

Қазіргі жағдайдағы экономикалық жүйелерді дамытудың теориялық негіздері

Ж.Т.Хишаева¹, А.А.Искаков²

¹Э.ғ.к., бухгалтерлік есеп және аудит кафедрасының доценті,
²«Есеп және аудит» мамандығы бойынша I курс магистранты
zhanat-t2007@mail.ru, amankrg1998@gmail.com

^{1,2}Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

Қазіргі жағдайда диджитализацияның рөлі едәуір артып келеді, ол әлемдік экономика дамуының басты факторына айналады, өйткені бәсекеге қабілеттілік жекелеген елдер инновациялық банктік технологияларды іске асыру деңгейіне негізделген. Сандық қаржылық экожүйелерді құру құралы ретінде. Бұл ретте қол жеткізу мүмкіндіктеріне байланысты банк клиенттері қызметінің негізгі көрсеткіштері ескеріледі. Интернетке және инфрақұрылымды дамытуға, сандық технологияларға тұтынушылық сұраныстың жай-күйіне, осы салада заңнамалық нормаларды қолдану ерекшелігіне, дамуына жаңа технологиялар мен сандық стартаптарға қосымша инвестициялар негізінде жекелеген елдердегі инновацияларды енгізу. Сандық экономика ұғымының анықтамасы, талдау диджитализацияны оны әр түрлі салаларда қолдану дәрежесі бойынша дамыту: қаржы, өндірістік, сауда, әлеуметтік. Әлемдік экономикадағы тұрақтылықтың негізгі факторы және ұзақ мерзімді перспективада жоғары бәсекеге қабілеттілік саясат болуы тиіс банктерден және басқа қатысушылардан талап ететін тұрақты инновациялар мен инновацияларды енгізу тез және түбегейлі шешімдер нарығын құру, көбінесе олардың қаржылық мінез-құлқы және стратегиялық даму бағыты. Осылайша, тарту көрсеткіштері сандық банкингке қатысушы елдер банктердің осы қызмет түрі үлкен қарқын алып келеді және диджитализация қазіргі уақытта әлемдік даму векторы негізгі болып табылады.

Түйін сөздер: сандық экономика, диджитализация, интернет-технологиялар, электрондық коммерция, экономиканы цифрландыру

Қазіргі жағдайда әртүрлі елдердің экономикаларын дамытудың маңызды бағыты бұл тұтынушыларға әртүрлі жоғары технологиялық қызметтерді ұсыну нысандары мен әдістерінің өзгеруіне байланысты сандық экономикаға көшу. Атап өткен жөн, ғылыми әдебиетте әлі күнге дейін сандық ұғымның нақты анықтамасы жоқ экономика. XX ғасырдың ортасында сандық экономиканың пайда болуының негізгі себебі қоғам өмірінің "интернеттелуі" болды. Сондықтан интернеттеу қол жетімділікті кеңейту процесі ретінде ақпарат пен белгілі бір операцияларды жүргізу мүмкіндігі сөздің тар мағынасында сандық экономика тұжырымдамасының негізіне салынуы мүмкін. Сөздің кең мағынасында сандық экономика дегеніміз сандық платформалар, жаңа технологиялар, робототехника, смарт-технологиялар және т. б. қолданылатын жаңа технологиялардың пайда болуымен және робототехниканың дамуымен байланысты салалардың жиынтығын білдіреді. бұл сөздер әлемдік ЖІӨ-нің шамамен 5% құрайды, ал кең мағынада сандық экономика үлесі сөздер-әлемдік ЖІӨ-нің 22%. Сандық сөздің кең мағынасында диджитализация тұжырымдамасына сәйкес, қазіргі уақытта әлемдегі экономика АҚШ экономикасы болып табылады. АҚШ экономикасында үшінші бөлім ЖІӨ-нің (33 %) сандық технологиялар әсер етеді, ал АҚШ қаржы секторының үлкен үлесі (60%) сандық негізге ауыстырылды, бұл АҚШ қаржы секторын әлемдегі ең "сандық" етеді. Оған жақын байланыс секторы жақындап келеді, бұл қазіргі заманғы тұрақты сандық платформаны құру мен қолдаудың маңыздылығын айтарлықтай арттырады оның ұзақ мерзімді дамуы. Алайда, болжам бойынша, 2018 жылы Қытай АҚШ-тан озып кетуі мүмкін. 2018 жылы Қытайда business-to-consumer (B2C) сандық нарығының күтілетін кірісі 765 млрд., осылайша елді әлемдік нарық көшбасшыларына итермеледі. 2018 жылы АҚШ-та сандық нарықтың түсімі 698 млрд доллар деңгейінде күтілуде., ал Еуропаның 5 елінде (Германия, Ұлыбритания, Франция, Италия, Испания) – 434 млрд. Әзірге біз сандық экономиканың экономикалық құрылымында күтілетін өзгерістер есебінен өмір сүріп жатырмыз. Компьютерлердің ену деңгейі және интернетке кіру жылдамдығы, электрондық коммерция нарығының мөлшері мен перспективалары сияқты ақпаратқа қатысты статистикаға қызығушылық бұрынғыдан да жоғары. Алайда, сандық экономикада сұраныс артып келе жатқан статистикалық мәліметтерді жай тізімдеудің орнына, бұл мақалада сандық экономикада академиялық немесе саяси тұрғыдан маңызды проблемаға айналатын мазмұнға және тиісті статистикаға назар аударылады [1]. Сонымен қатар, жоғарыда айтылғандай, қосылған құнды құрудың негізгі элементтері материалдық капиталды материалдық емес ресурстарға айналдыру болып табылады және осы тенденцияны ескере отырып, саясаттың салдарын оңай қабылдай алатын салалық

жіктеудің қажеттілігі туындайды. Қосылған құнды құрудың негізгі себебі - өнімділік пен үздіксіз өсу әлеуетін талдау тұрғысынан физикалық шығындар коэффициенті, бұл масштабтан түсетін кірістің төмендеу заңы. Ал білім немесе ақпарат сияқты өндіріс факторы - масштабтан түсетін кірістің өсу заңы болып табылады. Жаңа өнеркәсіптік саясаттың қажеттілігі экономикалық құрылымдағы осындай өзгерістерге байланысты туындады және жаңа өнеркәсіптік саясаттың дәйектілігі мен тиімділігін арттыру үшін бүкіл әлемде жаңа салалық жіктеу қажеттілігі айқын байқалады. Дәстүрлі жіктеу тұжырымдамасына сәйкес жекелеген салаларды анықтаған жағдайда, салмағы мен мәні артып келе жатқан салалар болашақта назардан тыс қалуы мүмкін, ал саясаттың орындылығы немесе тиімділігі жекелеген салалардың тым кең немесе тар анықталуына байланысты төмендейді. Интернет-пайдаланушылардың негізгі үлесі Азияда, алайда үлес салмағы бойынша.

Азия халқының санынан Интернетті пайдаланушылар соңғы орында халықтың жартысы ғана интернетті пайдаланады (49,7 %). Осы көрсеткіш бойынша бірінші орын Солтүстік Америкада интернет қолданушылары аймақ халқының 88% құрайды. Интернетті пайдаланушылардың ең көп өсуі Солтүстік Еуропада (94 %), Батыс Еуропада (90 %) және Солтүстік Америкада (88%) байқалады. Африкада ең жылдам қарқын байқалады өсуі-жылына 20% - дан астам Интернет-пайдаланушылардың негізгі үлесі дамыған елдерге, атап айтқанда, АҚШ-қа тиесілі, ЕО елдері, Жапония – орта есеппен халықтың 81% - ы, ал дамушы елдерде Интернетті пайдалану үлесі 40% - ды құрайды, Қазақстан сияқты өтпелі экономикасы бар елдерде, ТМД және Шығыс Еуропа елдері-15%. Интернет-аудитория саны бойынша әлем біріншілігі ҚХР-ға тиесілі, онда 01.12.2017 ж. жағдай бойынша ол 772 миллион адамды құрады (55,8 % оның ішінде 753 млн адам (97,5 %) – мобильді банкинг қолданушылары Қазақстанда интернет пайдаланушылардың саны 15,1 млн адамды немесе халықтың 82,9% - ын құрайды,оның ішінде 12 млн адам интернет-банкінгіті пайдаланады. Жеке тұлғалардың Интернет-төлемдерінің көлемі адамдар жылына орта есеппен 7-8% өседі. Айта кету керек, соңғы он жылда пайдаланушылар саны 2009 жылғы 17,9% – дан 2019 жылы 82,9% - ға дейін өсті. Осы санаттағы адамдардың 95 % пайдаланады.

Сөздің кең мағынасында сандық экономиканың дамуын келесілерден байқауға болады негізгі облыстарында:

- қаржылық, онда сандық технологиялар айтарлықтай жоғары үлесті қамтиды барлық қаржылық қызметтер;
- аталған сала соншалықты дамымаған, өйткені оның негізгі үлесі жоғары технологиялық секторға тиесілі өндірістік сала;
- қазіргі уақытта интернет саудасы кең таралмаған сауда;
- әлеуметтік, мысалы, денсаулық сақтау, білім беру, басқа да әлеуметтік қызметтерді ұсыну.

Қаржы саласындағы сандық технологиялардың даму мысалдары банктер арасындағы электрондық төлемдер мен төлемдерді пайдалану болып табылады. Атап айтқанда, әлемнің 200 елінен 9 000-нан астам кредиттік ұйым енгізілген SWIFT жүйесінде жыл сайын 2,5 млрд-тан астам төлем. 2007 жылы жүйені ауыстырған target2 төлем жүйесі TARGET1, ЕО-ға мүше елдердің 28 орталық банктерінің ақпараттық ағындарын байланыстырады төлемдерді онлайн режимінде жылдам жүргізуге мүмкіндік береді. Нақты уақыт режимінде жалпы есеп айырысуды жүзеге асыруға арналған федералды автоматтандырылған ақша аударымдары жүйесі Fedwire 6 мың банк арасында ақша аудару үшін қолданылады, ол арқылы АҚШ-тағы несие ұйымдарының барлық төлемдерінің 99% жүзеге асырылады. Сандық экономиканы дамытудың екінші бағыты-өндіріс саласы, онда тек "таза" IT компаниялары ғана емес, сонымен қатар бағытталған компаниялар да бар сандық әлемге елеулі инвестициялар салатын финтех-компаниялармен кең өзара іс-қимыл жасауға. Атап айтқанда, қазіргі жағдайда, Кремний алқабындағы Tesla компаниясы автомобиль өнеркәсібіндегі революциялық шешімдерге миллиардтаған доллар жұмсап, электромобильдер жасаған кезде, әлемдегі ең ірі автомобиль алпауыттары Форд және BMW сияқты салалар өздерінің саясатын түбегейлі қайта қарады, сонымен қатар электромобильдер өндірісінің сандық платформаларын қарқынды дамытуға назар аударды. Біздің бағалауымыз бойынша, ең табыстылары-ең жақсысын қолданатын компаниялар сандық платформалар. Мұндай салаларға автомобиль, телекоммуникация, энергетика жатады. Сандық технологияларды дамытудың үшінші бағыты электрондық технологияларды бөлшек сауда саласындағы сауда. Электрондық коммерция нарығының көшбасшысы Азия-Тынық мұхиты аймағы. Еуропалық аймақ электрондық коммерция бойынша екінші орында, Солтүстік Америка үшінші орында. Егер біз елдерді тікелей қарастыратын болсақ, онда нарық көлемі 650 миллиард доллардан асатын Қытай көшбасшы болып табылады, оның артында АҚШ айтарлықтай артта қалды (340 млрд долл.) және Жапония (79 млрд.). Әлемдегі ең ірі интернет-дүкендердің бірі-американдық Amazon компаниясы, 1998 жылдан бастап бизнесті үнемі кеңейтіп келеді. Бұл компанияның алғашқы

капитализациясы құрылған үш жыл J. P. Morgan инвестициялық банкінің нарықтық құнынан асып түсті. Қазіргі уақытта Amazon компаниясының нарықтық құны 35 миллиард долларды құрайды. Бойынша пікірі сарапшылар, АҚШ-та жақын арада электронды бизнес компаниялары қол жетімсіз болады нақты сектордағы компаниялар үшін. Екінші маңызды американдық интернет-дүкен – eBay, оның құны 10 млрд. Әлемдегі ең ірі Bestbuy электроника дүкенінің құны шамамен 50 миллиард долларды құрайды. Әлемдегі ең ірі бөлшек сауда желісі Alibaba өзінің материалдық-өндірістік қоры жоқ - барлық сауда жүзеге асырылады тікелей Интернет арқылы.

Сандық экономиканы дамытудың төртінші бағыты оның әлеуметтік салада, оның ішінде денсаулық сақтау мен білім беруде кеңінен таралуы болып табылады. Бұл ретте егер Денсаулық сақтау саласында сандық платформа енді ғана қалыптасып жатқан болса, онда білім беруде қашықтықтан оқыту белсенді қолданылады, жылдық айналым көлемі әлемдік нарық 52,6 млрд АҚШ долл. 2010 жылы 107 млрд. 2015 ж., болжам бойынша 2025 жылға қарай ол 215 млрд АҚШ долларына жетуі тиіс. Қазіргі уақытта қашықтықтан білім беру саласындағы көшбасшы АҚШ болып табылады, ол Канадамен бірге бүкіл нарықтың 50% - дан астамын электрондық білім беру алады.

Соңғы жылдары даму мәселелері бойынша көптеген зерттеулер жүргізілудесандық экономика. Сонымен, Туфтс университетінің Флетчер мектебі компаниямен серіктестікте Mastercard "2017 жылғы сандық эволюция индексі" зерттеуін ұсынды [2]. Компаниялар сандық даму процесінде елдер қол жеткізген прогресті талдадық экономика, сондай-ақ жаңа мүмкіндіктердің адамдардың күнделікті өміріне ену дәрежесі. Зерттеу нәтижелері бойынша сандық экономиканы дамыту бойынша көшбасшылар Сингапур, Ұлыбритания, Жаңа Зеландия, БАӘ, Эстония, Гонконг, Жапония және Израиль болып табылады. Бұл елдердегі сандық эволюцияның қарқыны даму векторын таңдау үшін басқа елдерге үлгі болып табылады. Әлемнің 60 елінде тұратын онлайн пайдаланушылар арасында жүргізілген Mastercard зерттеу нәтижелері бойынша интернет-технологияларды пайдаланушылар индексі есептелді, ол төрт негізгі көрсеткіш пен 170 бірегей индикатор негізінде анықталды: Интернетке қол жеткізу және инфрақұрылымды дамыту; тұтынушылық сұраныс мемлекеттік саясат, осы саладағы заңдар мен ресурстар; елдегі инновациялар (соның ішінде технологиялар мен сандық стартаптарға Инвестициялар). Бұл зерттеулер Норвегия, Швеция, Швейцария, Дания, Финляндия, Сингапур, Оңтүстік Корея, Ұлыбритания, Гонконг және АҚШ-та жүргізілді, олар ең дамыған сандық экономикасы бар 10 елдің қатарына кіреді. Сандық экономиканың өсу қарқыны мен жағдайын талдағаннан кейін, барлық елдер төрт санатқа бөлінеді:

I санат – көшбасшы елдер: Сингапур, Ұлыбритания, Жаңа Зеландия, БАӘ, Эстония, Гонконг, Жапония және Израиль сандық дамудың жоғары қарқынын көрсетіп, жалғастыруда инновацияларды таратуға көшбасшы болу.

II санат-өсу қарқыны бәсеңдейтін елдер: бұған Батыс Еуропаның көптеген дамыған елдері, Скандинавия елдері, сондай-ақ Австралия мен Оңтүстік Корея кіреді. Ұзақ уақыт бойы бұл елдер тұрақты өсуді көрсетті, бірақ қазіргі уақытта даму қарқыны айтарлықтай төмендеді. Инновацияларды енгізбестен, олар цифрландыру көшбасшыларынан артта қалу тәуекеліне ұшырайды. Көріп отырғаныңыздай, екі ірі әлемдік экономика (АҚШ және Германия) олар көшбасшы елдер мен баяулайтын елдер арасындағы шекарада орналасқан. Олардың жанында әлемдегі үшінші ірі экономика-Жапония. Сонымен қатар, Ұлыбританияның сандық даму серпіні Еуропалық Одақ елдеріне қарағанда көбірек;

III санат-перспективалы елдер: бұл елдер цифрландырудың салыстырмалы түрде төмен деңгейін көрсетсе де, олар тұрақты қарқын көрсетуде инвесторларды тартатын өсім. Бұл елдерге мыналар жатады: Қытай, Кения, Ресей, Үндістан, Малайзия, Филиппин, Индонезия, Бразилия, Колумбия, Чили, Мексика;

IV санат-проблемалық елдер: оларға Оңтүстік Африка, Перу, Египет, Греция, Пәкістан жатады. Бұл елдер сандық деңгейдің төмендігімен байланысты күрделі қиындықтарға тап болады даму және баяу өсу қарқыны. Бұл елдердің басшылығы үшін "сандық тығырыққа" ұшырау қаупін түсініп, даму қарқыны жоғары елдердің мысалын зерделеу қажет, қандай саяси шараларды қабылдау елдің бәсекеге қабілеттілігін арттыруы мүмкін [3].

Экономиканы цифрландыру экономикалық дамудың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады және өндірістің тұрақты өсуінің институционалдық негізі бола алады. және болашақта адамдардың өмір сүру деңгейі. Экономиканың барлық салаларын дамытуға бейім белгілі бір дәрежеде цифрландыру. Бұл көбінесе қаржы саласында көрінеді қызметтер мен сауда, сонымен қатар өндіріс саласында интернет шығындарды азайтуға мүмкіндік береді және өнімділікті арттырыңыз. Сонымен қатар, бұл процестің таралуы тән әлемнің барлық өңірлері үшін. Қазақстан әзірше барлық дерлік елдер бойынша жетекші елдерден біршама артта қалып отыр бағыттар. Алайда, 2017 жылдың өзінде

Қазақстанда сандық экономиканы дамыту бағдарламасы қабылданды, бұл оның көптеген салаларда алдыңғы қатарға шығуына мүмкіндік береді.

Әдебиеттер тізімі

1. Internet World Stats// <https://internetworldstats.com>
2. Mastercard и школа права и дипломатии. Флетчера представили рейтинг Digital Evolution Index 2017 // <https://newsroom.mastercard.com/ru/press-releases/mastercard-и-школа-права-и-дипломатии-имфлетче/>
3. Россия заняла 3 е место в мире по активности использования FinTech-services. // <https://www.rbc.ru/finances/28/06/2017/5952a2329a7947399a746777>

Appeals against customer actions in the public procurement process: features in Ukraine and other countries

Y.Y. Cheban¹, T.S. PISOCHENKO², N.W. MIROSHYN³

¹ PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation

² PhD (Economics), Assistant of the Department of Accounting and Taxation

³ 4th year bachelor's degrees student in speciality 071 «Accounting and Taxation» cheban200180@ukr.net ; pisochenko@mnu.edu.ua; daydreamer.nm@gmail.com

^{1,2,3} Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine

Abstract: the article considers the components and sequence of the process of appealing the actions of the customer in the process of public procurement in Ukraine. Terms, grounds, conditions, features of payment and possible options for resolving appeals are indicated. The main aspects of the antitrust authorities of some countries are reviewed.

Keywords: public procurement, participant, customer, decision, appeal, complaint, appellate body

Adherence to the principles of the procurement procedure is directly related to the ability of the tenderer to appeal the decision of the customer. Participants have this right in the presence of indisputable facts of violation of the law by the customer and subject to compliance with all the features of the appeal process.

Thus, an appeal against a procurement is a protection of the legitimate interests and rights of participants that have been violated as a result of an illegal decision or inaction of the customer in the field of public procurement [1]. The body of appeal in Ukraine is the Antimonopoly Committee of Ukraine, and the review of complaints is carried out by the permanent administrative board for review of complaints. Therefore, during the appeal, the participant must clearly define and indicate in the complaint the subject of the appeal, indicate which of his rights have been violated, adhere to the deadlines for filing a complaint and its payment, and so on.

Thus, the subject of the appeal is the provisions of the tender documentation; decisions made by the customer; actions and inaction of the customer; the decision of the customer on cancellation of the tender.

The main rights of the bidder, which are most often violated during public procurement: the right to participate in the procurement procedure through the establishment of discriminatory and / or illegal requirements in the tender documentation; unreasonable rejection of the bidder's proposal; unfounded determination of the winner; cancellation of purchase.

The terms of the appeal depend on the subject of the appeal. Thus, the deadline for appealing the tender documentation and / or decisions, actions or omissions of the customer, which occurred before the deadline for submission of tenders is not later than 4 days before the date set for submission of tenders. The term for appealing decisions, actions or inaction of the customer, which occurred after the evaluation of bids, is within 10 days from the date when the subject of appeal learned or should have learned about the violation of their rights due to the decision, action or inaction of the customer, but before the contract about purchase. The deadline for appealing the decisions of the customer after consideration of tender proposals for compliance with technical and qualification requirements is within 5 days from the date of publication of the minutes of consideration of tender proposals.

The complaint is submitted by the complainant in accordance with Article 18 to the appellate body in the form of an electronic document through an electronic procurement system [1]. The complaint fee is charged through the electronic procurement system on the day of the complaint. The complaint is automatically entered into the register of complaints and its registration card is formed, which together with