеттерін ашуға мүмкіндік беретін орта қалыптастыру, қажеттіліктерін қанағаттандыруға жағдай жасау.

Қазақстан Республикасының Конституциясының 1-бабына сәйкес, «Қазақстан өзін демократиялық, зайырлы, құқықтық және әлеуметтік мемлекет ретінде орнықтырады», демек, кез келген демократиялық-құқықтық мемлекеттегі азаматтардың әлеуетін айқындайтын институт – азаматтық қоғам [1].

Қазақстан Республикасындағы азаматтық қоғам құқықтық қамтамасыз ету және әлеуметтік тұрақтылық саласындағы елеулі табыстарға қарамастан, әлі күнге дейін қалыптасу және даму сатысында тұр. Посткеңестік кезеңде, 1991 жылы тәуелсіздік алғаннан бастап, елдің азаматтық қоғамы авторитарлық жүйенің мұрасына, демократиялық институттардың тапшылығына және әлсіз институционалдық инфрақұрылымға байланысты бірқатар тегеуріндерге тап болды.

Азаматтық қоғам – жалпы әлеуметтік, экономикалық, мәдени-рухани қоғамдық қатынастардың нәтижесінде мемлекеттік құрылымнан бөлек қалыптасатын институт. Яғни, біздің түсінігімізде, ол – мемлекеттен дербес, ашық, мемлекеттік басқару құрылымдарына тәуелді емес қоғам. Жоғарыда атап көрсеткендей, еліміздегі азаматтық қоғамды қалыптастырып, оның дамуына іргетас болатын алғышарт – Қазақстан Республикасының Конституциясы. Себебі, биліктің бірден-бір бастауын «халық» деп таниды (3-бап), ҚР аумағында идеологиялық және саяси әр-алуандылық танылады (5-бап), қоғамдық бірлестіктерді заң алдында бірдей деп таниды (5-бап), мемлекеттік және жеке меншік бірдей танылып, қорғалады (6-бап) және сол секілді азаматтық қоғамның іргетасын қалаушы өзге де нормативтер көзделген. Жалпылама, азаматтық қоғам – әлеуметтік, экономикалық, ақпараттық, саяси, мәдени-рухани жүйелердің бірізділігінің көрінісі дей аламыз.

Тәуелсіздіктің алғашқы кезеңдерінде Қазақстандағы азаматтық қоғам саяси және құқықтық институттар жаңа жағдайларға бейімделе бастаған жағдайда дамыды. 1990 жылдары үкіметтік емес ұйымдар, адам құқықтары қорғайтын қоғамдық ұйымдар мен экологиялық топтар сияқты азаматтық институттарды құру процесі мемлекеттік реттеумен және биліктің қатаң бақылауымен шектелді. 2000 жылдардан бастап саяси тәуелсіздіктің нығаюымен және сыртқы экономикалық жағдайлардың жақсаруымен азаматтық қоғам жұмыс істеуге кең мүмкіндіктер ала бастады.

Ең алдымен, ел тарихындағы азаматтық қоғамның даму жолына көз жүгіртейік. 1995 жылы қолданыстағы Конституциямыз қабылданғаннан кейін бірқатар аталмыш қоғамдық қатынастарды реттейтін нормативтік құқықтық актілер қабылданған болатын.

Мысалы, 1996 жылдың 31 мамырында «Қоғамдық бірлестіктер туралы» ҚР Заңы қабылданып, азаматтардың Конституциямен белгілеген қоғам мүдделеріне сай болатын бірлесу бостандығына деген құқықты жүзеге асыруды заңдастырып берді [2]. Ал 2002 жылдың 15 шілдесінде «Саяси партиялар туралы» ҚР заңы қабылданған еді. Аталмыш заңға сәйкес, «Азаматтардың, әртүрлі әлеуметтік топтардың мүдделерін мемлекеттік биліктің өкілді және атқарушы, жергілікті өзін-өзі басқару органдарында білдіру және оларды қалыптастыру ісіне қатысу мақсатында олардың саяси еркін білдіретін Қазақстан Республикасы азаматтарының ерікті бірлестігі саяси партия деп танылады» деп көрсетілген [3]. Міне, осылайша мемлекетіміздегі азаматтық қоғамның қалыптасу процесі жүзеге асып бастаған болатын.

1990 жылдардың аяғынан бастап Қазақстанда азаматтық қоғам институттарының неғұрлым белсенді дамуы басталады. Осы кезеңде үкіметтік емес ұйымдар, қоғамдық бірлестіктер, мәдени және құқық қорғау топтары санының өсуі, сондай-ақ адам құқықтарының халықаралық стандарттарының кеңінен қабылдануы байқалады. 1997 жылы "Үкіметтік емес ұйымдар туралы" ҚР Бірінші Заңы қабылданды, ол азаматтық қоғам ұйымдарының жұмыс істеуі үшін құқықтық негізді ресми түрде мойындады және бекітті. Осы кезеңде Қазақстанда халықаралық үкіметтік емес ұйымдар белсенді жұмыс істей бастайды, Жергілікті Қоғамдық қозғалыстар мен қауымдастықтар құрылуда.

Жалпы «азаматтық қоғам» ұғымы деп нені, қандай қатынастарды қарастырамыз? Қазақстан Республикасының азаматтық қоғамы мемлекеттік бақылауға тәуелсіз жұмыс істейтін, алайда саяси, әлеуметтік және экономикалық тұрақтылықты қалыптастыру мақсатында онымен өзара іс-қимыл жасайтын түрлі институттардың, ұйымдардың және әлеуметтік өзара іс-қимылдардың жиынтығы болып табылады. Азаматтық қоғамның негізгі элементтері:

1) *Коммерциялық емес ұйымдар*. Азаматтық қоғамның маңызды құрамдас бөліктері коммерциялық емес ұйымдар, соның ішінде қоғамдық бірлестіктер, қорлар, қауымдастықтар және азаматтарды ұйымдастырудың басқа түрлері болып табылады. Қазақстандағы аталмыш ұйымдар азаматтардың құқықтары мен мүдделерін қорғауда, әлеуметтік бағдарламаларды іске асыруда, сондай-ақ денсаулық сақтау, білім беру, экология және адам құқықтары саласындағы түрлі бастамаларды қолдауда шешуші рөл атқарады.

2) *Бұқаралық ақпарат құралдары*. БАҚ азаматтық қоғамның маңызды институты болып табылады, өйткені олар жұртшылықты хабардар етіп қана қоймай, қоғамдық пікірді қалыптастыруға, өзекті мәселелерді талқылауға, сондай-ақ мемлекеттік органдардың қызметін бақылауға ықпал етеді.

3) *Саяси партиялар мен қозғалыстар*. Саяси партиялар саяси өмірді ұйымдастыруда, бағдарламаларды ілгерілетуде және азаматтардың мүдделерін білдіруде маңызды рөл атқарады. Қазақстанда құқықтық өріс шеңберінде әрекет ететін және сайлауға қатысатын бірнеше саяси партиялар тіркелген, алайда саяси спектр шектеулі болып қала береді, бұл елдің саяси жүйесінің ерекшеліктеріне байланысты.

4) Азаматтық қоғамның маңызды құрамдас бөлігі *волонтерлік жобалар* мен әлеуметтік бастамаларға қатысуға дайын *жекелеген азаматтардың белсенділігі* болып табылады. Еріктілер ұйымдары мен бейресми топтар мұқтаж жандарға көмек көрсетуге, экологиялық мәселелерді шешуге, мәдени және білім беру іс-шараларын ұйымдастыруға белсенді қатысады.

5) Азаматтық қоғамның дамуында *білім және ғылым жүйесі* маңызды рөл атқарады. Университеттер, ғылыми мекемелер мен ғылыми орталықтар білікті мамандарды даярлауды қамтамасыз етіп қана қоймай, ғылыми зерттеулерге негізделген әлеуметтік және экономикалық бастамаларды әзірлеуге белсенді қатысады.

Елдің демократиялық институттарды нығайтуға, әлеуметтік әділеттілікті жақсартуға және адам құқықтарын қамтамасыз етуге ұмтылысын ескере отырып, Қазақстан Республикасында азаматтық қоғамды дамыту маңызды міндет болып

табылады. Азаматтық қоғам демократиялық жүйенің маңызды бөлігі бола отырып, қоғамдық пікірді қалыптастыруда, билік қызметін бақылауда және мемлекеттегі тұрақтылықты қамтамасыз етуде шешуші рөл атқарады. Азаматтық қоғамның толыққанды дамуы кешенді тәсілді және бірқатар проблемаларды жоюды талап ететінін атап өткен жөн.

Ендігі кезекте, азаматтық қоғамның жекелеген институттарына, олардың дамуына және дамуға кедергі болатын тегеуріндерді айқындайық.

Мемлекет басшысы *Қасым-Жомарт Кемелұлы Тоқаевтың* 2022 жылғы 16 наурыздағы *«Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру жолы»* атты Қазақстан халқына Жолдауында «Бүкіл құзырет бір қолда болуына негізделген басқару жүйесі қазір өзінің тиімділігін жоғалтты. Бұл жүйе көзқарасы мен ұстанымы әрқилы азаматтық қоғамды ұйыстыра алмайды» деп атап өткен болатын. Бұл дегеніміз – орталықтандырылған биліктің күшеюі, жергілікті өзін-өзі басқару ұйымдарының болмауы, саяси плюрализмнің болмауы, қоғамдық-коммерциялық емес ұйымдардың мемлекетпен байланысты болуы секілді әрекеттер дамыған «азаматтық қоғамды» құруға тікелей қарама-қайшылықтар [4].

Сонымен қатар, президентіміз Қ.Тоқаев аталмыш жолдауында саяси партиялардың рөлін айқындап, азаматтық қоғамның басты институттарының бірі ретінде таныды. Қазіргі таңда Қазақстанда 7 саяси партия ресми түрде тіркелген. Олар:

- 1) Amanat Партиясы;
- 2) «Ақ жол» Қазақстан демократиялық партиясы;
- 3) Қазақстан Халық партиясы;
- 4) «Ауыл» халықтық-демократиялық патриоттық партиясы;
- 5) Адал саяси партиясы;
- 6) Жалпыұлттық социал-демократиялық партия;
- 7) Қазақстандық «Байтақ» Жасылдар партиясы.

Бірақ, бұл тұста ең басты проблема туындайды. Қазақстандағы азаматтық қоғам дамуының негізгі аспектілерінің бірі азаматтардың билік институттарына, оның ішінде *саяси партияларға* деген сенім деңгейі болып табылады. Елдегі саяси партияларға деген сенім жағдайы азаматтардың саяси процеске қатысу дәрежесіне және демократиялық институттардың дамуына айтарлықтай әсер етеді. 2022 жылғы ақпанда Қазақ стратегиялық зерттеулер институты (ҚСЗИ) жүргізген әлеуметтанулық зерттеу нәтижелеріне сәйкес, Қазақстандағы саяси партиялар билік институттары арасында ең төмен сенім деңгейіне ие — небәрі 43,7%. Бұл көрсеткіш азаматтардың саяси партияларға қатысты терең проблемаларын көрсетеді, бұл елдегі азаматтық қоғам мен демократиялық процестердің жұмыс істеуі үшін өте маңызды [5].

Саяси партиялардың алуан түрлілігі мен көппартиялық жүйенің ресми қолдауына қарамастан, іс жүзінде Қазақстандағы саяси партиялар халық арасында олардың сенімін төмендететін бірқатар проблемаларға тап болады. Қазақстанда бір саяси күштің, билікті қолдайтын партияның үстемдігі нақты саяси бәсекелестікті дамыту үшін мүмкіндіктерді едәуір шектейтін жағдай тарихи түрде қалыптасты. Бұл елдегі көптеген саяси партиялардың, соның ішінде оппозициялық партиялардың сайлаушылардың дауыстары үшін еркін және тиімді бәсекеге түсе алмауынан көрінеді. Қазақстандағы көптеген саяси партиялар күнделікті саяси өмірде белсенді емес, азаматтарды тарту бойынша айтарлықтай жұмыс жүргізбейді, сондай-ақ партиялық процестерге мүшелер мен қолдаушыларды тарту жүйесін дамытпайды. Қазақстандағы көптеген саяси партиялар ірі бизнес-құрылымдармен және ықпал ету топтарымен байланысты, бұл клиентелизм жүйесін қалыптастырады, онда партиялық қызмет жалпы қоғамның мүдделерін іске асыруға емес, жекелеген топтардың немесе элиталардың сұраныстарын қанағаттандыруға бағытталған. Бұл азаматтардың партияларға деген сенімін әлсіретеді, өйткені олар оларды қоғамдық мәселелерді шешудің тетігі емес, жеке мақсаттарға жетудің саяси құралы ретінде қабылдай бастайды.



Азаматтық қоғамның келесі маңызды институттарының бірі – бұқаралық ақпарат құралдары. Жоғарыда атап көрсеткен Президент жолдауында бұл тақырып та тысқары қалмады. «Бұқаралық ақпарат құралдары бәсекеге қабілетті және еркін болуы керек. Бұл қағидат қазір кез-келген өркениетті ел үшін айрықша маңызды. Отандық ақпарат құралдарының Қазақстанда, өңірде және әлемде болып жатқан үдерістер туралы өз көзқарасы болуға тиіс. Журналистер өз еліне және азаматтарына шынайы жанашыр болуға тиіс. Бұқаралық ақпарат құралдары бекерден бекер "төртінші билік" атанбаса керек. Сол себепті сіздер жұрттың санасы мен сезіміне ықпал ету мәселесіне мұқият қарағандарыңыз жөн», - деп мемлекет басшысы халыққа жолдауында БАҚ мәселесін де көтерген болатын [4].

Жалпы бұқаралық ақпарат құралдары, масс-медиа саласындағы азаматтық қоғамдық қатынастарды 2024 жылғы 19 маусымда қабылданған «Масс-медиа туралы» ҚР заңы реттеуді жүзеге асырады [6].

Сонымен қатар, азаматтық қоғамның басты элементі – жергілікті өзін-өзі басқару органдары. Жергілікті өзін-өзі басқару Қазақстанның саяси жүйесінің маңызды бөлігі және азаматтардың өз өңірінің істерін басқаруға қатысуы үшін негіз болып табылады. Соңғы онжылдықтарда Қазақстанда жергілікті билік органдарының рөлін күшейтуге және азаматтармен өзара іс-қимылды жақсартуға бағытталған осы салада бірқатар өзгерістер байқалды. Жергілікті өзін-өзі басқару азаматтық белсенділікті арттыруға, қызмет көрсету сапасын жақсартуға және жергілікті жерлерде мәселелерді шешуге ықпал етеді және азаматтық қоғамды дамытудың маңызды элементі болып табылады.

Қазақстан Республикасы Ішкі істер министрлігінің деректері бойынша елде ауылдық округтердің, аудандар мен қалалардың әкімдерін (басшыларын), сондай-ақ өкілді органдар –мәслихаттарды қоса алғанда, 2 400-ден аса жергілікті өзін-өзі басқару органдары жұмыс істейді. Мәслихаттар тікелей сайлау негізінде сайланатын сайланбалы депутаттардан тұрады. Жергілікті өзін-өзі басқару азаматтарға саяси өмірге қатысуға және олардың күнделікті өміріне қатысты шешімдерге тікелей әсер етуге мүмкіндік береді. Атап айтқанда:

1) *Өмір сүру сапасын жақсарту*: жергілікті деңгейде қабылданған шешімдер аймақтың ерекшеліктерін және жергілікті халықтың қажеттіліктерін жақсы ескереді. Бұл денсаулық сақтау, білім беру, коммуналдық қызметтер және қалалық инфрақұрылым мәселелеріне қатысты.

2) *Ашықтықты арттыру*: жергілікті биліктің ашықтығы және азаматтардың шешім қабылдау процесіне қатысуы билікке деген сенім деңгейін арттыруға және сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін төмендетуге ықпал етеді.

3) *Азаматтық жауапкершілікті дамыту*: жергілікті өзін-өзі басқару азаматтардың саяси процеске қатысуын күшейтеді, олардың сайлауда және басқару процесінде дауысының маңыздылығы туралы хабардарлығын арттырады.

Мемлекет басшысының 2022 жылғы **«Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру жолы»** атты Қазақстан халқына Жолдауында жергілікті өзін-өзі басқару органдарын орталықсыздандыру мәселесі аталып өткен. Бұл тұста Қ.Тоқаев: «Билікті орталықсыздандыру үдерісін тереңдете түспесек, саяси жаңғыруды табысты жүргізу және азаматтық қоғамды дамыту мүмкін емес. Біз нақты өкілеттіктерді орталықтан өңірлерге беру ісін жалғастырамыз. Ең алдымен, мемлекет пен жергілікті өзін-өзі басқару институттарының міндеттерін тиімді ажырату қажет», - деп атап өткен еді [4].

2020 жылдың 27 тамызда ҚР Президенті «Қазақстан республикасында азаматтық қоғамды дамыту тұжырымдамасын бекіту туралы» Жарлық шығарған болатын. Ол Қ.Тоқаевтың «Сындарлы қоғамдық диалог - Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі» атты Қазақстан халқына жолдауын іске асыру мақсатында, азаматтық қоғамды дамытуға жағдай жасау мәселелерін көтерген болатын. Аталмыш тұжырымдамада, әртүрлі әлеуметтік топтар мен индивидтердің қажеттіліктері мен мүдделері азаматтық қоғамның саяси партиялар мен қозғалыстар, жергілікті қоғамдастықтар, кәсіптік одақтар,

діни бірлестіктер, шығармашылық, қоғамдық және ғылыми одақтар мен бірлестіктер, бизнес ұйымдар, бұқаралық ақпарат құралдары, сондай-ақ қоғам үшін көрсетілетін қызметтердің кең ауқымын іске асыратын қоғамдық бірлестіктер мен үкіметтік емес ұйымдар сияқты институттары арқылы жүзеге асыратындығы пайымдалған [7].

Азаматтық белсенділік – қоғамның демократиялық құрылымының маңызды құрамдас бөлігі. Мемлекеттік органдар азаматтардың қоғамдық белсенділігін қолайлы құқықтық ортаны құру, өз қызметі туралы халықты тұрақты хабардар ету, азаматтар мен түрлі қоғамдық бірлестіктерді қабылданған шешімдерді жоспарлауға және орындауға тарту арқылы қолдайды.

«Қазақстан – 2050» Стратегиясы: қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» және «100 нақты қадам» Ұлт жоспары да үкіметтік емес секторды «қайта іске қосудың» өзектілігін көрсетті, азаматтық қоғам институттарымен жұмыс істеу үшін жаңа тәсілдер мен платформаларды қалыптастыру қажеттілігін айқындады.

«Халықаралық тәжірибені талдау азаматтық қоғам ұғымының ортақ белгілерін көрсетеді және іс жүзінде жетекші халықаралық ұйымдардың анықтамаларынан айырмашылығы жоқ. Мысалы, Дүниежүзілік Банк қоғамдық өмірге қатысатын, өз мүшелерінің немесе өзге де адамдардың мүдделері мен құндылықтарын білдіретін үкіметтік емес және коммерциялық емес ұйымдардың немесе бұл ретте этикалық, мәдени, саяси, ғылыми, діни немесе филантропиялық пайымдауларды басшылыққа алатын өзге де адамдардың кең спектрін белгілеу үшін «азаматтық қоғам ұйымдары» терминін пайдаланады. Экономикалық Ынтымақтастық және Даму Ұйымы азаматтық қоғам ұйымдарына ұқсас анықтаманы береді: бұл «қоғам оның айналасында өз еркімен өзін-өзі ұйымдастыратын және мүдделер мен байланыстардың кең ауқымын білдіретін көптеген қауымдастықтар. Олар қоғамдық ұйымдарды, байырғы халықтардың ұйымдарын және үкіметтік емес ұйымдарды қамтуы мүмкін». Демократиялық процестер әлемдік практикада негізгі рөлі азаматтық қоғамға тиесілі мемлекеттік құрылыстың орнықты моделдерінің сипатына ие болады» деген ой-тұжырымдар жоғарыда атап көрсеткен Жарлық негізінде қабылданған болатын [7].

Мақаланы **қорытындылай отырып**, еліміздегі азаматтық қоғамның даму мәселелеріне, олардың дамуына кедергі болатын тегеуріндерге тоқталып, оларды шешу бойынша бірнеше ұсыныстар жасап өтсем. Азаматтық қоғамның толыққанды жұмыс істеу жолында мемлекеттік қызмет пен басқарумен тығыз байланысты түрлі проблемалар туындайды. Бұл проблемалар демократияландыру процесін қиындатып қана қоймай, мемлекеттік басқарудың тиімділігіне және биліктің қоғаммен өзара әрекеттесуіне әсер етеді.

*Біріншіден*, саяси белсенділік пен азаматтық жауапкершіліктің жеткіліксіздігін айтып өтсем болады, бұл әсіресе жергілікті деңгейде өзекті. Зерттеулерге сәйкес, көптеген азаматтар сайлауға немесе қоғамдық бастамаларға қатыспайды, саяси процестерге қызығушылық танытпайды. Бұл саяси сауаттылықтың жеткіліксіздігімен де, шешім қабылдауға әсер етудің нақты мүмкіндігіне деген сенімділіктің болмауымен де байланысты. Ал осындай тегеурінді шеші үшін келесідей ұсыным жасар едім. Азаматтық белсенділікті арттыру үшін саяси сауаттылықты арттыру бағдарламаларын әзірлеу, сондай-ақ мемлекеттік билік органдары мен азаматтар арасындағы байланыс арналарын кеңейту үшін заманауи ақпараттық технологияларды пайдалану қажет. Азаматтар билікті өз проблемалары туралы хабардар етіп қана қоймай, шешім қабылдауға белсенді қатыса алатын *партисипативті басқару жүйесін* дамыту маңызды.

*Екіншіден*, мемлекеттік органдардың, әсіресе жергілікті деңгейде ашықтығының жеткіліксіздігі проблемасы Қазақстандағы азаматтық қоғамды дамыту үшін негізгі кедергілердің бірі болып табылады. Көптеген шешімдер жабық есіктерде, жұртшылықтың қатысуынсыз және азаматтардың тиісті бақылауынсыз қабылданады. Бұл сыбайлас жемқорлық тәуекелдерін тудырады және билікке деген сенім деңгейін төмендетеді. Бұл тұста мемлекеттік органдардың қызметі туралы тұрақты есептер, ашық отырыстар және

бюджет шығыстары туралы жоспарлар мен есептерді жариялау сияқты есептілік пен ашықтықтың неғұрлым қатаң тетіктерін енгізу қажет. Биліктің қызметі туралы ақпарат әрбір азаматқа қолжетімді ашық үкімет мәдениетін дамыту маңызды.

*Үшіншіден*, республикамызда азаматтық қоғамды қалыптастыруда және қолдауда маңызды рөл атқаратын тәуелсіз қоғамдық ұйымдар, құқық қорғау топтары, азаматтық бастамалар әлі де нашар дамыған. Бұл әрдайым қолайлы емес құқықтық ортаға, қаржыландырудың жеткіліксіз мүмкіндіктеріне байланысты. Тәуелсіз ҰЕҰ мен Азаматтық бастамаларды қолдау және дамыту қажет. Ішкі және сыртқы көздерден олардың құқықтық қорғалуын және қаржыландыруға қолжетімділігін қамтамасыз ете отырып, қоғамдық ұйымдардың жұмысы үшін қолайлы жағдайлар жасау маңызды. Сондай-ақ әлеуметтік мәселелерді шешу және мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігін арттыру үшін мемлекет пен үкіметтік емес ұйымдар арасындағы әріптестікті ынталандыру қажет.

*Төртіншіден*, елімізде Азаматтық бастамалар мемлекеттік органдар белгілеген шеңбермен шектелетін жағдай жиі байқалады. Мемлекеттік қызмет пен басқару әрқашан тәуелсіз азаматтық бастамалармен тиімді қарым-қатынас жасай алмайды және оларды қоғамдық саясатты әзірлеу барысында ескереді. Бұл билік шешімдерін монополиялауға және демократияны шектеуге әкеледі. Аталмыш мәселені шешу үшін тұрақты консультациялар мен бірлескен талқылаулар үшін платформалар құра отырып, мемлекеттік органдар мен азаматтық ұйымдар арасындағы өзара іс-қимыл тетігін жетілдіру қажет. Сондай-ақ, азаматтарды мемлекеттік саясатты әзірлеу мен іске асыру процесіне тартуға бағытталған бағдарламаларды дамыту маңызды, бұл демократиялық институттарды нығайтады және басқарудың тиімділігін арттырады.

*Соңғы мәселе*, Қазақстанда жергілікті билік органдары көбінесе орталық үкіметке тәуелді болып қалады, бұл олардың дербестігі мен бастамашылығының деңгейін төмендетеді. Жергілікті қоғамдастықтар инфрақұрылымды дамыту, әлеуметтік қамсыздандыруды жақсарту, азаматтардың құқықтарын қамтамасыз ету сияқты маңызды мәселелерді шешуге жеткілікті өкілеттіктерге ие емес. Жергілікті өзін-өзі басқаруды нығайту және арттыру үшін жергілікті биліктің өкілеттіктерін кеңейту, сондай-ақ жергілікті тұрғындарға сайлау және консультативтік органдар арқылы шешім қабылдау процесіне белсенді қатысуға мүмкіндік беретін тетіктер құру қажет деп санаймын.

Жалпылама, еліміздегі азаматтық қоғамның жағдайы күрделі және жан-жақты болып қала береді. Ресми түрде белгілі бір заңнамалық база болғанымен, іс жүзінде нақты жағдай көбінесе азаматтардың саяси өмірге белсенді қатысу мүмкіндіктерін шектейді. Мемлекеттік қызметті жаңғырту және құқықтық институттарды нығайту, сондай-ақ азаматтық қатысу тетіктерін дамыту Қазақстанда неғұрлым ашық және инклюзивті қоғам құруға ықпал етуі мүмкін.

### **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:**

1. Қазақстан Республикасының Конституциясы – 1995.
2. Қоғамдық бірлестіктер туралы Қазақстан Республикасының 1996 жылғы 31 мамырдағы N 3 Заңы.
3. Саяси партиялар туралы Қазақстан Республикасының 2002 жылғы 15 шілдедегі N 344 Заңы.
4. «Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру жолы» Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың 2022 жылғы 16 наурыздағы Қазақстан халқына Жолдауы.
5. «Қоғам келбеті»: Қазақстанға жаңа саяси партиялар керек пе? [Электронды ресурс]. – 2022. - URL: <https://kisi.kz/kogam-kelbeti-kazakstanga-zhana-sayasi-partiyalar-kerek-pe/> (алынған күні: 19.11.2024).

6. Масс-медиа туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII ҚРЗ.

7. Қазақстан Республикасында азаматтық қоғамды дамыту тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2020 жылғы 27 тамыздағы № 390 Жарлығы.

#### **Автор туралы мәліметтер**

\*Утеулиева Мөлдір Ақылбекқызы – «Мемлекеттік қызмет және басқару» мамандығының 4 курс студент, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: uteyliyamoldir2004@gmail.com

\*\*Тураров Даурен Рыскулович – Экономика ғылымдарының кандидаты, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: Dauren.83@mail.ru

#### **Сведения об авторах**

\*Утеулиева Мөлдір Ақылбекқызы – студентка 4 курса специальности «Государственная служба и управление», Каспийский общественный университет, e-mail: uteyliyamoldir2004@gmail.com

\*\*Тураров Даурен Рыскулович – Кандидат экономических наук, Каспийский общественный университет, e-mail: Dauren.83@mail.ru

#### **Information about the author**

\*Uteulieva Moldir Aqylbekkyzy – 4th year student of speciality «Public Service and Management», Caspian Public University, e-mail: uteyliyamoldir2004@gmail.com

\*\*Turarov Dauren Ryskulovich – PhD in Economics, Caspian Public University, e-mail: Dauren.83@mail.ru

УДК 336.025

## **ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТРАДИЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ УСЛУГИ: АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ**

**Фоминых П.С.<sup>1</sup>, Айсаев Р.А.<sup>2</sup>**

Научный руководитель доктор PhD Имрамзиева М.Я.

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Цифровизация существенно повлияла на традиционные банковские услуги, преобразовав их и создав новые возможности для клиентов банковских учреждений. В этой статье анализируются ключевые тенденции цифровизации в банковском секторе, включая внедрение online-банкинга, мобильных платежей, технологий блокчейна и искусственного интеллекта. В нем рассматриваются перспективы развития банковских услуг в контексте цифровизации, а также вызовы и риски, с которыми сталкиваются банки при адаптации к новым технологиям. Особое внимание уделяется вопросам безопасности и конфиденциальности данных, а также, роли цифровых инноваций в повышении эффективности и удобства банковских операций для клиентов.

**Ключевые слова:** цифровизация, цифровые банки, мобильный банкинг, онлайн-банкинг, конфиденциальность

## **ЦИФРЛАНДЫРУДЫҢ ДӘСТҮРЛІ БАНК ҚЫЗМЕТТЕРІНЕ ӘСЕРІ: ТРЕНДЕНЦИЯЛАР МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРДЫ ТАЛДАУ**

Фоминых П.С.<sup>1</sup>, Айсаев Р.А.<sup>2</sup>

Ғылыми жетекшісі: PhD докторы Имрамзиева М.Я.

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Цифрландыру дәстүрлі банктік қызметтерге айтарлықтай әсер етті, оларды түрлендірді және банк мекемелерінің клиенттері үшін жаңа мүмкіндіктер жасады. Бұл мақалада банк секторындағы цифрландырудың негізгі тенденциялары, соның ішінде онлайн-банкинг, мобильді төлемдер, блокчейн технологиялары және жасанды интеллект енгізілуі талданады. Онда цифрландыру контекстінде банктік қызметтерді дамыту перспективалары, сондай-ақ банктер жаңа технологияларға бейімделу кезінде кездесетін сын-қатерлер мен тәуекелдер қарастырылады. Деректердің қауіпсіздігі мен құпиялылығына, сондай-ақ клиенттер үшін банк операцияларының тиімділігі мен ыңғайлылығын арттырудағы цифрлық инновациялардың рөліне ерекше назар аударылады.

**Кілт сөздер:** цифрландыру, цифрлық банктер, мобильді банкинг, онлайн-банкинг, құпиялылық.

## THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON TRADITIONAL BANKING SERVICES: ANALYSIS OF TRENDS AND PROSPECTS

Fominykh P.S.<sup>1</sup>, Aisaev R.A.<sup>2</sup>

Scientific supervisor: PhD Imramzieva M.Y.

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** Digitalization has significantly affected traditional banking services, transforming them and creating new opportunities for customers of banking institutions. This article analyzes the key trends of digitalization in the banking sector, including the introduction of online banking, mobile payments, blockchain technologies and artificial intelligence. It examines the prospects for the development of banking services in the context of digitalization, as well as the challenges and risks that banks face when adapting to new technologies. Special attention is paid to the issues of data security and confidentiality, as well as the role of digital innovations in improving the efficiency and convenience of banking operations for customers.

**Keywords:** digitalization, digital banking, mobile banking, online banking, privacy.

**Введение.** За последние десять лет под воздействием цифровизации экономики наблюдается изменение глобальных трендов по всему миру. Поиск новых решений для поддержания нововведений при проведении цифровизации проявились прежде всего в деятельности банков как одного из определяющих институтов финансового сектора экономики. Финансовый сектор выступил лидером по внедрению технологических инноваций, которая потребовала от банков, как его важнейших участников, использования новых банковских услуг [1, с.147].

Процесс цифровой трансформации рассматривается, как использование цифровых технологий для совершенствования бизнес-моделей, а также для повышения их эффективности. Этот процесс предполагает внедрение инновационных технологий на постоянной основе, что приведет к полной цифровой трансформации всей экономики.

Использование цифровых технологий улучшает способы взаимодействия между банками, правительством и потенциальными клиентами. Цифровая трансформация предполагает широкое внедрение современных способов предоставления банковских услуг. Количество банковских отделений сокращается, и многие услуги предоставляются онлайн, особенно при кредитовании или инвестировании средств. Инновационное развитие - это главная возможность для устойчивого и долгосрочного роста эффективности банков. Сегодня цифровизация стала стратегическим приоритетом для

банковской отрасли во всем мире. Движущей силой изменений, происходящих в банковском секторе, являются современные финансовые технологии [2, с.42].

Цифровой банкинг может быть определен, как обеспечение возможности осуществления банковских операций путем реализации или представления информации через Интернет, мобильные устройства, банкоматы и аналогичные технологические каналы посредством оцифровки информации с использованием технологий. Цифровой банкинг может предоставлять услуги, которые являются менее затратными, более удобными и содержат меньше ошибок. Хотя цифровизация дает банкам преимущество в затратах, для клиентов это отражается в улучшении качества обслуживания, более удобных и менее дорогостоящих продуктах.

Цифровой банкинг - это, по сути, результат цифровых изменений в мире. Рост использования Интернета, широкое распространение социальных сетей, изменения в способах сбора данных повысили ожидания и требования нового поколения, являющегося приверженцем новых технологий, и старых клиентов банков, которые уже освоили эту технологию. В целом, ожидания в отношении обслуживания направлены на более быстрые, качественные и менее дорогостоящие технологические каналы и сервисные продукты [3, с.35].

Цифровизация оказывает значительное влияние на традиционные отрасли, поскольку новые технологии разрушают существующие бизнес-модели, трансформируют цепочки поставок и создают новые возможности для роста. В то время, как цифровизация создает проблемы для бизнеса, включая нехватку навыков, риски кибербезопасности и сопротивление изменениям, выгода намного перевешивает риски.

Одним из заметных изменений в финансовой отрасли является появление платформ однорангового кредитования. Эти платформы произвели революцию в процессе кредитования, связав заемщиков напрямую с кредиторами, минуя необходимость в традиционных посредниках, таких как банки. Частным лицам и малым предприятиям теперь стало проще получать кредиты, зачастую по более низким процентным ставкам и с более быстрыми сроками одобрения. Упрощенные процессы и снижение накладных расходов, связанных с цифровым кредитованием, сделали его привлекательной альтернативой как для заемщиков, так и для инвесторов. Кроме того, появление робот-консультантов изменило инвестиционный ландшафт. Роботы-консультанты используют алгоритмы и искусственный интеллект для предоставления автоматизированных инвестиционных консультаций и услуг по управлению портфелем ценных бумаг. Они предлагают индивидуальные инвестиционные рекомендации, основанные на индивидуальных профилях рисков и финансовых целях. Роботы-консультанты демократизировали доступ к инвестиционным услугам, сделав их более доступными для более широкого круга лиц. Этот основанный на технологиях подход разрушил традиционную практику управления капиталом, заставив традиционных финансовых консультантов адаптировать свои услуги и ценностные предложения [4, 168-169].

**Методы исследования.** Для изучения влияния цифровизации на традиционные банковские услуги был проведен обширный обзор существующей академической и отраслевой литературы для выявления ключевых тенденций, проблем и возможностей, связанных с цифровизацией в банковском секторе. Собранные количественные данные были подвергнуты статистическому анализу.

**Результаты исследования.** В то время как классический банкинг в мире сокращается, наблюдается быстрое развитие цифровых банковских приложений, мобильных платежных систем и недавно открытых банковских приложений в Великобритании и ЕС. Monzo, Starling Bank и Revolut выделяются только как банки, работающие исключительно в цифровом мире. Эти банки не используют цифровое банковское обслуживание в качестве стратегии канала и выходят на передний план с предлагаемыми ими цифровыми услугами. Одной из основных стратегий, к которой они стремятся, является персонализация цифровых услуг. Согласно исследованию, проведенному GlobalData, доля тех, кто хочет пользоваться цифровыми банками в Великобритании, составляет 28%. В мире этот показатель составляет около 35%. Отмечается, что

41% потребителей в Великобритании не одобряют идею создания единых банков "цифрового банкинга". Великобритания и Европейский союз с нетерпением ожидают развития цифрового банкинга и мобильного банкинга, а также Открытого банкинга, увеличивая свои инвестиции в финтех и предоставляя пользователям более широкие возможности. Примечательно, что в то время как в Турции все еще применяется надежная электронная подпись и проверка личности на банковских счетах, в Европе ее можно легко открыть с помощью мобильных аккаунтов. Таким образом, мы можем утверждать, что в таких странах развивается цифровая практика.

Современные тенденции в финансовом секторе приводят к повышению интереса потребителей к использованию различных форм электронного банкинга. Направления внедрения информационных технологий в банковскую сферу представлены в таблице 1 [5, с.514-515].

Таблица 1 - Направления внедрения информационных технологий в сферу банковской деятельности

№	Этапы внедрения	Особенности разработки
1	Создание корпоративных компьютерных систем	Расширение масштабов электронного документооборота Расчетно-клиринговая система Расчетные межотраслевые сети
2	Продажа банковских и вспомогательных услуг через Интернет	Клиентский банк Телебанкинг Интернет-банкинг Мобильный банкинг или WAP-сервис Электронная коммерция Интернет-трейдинг
3	Разработка и автоматизация внутренней системы банковского управления	Управление отношениями с потребителями (клиентами) с использованием технологических систем Управление эффективностью банковского учреждения Планирование ресурсов банковского учреждения Ускорение получения управленческой информации
Примечание: составлено авторами на основе источника [5, с.514-515]		

Цифровой банкинг ставит перед нами ряд новых задач, которые необходимо решить для обеспечения его успеха, несмотря на его многочисленные преимущества. Кибербезопасность является одной из основных задач, стоящих перед цифровой финансовой индустрией. Цифровые банки и финтехкомпании должны гарантировать безопасность своих систем и защиту финансовых данных своих клиентов от киберугроз.

В дополнение к кибербезопасности, обучение потребителей является сложной задачей для цифровых банков и финтех-компаний. Несмотря на то, что цифровые банковские платформы обладают многочисленными преимуществами, многие потребители могут быть не знакомы с ними и нуждаются в обучении и помощи для их эффективного использования. Это особенно актуально для пожилых потребителей, которые могут быть менее технически подкованы, чем молодые поколения. Чтобы обеспечить успех своих клиентов, цифровые банки и финтех-компании должны разработать эффективные стратегии обучения и поддержки потребителей. Кроме того, потребители могут быть обеспокоены безопасностью и конфиденциальностью своей финансовой информации. Для цифровых банков и финтех-стартапов крайне важно открыто сообщать своим клиентам о мерах, которые они принимают для защиты своих данных, и быть прозрачными в отношении своей практики обработки данных, чтобы создать доверие [6, с.61-62].

Угрозы безопасности, кибератаки и проблемы конфиденциальности - вот некоторые из основных препятствий, с которыми сталкивается сегодня цифровой банкинг. Поскольку все больше финансовых операций проводится онлайн, банки должны защищать информацию о потребителях от несанкционированного доступа и кражи. В Таблице 2 показаны проблемы, с которыми сталкиваются цифровые банки, оценённые по шкале от 1 до 10. По рейтингу 9 баллов, безопасность и конфиденциальность имеет большое значение для цифровых банков. Защита данных клиентов и обеспечение конфиденциальности являются важнейшей задачей в связи с растущим числом кибератак. При оценке в 7 баллов зависимость цифровых банков от технологий делает их уязвимыми перед техническими проблемами и сбоями. Цифровые банки с рейтингом 7 сталкиваются с жесткой конкуренцией, как со стороны традиционных банков, так и со стороны других финтех-компаний.

Таблица 2 - Проблемы, с которыми сталкиваются цифровые банки по шкале от 1 до 10

Проблемы	Величина
Безопасность и конфиденциальность	9
Соблюдение нормативных требований	8
Технологическая зависимость	7
Доверие клиентов	8
Соревнование	7
Инновационное давление	7
Цифровая грамотность	6
Управление затратами	7
Удобство для пользователей	8
Примечание: составлено авторами	

Согласно рейтингу в 7 баллов, цифровые банки постоянно нуждаются в инновациях и опережающем развитии технологий и услуг. Это может приводить к тому, что некоторые люди могут не поспевать за развитием технологии. Здесь очень важно правильно доставить информацию о новых условиях. При оценке в 6 баллов обеспечение того, чтобы все клиенты могли эффективно пользоваться цифровыми банковскими услугами важно, но менее критично по сравнению с другими вопросами.

**Выводы.** В заключении необходимо отметить, что цифровые возможности очень быстро растут и они заменяют традиционные банковские услуги. Цифровизация привела к существенным изменениям в способах предоставления и потребления банковских услуг, сделав банковскую деятельность более доступной, эффективной и удобной для клиентов. Внедрение онлайн-банкинга, мобильных платежей, блокчейн-технологий и искусственного интеллекта создало новые возможности для инноваций и роста в отрасли. Однако, переход к цифровому банкингу также сопряжен с рядом проблем. Вопросы безопасности и конфиденциальности по-прежнему имеют первостепенное значение, поскольку банки должны защищать конфиденциальные данные клиентов от киберугроз. Соблюдение нормативных требований по-прежнему остается сложной и развивающейся проблемой, требующей от банков быть в курсе меняющихся нормативных актов и обеспечивать соблюдение стандартов соответствия. Кроме того, зависимость от технологий создает риски, связанные с перебоями в работе системы и технологическими сбоями, которые могут нарушить качество обслуживания и повлиять на доверие клиентов. Потребность в непрерывных инновациях вынуждает банки сохранять конкурентоспособность в быстро меняющихся условиях. Обучение клиентов и цифровая грамотность необходимы для того, чтобы все клиенты могли эффективно пользоваться цифровыми банковскими услугами.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ситникова Э. В., Колмыкова Т. С., Астапенко Е. О. Влияние цифровизации на тенденции развития банковской деятельности //Регион: системы, экономика, управление. – 2020. – №. 1 (48). – С. 71-76.
2. Galazova S. S., Magomaeva L. R. The transformation of traditional banking activity in digital. – 2019.
3. Gurram U. R., Velagapudi A. Impact of digitalization on traditional banking //International Journal of Research in Engineering, Science and Management. – 2020. – Т. 3. – №. 12. – С. 29-33.
4. Khajimurat A. E., Kenduh E. I., Tsapova O. A. The impact of digitalization on traditional industries. – 2023.
5. Shcherbatykh D. et al. Impact of digitalization on the banking system transformation //International Journal of Computer Science & Network Security. – 2021. – Т. 21. – №. 12spc. – С. 513-520.
6. Ünvan Y. A., Ergenç C. How the Rise of Digital Banking is Disrupting Traditional Financial Services Opportunities and Challenges For Banks and Customers //Sosyal Bilimlerde Akademik Analiz ve Yorumlar. – 2023. – С. 51.

### Сведения об авторах

\*Фоминых Полина Сергеевна – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: [pfominyh90@gmail.com](mailto:pfominyh90@gmail.com)

\*\* Айсаев Расул Акбарұлы – студент Каспийского Общественного Университета, e-mail: [stivenkingggg@gmail.com](mailto:stivenkingggg@gmail.com)

### Авторлар туралы мәліметтер

\* Фоминых Полина Сергеевна - Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: [pfominyh90@gmail.com](mailto:pfominyh90@gmail.com)

\*\* Айсаев Расул Акбарұлы - Каспий қоғамдық университетінің студенті, e-mail: [stivenkingggg@gmail.com](mailto:stivenkingggg@gmail.com)

### Information about the authors

\* Fominykh Polina Sergeevna – student of the Caspian University, e-mail: [pfominyh90@gmail.com](mailto:pfominyh90@gmail.com)

\*\* Aisaev Rasul Akbaruly – student of the Caspian University, e-mail: [stivenkingggg@gmail.com](mailto:stivenkingggg@gmail.com)

**УДК 339.13.024**

## ЭВОЛЮЦИЯ АЛГОРИТМОВ ТАРГЕТИНГА В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

**Хон К.С.<sup>1</sup>, Акымбекова А.Р.<sup>2</sup>, Таирова С.Г.<sup>3</sup>, Кадырова К.Ж.<sup>4</sup>**

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В настоящей статье проанализированы научные публикации за период 2020-2024 годов, посвященные эволюции алгоритмов таргетированной рекламы. В результате проведенного исследования была составлена авторская таблица, представляющая наглядную взаимосвязь между этапами развития таргетированной рекламы в информационном маркетинге и соответствующими каждому этапу алгоритмами таргетинга. Перспективы дальнейшего развития алгоритмов таргетинга

связаны с использованием состязательно – генеративного обучения и ростом персонализации предложений для каждого отдельного пользователя.

**Ключевые слова:** маркетинговые технологии, продвижение, таргетированная реклама, алгоритмы таргетинга, информационный маркетинг.

## САНДЫҚ МАРКЕТИНГТЕ ТАРГЕТТТЕУ АЛГОРИТМДЕРІНІҢ ЭВОЛЮЦИЯСЫ

Хон К.С.<sup>1</sup>, Акымбекова А.Р.<sup>2</sup>, Таирова С.Г.<sup>3</sup>, Кадырова К.Ж.<sup>4</sup>  
Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада мақсатты жарнама алгоритмдерінің эволюциясы бойынша 2020-2024 жылдарға арналған ғылыми жарияланымдар талданады. Зерттеу нәтижесінде ақпараттық маркетингтегі таргетингтік жарнаманың даму кезеңдері мен әрбір кезеңге сәйкес келетін таргетингтік алгоритмдер арасындағы нақты байланысты білдіретін авторлық кесте құрастырылды. Таргеттеу алгоритмдерін одан әрі дамыту перспективалары бәсекелестік – генеративті оқытуды қолданумен және әрбір жеке пайдаланушы үшін жекелендірілген ұсыныстардың өсуімен байланысты.

**Түйін сөздер:** маркетингтік технологиялар, жылжыту, мақсатты жарнама, таргетинг алгоритмдері, ақпараттық маркетинг.

## THE EVOLUTION OF TARGETING ALGORITHMS IN DIGITAL MARKETING

Hon K.<sup>1</sup>, Akymbekova A.<sup>2</sup>, Tairova S.<sup>3</sup>, Kadyrova K.J.<sup>4</sup>  
<sup>1</sup>Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Abstract.** This article analyzes scientific publications for the period 2020-2024, devoted to the evolution of targeted advertising algorithms. As a result of the study in order to represent a visual relationship between the stages of development of targeted advertising in information marketing and the targeting algorithms corresponding to each stage, there was compiled the author's table. The main prospects for further development of targeting algorithms are associated with the use of competitive-generative learning and the growth of personalization of offers for each individual user.

**Keywords:** marketing technologies, promotion, targeted advertising, targeting algorithms, information marketing.

Таргетированная реклама является важнейшим элементом цифрового маркетинга, содействует привлечению и удержанию потребителей, наращиванию клиентской базы и более полному удовлетворению запросов целевой аудитории. Таргетированная реклама (от англ. «target»- цель, целевой) представляет собой персонафицированные предложения, способные удовлетворить потребности определенной группы людей, которую в маркетинге принято называть «целевой аудиторией» [1, с.68]. Для более полного представления и прогнозирования возможностей развития рынка возникает необходимость в ретроспективном анализе эволюции алгоритмов таргетинга.

Цель настоящей статьи состоит в рассмотрении ключевых этапов эволюции алгоритмов таргетинга в цифровом маркетинге.

Материалами для написания статьи послужили научные публикации за период 2020-2024 гг., посвященные развитию алгоритмов таргетированной рекламы в цифровом

маркетинге. Методы исследования включают систематизацию и обобщение информации относительно эволюции существующих алгоритмов таргетинга и прогнозирования возможных дальнейших путей развития таргетированной рекламы на базе цифрового маркетинга.

Понятие таргетированной рекламы и внедрение элементов персонализации связывается с началом 90-х годов XX века, так как именно в указанный период появляются компьютеры и программное обеспечение, способное отслеживать поведение пользователей. К 2000 году в Google Ads появилась возможность отслеживать аналитику покупок и формировать рекламные предложения на основе запросов пользователей в поисковой строке. Как отмечает Коццолино А. (Cozzolino A.), алгоритмы машинного обучения в 2000-е годы базировались на использовании механизмов классификации и регрессии [2, с.388]. При этом в качестве основных элементов стратификации использовались следующие элементы:

- локация;
- возраст / пол;
- поисковые запросы.

Элемент регрессии реализовывался на аналитике запросов и покупок, совершаемых клиентом на протяжении совокупного времени взаимодействия с Google браузером. Как отмечает Варадараджан Р. (Varadarajan R.), возможности таргетированной рекламы в Google стали основой формирования маркетинговой стратегии компаний в США, и уже к 2010 году до 65% рекламного бюджета выделялось на продвижение товара или услуги в поисковой строке [3, с.484].

Следующим важным этапом в развитии таргетированной рекламы стало зарождение и стремительное развитие социальных сетей, прежде всего, Instagram и Facebook (в настоящее время принадлежат корпорации Meta). Социальная сеть Instagram официально появилась в App Store 6 октября 2010 года, и уже к концу 2010 года в социальной сети был зарегистрирован 1 млн пользователей. По состоянию на январь 2024 года в Instagram было зарегистрировано 2,8 млрд человек, что составляет 34,89% совокупного населения земного шара. Масштабность аудитории социальных сетей обозначила необходимость сбора и обработки значительного массива данных (от английского «big data»- большие данные), на основании которых стали разрабатываться персонифицированные предложения, затрагивающие интересы каждого отдельного пользователя [4, с.511].

Как отмечает Чжан И., анализ огромного массива данных о поведении пользователей позволяет маркетологам определить паттерны поведения определенных целевых групп потребителей, выявить их предпочтения, и сделать рекламные предложения более эффективными. Кроме того, анализ «больших данных» позволяет маркетологам находить рекламные связки, которые способны заинтересовать пользователей, и способствовать их решению совершить покупку [5, с.251].

В настоящее время для сбора, обобщения и аналитики больших данных используются специализированные платформы, например, Apache Hadoop и Apache Spark, способные обрабатывать значительный массив данных пользовательского интерфейса за короткое время. Для визуализации представленных данных и составления дашбордов используются специализированные инструменты, предоставляемые платформами Tableau и Microsoft Power BI. Анализ данных пользовательского интерфейса производится на основании использования алгоритмов машинного обучения и нейронных сетей, которые позволяют искусственному интеллекту (от англ. Artificial Intelligence (AI) – искусственный интеллект) решать аналитические, коммуникативные и креативные задачи разработки таргетированных предложений [6, с.1536]. На рисунке 1 представлен процесс глубокого машинного обучения для разработки таргетированных рекламных предложения.

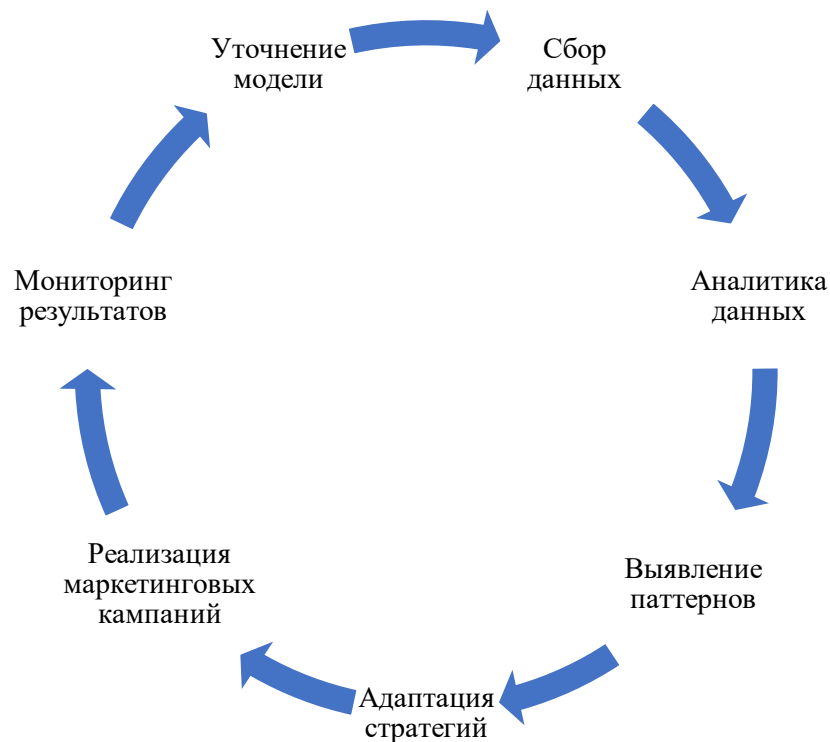


Рисунок 1 - Процесс машинного обучения для создания таргетированных предложений

Примечание: рисунок составлен на основе источников [6-7].

Таким образом, если в самом начале зарождения алгоритмов таргетинга использовались алгоритмы машинного обучения, имеющие линейную направленность – линейная регрессия, аналитика на основе опорных векторов (определение интерфейса пользователя по ключевым характеристикам локации, пола и предполагаемого возраста), то в настоящее время используются методы продвинутого машинного обучения, которые включают:

- бэггинг – базовая модель усложняется по мере накопления исходного опыта коммуникации с клиентом;
- бустинг – AI способен воспринимать опыт негативного взаимодействия с пользователем и не повторять его в дальнейшем;
- кластеризация на основе k-средних – сегментирование пользователей со сходными предпочтениями, и выдача им аналогичного рекламного объявления [7, с.1639].

На основании систематизации и обобщения данных научных публикаций, посвященных развитию алгоритмов таргетированной рекламы, нами предлагается таблица 1, отражающая взаимосвязь этапов развития таргетированной рекламы и используемых алгоритмов таргетинга.

Таблица 1 - Взаимосвязь этапов развития таргетированной рекламы и используемых алгоритмов таргетинга

Период	Этап развития таргетированной рекламы	Соответствующие алгоритмы таргетинга
1989-2000	Развитие интернета и компьютерных технологий. Зарождение элементов машинного обучения. Составление пользовательских интерфейсов.	Линейная регрессия – информация о покупках пользователей накапливается и формулируются рекламные

	Накопление и систематизация массивов пользовательских данных. Появление Google Ads.	предложения на основе прошлых покупок.
2000-2010	Накопление большего массива данных. Возможность начальной стратификации пользователей по группам. Определение отдельных элементов пользовательского интерфейса и поведения (локация, возраст, пол). Локализация информации о предпочтениях пользователя.	К линейной регрессии добавляются алгоритмы опорных векторов, на основании которых реклама предлагается пользователям более персонализировано.
2010-2018	Зарождаются и бурно развиваются социальные сети. Использование искусственного интеллекта в маркетинге. Развитие интернета вещей и машинного обучения. Высокая степень таргетированности рекламных предложений. В 2018 году создается первый чат-бот.	Добавляются такие алгоритмы как бэггинг, бустинг и кластеризация, что позволяет искусственному интеллекту не только копить, и обрабатывать поступающие массивы данных, но также учиться на результатах взаимодействия с пользователем.
2019 – настоящее время	Персонализированные рекламные предложения на основе использования алгоритмов искусственного интеллекта и нейронных сетей, способных вести полноценный диалог с пользователем.	Добавление алгоритмов состязательно – генеративного обучения, в соответствии с которыми нейросети подстраиваются под каждого отдельного пользователя.
Примечание: таблица разработана и составлена авторами на основе данных источников [1-7].		

Таким образом, алгоритмы таргетированной рекламы в информационном маркетинге прошли этап существенной трансформации от систематизации информации о прошлых покупках пользователей до полноценного диалога с ними. Результаты представленного в табл. 1 анализа этапов использования алгоритмов таргетинга свидетельствуют о перспективах внедрения высоко интеллектуальных нейронных сетей искусственного интеллекта в создании персонализированных предложений. Релевантность подобных предположений доказывается кейсом компании Netflix. В 2023 году служба маркетинга и коммуникаций Netflix отчитались о росте персонализированной поддержки пользователей и формирования индивидуального пакета предложений по подбору рекламного контента. При этом учитывались не только просмотренные пользователем фильмы, но также наличие пауз в фильмах, просмотр определенных моментов, время суток, отзывы и оценки, время просмотра. Основываясь на представленных характеристиках, нейронные сети AI подбирали для пользователей Netflix рекламные предложения, содержащие персонализированный контент для каждого пользователя в отдельности. Таким образом, мы предполагаем, что в перспективе ближайших десяти лет будет в полной мере реализован тренд на тотальную индивидуальность в подборе и показе таргетированных рекламных предложений.

В соответствии с поставленной в настоящей статье целью, были проанализированы научные публикации за период 2020-2024 годов, посвященные эволюции алгоритмов таргетированной рекламы. В результате представленного исследования была составлена авторская таблица, представляющая наглядную взаимосвязь между этапами развития таргетированной рекламы в информационном маркетинге и соответствующими каждому этапу алгоритмами таргетинга. Перспективы дальнейшего развития алгоритмов таргетинга связаны с использованием состязательно – генеративного обучения и ростом персонализации предложений для каждого отдельного пользователя.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Narayanan A., Mathur A., Chetty M., Kshirsagar M. Dark Patterns: Past, Present, and Future: The evolution of tricky user interfaces //Queue. – 2020. – Т. 18. – №. 2. – P. 67-92.
2. Cozzolino A., Corbo L., Aversa P. Digital platform-based ecosystems: The evolution of collaboration and competition between incumbent producers and entrant platforms //Journal of Business Research. – 2021. – Т. 126. – P. 385-400.
3. Varadarajan R. Digital product innovations for the greater good and digital marketing innovations in communications and channels: Evolution, emerging issues, and future research directions //International Journal of Research in Marketing. – 2022. – Т. 39. – №. 2. – P. 482-501.
4. Wichmann J. R. K. A global perspective on the marketing mix across time and space //International Journal of Research in Marketing. – 2022. – Т. 39. – №. 2. – P. 502-521.
5. Zhang Y. Amyloid  $\beta$ -based therapy for Alzheimer's disease: Challenges, successes and future //Signal transduction and targeted therapy. – 2023. – Т. 8. – №. 1. – P. 248-257.
6. Chandra S. Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward //Psychology & Marketing. – 2022. – Т. 39. – №. 8. – P. 1529-1562.
7. Kedi W. E., Ejimuda C., Idemudia C., Ijomah T. I Machine learning software for optimizing SME social media marketing campaigns //Computer Science & IT Research Journal. – 2024. – Т. 5. – №. 7. – P. 1634-1647.

### Сведения об авторах:

\*Хон Карина Сергеевна, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан. E-mail: khon.karina03@gmail.com

\*\*Акымбекова Азалия Руслановна, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан. E-mail: azaleka03@mail.ru

\*\*\*Таирова Саяра Гулаждиновна, Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан. E-mail: sayatairova@gmail.com

\*\*\*\***Научный руководитель:** Кадырова Корлан Жарлыкасымовна - сеньор-лектор Университета Туран, преподаватель Каспийского Общественного Университета, г. Алматы, Республика Казахстан. E-mail: korlan.1977@mail.ru.

### Авторлар туралы мәліметтер:

\*Хон Карина Сергеевна, Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы E-mail: khon.karina03@gmail.com

\*\*Акымбекова Азалия Руслановна, Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы E-mail: azaleka03@mail.ru

\*\*\*Таирова Саяра Гулаждиновна, Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы E-mail: sayatairova@gmail.com

\*\*\*\***Ғылыми жетекшісі:** Кадырова Корлан Жарлыкасымовна – Тұран университетінің сеньор-лектор, Каспий қоғамдық университетінің оқытушы, Алматы қ., Қазақстан Республикасы E-mail: korlan.1977@mail.ru

### Information about the authors:

\*Хон Карина, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan E-mail: khon.karina03@gmail.com

\*\*Акымбекова Azalia, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan E-mail: azaleka03@mail.ru

\*\*\*Тайрова Саяра, Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan E-mail: sayatairova@gmail.com

\*\*\*\***Supervisor:** Kadyrova Korlan - senior lecturer of Turan University, lecturer of Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan E-mail: korlan.1977@mail.ru

## ҰЙЫМДАРДА ӨНІМ ШЫҒАРУДЫ ЖОСПАРЛАУ СТРАТЕГИЯСЫ

Шалабаева Ж.С.<sup>1</sup>, Бактиярова А.Ж.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспий Қоғамдық Университеті, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Өнімді ұйымда жоспарлау міндеттері кәсіпорынның жұмысы, дамуын тиімді басқарудың кең ауқымды стратегиясы. Сонымен бірге өндіріс процесін абстрактілі түрде, сыртқы факторларды, соңғы тұтынушыларды, жұмысшылардың психологиялық ерекшеліктерін ескерусіз қарастыруға болмайды.

Экономиканың салаларындағы кәсіпорындарды стратегиялық басқарудың негізгі тетіктері саланың дамуының негізгі тенденциялары, ерекшеліктерін ескеруі тиіс, қазіргі экономикалық жағдайларға бейімдеу қажет. Бұл мақалада кәсіпорын, мекемелерді зерттей отырып, кәсіпорындағы өндірісті жоспарлаудың негіздерін, міндеттерін, осы салада қандай жетістіктері бар екенін сипаттаймыз.

**Түйін сөздер:** Өндіріс, ұйым, кәсіпорын, стратегия, өнім.

## СТРАТЕГИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Шалабаева Ж.С.<sup>1</sup>, Бактиярова А. Ж.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Задачи планирования производства в организации работа предприятия, широкий круг задач эффективного управления развитием. Но при этом процесс производства нельзя рассматривать абстрактно, без учета внешних факторов, конечных потребителей, психологических особенностей работников.

Основные механизмы стратегического управления предприятиями различных отраслей экономики должны учитывать основные тенденции и особенности развития отрасли, а также адаптировать их к современным экономическим условиям. В данной статье предприятие, исследуя учреждения, опишем основы, задачи планирования производства на предприятии, какие достижения имеются в данной сфере.

**Ключевые слова:** производство, организация, предприятие, стратегия, продукт.

## PLANNING STRATEGY OF OUTPUT IN THE ORGANIZATION.

Shalabaeva Zh.S.<sup>1</sup>, Baktiyarova A. Zh.<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Annotation.** The tasks of production planning in the organization of the company's work, a wide range of tasks for effective development management. But at the same time, the production process cannot be considered abstractly, without taking into account external factors, end users, and psychological characteristics of employees.

The main mechanisms of strategic management of enterprises in various sectors of the economy should take into account the main trends and features of the development of the industry, as well as adapt them to modern economic conditions. In this article, studying the enterprise, institutions, we will describe the basics, tasks of production planning at the enterprise, what achievements they have in this area.

**Keywords:** production, organization, enterprise, strategy, product.

Ұйымның стратегиясы-бұл кәсіпорын белгілеген нақты мақсаттарға қол жеткізуді қамтамасыз ететін болашаққа арналған шаралар жүйесі. Стратегия-бұл нақты іс-қимыл бағдарламасы ғана емес, сонымен қатар ойлау тәсілі. Стратегиялық жоспарлау мен басқарудың міндеті-компанияның даму динамикасы мен сыртқы ортаны салыстыру.

Стратегия ішкі және сыртқы ортаның түйіскен жерінде қалыптасады. Стратегия көп жағдайда пайданы көбейтуге ғана емес, өмір сүруге бағытталуы керек. Стратегиялық шешімдерге болашаққа бағытталған шешімдер, белгісіздік жағдайында қабылданған терең өзгерістерге жатқызылуы мүмкін.

Кейбір авторлар "Стратегиялық жоспарлау" және "стратегиялық басқару"терминдерін ажыратады.

Стратегиялық жоспарлау, оған тән:

- \* бағалауды экстраполяциялаудан бас тарту;
- \* қызмет факторларының өзгергіштігін есепке алу;
- \* компанияның ішкі мүмкіндіктерін және сыртқы факторларды талдау;
- \* ішкі мүмкіндіктерді тиімді пайдалану жолдарын табу;[1]

Ұйымдардағы өнім шығару және жоспарлау стратегияларының белгілі түрдегі құрылымы.

1. Ұйымдастыру мөлшері және қызмет түрлерін реттестіру;
2. Стратегия түрін пайдалану;
3. Географиялық орналасуын зерттеу;
4. Сыртқы орта динамикасын қарастыру;
5. Технологиямен ресурстарды тиімділігін қадағалау;
6. Ұйымдағы қатынастарды жүйелі түрде реттеу; [2]

Субъектілердің санаттарына бөлінісінде шағын кәсіпкерліктің үлесі 31%-ды және орта кәсіпкерліктің үлесі 7,2%-ды құрайды. Қазақстанда кәсіпкерлік қызметімен айналысып жүрген барлық кәсіпорындар мен ұйымдарды алып қарасаңыз, олардың 72%-ы жеке кәсіпкерлердің (ЖК), 14%-ы шаруа және фермер қожалықтарының (ШК), 13,6%-ы – шағын кәсіпорындардың (ШК) үлесіне тиесілі. Ал, ірі кәсіпорындардың (ІК) үлесі бар болғаны – 0,1%.(1-кесте)

1-кесте-2022,2023,2024 жылғы субъектілердің кәсіпкерлік үлесі,%

	Қаңтар-маусым 2022ж	Қаңтар-маусым 2023ж	Қаңтар-маусым 2024ж
Шағын кәсіпкерлік субъектілері	29,1%	29,6%	31%
Орта кәсіпкерлік субъектілері	6,6%	6,8%	7,2%

Өнім шығарылуы барысында негізі стратегиялық қадам кадрларды дайындау кәсіби оқытуға және өлшеу мен бақылау құрылғыларымен жұмыс істеуді үйретуге бағытталды. Өнеркәсіптік өндірістегі еңбектің жүйелі бөлінуімен ерекшеленген Тейлор принципінің кемшілігі – сапаны басқару тек қана бақыланатын функцияларға бағытталды. Мұндай тәсілдемеде ақаулар тек қана өндірістік тізбектің соңына қарай табылатын және ақауды өнімдер іріктелініп алынатын. Басқару функцияларының бөлінуі өндірістің бастапқы кезеңінде өнім сапасына әсер етуге мүмкіндік бермейтін. Бірақ, Тейлор жүйесінің де жақсы жақтары болды.

Осы кезеңде бақылаудың статистикалық әдістері дами бастады: У.Шухарттың бақылау карталары және бақылаудың таңдаулы әдістеріне негізделген статистикалық бақылау кестелері. Бір уақытта атақты америка ғалымдары Э. Деминг, Дж.Джуран өндірісте статистикалық тәсілдемелерді қолдануды белсенді насихаттады. Олар ең алғаш сапа қамтамасыз етудің ұйымдастырушылық мәселелеріне назар аударды және сапа мәселелерін шешуде жоғарғы басшылық рөліне ерекше көңіл бөлді.[3]



Өнеркәсіптік қызмет аймағына жаңа салаларды тарту үшін 2010 жылдан бастап Қазақстан Республикасы Жер қойнауын пайдалану өнеркәсібін қоса алғанда, өнімділігі жоғары және экспортқа бағдарланған өңдеу өнеркәсібін құруға бағытталған өнеркәсіптік саясатты іске асырады.

Елдің жер қойнауын пайдаланушы саласының стратегиялық маңыздылығы оның құрамына кіретін кәсіпорындар мен салалардың дамуын қамтамасыз ету үшін неғұрлым икемді басқару құрылымдарын және тиімді интеграциялық тетіктерді құру қажеттілігін айқындайды. Ішкі экономикалық жағдайды сипаттайтын процестер көбінесе жалпы қабылданған теория шеңберіне сәйкес келмейді. Сондықтан, осы жағдайларда туындайтын мәселелерді шешу үшін кәсіпорын жаңа және стандартты емес шешімдерді іздеуді қажет етеді.[4]

ШОБ субъектілеріне сипаттама, белгілі түрде мәліметтер Елімізде 2,2 млн шамасында шағын және орта бизнес (ШОБ) кәсіпорыны жұмыс істеп тұр. Аз да емес. Көп те емес. Оның өзінің басым бөлігін көтерме және бөлшек сауда иеленеді. Оның да өркендегені маңызды. Бірақ шағын өндірістің жұмыс істеуі, қосылған құны бар тауарлардың нарыққа шығарылғаны тіпті қажетті. Қазір ШОБ бірнеше өзекті түйткілімен бетпе-бет қалып отыр. Олар: ең бірінші кезекте инфляция, теңге курсының құбылмалы болуы, несие пайызының қымбаттап отырғаны, көлеңкелі экономика үлесінің көбейіп кеткені. Тиісінше экономикадағы мемлекет үлесінің көптігін де осы қатарға қоса аламыз.(2-кесте)

2-кесте. 2024 жылғы ШОБ субъектілеріне сипаттама

Шағын және орта кәсіпорындар	кірістерді, активтерді немесе жұмысшылардың санын белгілі бір шектен төмен деңгейде ұстайтын кәсіпкерлік
------------------------------	--

Ұйымдағы өнім шығару стратегиясының жақсы дамуына байланысты, жұмыс істеп тұрған ШОБ субъектілерінің жалпы санында дара кәсіпкерлер үлесі 69%, шағын кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 17,7%, шаруа немесе фермер қожалықтары – 13,1%, орта кәсіпкерліктегі заңды тұлғалар – 0,1%-ды құрады.(3-кесте)

3-кесте.2024 жылғы ұйымдағы өнім шығару стратегиясының дамуы,%

	Тіркелген субъектілер	Жұмыс істеп тұрған субъектілердің	Жұмыспен қамтылғандар	Өнім шығарылымы
Шағын кәсіпкерлікті заңды тұлғалар	20,8%	17,7%	39,6%	63,0%
Орта кәсіпкерлікті заңды тұлғалар	0,1%	0,1%	9,7%	17,3%
Дара кәсіпкерлер	66,7%	69,0%	42,7%	18,9%
Шаруа немесе фермер қожалықтары	12,3%	13,1%	13,1%	0,8%

Алматыда ШОБ субъектілерінің өнім шығаруы 15,8%-ға артты, деп хабарлайды.

2023 жылы ШОБ субъектілері 19,3 трлн теңгенің өнімін шығарды. Бұл 2022 жылмен салыстырғанда 15,8% өсімге ұлғайған.

Қала тұрғындарының 90%-ға жуығын жұмыспен қамтып отырған ШОБ. Бұл 949,3 мың адам.

Өткен жылы белсенді жұмыс істейтін бизнес субъектілерінің саны 340,1 мың бірлікке жетіп, 2022 жылмен салыстырғанда 16,2%-ға артты. Жыл басынан бері олардың саны 3,4%-ға, яғни 348,9 мың бірлікке дейін өсті.

2024 жылдың I тоқсанының қорытындысы бойынша Алматы қаласында іскерлік белсенділік 53,3%-ға артты.[5]

ШОК ұйымдық-құқықтық нысандар бөлінісінде

Ұйымдық-құқықтық нысандар бөлінісінде тіркелген субъектілердің көп санын дара кәсіпкерлер –1,5 млн. бірлікті, одан жұмыс істеп тұрғандар-1,4 млн. бірлікті құрайды.

Жұмыспен қамтылғандар санының ең көбі шағын кәсіпкерлікке– 1,7 млн. адам және дара кәсіпкерлерге – 1,8 млн. бірлік келеді. Шағын кәсіпкерліктің өнім шығарылымы 21,6 трлн. теңгені құрады, бұл барлық ШОК субъектілерінің жалпы өнім шығарылымынан 63% ды құрайды.(4-кесте)

4-кесте.2023,2024 жылғы ШОК ұйымдық-құқықтық нысан бөлінісі,

	2024 жылғы 1 шілдеге	2023 жылғы 1 шілдеге
Шағын және орта кәсіпкерліктегі тіркелген субъектілер, бірлік	2 219 058	2 223 486
соның ішінде:		
шағын кәсіпкерліктің кәсіпорындары	462 568	452 053
орта кәсіпкерліктің кәсіпорындары	3 013	2 940
дара кәсіпкерлер	1 480 033	1 496 527
шаруа немесе фермер қожалықтары	273 444	271 966
Шағын және орта кәсіпкерліктегі жұмыс істеп тұрған субъектілер, бірлік	2 028 794	2 015 030
соның ішінде:		
шағын кәсіпкерліктің кәсіпорындары	359 363	354 618
орта кәсіпкерліктің кәсіпорындары	2 928	2 851
дара кәсіпкерлер	1 400 080	1 392 945
шаруа немесе фермер қожалықтары	266 423	264 616
Шағын және орта кәсіпкерліктегі жұмыспен қамтылғандар саны, адам	4 266 952	4 272 966
соның ішінде:		
шағын кәсіпкерліктің кәсіпорындары	1 688 132	1 689 156
дара кәсіпкерлер	1 821 432	1 839 808
шаруа немесе фермер қожалықтары	342 566	345 231
Шағын және орта кәсіпкерліктегі өнім шығарылымы, млн. теңге	34 266 817	28 791 411
соның ішінде:		
шағын кәсіпкерліктің кәсіпорындары	21 593 496	19 488 375
орта кәсіпкерліктің кәсіпорындары	5 918 531	5 361 256
дара кәсіпкерлер	6 488 493	3 576 711
шаруа немесе фермер қожалықтары	266 297	365 069

Шағын және орта кәсіпкерлік субъектілеріне қызметі Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексімен регламенттелетін заңды тұлғалар, дара кәсіпкерлер және шаруа немесе фермер қожалықтары жатады.

2024 жылғы 1 шілдедегі жағдай бойынша тіркелген ШОК субъектілерінің саны 2219,1 мың бірлікті құрады;

2024 жылғы 1 шілдедегі жағдай бойынша жұмыс істеп тұрған ШОК субъектілерінің саны 2028,8 мың бірлікті құрады;

2024 жылғы 1 шілдедегі жағдай бойынша ШОК-та жұмыспен қамтылғандар саны 4267 мың адамды құрады;

2024 жылғы қаңтар-маусымда ШОК субъектілерінің өнім шығарылымы 34266,8 млрд. құрады.

Тіркелген ШОК субъектілерінің жалпы санында жұмыс істеп тұрғандардың үлесі 2022 жылы 1 шілдеде 86,7%, 2023 жылы 1 шілдеде 90,6%, 2024 жылы 1 шілдеде 91,4% құрады. Тіркелген ШОК субъектілерінің жалпы санында жұмыс істеп тұрғандардың үлесі 91,4% құрады, бұл өткен жылғы деңгейден 0,8 п.п. жоғары.

Өңірлер бөлінісінде ең көп үлесі Түркістан (97,6%), Ұлытау (94,5%) және Алматы (95%) облыстарында байқалады. Ең аз үлес Астана (88%) қаласында тіркелген.

ШОК экономикалық қызмет түрлері бөлінісінде

2024 жылғы 1 шілдедегі тіркелген ШОК субъектілерінің саны 2219,1 мың бірлікті құрады және 2023 жылдың сәйкес күнімен (2223,5 мың бірлік) салыстырғанда 0,2%-ға артты.

2024 жылғы 1 шілдедегі жұмыс істеп тұрған ШОК субъектілерінің саны 2028,8 мың бірлікті құрады және

2023 жылдың сәйкес күнімен (2015,0 мың бірлік) салыстырғанда 0,7%-ға артты.

2024 жылғы 1 шілдедегі ШОК-та жұмыспен қамтылғандар саны 4267 мың адамды құрады, бұл 0,1%-ға азайды.

2024 жылғы қаңтар-наурызда ШОК субъектілерінің өнім шығарылымы 34266,8 млрд. теңгені құрады және 2023 жылдың өткен кезеңімен салыстырғанда салыстырмалы бағаларда 9,3%-ға артты.

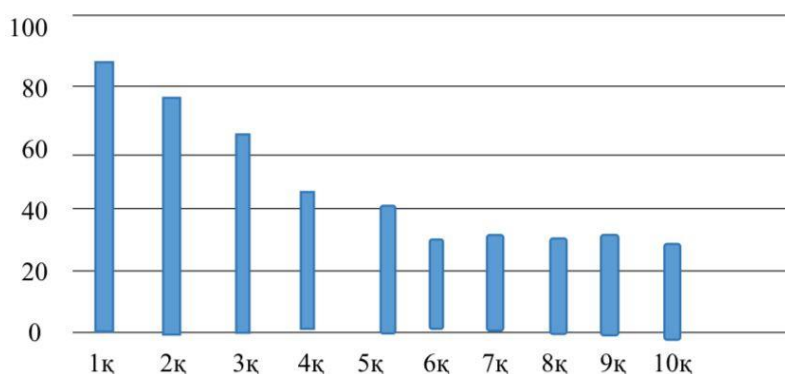
Субъектілердің санаттарына бөлінісінде шағын кәсіпкерліктің үлесі 31%-ды және ортң кәсіпкерліктің үлесі 7,2%-ды құрайды.

Экономикалық қызмет түрі-жабдық, жұмыс күші, өндірістік процестер, ақпараттық желілер мен өнімдер біріктіріліп, біртекті өнімдердің (тауарлардың, қызметтердің) құрылуына әкелетін қызмет. Экономикалық қызмет түрі шығындармен, өндіріс процесімен және өндірілген өніммен сипатталады. Әрбір тіркелген шағын кәсіпкерлік субъектісіне қосылған құнның ең көп өсуін қамтамасыз ететін, яғни негізгі болып табылатын экономикалық қызмет түрі беріледі.лік болып табылады.

Тұлғалардың дара кәсіпкерлікті жүзеге асыруы ауыл шаруашылығы мақсатындағы жерді ауыл шаруашылығы өнімін өндіру үшін пайдалануға, сондай-ақ осы өнімді қайта өңдеумен және өткізумен тығыз байланысты еңбек бірлестігі шаруа немесе фермер қожалығы деп танылады.[6]

1қ-Алматы қаласы 83%, 2қ-Астана қаласы 70,9%, 3қ-Атырау қаласы 40,3%,4қ-Шығыс Қазақстан 40,2%, 5қ-Батыс Қазақстан 36,8%, 6қ-Қостанай 34,8%,7қ-Ақмола қалайсы 34,4%, 7қ-Түркістан 33,8%, 8қ-Қызылорда 33,2%,9қ-Ұлытау 29,5%, 10қ-Жамбыл облысы ШОК саласына елдің экономикалық белсенді халқының жалпы санынан 44,3% келеді. Өңірлер бөлінісінде ең көп үлес Алматы және Астана қалаларында басым. Ең аз үлес Жамбыл облысында тіркелген.

ШОК экономикалық қызмет түрлері бөлінісінде.(1-сурет)



1-сурет. Ұйымдағы өнім шығару үлесінің ұлғаюы әсерінен жұмыс орны саны артуы

2024 жылғы 1 шілдедегі тіркелген ШОК субъектілерінің саны 2219,1 мың бірлікті құрады және 2023 жылдың сәйкес күнімен (2223,5 мың бірлік) салыстырғанда 0,2%-ға артты.

2024 жылғы 1 шілдедегі жұмыс істеп тұрған ШОК субъектілерінің саны 2028,8 мың бірлікті құрады және 2023 жылдың сәйкес күнімен (2015,0 мың бірлік) салыстырғанда 0,7%-ға артты.

2024 жылғы 1 шілдедегі ШОК-та жұмыспен қамтылғандар саны 4267 мың адамды құрады, бұл 0,1%-ға азайды.

2024 жылғы қаңтар-наурызда ШОК субъектілерінің өнім шығарылымы 34266,8 млрд. теңгені құрады және 2023 жылдың өткен кезеңімен салыстырғанда салыстырмалы бағаларда 9,3%-ға артты.

#### ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Жабко, А. П. Сборник задач и упражнений по теории управления: стабилизация программных движений / А.П. Жабко, А.В. Прасолов, В.Л. Харитонов. - М.: Высшая школа, 2019. - 288 с.
2. Ерiш Н.А Сапа менеджментi жүйелерi. 5B073200–Стандарттау, сертификаттау және метрология мамандығы бойынша оқу-әдістемелік құрал. – Қостанай, 2018. - 75 б.
3. Sikhimbayeva, D., Zulkharnay, A., Zhakupov, A., Yessilov, A., Kuttybay, M. (2021), “Analysis of Factors Affecting to the Development of Sub-Production Industry of the Republic of Kazakhstan”, Montenegrin Journal of Economics, Vol. 17, No. 3, pp. 41-57с
4. Симоненко, И. Л. Теория организации. Конспект лекций / И.Л. Симоненко. - М.: Феникс, 2021. - 144 с.
5. PMP: Project Management Professional Exam Study Guide (Kim Heldman, 2018) Vol 78, No.8, pp 89-114с
6. QazStat-"ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросының Ақпараттық-есептеу орталығы" шаруашылық жүргізу құқығындағы республикалық мемлекеттік кәсіпорны.

УДК 338.2

**ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАНЫ**

**Шириня Е.А.<sup>1</sup>, Асанова А.Ж.<sup>2</sup>**

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** Статья посвящена влиянию маркетинга в социальных сетях на экономику страны с учетом рисков информационной безопасности. В современных реалиях социальные сети становятся важнейшим инструментом для продвижения брендов, но они создают уязвимости, связанные с безопасностью данных. Нарушения безопасности и утечки данных способны не только подорвать доверие, но и ослабить экономическую стабильность страны, препятствуя цифровому развитию. В статье рассматриваются основные угрозы, возникающие в сфере цифрового маркетинга. Включая примеры последствия для экономики и национальной безопасности.

**Ключевые слова:** социальные сети, информационная безопасность, кибератаки, экономическая стабильность, утечка данных.

## **АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІК ЖӘНЕ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР: ЕЛДІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫНА ЫҚПАЛЫ**

**Шириня Е.А.<sup>1</sup>, Асанова А.Ж.<sup>2</sup>**

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақалада әлеуметтік желілердегі маркетингтің ел экономикасына ақпараттық қауіпсіздік тәуекелдерін ескере отырып әсері қарастырылады. Қазіргі жағдайда әлеуметтік желілер брендтерді ілгерілету үшін маңызды құралға айналды, бірақ олар деректер қауіпсіздігіне байланысты осалдықтарды тудырады. Қауіпсіздік бұзушылықтары мен деректердің ағуы сенімділікті төмендетіп қана қоймай, елдің экономикалық тұрақтылығын әлсіретіп, цифрлық дамуға кедергі келтіруі мүмкін. Мақалада цифрлық маркетинг саласында пайда болатын негізгі қауіптер, оның ішінде экономика мен ұлттық қауіпсіздікке әсер ететін мысалдар қарастырылады.

**Түйін сөздер:** әлеуметтік желілер, ақпараттық қауіпсіздік, кибершабуылдар, экономикалық тұрақтылық, деректердің ағуы.

## **INFORMATION SECURITY AND SOCIAL MEDIA: IMPACT ON A COUNTRY'S ECONOMIC DEVELOPMENT**

**Shirinya E.A.<sup>1</sup>, Assanova A.Zh<sup>2</sup>**

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** The article explores the impact of social media marketing on a country's economy, taking into account information security risks. In today's reality, social media has become a crucial tool for brand promotion, yet it also introduces vulnerabilities related to data security. Security breaches and data leaks can not only undermine trust but also weaken a country's economic stability, hindering digital development. The article examines the primary threats emerging in the field of digital marketing, including examples of their consequences for the economy and national security.

**Keywords:** social media, information security, cyberattacks, economic stability, data leakage.

В эпоху цифровых технологий социальные сети стали основным каналом для продвижения брендов и взаимодействия с аудиторией. Они значительно изменили маркетинг, сделав его более доступным и персонализированным. С другой стороны, активное использование социальных сетей создает новые риски для информационной безопасности, которые могут влиять не только на доверие пользователей к бренду, но и на экономическое развитие страны в целом.

Социальные сети дают брендам уникальные возможности для построения репутации и привлечения новых клиентов. Они позволяют компаниям взаимодействовать с аудиторией напрямую, получать мгновенную обратную связь и адаптировать свои продукты и услуги в ответ на пожелания клиентов. Более того, маркетинг в социальных сетях увеличивает видимость бренда, помогает малым и средним предприятиям расширять клиентскую базу, стимулирует рост продаж, что в свою очередь положительно влияет на экономику.

С ростом популярности социальных сетей, бренды сталкиваются с новыми угрозами, связанными с информационной безопасностью. Нарушения безопасности, утечки данных и кибератаки могут нанести серьезный ущерб репутации бренда и подорвать доверие пользователей. Если аккаунт компании в социальной сети взломан, это может привести к распространению ложной информации или фальшивых предложений, которые не только обманут клиентов, но и создадут финансовые убытки для компании.

В условиях глобализации и цифровизации информационная безопасность становится неотъемлемой частью национальной безопасности. Взлом данных крупных компаний, действующих в социальных сетях, может создать угрозу для стабильности всей экономики страны, так как затрагивает крупные компании, их поставщиков и партнеров. Если пострадают финансовые данные пользователей, это может вызвать недоверие к цифровым платежным системам, что затормозит развитие цифровой экономики и повлияет на ВВП страны.

На сегодняшний день Казахстан занимает 78-е место в рейтинге NCSI, уступая Беларуси, Молдове, Азербайджану и России. По данным за 2023 и 2024 годы, кибератакам в Казахстане чаще всего подвергались следующие сектора (таблица 1).

Таблица 1 – Сектора подвергшие кибератакам в Казахстане за 2023 и 2024 годы.

Кибератаки в Казахстане за 2023 и 2024 годы.	
Сектора:	Кибератаки нацеленные на:
СМИ	Волна DDoS-атак, затронуты девять независимых изданий и аккаунты журналистов.
Государственные учреждения	Получение доступа к государственным данным и нарушение работы учреждений.
Финансовые организации	Хищение финансовой информации и персональных данных клиентов.
Телекоммуникационные компании	Распространения вредоносных программ и доступа к персональным данным.
Примечание: составлено автором на основе источника [1]	

СМИ оказались наиболее уязвимыми и стали целью 19% атак, по сравнению с другими секторами (рисунок 1).

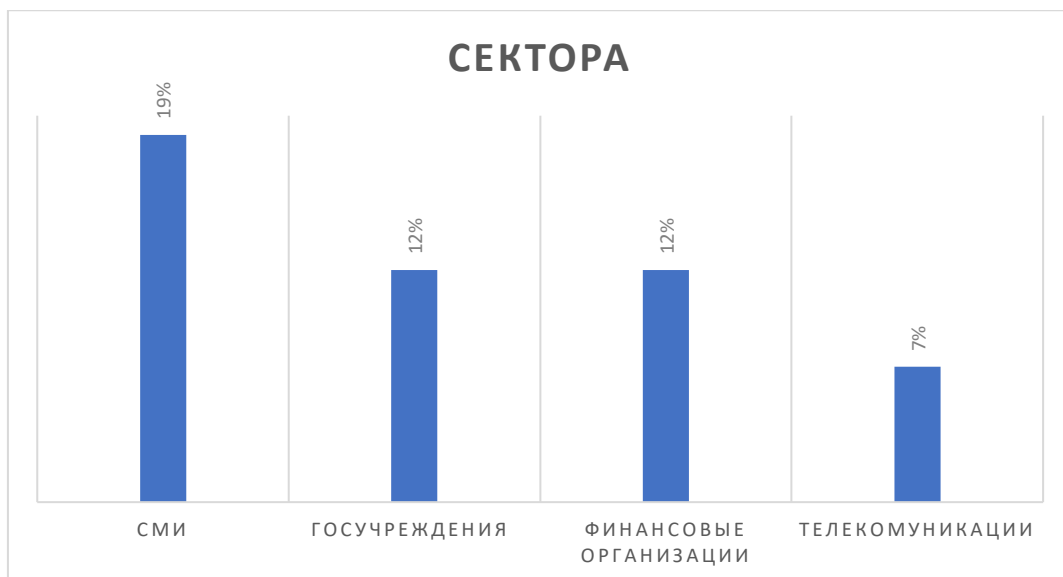


Рисунок 1 – Сектора подвергшие кибератакам в Казахстане за 2023-2024гг., %  
Примечание: рисунок составлен на основе источника [1].

За 2024 год зафиксировано 3645 случаев интернет-мошенничества в Казахстане, что составляет рост на 8,3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (рисунок 2).



Рисунок 2 – Киберпреступность в Казахстане за 2024г.  
Примечание: рисунок составлен на основе источника [2].

За все время киберпреступность в Казахстане увеличилась более чем в 10 раз за последние 7 лет, а за прошедший год киберпреступления составили 18% от всех правонарушений. Основной причиной распространения киберпреступности стало – присутствие компаний и пользователей в цифровом пространстве, включая социальные сети и цифровые платформы, которые подвержены «небезопасному маркетингу».

Небезопасный маркетинг в социальных сетях — это использование стратегий или методов, которые могут нарушить конфиденциальность данных, безопасность пользователей или привести к потерям для брендов.

Некоторые компании применяют сверхточный таргетинг, опираясь на данные о личных интересах, здоровье или финансовом положении пользователей. Это может выглядеть как полезная информация для клиентов, но, если такие данные будут использованы без согласия или защищены недостаточно хорошо, они могут стать доступными киберпреступникам. Например, утечка данных компании Cambridge Analytica, когда персональные данные пользователей Facebook использовались для политического влияния, вызвала международный скандал [3].

Маркетинг через конкурсы и розыгрыши может привлекать внимание к бренду, но если не обеспечена надлежащая безопасность, эти мероприятия могут стать ловушками для пользователей. Злоумышленники часто создают поддельные страницы брендов, копируют конкурсы и собирают данные участников — такие, как номера телефонов, адреса и другую персональную информацию. Эти данные затем используются для спама или мошенничества.

Для повышения репутации в социальных сетях некоторые компании используют фальшивые отзывы, накручивают лайки и комментарии. Хотя это может временно улучшить восприятие бренда, такие методы подрывают доверие, когда пользователи обнаруживают подделку. Более того, фальшивые аккаунты, оставляющие отзывы, могут быть взломаны или скомпрометированы, что делает такие стратегии рискованными.

Если компания не защищает свои аккаунты должным образом, они становятся уязвимыми для взломов. Один из известных примеров — взлом Twitter-аккаунтов крупных компаний и знаменитостей в 2020 году. Хакеры получили доступ к верифицированным аккаунтам и разместили фальшивые сообщения о раздаче биткойнов, заманивая пользователей в мошенническую схему. Это не только вызвало панику среди подписчиков, но и нанесло ущерб репутации брендов [4].

Некоторые компании используют скрытые трекеры и технологии для сбора данных пользователей без их ведома. Например, Facebook однажды использовал технологию для сбора данных о перемещениях пользователей по приложениям и сайтам даже после выхода из приложения. Это вызвало общественное возмущение и вопросы к соблюдению конфиденциальности данных.

Чат-боты используются для взаимодействия с пользователями, но если они запрашивают слишком много личных данных или не обеспечены должным уровнем безопасности, это может привести к утечке данных. Пользователи могут невольно передавать конфиденциальную информацию через такие каналы, не понимая, как эти данные будут использованы и защищены.

TikTok подвергся критике за предполагаемую передачу данных пользователей китайскому правительству, что привело к подозрениям в нарушении конфиденциальности. Были случаи, когда бренд позволял использовать агрессивный таргетинг среди подростков, что поднимало вопросы об этичности таких методов. Некоторые страны даже рассматривали возможность блокировки приложения из-за угроз безопасности [5].

Uber использовал агрессивные методы маркетинга и трекинга. В одном случае компания отслеживала местоположение пользователей, даже после того, как они выходили из приложения. Это привело к негативной реакции и подозрениям в нарушении конфиденциальности данных. Uber подвергся критике за хранение данных, которые были уязвимыми для кибератак [6].

Amazon использовал скрытые технологии для сбора данных о своих конкурентах и пользователях. Компания сталкивалась с обвинениями в небезопасном использовании данных клиентов для улучшения собственных бизнес-процессов, что породило сомнения в этичности таких действий. Например, Amazon был обвинен в использовании данных от сторонних продавцов на своей платформе для создания конкурирующих товаров [7].

В начале пандемии Zoom быстро стал популярен, но столкнулся с проблемами информационной безопасности. «Зумбомбинг» (неавторизованный доступ к



видеовстречам) стал широко распространенной проблемой из-за недостаточной защиты данных пользователей. Приложение критиковали за недостаточные меры конфиденциальности и использования данных без уведомления пользователей [8].

На данный момент, самые маркетинговые стратегии TEMU и онлайн-казино часто нацелены на привлечение большого количества пользователей за счет агрессивных рекламных методов. Оба типа бизнеса применяют уникальные подходы, но часто используют тактики, которые могут быть воспринимаемы как навязчивые или даже небезопасные.

TEMU — это онлайн-платформа для покупок, которая быстро набрала популярность благодаря низким ценам и широкому ассортименту товаров [9].

TEMU активно продвигает свою платформу через социальные сети и поисковые системы, ориентируясь на широкий круг пользователей. Рекламу можно часто увидеть на таких платформах, как Instagram, Facebook и TikTok, где она привлекает внимание скидками и акциями.

Одной из ключевых стратегий TEMU является предоставление скидок и использование реферальных программ. Пользователи получают бонусы за привлечение друзей, что позволяет платформе быстро расширять аудиторию. Кроме того, компании часто предлагают купоны и временные скидки, что создает эффект срочности и заставляет пользователей делать покупки быстрее.

Платформа использует данные о поведении пользователей для показа персонализированных предложений. Пользователям показываются товары, которые они, возможно, просматривали ранее или которые интересны на основе их предпочтений. Это повышает вероятность совершения покупки, но вызывает вопросы о конфиденциальности и безопасности данных.

Онлайн-казино полагаются на агрессивный маркетинг, но с акцентом на привлечение новых игроков и удержание существующих, используя различные психологические приемы для стимулирования частого использования.

Одним из самых распространенных способов привлечения пользователей является предоставление бонусов при регистрации. Новые пользователи часто получают «бесплатные» деньги для игры или «бесплатные» вращения в слотах, что мотивирует их продолжать играть и делать реальные ставки.

Казино предлагают постоянные акции и VIP-программы для активных пользователей, что поощряет их тратить больше. Например, пользователи могут накапливать очки лояльности, которые затем можно обменять на деньги или дополнительные бонусы. Это создает элемент привязанности и может привести к зависимости от платформы.

Казино активно используют таргетинг и ремаркетинг, показывая рекламу пользователям, которые ранее заходили на сайт или проявляли интерес к азартным играм. Это может быть воспринято как навязчивый подход, особенно для тех, кто пытается избежать азартных игр, но остается в зоне действия рекламы.

Часто бонусы и акции сопровождаются сложными условиями, которые игрокам трудно понять, особенно если они новые пользователи. Например, чтобы обналичить бонусные деньги, пользователь должен выполнить ряд условий — такие как определенное количество ставок или вложение дополнительных денег. Это удерживает игроков на платформе дольше и создает иллюзию легкой доступности выигрышей.

Платформы (TEMU и онлайн-казино) — часто сталкиваются с критикой за навязчивый маркетинг и использование данных. В случае TEMU вопрос безопасности данных пользователей может стать особенно важным из-за большого объема персональной информации, собираемой для персонализированного маркетинга. Онлайн-казино же часто подвергаются критике за создание условий, ведущих к зависимости, и за скрытые комиссии, что может ставить под угрозу финансовую безопасность пользователей.

Эти маркетинговые стратегии, хотя и эффективны с точки зрения бизнеса, но поднимается вопрос о прозрачности и безопасности использования. Ведь, игнорирование этих сервисов влияет на экономику страны. Обе платформы не подлежат регулированию, что приводит к зависимости пользователей.

Информационная безопасность в социальных сетях влияет не только на отдельные бренды, но и на экономическое развитие страны в целом. Утечки данных, особенно крупных компаний, могут подорвать доверие к национальной цифровой инфраструктуре и привести к значительным экономическим потерям. Если страна не обеспечивает надежные меры информационной безопасности, это может отпугнуть иностранные инвестиции и замедлить развитие цифровой экономики.

Кибератаки могут повлиять на рынок труда и создавать дополнительные расходы для бизнеса, который вынужден тратить средства на защиту данных, обучение сотрудников и улучшение технологий. Страны, которые будут активно поддерживать информационную безопасность, смогут создать более стабильную экономическую среду, привлекая инвесторов и позволяя развиваться цифровым брендам без лишних рисков.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Актуальные киберугрозы в странах СНГ 2023—2024. [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://www.ptsecurity.com/ru-ru/research/analytics/aktualnye-kiberugrozy-v-stranah-sng-2023-2024/#id6> (дата обращения: 06.11.2024).
2. Количество киберпреступлений в Казахстане. [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://inbusiness.kz/ru/last/kolichestvo-kiberprestuplenij-v-kazahstane-vyroslo-v-10-raz> (дата обращения: 06.11.2024).
3. Утечка данных компании Cambridge Analytica. [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.interfax.ru/business/670301> (дата обращения: 06.11.2024).
4. Взлом Twitter-аккаунтов. [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.bbc.com/russian/features-53453097> (дата обращения: 06.11.2024).
5. Передача данных пользователей TikTok. [Электронный ресурс]. – 2023. – URL: <https://www.bbc.com/russian/news-64811551> (дата обращения: 06.11.2024).
6. Uber и уязвимость к кибератакам. [Электронный ресурс]. – 2021. – URL: <https://www.pitsasurances.com/ru/article/a-decade-of-cyber-attacks/> (дата обращения: 06.11.2024).
7. Amazon использует секретные операции против конкурирующих компаний. [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <http://surl.li/jxatia> (дата обращения: 06.11.2024).
8. Zoom и его проблемы информационной безопасности. [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/413573-konec-epohi-zoom-kak-glavnyy-servis-pandemii-perezhivaet-obviniya-v-utechke> (дата обращения: 06.11.2024).
9. Расследование против Temu. [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://informburo.kz/novosti/xotim-ctoby-tovary-ne-vredili-pokupatelyam-es-nacal-rassledovanie-protiv-temu> (дата обращения: 06.11.2024).

### Сведения об авторах

\*Шириня Елена Артёмовна – студент 4 курса, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [shirinya03@gmail.com](mailto:shirinya03@gmail.com)

\*\*Асанова Айман Жанатовна – сеньор-лектор, ВШЭиУ, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [aiman\\_assanova@mail.ru](mailto:aiman_assanova@mail.ru)

### Авторлар туралы мәліметтер

\*Шириня Елена Артёмовна – 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [shirinya03@gmail.com](mailto:shirinya03@gmail.com)

\*\*Асанова Айман Жанатовна – сеньор-лектор, ЭЖБЖМ, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [aiman\\_assanova@mail.ru](mailto:aiman_assanova@mail.ru)

**Information about the authors**

\*Shirinya Elena Artemovna - 4th year student, Caspian Public University, e-mail: [shirinya03@gmail.com](mailto:shirinya03@gmail.com)

\*\* Assanova Aiman Zhanatovna – Senior Lecturer, HSEM, Caspian Public University, e-mail: [aiman\\_assanova@mail.ru](mailto:aiman_assanova@mail.ru)

ӘОЖ 338.012

**БРЕНДИНГ КӘСПОРЫННЫҢ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ**

**Шойбек М.<sup>1</sup>, Отарбаева А.Б.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Мақалада брендинг кәсіпорынның тиімділігін арттырудың стратегиялық құралы ретінде қарастырылып баяндалады. Брендті қалыптастыру мен басқарудың негізгі аспектілері, оның бәсекеге қабілеттілікке, тұтынушылардың адалдығына және компанияның нарықтық жағдайына әсері талданады. Бренд құнының өсуіне және кәсіпорынның қаржылық көрсеткіштерінің өсуіне ықпал ететін бірегей имидж бен құндылық ұсынысын құру механизміне ерекше назар аударылады. Брендінгіті әр түрлі салаларда сәтті қолданудың практикалық мысалдары келтірілген, бұл оның тұтынушылардың сенімін нығайтудағы және тұрақты бәсекелестік артықшылықты қалыптастырудағы рөлін көрсетеді. Зерттеу нәтижелері брендті дамытуға инвестициялар бизнестің тиімділігіне ұзақ мерзімді оң әсер ететінін растайды.

**Түйін сөздер:** брендинг, брендті басқару, кәсіпорынның тиімділігі, бәсекеге қабілеттілік, тұтынушылардың адалдығы, компания имиджі, маркетингтік стратегия, брендті жылжыту, нарықтық артықшылық.

**БРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Шойбек М.<sup>1</sup>, Отарбаева А.Б.<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В статье рассматривается брендинг как стратегический инструмент повышения эффективности деятельности предприятия. Анализируются основные аспекты формирования и управления брендом, его влияние на конкурентоспособность, лояльность потребителей и рыночное состояние компании. Особое внимание уделяется механизму создания уникального имиджа и ценностного предложения, способствующего росту стоимости бренда и росту финансовых показателей предприятия. Приведены практические примеры успешного применения брендинга в различных отраслях, что свидетельствует о его роли в укреплении доверия потребителей и формировании устойчивого конкурентного преимущества. Результаты исследования подтверждают, что инвестиции в развитие бренда оказывают долгосрочное положительное влияние на эффективность бизнеса.

**Ключевые слова:** брендинг, управление брендом, эффективность предприятия, конкурентоспособность, лояльность клиентов, имидж компании, маркетинговая стратегия, продвижение бренда, рыночное преимущество.

## BRANDING AS A TOOL TO INCREASE THE EFFICIENCY OF AN ENTERPRISE

Shoibek M.<sup>1</sup>, Otarbayeva A.B.<sup>2</sup>.

<sup>1,2</sup> Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Annotation.** The article discusses branding as a strategic tool for improving the efficiency of the enterprise. The main aspects of brand formation and management, its impact on competitiveness, customer loyalty and the market position of the company are analyzed. Particular attention is paid to the mechanism for creating a unique image and value proposition, which contributes to the growth of brand value and the growth of financial indicators of the enterprise. Practical examples of the successful use of branding in various industries are given, which shows its role in strengthening consumer confidence and creating a stable competitive advantage. The results of the study confirm that investments in brand development have a long-term positive effect on Business Efficiency.

**Keywords:** branding, brand management, enterprise efficiency, competitiveness, customer loyalty, company image, marketing strategy, brand promotion, market advantage.

Қазіргі заманғы нарық жоғары бәсекелестікпен сипатталады, бұл компанияларды клиенттерді жеңудің және ұстап қалудың жаңа жолдарын іздеуге мәжбүр етеді. Бизнес арсеналындағы ең қуатты құралдардың бірі-брендинг. Бренд бәсекелестерден ерекшеленіп қана қоймай, сонымен қатар клиенттердің адалдығын нығайту және жаңаларын тарту шығындарын азайту арқылы кәсіпорынның экономикалық тиімділігін арттыруға көмектеседі.

Брендинг ұзақ уақыт бойы маркетингтің элементі болуды тоқтатты. Бүгінгі күні ол клиенттердің, серіктестердің және қызметкерлердің алдында компанияның құндылығын анықтайтын стратегиялық актив болып табылады. Бұл мақалада біз брендингтің кәсіпорынның тиімділігіне, оның қалыптасу кезеңдеріне және қолданудың сәтті мысалдарына қалай әсер ететінін қарастырамыз.

"Бренд" сөзі ескі скандинавиялық "brandr" сөзінен шыққан, "стигма" дегенді білдіреді. Қазіргі мағынада бренд-бұл өзара әрекеттесу тәжірибесі негізінде тұтынушылар арасында қалыптасатын өніммен, қызметпен немесе компаниямен байланысты бірлестіктер жиынтығы.

Бренд пен брендинг арасындағы айырмашылық:

- Бренд- бұл тұтынушы қабылдайтын нәрсе (эмоциялар, құндылықтар, ассоциациялар).
- Брендинг - бұл стратегияны, визуалды сәйкестікті және коммуникацияны дамытуды қамтитын брендті қалыптастыру процесі.

Бренд бірнеше негізгі функцияларды орындайды:

- Сәйкестендіру: тұтынушыға өнімді оңай тануға мүмкіндік береді.
- Дифференциация: тауарды бәсекелестерден ажыратады.
- Сапа кепілдігі: күшті бренд сенімділік пен сапамен байланысты.
- Эмоционалды байланыс: адалдықты қалыптастыруға ықпал етеді.
- Әлеуметтік мәртебе: кейбір брендтер иелерінің мәртебесін көтереді (мысалы, Rolex немесе Louis Vuitton).

Бренд компоненттері

1. Көрнекі сәйкестік: логотип, түстер палитрасы, қаптама.
2. Ауызша сәйкестік: ұран, өнім атаулары, қарым-қатынас үні.
3. Эмоционалды компонент: бренд клиентте тудыратын сезімі жайлы.
4. Құндылықтар және философия: компанияның миссиясы және оның орналасуы.

Сәтті брендинг стратегиясын келесі жолдар арқылы жасауға болады:

-Брендингтің негізгі элементтері: Бренд тек атау мен логотипті ғана емес, сонымен қатар құндылықтарды, идеологияны, миссияны, әлемге көзқарасты және т.б. қамтитынын түсіну маңызды.

- Әлеуметтік желілерді пайдалану. Әлеуметтік медиа - брендті ілгерілетудің тамаша тәсілі. Олар мәдени өнімнің айналасында қауымдастық құруға, мақсатты аудиториямен байланысуға және жаңа жобалар туралы сөзді таратуға мүмкіндік береді.

-Басқа брендтермен ынтымақтастық. Басқа брендтермен ынтымақтастық брендке таныстар шеңберін кеңейтуге, жаңа жобалар жасауға және нарықта ілгерілеуге көмектеседі.

-Мазмұнды пайдалану. Мазмұн - брендті жылжытудың тамаша тәсілі. Қызықты және бірегей мазмұнды жасау мақсатты аудиторияны назарын аударуға және бренд имиджін құруға көмектеседі.

Бренд стратегиясының негізгі мақсаттары:

1. Оның бірегей сипаттамалары мен құндылықтарын көрсететін бірегей бренд сәйкестігін құру болып табылады.

2. Бренд құндылықтары мен миссиясына сәйкес келетін нарықтық позицияны дамыту.

3. Демеушілік, іс-шаралар, жарнама, әлеуметтік желілер және т.б

4. Бренд пен аудитория арасында ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатуға ықпал ету.

5. Брендтің беделін дамыту және қолдау, оның имиджін нығайту және аудиторияның адалдығын қалыптастыру.

Бренд стратегиясы аудиторияны тартатын және брендке адалдықты ілгерілететін бірегей және тартымды бренд имиджін құруға бағытталған. Бренд стратегиясының сәттілігі брендтің өз миссиясы мен құндылықтарын қаншалықты тиімді жеткізе алатындығына, сондай-ақ аудиториямен ұзақ мерзімді қарым-қатынасты қалай құра алатындығына байланысты екенін ескеру қажет.

Брендті дамытудың тағы бір маңызды аспектісі- бірегей және оңай танылатын стильді құру болып табылады. Тұтынушылар брендтің өнімдерін басқа ұқсас өнімдердің арасында тани білуі керек. Сонымен қатар, брендті дамыту брендтің құндылықтары мен миссиясын көрсететін нақты позициялау стратегиясына негізделуі керек.

Брендтің дамуы тұтынушылармен және серіктестермен қарым-қатынасты нығайтумен де байланысты. Бұл қайырымдылық істерге қатысу, іс-шараларды өткізу және адал клиенттерге арналған эксклюзивті ұсыныстарды қамтиды.

Брендті дамыту аяқталатын процесс емес екенін түсіну маңызды, жылдар сайын жаңартылып отырылатын үздіксіз жұмыс. Бұл брендке үнемі назар аударуды және инвестициялауды талап ететін үздіксіз процесс.

Кәсіпорынды дамыту үшін бизнесте де, брендті алға жылжыту үшін де біртіндеп енгізіле бастаған интернет-маркетингтің жаңа инновациялық құралдарын пайдалану қажет.

- Іздеу жүйесін оңтайландыру – тиімді, сатылымдық сұраныстар үшін сайтты іздеу жүйелерінде бірінші орындарға жылжыту. Іздеу жүйесін оңтайландыру сайтқа мақсатты және жоғары сапалы аудиторияны тартады. Веб-сайтты оңтайландыру әлеуетті тұтынушылар іздеу жүйесінен сұрайтын тиімді, сатылатын іздеу сұрауларының тізіміне сәйкес жүзеге асырылады.

- Контекстік жарнама – іздеу жүйелерінде және веб-сайт беттерінде көрсетілетін Интернет-жарнама. Мәтін-мәндік жарнаманың кәдімгі интернет-жарнамадан айырмашылығы, ол пайдаланушының іздеу сұрауына немесе ол көрсетілетін беттің тақырыбына байланысты болып келеді. Мәтін-мәндік жарнама сайтқа мақсатты пайдаланушыларды - жарнамаланатын өнімге немесе қызметке қызығушылық танытқан келушілерді тартады. Мәтін-мәндік жарнама арқылы клиент тек жарнаманы басып, оның сайтына кірген пайдаланушылар үшін төлейді. Тәжірибе көрсеткендей, оны Яндекс, Google және Rambler іздеу жүйелерінде, сондай-ақ жоғары сапалы тақырыптық сайттарда орналастыру тиімді.

- Дисплейлік жарнама – бұл веб-сайттарда орналастырылатын және белгілі бір өнім немесе қызметпен тұрақты бренд құруға бағытталған графикалық жарнама. Бұл

брендтің хабардарлығы мен аудиторияның оған деген көзқарасын арттырады. Дегенмен, бұқаралық ақпарат құралдарындағы жарнама тек үлкен көлемдегі әсерлермен жұмыс істей бастайтынын атап өткен жөн, өйткені ол ақпараттық өрісте тұрақты, қарқынды қатысуды талап етеді.

Әлеуметтік желідегі интернет-маркетинг – бұл әлеуметтік желілермен және тақырыптық қауымдастықтармен жұмыс: пікірлерді бақылау, талқылауға қатысу. Бұл компанияның алдында тұрған маркетингтік міндеттерді тиімдірек шешуге көмектеседі. Әлеуметтік интернет-маркетинг аудиторияның адалдығын арттыру үшін қажет. [2, 154 б.]

Брендтің қалыптасу процесін 4 кезеңге бөлуге болады:

1. Бірінші кезең 1870-1900 жж. Тұтыну тауарларын жасай отырып, олардың кейбіреулері бүгінгі күнге дейін сақталып келе жатқан брендтерге айналды. Тауарларды бөлу сапасы мен әдістерінде өзгерістер бар. ("Колгейт" 1873, "Кока-кола" 1887, "Nestle" 1890);

2. Екінші кезең 1900-1920 жылдар аралығын қамтиды. Қолданыстағыларды дамыту, сапалы жаңа брендтер жасау. Орташа менеджерлердің пайда болуы.;

3. Үшінші кезең 1920-1930 жылдары болған Ұлы күйзеліс жылдарына сәйкес келеді. және Екінші дүниежүзілік соғыс, 1939-1945 жж. Бренд концепциясының пайда болуы («брендті құру және дамыту процесі және оның сәйкестігі») және бренд маркетингі (Procter & Gamble);

4. 1945 жылы басталған төртінші кезең бүгінгі күні де қалыптасуда. Бренд менеджменті терминімен таныстыру. Келесі кезекте бірқатар ғалымдардың бренд терминін түсінуіне жүгінеміз. «Бренд – бұл өнімге немесе қызметке қабылданатын құндылықты қосатын тұтынушылардың санасында пайда болатын ассоциациялар жиынтығы» (Келлер, 1998)

Кесте 1. Саудадағы брендингті қолданудың артықшылықтары

<b>Артықшылық</b>	<b>Түсіндірме</b>	<b>Кәсіпорын мысалы</b>
Танымалдылықты арттыру	Клиенттер нарықтағы тауарды тезірек таниды	ИКЕА дүкендері
Адалдықты нығайту	Тұтынушылар "танымал" брендті таңдауға бейім	"Магнит" супермаркеттері
Табыстылықты арттыру	Брендинг өнім бағасын арттыруға мүмкіндік береді	Apple сауда маркасы

Ескертпе: автормен [2, 155 б.] әдебиет негізінде құрастырылған

Кесте 2. Бренд және брендсіз компаниялар көрсеткіштері

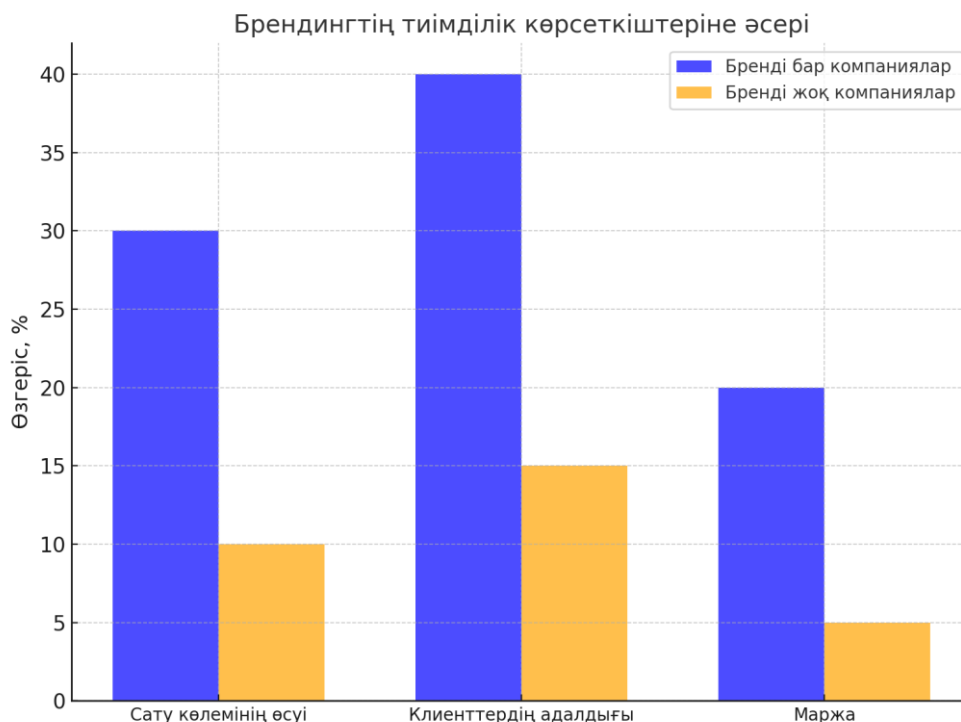
<b>Көрсеткіштер</b>	<b>Брендпен компаниялар</b>	<b>Брендсіз компаниялар</b>
Сату көлемінің өсімі	30%	10%
Клиенттердің адалдығы	40%	15%
Маржа	20%	5%

Ескертпе: автормен [2, 155 б.] әдебиет негізінде құрастырылған

Күшті брендті бар компаниялар өз тауарлары мен қызметтеріне жоғары баға қоя алады. Себебі клиенттер сапаға немесе мәртебеге байланысты белгілі атау үшін артық төлеуге дайын. Мысал: Apple клиенттері инновациялық және премиум бренд беделінің арқасында компания техникасы үшін көбірек төлеуге дайын.

Танымал бренд өзіне назар аударады, бұл маркетинг пен жарнама шығындарын азайтады. Сонымен қатар, қанағаттанған тұтынушылар тұтынушылар базасының органикалық өсуіне ықпал ететін оң тәжірибелерімен бөліседі. [4,57 б.]

Адал клиенттер тауарлар мен қызметтерді қайта сатып алады, сонымен қатар оларды таныстарына ұсынады. Зерттеулер көрсеткендей, бар клиенттерді ұстау шығындары жаңаларын тартуға қарағанда 5-7 есе төмен.



1 сурет – Брендінгтің тиімділік көрсеткіштеріне әсері

Ескерту: сурет [4, 57б.] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

Күшті бренд клиенттерді тартып қана қоймайды, сонымен қатар компанияға талантты қызметкерлерді тартуға және сақтауға көмектеседі. Адамдар құндылықтары мен беделі өздеріне сәйкес келетін компанияларда жұмыс істегенді жөн көреді.

Брендті құрудағы алғашқы қадам – мақсатты аудиторияның қажеттіліктері мен үміттерін зерттеуді қоса алғанда, нарықты талдау. Зерттеу әдістері:

- Сауалнама.
- Терең сұхбат.
- Бәсекелестерді талдау және т.б.

Бірегей сауда ұсынысын қалыптастыру (УТП)

УТП - бұл өнімнің ерекшелігі, ол оны ерекше етеді. Мысалы:

- IKEA- өзін-өзі құрастыру мүмкіндігі бар қол жетімді жиһаз.
- Tesla - жоғары технологиялық электромобильдер.

Визуалды сәйкестікті дамыту

Бұған мыналар кіреді:

- Логотип дизайны.
- Түстер палитрасы.
- Фирмалық қаріпті әзірлеу.

Брендтің үні сайттан әлеуметтік желілерге дейінгі барлық байланыс арналарында біртұтас болуы керек. Мысал: Lush бренді оның тұрақтылығы мен тұтынушыларға жақындығын көрсететін кездейсоқ және мейірімді тонды пайдаланады.

Қазіргі нарықта әртүрлі арналарды пайдалану маңызды, мысалы:

- Әлеуметтік желілер;
- Мазмұнды маркетинг;

- Серіктестік бағдарламалар;
- Әсер етуші маркетинг және т.б. [3, 77 б.]

Брендингті сәтті пайдалану мысалдары

### 1. Starbucks

Starbucks кофеханаларында ерекше атмосфера жасай отырып, кофені мәдени құбылысқа айналдырды. Олар жекелендіруге баса назар аударды: әр клиент қолмен жазылған шыныаяқ алу арқылы өзін ерекше сезінеді.

### 2. Nike

Nike қиындықтарды жеңумен және спорттық рухпен байланысты. "Just do It" ұраны миллиондаған адамдарды шабыттандырады.

### 3. Яндекс

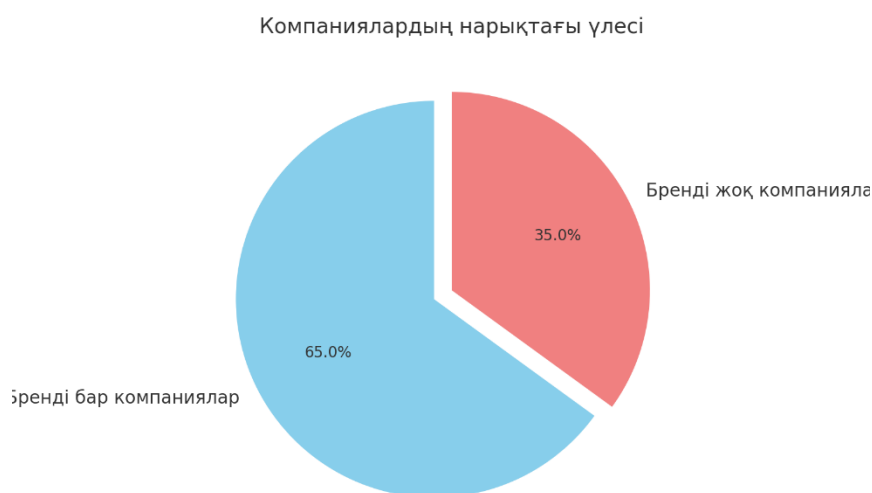
Яндекс Ресейдегі технологиялық көшбасшы ретіндегі беделін нығайтты. Оның өнімдері өмірдің барлық салаларын қамтиды: іздеуден қаржылық қызметтерге дейін.

Брендингті енгізу бойынша ұсыныстар

1) Брендтің миссиясын анықтау: нақты миссия клиенттер мен қызметкерлерді тартуға көмектеседі.

2) Брендті ішкі процестерге енгізіңіз: брендинг тек сыртқы байланыстарды ғана емес, ішкі байланыстарды да қамтуы керек.

3) Брендті үнемі талдап, жаңартып отырыңыз: нарық өзгеруде және брендтің өзекті болып қалуы маңызды.



2 сурет – Компаниялардың нарықтағы үлесі  
Ескерту: сурет [4, 57б.] ақпарат көзінің негізінде құрылған.

Бұл диаграмма компаниялардың нарықтағы үлесінің айырмашылығын көрсетеді.

- **Брендті бар компаниялар** нарықтың 65%-ын құрайды. Бұл олардың брендтің арқасында тұтынушылардың сенімі мен адалдығын жеңіп алып, жоғары бәсекеге қабілеттілікке жеткенін білдіреді.

- **Брендті жоқ компаниялар** нарықтың тек 35%-ын иемденеді. Олардың бәсекеге қабілеттілігі төмен және нарықтағы үлесі шектеулі болып табылады.

Бұл көрсеткіштер брендингтің компанияның нарықтағы орнына және клиенттердің сеніміне қалай әсер ететінін нақты суреттейді.



Брендинг - бұл қазіргі заманғы бизнестің ажырамас бөлігі. Бұл компанияның барлық аспектілеріне әсер етеді: клиенттерді тартудан бастап қызметкерлердің адалдығын арттыруға дейін. Брендті дамытуға ресурстар салатын компаниялар ұзақ мерзімді табысқа берік негіз жасайды.

Технологияның дамуы жасанды интеллект, жеке маркетинг және VR технологияларын пайдалану сияқты брендингтің жаңа мүмкіндіктерін ашады. Дегенмен, аудиторияның қажеттіліктерін және ұсыныстың бірегейлігін терең түсіну әрқашан негіз болып қала береді.

Брендинг - қазіргі заманғы қатаң бәсекелестік жағдайында кәсіпорынның тиімділігін арттырудың негізгі құралдарының бірі. Күшті және жақсы басқарылатын бренд компанияның нарықтық позицияларын нығайтуға ғана емес, сонымен қатар тұтынушылардың адалдығын арттыруға, өнім құнын арттыруға және тұрақты бәсекелестік артықшылықты құруға ықпал етеді.

Зерттеу брендті дамытуға инвестициялау рентабельділік, нарық үлесі және танылу сияқты бизнес тиімділігінің негізгі көрсеткіштеріне оң әсер ететінін растады. Брендінгі белсенді қолданатын компаниялар тұрақты өсуді және сыртқы ортаның өзгеруіне бейімделу қабілетін көрсетеді.

Осылайша, брендті стратегиялық басқару табысты бизнесті жүргізудің қажетті элементіне айналады. Брендінгіте интеграцияланған тәсілдер мен инновациялық шешімдерді қолдану кәсіпорындарға өз позицияларын нығайтып қана қоймай, нарықта ұзақ мерзімді табысқа жетуге мүмкіндік береді.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. <https://economica.kz/@brand>
2. Котлер Ф. “Основы маркетинга” – Основы маркетинга: Краткий курс /Пер с англ — М Издательский дом "Вильямс", 2007. — С.154-157.
3. Аакер Д. Создание сильных брендов - «Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха / Дэвид Аакер.»: Эксмо; Москва; 2016 – 77 б.
4. «Как растут бренды», Байрон Шарп – 2016. – 54-57 б.
5. Smith, T. (2020). The Impact of Branding on Business Performance: A Systematic Review. Journal of Marketing Strategy.

### Автор туралы мәліметтер

\*Шойбек Маржан – «Маркетинг» мамандығының 4 курс студенті, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [shoibekmar11@gmail.com](mailto:shoibekmar11@gmail.com)

\*\*Отарбаева Айжан Базарбаевна – Экономика ғылымдарының магистрі, сеньор-лектор, Каспий Қоғамдық университеті, e-mail: [A-o777@mail.ru](mailto:A-o777@mail.ru)

### Сведения об авторе

\*Шойбек Маржан – студентка 4 курса специальности «Маркетинг», Каспийский общественный университет, e-mail: [shoibekmar11@gmail.com](mailto:shoibekmar11@gmail.com)

\*\*Отарбаева Айжан Базарбаевна – Магистр экономических наук, сеньор-лектор, Каспийский общественный университет, e-mail: [A-o777@mail.ru](mailto:A-o777@mail.ru)

### Information about the author

\*Shoibek Marzhan – 4th year student of speciality «Public Service and Management», Caspian Public University, e-mail: [shoibekmar11@gmail.com](mailto:shoibekmar11@gmail.com)

\*\*Otarbayeva Aizhan Bazarbayevna – Master's degree in Economics, Senior Lecturer, Caspian Public University, e-mail: [A-o777@mail.ru](mailto:A-o777@mail.ru)

## РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ И ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Югай Т.И.<sup>1</sup>, Казанцева Д.П.<sup>2</sup>

Каспийский общественный университет, г. Алматы, Республика Казахстан  
Научный руководитель: к.э.н., ассоциированный профессор Амиргалиева А.Х.

**Аннотация.** Маркетинг в сфере онлайн-торговли и электронной коммерции, позволяет современным производителям при помощи эффективной рекламной компании, развивать свою отрасль и получать колоссальную прибыль, улучшать информативную составляющую о своей компании, повышая доверие клиентов.

**Ключевые слова:** социальные сети, интернет-магазин, маркетинг, электронная коммерция, онлайн торговля.

## ОНЛАЙН-САУДА ЖӘНЕ ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯ САЛАСЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГТІ ДАМУ

Югай Т. И.<sup>1</sup>, Казанцева Д.П.<sup>2</sup>

Каспий қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
Ғылыми жетекші: э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Амиргалиева А.Х

**Аннотация.** Онлайн-сауда және электрондық коммерция саласындағы маркетинг заманауи өндірушілерге тиімді жарнамалық компанияның көмегімен өз саласын дамытуға және орасан зор пайда табуға, клиенттердің сенімін арттыра отырып, өз компаниясы туралы ақпараттық компонентті жақсартуға мүмкіндік береді.

**Түйінді сөздер:** әлеуметтік медиа, интернет-дүкен, маркетинг, электрондық коммерция, онлайн сауда.

## DEVELOPMENT OF MARKETING IN THE FIELD OF ONLINE COMMERCE AND E-COMMERCE

Yugai T.I.<sup>1</sup>, Kazantseva D.P.<sup>2</sup>

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
Scientific supervisor: Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Amirgaliyeva A

**Annotation.** Marketing in the field of online commerce and e-commerce allows modern manufacturers, with the help of an effective advertising company, to develop their industry and make huge profits, improve the informative component about their company, increasing customer trust.

**Keywords:** social networks, online store, marketing, e-commerce, online trading.

Маркетинг – имеет особое влияние на развитие будущего любого предпринимателя, компании и организации, при помощи процессов, осуществляемых посредством маркетинга, происходит реализация действий направленных на удовлетворение потребностей потребителей, достижение целей и т.д.

В современном обществе, когда на смену классической системе маркетинга, пришла система цифрового маркетинга, с использованием социальных сетей, мессенджеров, онлайн-площадок и сайтов, в следствии чего потребовалось сменить вектор развития для всего рынка в целом, с целью дальнейшего развития.

Целью маркетинга в онлайн торговле, по своему существу является комплекс действий и мероприятий, направленных на повышение осведомленности у потребителей, в контексте рекламируемого продукта, товара или услуги.

В условиях сетевой экономики и виртуальных форм ведения бизнеса интернет-маркетинг представляет собой маркетинговую деятельность, но только в новых условиях и на новом системном уровне самоорганизации. [3; с.7]

Возникает резонный вопрос касательно того, почему маркетинг претерпел колоссальные изменения, в следствии чего возник столь необходимая потребность для компаний, реализовывать свою деятельность посредством интернет-ресурсов.

Ответом на данный вопрос послужат статистические данные международной независимой организации «IntertetWorldStat» на начало 2022 года в мире насчитывалось 5,38 млрд. интернет-пользователей. [4]

То есть, почти каждый второй человек в мире, является интернет-пользователем, просматривает социальные сети на повседневной основе, что напрямую связано с уровнем восприятия показанной информации, что потребовало от коммерческих предприятий модернизировать свою политику, для более эффективной трудовой деятельности в своей нише.

С развитием интернета в современном обществе, компании стали активно использовать цифровые платформы для охватов и привлечения потенциальных клиентов, начали использовать интернет-пространство как для масштабирования, так и для продвижения своих товаров, услуг и продукции.

Так, например, крупные компании и производители включили в деятельность своих маркетологов контент маркетинг, при помощи которого в социальных сетях демонстрируется как продукт компании, со всех ракурсов, с описанием, ценой и т.д. так и информативная составляющая самой компании, ее политика, история и акции.

В руки маркетологов попал священный Грааль маркетинга, они получили доступ к более объёмному количеству данных о потребителях, что фактически позволяет им создавать более персонализированные рекламные компании, находя «теплых клиентов», которые потенциально могут стать потребителями рекламируемого маркетологами продукта или услуги.

Функции бизнеса должны быть здоровыми и развитыми соразмерно друг другу [2; с.23] т.е. контент маркетинг хоть и является неформальным институтом сетевой экономики, но он включает в себя традиции, обычаи и правила ведения экономической деятельности в новых условиях. [3; с.7]

Важным аспектом введения виртуального бизнеса и маркетинга для компаний, стало создание качественного контента, который по своему существу не только должен привлекать интернет пользователей, но и удерживать их внимание, оказывать влияние на подсознательном уровне, для того что бы потенциальный клиент зашел на страничку компании, посмотрел рекламируемые продукты, обратился для того что бы узнать цену и приобрести его.

Важно отметить, что маркетинг прошлого, который осуществлялся при помощи телевиденья, радио, газет, журналов и т.д. не требовал от компаний постоянного и активного нахождения в контексте коммуникаций с клиентами, сами же клиенты могли узнать какую-либо информацию о компании исходя из написанного ими в вышеуказанных старых источниках информации.

Современный же маркетинг, требует от маркетологов и компаний в которых они работают, постоянного нахождения в виртуальном пространстве, снимать видео отчеты процесса работы, общения с сотрудниками, анализ отзывов покупателей, использовать

быстро системную обратную связь в следствии чего на фоне этого создавать контент, т.е. современный маркетинг можно охарактеризовать следующим термином «живой организм» в настоящее время компания должна быть не просто обезличенной коммерческой организацией целью которой является исключительно повышение дохода, но и также очеловеченным объектом экономической деятельности, показывающий процессы своей жизнедеятельности посредством интернет ресурсов.

Также помимо продвижения в социальных сетях, где компании могут успешно продвигать свой товар при помощи таргетированной и точечной рекламы, необходимо в контексте изучения развития маркетинга в сфере интернет-торговли и электронной коммерции упомянуть и о маркетплейсах.

Маркеткетплейс- платформа электронной коммерции, магазин электронной торговли, отличительной особенностью является то, что один и тот же товар на маркетплейсе можно приобрести у разных продавцов и цены у них могут как незначительно, так и кардинально отличаться друг от друга.

Таблица 1 - Основные тенденции маркетинга в электронной коммерции

тенденции	описание	Примеры компаний
Маркетплейсы	Популярность универсальных маркетплейсов растет, они становятся главными каналами продаж.	Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет
Персонализация	Использование данных и ИИ для создания персонализированных предложений и рекомендаций.	Сбер (сервис ИИ-подборки), Яндекс.Метрика
Мобильная коммерция (m-commerce)	Растет доля покупок через мобильные устройства, компании адаптируют сайты и приложения.	Aliexpress, Wildberries, Kaspi.kz
Видео и интерактивный контент	Использование видеобзоров, прямых трансляций, VR и AR для привлечения клиентов.	L'Oreal (виртуальные примерки), IKEA
Социальная коммерция,	Продажа товаров через социальные сети и мессенджеры, вовлечение пользователей в контент.	Instagram, ВКонтакте, Telegram
Работа с лояльностью клиентов	Программы лояльности, реферальные акции, скидки и бонусы для удержания покупателей.	Lamoda, Ситилинк, Rozetka
Инфлюенсер-маркетинг	Продвижение через блогеров и лидеров мнений, особенно в моде и косметике.	Avon, Mary Kay, Wildberries
Быстрая доставка и локализация	Оптимизация логистики и адаптация ассортимента к местным потребностям для быстрого сервиса.	Wildberries, Яндекс.Доставка, Kaspi.kz
Примечание: составлено авторами на основе [4]		

- Маркетплейсы доминируют благодаря широкому ассортименту и удобству для пользователей. Крупные платформы, как Wildberries и Ozon, предлагают практически все виды товаров, и покупатели доверяют их сервису.

- Персонализация позволяет компаниям подстраиваться под интересы каждого клиента с помощью анализа данных и ИИ, что улучшает покупательский опыт.

- Мобильная коммерция (m-commerce) растет на фоне увеличения числа смартфонов и доступности мобильного интернета, что подталкивает компании к разработке удобных мобильных интерфейсов.

Поскольку маркетплейсы в своей сущности объединяют продукты от широкого круга поставщиком создавая виртуальную базу и огромный ассортимент товара, доступность и удобность для потребителей она представляет первоочередную и имеет более высокую ценность в глазах клиентов чем те же розничные интернет-магазины.

На 2024 год электронная коммерция в странах СНГ показывает заметный рост с акцентом на маркетплейсы, логистику и интеграцию искусственного интеллекта. Вот сравнительная таблица с актуальными данными:

Таблица 2. глобальный рост онлайн-торговли 2020-2024гг

Страна	Оборот рынка (прогноз на 2024)	Основные платформы
Россия	10,2 трлн руб.	Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, Мегамаркет
Казахстан	2,4 трлн тенге	Wildberries, Ozon, Aliexpress, Pinduoduo
Беларусь	Нет данных	Wildberries, OZ.BY, 21vek.by
Узбекистан	Активный рост, данных мало	Wildberries, Aliexpress
Украина	Замедление роста	Rozetka, Prom.ua, OLX
Примечание: составлено авторами на основе [5]		

На сегодняшний же день, компания выступает одним из крупнейших маркетплейсов в мире, с более чем 8 филиалами по всему миру, в контексте данного исследования и цифровой коммерции нельзя также и без внимания оставить компанию «Вау» которую хоть и достаточно косвенно, но также можно отнести к такому понятию как маркетплейс, т.к. данный онлайн-портал предоставляет своим пользователям возможность выставлять товары на продажу с целью дальнейшей реализации и получения прибыли.

Когда мы говорим о маркетплейсах и цифровой коммерции нельзя не упомянуть также и о компании «Wildberries» которая была основана в 2004 году.

По официальной статистике самой компании, в 2022 году количество реализованных заказов, составило 1.5 млрд [5] данная статистика прямым образом свидетельствует о том, что маркетплейсы на данный момент как в контексте маркетинга, так и в контексте товародвижения, развития предпринимательской составляющей занимают лидирующую позицию на рынке.

Это опять же объясняется удобством, простотой и комфортом для самих пользователей, которые активно пользуются данными интернет-ресурсами, отличительной особенностью маркетплейсов является наличие отзывов о товаре клиентов, которые уже его успели приобрести.

Исходя из этой информации потенциальный, клиент анализирует товар, который хочет купить, проводит критический анализ условия предложений как у конкурентов которое на площадке продают аналогичный товар, так и у других маркетплейсов, именно эта характерная черта данных интернет-площадок простимулировала бурный рост и развитие цифрового маркетинга в современном мире.

То есть если провести параллель с развитием маркетинга, в контексте цифровой составляющей, то на данный момент он имеет два распределения первое это контент маркетинг и второй это маркетинг на маркетплейсах.

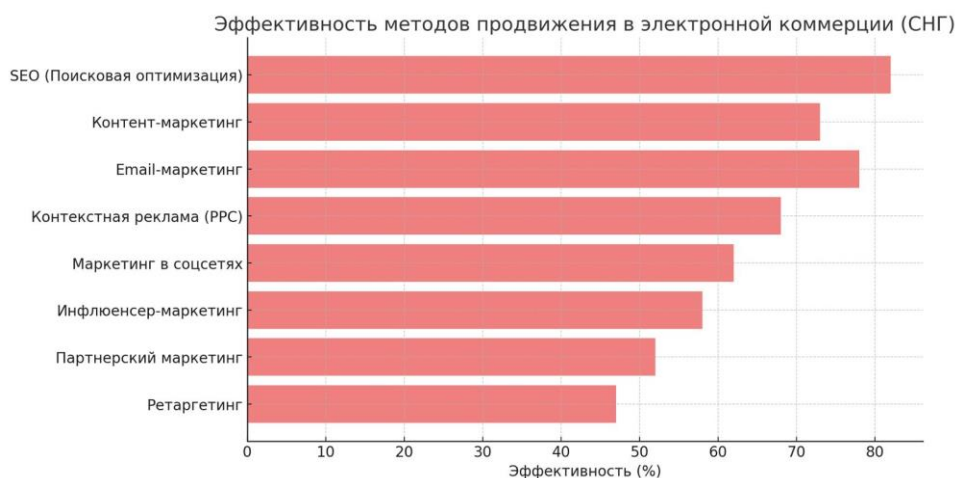


Рисунок 1 - Эффективность методов продвижения в электронной коммерции  
Примечание – составлено автором на основе анализа [6]

График, демонстрирующий эффективность различных методов продвижения в электронной коммерции для стран СНГ. SEO, контент-маркетинг и email-маркетинг показывают наибольшую эффективность, за ними следуют контекстная реклама и маркетинг в социальных сетях. Этот анализ помогает определить наиболее эффективные каналы для привлечения клиентов.

В своей сущности данные виды маркетинга могут быть частично или даже полностью взаимосвязаны, маркетплейсы сами рекламируют продукцию, которая находится у них в ассортименте товаров и как таковых затрат на рекламу не требуется, конечно, производитель может реализовать комплекс действий для того, чтобы «карточка» его продукта получила более высокий рейтинг и находилась на лидирующих позициях в ассортименте товаров.

Но, во-первых, это не этично, во-вторых это нарушает правила пользования между маркетплейсами и ее партнерами, т.к. создает фальсифицирующие отзывы о данном продукте, т.е. если производитель, который начал продавать свою продукцию на маркетплейсах таких как Ozon, Amazon, Wildberries и т.д. и при этом накручивает на свой товар отзывы, то если это будет выявлено производителю запрещено будет продавать на маркетплейсе свои товары, а его аккаунт просто заблокируют.

Поэтому строится характерное умозаключение, товар на маркетплейсах можно рекламировать либо при помощи создания контента, либо никак вовсе.

С вторым видом маркетингового инструмента такого как контент маркетинг, дела обстоят чуточку интереснее, во-первых, для того, чтобы вести контент маркетинг необходимо полностью и досконально знать свою нишу, контент маркетинг является эффективной составляющей маркетинга при одном существенном условии – контент маркетинг происходит бесперебойно и на постоянной основе.

Причина этому предельно проста, недостаточно просто при помощи рекламной компании или таргетированной рекламы заинтересовать потребителя, необходимо также что бы после подписки на аккаунт компании, он следил за ней и ему это было интересным.

Если целью компании является какой-то определенный целевой сегмент, то ему необходимо на основе их предпочтений формировать контент план.

Целевой сегмент — это группа потребителей, имеющих какой-либо вид потребностей и желаний [1; с.7].

Под контент планом стоит подразумевать комплекс действий по созданию контента из публикаций, видео, текстов, музыки с целью привлечения целевого сегмента исходя из своей ниши, для того что бы проанализировать какие у потребителей имеются потребности и желания необходимо в первую очередь проанализировать саму нишу, в которой компания осуществляет свои услуги.

Контент план нельзя классифицировать одной конкретной плановой стратегией, т.к. тренды и желания людей могут возникнуть буквально случайным образом, даже на те товары о которых многие компании даже и не думали.

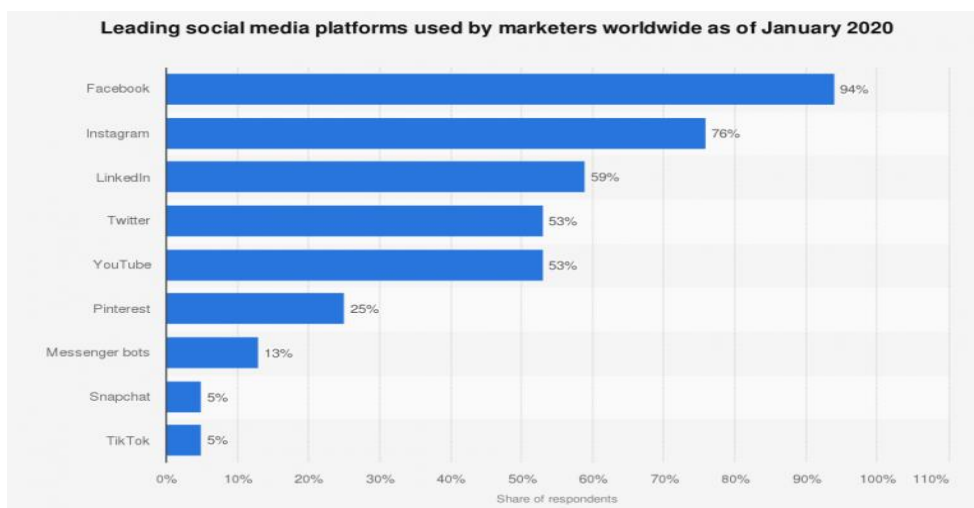


Рисунок 2 – Ведущие платформы социальных сетей в 2020г.

Примечание – составлено автором на основе анализа[6]

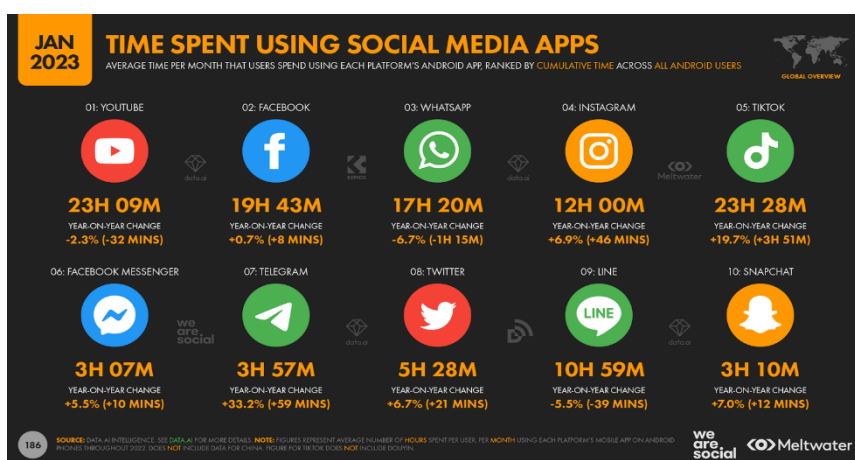


Рисунок 3 – Ведущие платформы социальных сетей в 2023г.

Примечание – составлено автором на основе анализа [7]

Основной площадкой для реализации контент плана в 2020 году согласно (рис 2) выступают такие социальные сети как FaceBook, Instagram, YouTube, TikTok и т.д. это обусловлено числом пользователей данных сетей, например, у компании Facebook количество активных пользователей составляет 2,064 миллиарда. [6] а у TikTok прошел через метку в 3 миллиарда в 2021 году. [7] В 2023 году лидирующей площадкой является YouTube, FaceBook, Whatsapp, Instagram, TikTok и т. д. Согласно данным изображенным на рисунке 3, в среднем люди тратят около суток в год за просмотром видеороликов на YouTube и на платформе TikTok. Около 20 часов люди сидят в FaceBook и Whatsapp. И 12 часов люди проводят в социальной сети Instagram. Эти данные показывают нам, что соц. Сети идеальны для реализации контент плана и для размещения рекламы.

Благодаря этим двум видам маркетинга в сфере онлайн-торговли и электронной коммерции компаниям достается возможность эффективно увеличивать свою доходность, грамотно и масштабно реализовывать свою продукцию как на региональном уровне, так и на международном и масштабироваться.

Но развитие в этих двух составляющих привело к тому, что на предпринимательском рынке, увеличилось количество вызовов и конкуренции в частности, каждая компания и каждый производителей хочет продавать больше и лучше, при этом возвышаясь над своими конкурентами, соответственно для того что бы эффективно держаться на «плаву» любой компании которая осуществляет свою трудовую деятельность в интернет пространстве необходимо постоянно развиваться, становиться лучше в вопросах контента и коммуникации с клиентами.

Маркетинг в ближайшие несколько лет ждут снова достаточно масштабные изменения обусловленные технологическим прогрессом и развитием искусственного интеллекта и нейронных сетей, которые поспособствуют более эффективной коммуникации с клиентами, созданию контента для социальных сетей и даже по созданию самого продукта, на данный момент некоторые компании уже применяют функции нейронных сетей, со временем большинство производителей тоже начнут их использовать во время своих мероприятий по продвижению товара и действий стратегического маркетинга.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стратегический маркетинг: учебное пособие. В 2 ч.ч. 1 / И.В. Котляревская; Мин-во науки и высшего образования РФ. — 3-е изд., перераб. и доп.— Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. — 138 с. URL:[https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/79249/1/978-5-7996-2924-3\\_2019.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/79249/1/978-5-7996-2924-3_2019.pdf)
2. Библия интернет маркетолога / И. Барченков - Москва: Изд-во «Эксмо», 2023 – 346 с. URL: <http://surl.li/sswof>
3. Азарян Е.М., Махнонос Д.В. DIGITAL-МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ НА ЭТАПЕ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА / Е.М. Назарян, Д.В. Махнонос // Экономические исследования – 2023. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-marketing-v-sfere-elektronnoy-torgovli-na-etape-formirovaniya-strategii-razvitiya-marketinga/viewer>
4. Статистика интернет пользователей internet digital 2023 / lincompany.kz URL: <http://surl.li/ssxddd> (дата обращения 18.04.2024)
5. Статистика продаж Wildberries 2020 год / sellerden.ru URL: <http://surl.li/ssyvo> (дата обращения 18.04.2024)
6. В Facebook\* уже больше 3 миллиардов активных пользователей / ixbt.com URL: <https://www.ixbt.com/news/2023/07/27/v-facebook-uzhe-bolshe-3-milliardov-aktivnyh-polzovatelej.html> (дата обращения 18.04.2024)
7. Статистика TikTok: все, что нужно знать о приложении (обновляется) / webpromo.kz URL: <http://surl.li/staed> (дата обращения 18.04.2024)

#### Сведения об авторах

Югай Тамара Ильинична - студентка, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [tamara.ug@mail.ru](mailto:tamara.ug@mail.ru)

Казанцева Дарья Петровна - студентка, Каспийский Общественный Университет, e-mail: [ka.dap@mail.ru](mailto:ka.dap@mail.ru)

#### Авторлар туралы мәліметтер

Югай Тамара Ильинична – студент, Каспий мемлекеттік университеті, e-mail: [tamara.ug@mail.ru](mailto:tamara.ug@mail.ru)

Казанцева Дарья Петровна – Каспий мемлекеттік университетінің студенті, e-mail: [ka.dap@mail.ru](mailto:ka.dap@mail.ru)



### **Information about the authors**

Yugai Tamara Ilyinichna - student, Caspian Public University, e-mail: tamara.ug@mail.ru

Kazantseva Darya Petrovna - student, Caspian Public University, e-mail: ka.dap@mail.ru

УДК 311.216

## **КӘСПОРЫНДАҒЫ КРЕДИТОРЛЫҚ БЕРЕШЕК ЕСЕБІНІҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ**

**Юсупбай А.Ж.<sup>1</sup>**

Ғылыми жетекшісі - Мархаева Б.А.

Каспий Қоғамдық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**Аңдатпа.** Бұл мақалада кредиторлық берешектер бойынша операциялардың есеп айырысу есебінің жүрзілуі қарастырылған. Кәсіпорындағы кредиторлық берешектер есебін және оларды қалыптастыруына байланысты шаруашылық операциялар негізінде шоттар корреспонденциялары келтірілген. Қазіргі таңда кредиторлармен есеп айырысуларға ерекше назар бөлінеді. Талдамалық есепте кредиторлық берешектерді түрлеріне сәйкес көрсетіледі.

Кәсіпорын өз өндірісінің тиімді және ырғақты жұмысын қамтамасыз ету үшін өзінің материалдық-техникалық базасын жасайды, яғни өндіріске қажет қорларын құрайды. Кәсіпорынды жабдықтау экономикалық және әлеуметтік даму жоспарларына сәйкес жүргізіледі. Ол өзінің ұдайы өндірісін қамтамасыз ету үшін өнім шығарушы кәсіпорындармен немесе делдалдық ұйымдармен келісім-шартқа отырады. Кәсіпорындардың экономикалық және заңдылық жауапкершіліктері, сондай-ақ шаруашылық жүргізуші субъектілердегі қаржылық тұрақтылығы маңыздылығы күрт артады. Кредиторлық берешектер талап қою мерзімі өткен соң кәсіпорынның қаржылық нәтижелері есептілігінде ұлғаюы бойынша есептен шығарылады.

**Түйін сөздер:** ҚХЕС, міндеттеме, кредиторлық берешек, міндеттемелерді бағалау

## **ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**Юсупбай А.Ж.<sup>1</sup>**

Научный руководитель – Мархаева Б.А.

Каспийский Общественный Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы первичного учета и практики отражения операций по отражению расчетов по кредиторской задолженности. Приведены хозяйственные операции, отражающие формирование и учет обязательств субъекта, а именно краткосрочной кредиторской задолженности предприятия.

В системе аналитического учета кредиторскую задолженность отражают по видам. Большое влияние уделяется расчетам с поставщиками и подрядчиками. Это обусловлено тем, что постоянно совершающийся кругооборот хозяйственных средств вызывает непрерывное возобновление многообразных расчетов. Одним из наиболее распространенных видов расчетов как раз и являются расчеты с поставщиками и подрядчиками за сырье, материалы, товары и прочие материальные ценности. В настоящее время повышается самостоятельность предприятий, их экономическая и

юридическая ответственность. Резко возрастает значение финансовой устойчивости субъектов хозяйствования.

**Ключевые слова:** МСФО, обязательство, кредиторская задолженность, оценка обязательств

## PROBLEMS OF ACCOUNTING FOR ACCOUNTS PAYABLE AT THE ENTERPRISE

Yussupbay A.Z.<sup>1</sup>

Scientific supervisor Markhayeva B.A.

Caspian Public University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**Summary.** In the article the questions of theory and practice of reflection of operations are considered on the reflection of calculations on short-term obligations. Economic operations over are brought, reflecting forming and account of obligations of subject, namely to the floating creditor debt of enterprise. In the system of the analytical accounting creditor I will forge a debt reflect on kinds. Large influence is spared to the calculations with suppliers and contractors. It contingently that the constantly accomplished circulation of economic facilities causes continuous renewal of the varied calculations. One of the most widespread types of calculations just and are calculations with suppliers and contractors for raw material, materials, commodities and other material values. Presently, independence of enterprises, their economic and legal responsibility, rises. The value of financial stability of management subjects increases sharply.

**Keywords:** IFRS, obligation, account payable, estimation of obligations

Кредиторлық берешектер кәсіпорынның әртүрлі іс-шараларды іске асыруы барысында пайда болады және тауарлар мен көрсетілген қызметтер үшін болашақ төлемге заңдық негіз болады. Бухгалтерлік есепте міндеттемелердің пайда болу мезетін, жіктелуі мен бағалануы мәселелеріне көп көңіл бөлінеді [1].

Кез келген кәсіпорын үзіліссіз және ырғақты жұмыс істеп тұруы үшін оны уақтылы керекті материалдармен жабдықтап отырудың маңызы зор болып табылады. Ұйымды материалдық қорлармен жабдықтау экономикалық және әлеуметтік дамыту жоспарларына сәйкес жүргізіледі. Кәсіпорын өнім өндіруші ұйымдармен, сондай-ақ делдалдық ұйымдармен өзіне керекті материалдық қорлармен және техникалармен қамтамасыз ету жөнінде келісімшарттар жасалады немесе өзінің делдалдары арқылы биржадан сатып алады. Кәсіпорын өз өндірісінің тиімді және ырғақты жұмысын қамтамасыз ету үшін өзінің материалдық-техникалық базасын жасайды, яғни өндіріске қажет қорларын құрайды. Кәсіпорынды жабдықтау экономикалық даму жоспарларына сәйкес жүргізіледі. Кәсіпорын өзінің ұдайы өндірісін қамтамасыз ету үшін өнім шығарушы кәсіпорындармен немесе делдалдық ұйымдармен шартқа отырады [2].

Жабдықтаушы мердігер - бұл жеткізіп беруші, жеткізіп тұрушы қамтамасыздандырушы. Белгілі бір бұйымды, тауарды жеткізіп тұрушы адам немесе мекеме. Жабдықтаушылар мен мердігерлерге шикізат, материал және тауарлы материалдық қорды жеткізушілер жатады, сондай-ақ әр түрлі қызмет түрлерін көрсетушілер, мысалы электр қуатын, буды, суды, газды және т.б. босатушы және әр қилы жұмыс орындаушылар жабдықтаушылар мен мердігерлер болып саналады. Жабдықтаушы-мердігерді кәсіпорынның төмен қабілеттілігімен шоттарды уақтылы төлеу мүмкіндігі жайлы ақпараттар қызықтырады. Жабдықтаушы кәсіпорындар өз өнімдерімен тауарларын жөнелте отырып, жұмыстар орындап, қызметтер көрсетіп, жөнелтілген өнімдер, т.б. үшін ақшаның түсетіндігіне толық сенім білдіре алмай тәуекелшілікке түсуі де мүмкін. Осыған байланысты ұйымдар дайын өнімдерді сату есебінен болашақтағы күмәнді қарыздарды жабу резервін құруына болады. Жабдықтаушылар және мердігерлермен есеп айырысу операциясын бақылай келе, аудитор бухгалтерлік өткізбелерді құрастырудың дұрыстығын

тексергені жөн. Уақыты ертеде өтіп кеткен берешекті айқындау үшін оның уақытын талдай келе, мына топтарда құрастырамыз:

- 1) бір айға дейінгі
- 2) бір айдан үшінші айға дейінгі
- 3) бір айдан алтыншы айға дейінгі
- 4) алты айдан бір жылға дейінгі
- 5) бір жылдан жоғары [3].

Осы уақыттар негізінде аудитор қаржылық-есеп айырысу тәртібін бұзу дәрежесін анықтайды. Ол құжаттар: шот фактура, жөнелтпе қағаздар, қолхаттар, чектер, төлемқұжаттары, түгендеу тізімдемелері, біріктіру ведомостары, материалдық жауапты және лауазымды тұлғалардың түсіндірмелері және т.б. Қорытындыда аудитор шот корреспонденцияларын құрастыру дұрыстығын тексереді.

Кредиторлармен есеп айырысуы тауарлы материалдық құндылықтарды тиеу жұмысын орындағаннан кейін немесе қызмет көрсеткеннен кейін, не олардың кәсіпорынмен келісуі арқылы бір мезгілде немесе олардың тапсырмасы бойынша, не алдын ала төлеуі бойынша жүзеге асырады. Кәсіпорынның келісімінсіз ризалықсыз тәртіппен газды, суды, жылуды, электрэнергиясын есептеу шотының көрсеткіштері негізінде және т.б. есептен шығару арқылы олардың босатылуы үшін есеп айырысу құжатымен төленеді. Есеп айырысу, сонымен қатар, аккредитивтер, чектер тәртібімен жүзеге асырылады. Жабдықтаушылар мен мердігерлерден алынған тауарлы материалды құндылықтар және айналыстан тыс активтер, қабылданған жұмыстар және көрсетілген қызметтер үшін (бұларды тасмалдап жеткізу және өңдеу шығындарын қосып есептегендегі) ұйымның берешек қарыздары болып саналады.

Кәсіпорын жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысу үшін 3310 «Өнім берушілер мен мердігерлерге қысқа мерзімді кредиторлық берешек» шотын пайдаланады. Өнім жеткізушілермен есеп айырысулар есебі арнайы нысандағы журналда, машинограммада немесе тізімде әрбір шот фактурасы немесе төлем-талап тапсырмасы бойынша жүргізіледі. Демек, кәсіпорын жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысу үшін 3310 «Өнім берушілер мен мердігерлерге қысқа мерзімді кредиторлық берешек» шотын пайдаланады, онда есеп айырысулар сомасының деңгейіне және нысандарына (алдын-ала төлемақы, инкасса, аккредитивтер, чектер) карамастан, жабдықтаушылардан алынған материалдық, босалқы қорлар, атқарылған жұмыстар мен қызметтер үшін есеп айырысу жүргізіледі. 3310-шоттың кредиті бойынша жабдықтаушылардың акцептелген шот-фактурасы және дебеті бойынша - есеп айырысу, валюталық және басқа шоттардың кредитінен олардың төлемақысы жазылады [4].

Өнім жеткізушілермен есеп айырысулар есебі арнайы нысандағы журналда немесе тізімдемеде әрбір шот-фактурасы немесе төлем-талап тапсырмалары бойынша жүргізіледі, ал бұл өз кезегінде әрбір құжат бойынша есеп айырысуларды бақылап отыруға мүмкіндік береді. Келіп түскен шот-фактураларды алдымен «Келіп түскен жүктер есебі журналына» тіркейді. Қоймаларға құндылықтардың түсуіне қарай журналда кіріс құжаттары бойынша есепке алынады да, қоймаларға босалқы қорлардың немесе түспеген жүктерді іздестірунен байланысты сұрау салудың нәтижесінде алынған деректер негізінде келіп түскен күнін жазып қояды.

Журналдың деректерін 3510 «Алынған қысқа мерзімді аванстар» шотының деректерімен мезгіл-мезгіл тексеріп отырады. Журнал бойынша сондай-ақ жол үстіндегі материалдық құндылықтардың сомасы бақыланады. Журналға жабдықтау бөлімінің тауарлы-көліктік накладнойы, кіріс ордерлері, материалдарды қабылдау туралы актілері негізінде кәсіпорын қоймасына материалдық құндылықтардың түсуіне қарай жазып отырады. «Ескерту» бағасына шоттың төленуі, акцептен бас тартуы немесе ішінара акцептелген сомасы және басқалары жөніндегі мағлұматтар жазылады. Журналға тек акцептелген шот-фактурасы ғана жазылады.

Есеп журналы бойынша тіркеу нөмірін көрсете отырып, түскен жүктердің акцептелген шоттары бухгалтерияға беріледі. Осында олардың деректерін жабдықтаушылар және мердігерлермен есеп айырысу жөніндегі есебі журналға жазылады, ал ол үш кезең бойынша жүреді.

Бірінші кезеңде журналға акцептелген шот-фактура және басқа да есеп айырысу құжаттары келіп түскен кездегі жазулары жазылады. Бұл ретте тіркеу нөмірі мен шот-фактура нөмірі, жабдықтаушының атауы, шот-фактурадағы акцепттің сомасы жазылады. Содан соң жабдықтаушының шот-фактурасын жергілікті жабдықтаушыдан немесе станциядан өзге қалалардан түскен құндылықтарды алу үшін экспедиторға шот-фактураны береді.

Екінші кезеңде журналға қоймадан бухгалтерияға келіп түскен кіріс құжаттары (кіріс ордерлері, накладнойлары, материалдар қабылдау туралы актілері) негізінде жазылады. Журналда осы құжаттардың нөмірлері келіп түскен құндылықтардың есептік немесе келісім-шартта көрсетілген бағасы бойынша алынған құны және тауарлы-материалдық құндылықтар немесе өндіріс шығындары; есебі бойынша жекелеген шоттар шегінде төлем талап-тапсырмаларына сәйкес алынған нақты құны бойынша көрсетіледі.

Үшінші кезеңде кіріс құжаттары мұқият тексерілуі және төлем тапсырмаларындағы (шотфактурадағы) материалдық құндылықтар санына сәйкес келуі тиіс егер жүктерді қабылдау кезінде жабдықтаушының немесе көлік ұйымының кінәсінен құндылықтардың жетіспейтіні немесе бұзылуы анықталса, актінің негізінде талап сомасын 3310-шоттың кредитінен 1270-шоттың дебитіне есептен шығарады. Егер материалдық құндылықтардың жетіспеуін есеп айырысуға дейін анықталатын болса, онда оның сомасына тиісті есеп айырысу төлем құжаттарында акцептті азайтады. Жабдықтаушылар және мердігерлермен есеп айырысу есебі 3310 «Өнім берушілер мен мердігерлерге қысқа мерзімді кредиторлық берешек» және 4110 «Өнім берушілер мен мердігерлерге ұзақ мерзімді кредиторлық берешек» шоты қарастырылған. Жабдықтаушылар мен мердігерлерге тауарлық-материалдық қорларды жеткізушілер немесе әр түрлі қызметтер көрсететін және әр түрлі жұмыстар орындайтын кәсіпорындар мен ұйымдар жатады.

Жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысулар, әдетте, қолма-қол ақшасыз жолмен жүргізіледі. Есеп айырысу түрі келісіммен немесе шартпен анықталады. Есеп айырысудың негізгі түрлері мыналар: акцепті, аккредитивті, төлемдік тапсырыс бойынша, чектермен, төлемдік тапсырыспен жоспарлық төлемдер ретінде, өзара талаптарды есепке жазу ретінде, вексельдермен. Жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысулар жөніндегі ақпараттарды көрсету үшін 3310 «Жабдықтаушылардың және мердігерлердің қысқа мерзімді кредиторлық қарызы мен мердігерлерге қысқа мерзімді кредиторлық берешек», 4110 «Өнім берушілер мен мердігерлерге ұзақ мерзімді кредиторлық берешек» шоттары арналған. Бұл шоттың кредиті бойынша алынған тауарлық-материалдық қорлар, айналымнан тыс активтердің құны 1310, 1330, 2410, 2730, 7110, 7210, 8410 шоттарының дебетімен корреспонденциясында көрсетіледі. Алынған бағалықтар бойынша ҚҚС сомасы 3310, 4110 шоттардың кредиті және 1420 «Қосылған құн салығы» шотының дебеті корреспонденциясында бейнеленеді [4].

Жабдықтаушылармен және мердігерлер шотын төлеу 3310, 4110 шоттардың дебеті және ақша қаражаттарын есептеу бойынша шоттардың кредитімен 1010, 1030 көрсетіледі. 3310, 4110 шоттар бойынша операциялардың есебі үшін №6 журнал-ордер арналған. Шоттардың кредиті бойынша жазулар жабдықтаушылармен көрсетілген және төлемге қабылданған шот-фактуралар негізінде, жүкке ере жүретін құжаттар негізінде жүргізіледі.

Тауарларды жеткізуге не жұмыстарды орындауға алынған аванстар бойынша, сондай-ақ ішінара дайындығына қарай тапсырыс берушілер үшін өндірілген өніммен атқарылған жұмыстар өтемақысы бойынша есеп айырысулар үшін келесідей шоттар пайдаланады: 3510 «Алынған қысқа мерзімді аванстар», 4410 «Алынған ұзақ мерзімді аванстар».

Алынған аванстар мен өнімді және жұмыстарды дайындау кезінде алынған төлемақы сомасына мынадай бухгалтерлік жазба жасалады: Дебет 1030 Кредит 3510, 4410.

Алынған аванстардың және толық дайын бұйымдарды, материалдарды жеткізгені және орындалған жұмыстар үшін, сатып алушылар мен тапсырыс берушілер шоттарды ұсынған кезде, есепке алынған ішінара дайын өнімдер мен жұмыстар бойынша төлем ақы сомасына мынадай жаба жасалады: Дебет 3510, 4410 Кредит 1210.

Егер алдағы уақытта тауарлар жеткізуге, не жұмыстар мен қызметтерді орындауға, авансқа алынған төлемақы сомасын жабдықтаушы пайдаланбаған болса, бұл сома сатып алушыға қайтарылып берілуі тиіс, сонда шоттар корреспонденциясы келесідей болады: Дебет 3510, 4410 Кредит 1030.

Жабдықтаушылар мен мердігерлердің ұзақ және қысқа мерзімді алашақ қарызының есебіне келетін болсақ, кәсіпорын өз өндірісінің тиімді және ырғақты жұмысын қамтамасыз ету үшін өзінің материалдық-техникалық базасын жасайды, яғни өндіріске қажет қорларын құрайды. Кәсіпорын өзінің ұдайы өндірісін қамтамасыз ету үшін өнім шығарушы кәсіпорындармен немесе делдалдық ұйымдармен келісім-шартқа отырады.

Үшінші кезеңде журналда шот-фактурасындағы төленгені көрсетіледі. Төлем туралы белгілер банктегі есеп айырысу және басқа да шоттар бойынша көшірмелері бойынша расталады. Бұл орайда шоттың қай күні төленгені және төлемінің қай шоттан жасалғаны 1050, 1030, 1010, 1060 көрсетіледі. Айдың аяғында журналдың жиынтығы есептелінеді және төленбеген шоттар бойынша қалдықтары шығарылады. Журналдың қорытындысы төрт қатар бойынша шығарылады; ай ішіндегі жиынтығы, айдың басындағы, жол үстіндегі материалдар және журнал бойынша барлығы рет-ретімен көрініс табады [5].

Демек, кәсіпорын жабдықтаушылармен және мердігерлермен есеп айырысу үшін 4110 «Өнім берушілер мен мердігерлерге ұзақ мерзімді кредиторлық берешек» және 3310 «Өнім берушілер мен мердігерлерге қысқа мерзімді кредиторлық берешек» шоттарын пайдаланады, онда есеп айырысулар сомасының деңгейіне және нысандарына алдын-ала төлемақы, инкасса, аккредитивтер, чектер қарамастан, жабдықтаушылардан алынған материалдық босалқылар қорлар, атқарылған жұмыстар мен қызметтер үшін есеп айырысу жүргізіледі. 4110 және 3310-шоттарының кредиті бойынша жабдықтаушылардың акцептелген шот-фактурасы және дебеті бойынша - есеп айырысу, валюталық және басқа шоттардың кредитінен олардың төлемақысы жазылады. Өнім жеткізушілер мен есеп айырысулар есебі арнайы нысандағы журналда, машинограммада немесе тізімдемеде, әрбір шотфактурасы немесе төлем-талап тапсырмалары бойынша жүргізіледі, ал бұл өз кезегінде әрбір құжат бойынша есеп айырысуларды бақылап отыруға мүмкіндік береді.

Жеткізушілер үшін олардың өніміне деген сатып алушы ұйымның қажеттілігі қаншалықты тұрақты болатынын білу маңызды. Ал мемлекеттік ұйымдарды, толық пайда қаншалықты дұрыс анықталған және салық есептелген, антимонополиялық және валюталық заңнама бұзылмаған ба, мемлекеттік реттелетін өнімдер мен қызметтердің құны жоғарылатылмағандығы екені қызықтырады. Осыған орай, Қазақстан Республикасының заңнамалары мен халықаралық қаржылық есептіліктің стандарттарына сәйкес, кредиторлық берешектермен есеп айырысуды, есепті ұйымдастыру әдістемесін, оны бақылау жүйесі мен өтелу жолдарын дер кезінде зерттеу жұмыстарын жүргізу өте маңызды болып табылады.

### ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. 37-ші Халықаралық Қаржылық Есептіліктің Стандарты (IAS 37) «Бағалау міндеттемелері, шартты міндеттемелер және активтер» <https://online.zakon.kz>
2. Қаржылық есеп: оқу құралы / Б.Б. Султанова, Ж.А. Абишева, Ф.М. Тулегенова [және т.б.] - Алматы: Қазақ университеті, 2019. - 348 б.

3. Бухгалтерлік есеп шоттарының үлгілік жоспарын бекіту туралы. Қазақстан Республикасының Қаржы министрінің 2007 жылғы 23 мамырдағы N 185 бұйрығы. <https://adilet.zan.kz/>

4. Назарова В.Л., Жапбарханова М.С. Бухгалтерлік есеп: Оқулық / Авт. В.Л. Назарова, жалпы ред. басқарған С.С. Сатубалдин. – Алматы: Алматыкітап баспасы, 2012. – 624 б.

5. Айтанаева Ә.К. Иматаева Ә.Е. А 32 Бухгалтерлік есеп негіздері және салық салу пәні бойынша. Оқу құралы/ Айтанаева Ә.К., Иматаева Ә.Е. Алматы, «Альманах», баспа үйі, 2019. 102 б.