

всего за 60 секунд. Тогда как обычно получение именной карты проводится за несколько дней. Данные инновационные технологии проектируются командой Kaspi Bank в Казахстане.

Высокий темп роста безналичных платежей благодаря картам Kaspi Gold и связанным с ними сервисам привел к внедрению удобных устройств по их проведению для предпринимателей. Были разработаны следующие технологические устройства – Smart POS, Mobile POS и QR-дисплей, предоставляющиеся предпринимателям бесплатно.

Таким образом, с момента запуска карты Kaspi Gold в декабре 2016 года по июнь 2021 года объем безналичных платежей в стране увеличился в 39 раз. Процент безналичного расчета в общем объеме платежей увеличился с 15 до 77. Этот показатель является одним из лидирующих в мире.

Банк успешно провел IPO в 2020 году. В данное время капитал Kaspi.kz насчитывает 25 миллиардов долларов. В мире данная компания является одной из самых крупных финтех-организаций. Осуществляется совершенствование раздела «Гос. услуги» в приложении Kaspi.kz в совместной деятельности с Министерством цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан и АО «НИТ». В настоящее время необходимые документы находятся в приложении Kaspi.kz. Около 10 миллионов казахстанцев используют «Цифровые документы». Благодаря компании, помогающей государству увеличивать доступность услуг всем гражданам и внедрять инновационные технологии, улучшается жизнь потребителей. В Гарвардской школе бизнеса составлен кейс об истории компании Kaspi bank. В настоящее время его преподают студентам магистратуры. Исходя из вышеописанной деятельности лишь одного банка, можно уже сделать вывод, что в Казахстане существуют поистине высокие темпы развития инновационных финансовых технологий.

Литература

1. Викулов В.С. Типология банковских инноваций // Финансовый менеджмент. - 2004. - №6. - С.75-82.
2. Rajapathirana R. P. J. Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance / R. P. J. Rajapathirana, Y. Hui // Journal of Innovation and Knowledge. – 2018. – Vol. 3. – No 1. – P. 44-55.
3. Chen Z., Li Y., Wu Y. et al. The transition from traditional banking to mobile internet finance: an organizational innovation perspective - a comparative study of Citibank and ICBC // Financial Innovation. – 2017. – Vol. 3. – No. 12.
4. Что ждет банковский сектор в 2022 году. Режим доступа: <https://kz.kursiv.media/2021-12-29/chto-zhdet-bankovskiy-sektor-v-2022-godu/> (дата обращения 21.02.2023).
5. Ломтадзе М. «Kaspi.kz – сделано в Казахстане!» Режим доступа: <https://optimism.kz/2021/11/04/mihail-lomtadze-kaspi-kz-sdelano-v-kazahstane/> (дата обращения 21.02.2023).

Газиева Ж.А., Меделханова М.Н., 3 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)
Ғылыми жетекші – э.ғ.м., оқытушы Нұржан М.Ә.

ЭЛЕКТРОНДЫҚ КӘСІПОРЫНДАҒЫ ЛОГИСТИКАНЫҢ РӨЛІ

Қазіргі заман талабына сай кәсіпорындар цифрландыру кезеңінен өтіп, қызметтерін өткізу арналарын кеңейту мақсатында электрондық коммерция арқылы ұсынады. Бұл қызмет көрсетуді ұсынудың дәстүрлі формасымен салыстырғанда алғашқы кезеңде аз қаржылық инвестицияларды қажет ететіндігіне байланысты, сонымен қатар тұтынушының тауарға не қызметке тапсырыс беруі мен алуы ыңғайлы әрі жылдам болып табылады. Осыған орай, логистика жүйесінің жаңа тәсілдері қарастырылды. Онлайн түрде өнімдерді сату, тапсырыс беру, жеткізуді бақылау электрондық жүйенің аз ғана бөлігі. Электрондық коммерциядағы логистиканың маңызды аспектісі технология мен автоматтандыруды пайдалану болып

табылады. Қоймаларды басқару, тауарларды сұрыптау және т.б. логистикалық жүйенің бөліктері жаңа өзгерістерге ие болу арқылы, логистикалық компаниялар өздерінің клиенттері алдында беделін көтеріп, тиімділік және уақыт жағынан алға шықты.

Электрондық коммерциядағы логистиканың ерекшеліктерін екі топқа бөлуге болады: сату бойынша және логистикалық процесс бойынша ерекшеліктер. Кәсіпкерліктегі электрондық өзгерістер сату көлемін жоғарлатып, сұраныстың өсуіне себепкер болды. Тұтынушылар қалаған өнімдеріне кез-келген жерден, кез-келген уақытта тапсырыс жасай алады. Сонымен қатар, тауар туралы жедел түрде ақпарат алып, тауардың қоймада болу фактісін, тапсырысының өнделу деңгейін, тапсырысының орналасқан жерін, жету уақытын бақылай отырып, тапсырыстың жеткізілу формасын таңдауға мүмкіндігі бар. Тұтынушы өзіне тиімді тәсілді таңдап, тез арада қажеттілігін қанағаттандырады. Логистикалық жүйенің ішкі процестері де жағымды өзгерістерге ұшырады. Мысал ретінде қойма ісін алуға болады. Электрондық кәсіпкерлік арқылы қоймада қандай тауар, қай жерде орналасқаның, оның қоймаға келіп түсу уақытын тез арада анықтауға болады. Тапсырыстардың тікелей қойма жұмыскерлеріне түсуі оның жинақталу процессін жеделдетеді. Тез арада жинақталып, қаптамалаудан өткен тауар сұрыптау бөлімінен өтіп тұтынушыға дейін тасымалданады. Тапсырыстың орындалу деңгейінің ашықтығы клиенттермен жұмыс істеуді жеңілдетеді. Ал компания қызметкерлерінің күші басқа да маңызды мәселелерге бағытталады. Жеткізуді қадағалау, құжаттарды рәсімдеу, кері бағыттық логистиканы ұйымдастыру да электрондық түрде жүргізіліп, клиенттердің уақытын үнемдейді. Осылайша, цифрализация мен автоматтандыру логистикалық шығындарды азайтып, тапсырысты орындау уақытың төмендетеді, логистикалық процестерді оңтайландырады. Көрнекті басқарушы ғалым П. Друкердің айтуынша, интернет-сауданың салыстырмалы түрде бірдей маркетингтік жағдайында "тауарды жеткізу негізгі бәсекелестік артықшылыққа айналады". Бұл идеяны дамыта отырып, ол "электрондық коммерцияда жеткізу компаниясы шынымен ерекшеленетін жалғыз сала болады. Ол құзыреттіліктің негізгі саласына айналады. Фирмалар өздері өндіретін нәрсені емес, сатып алушыға жеткізе алатын нәрсені сатады" деп өз ойын білдірген. [1]

Қазақстанның Интернет-саудасы өте жас, алайда көп жағдайда әлемдік трендтерден озып отыр. Бұған мысал ретінде Kaspi.kz-келтіруге болады. Kaspi.kz -Қазақстанның онлайн-сауда және оған арналған логистика стандарттарын белгілейді. Статистикалық ақпараттарға сүйенсек Қазақстан бойынша 2021 жылы 1570 миллион жөнелтілім жеткізілді - бұл 2020 жылмен салыстырғанда 78% - ға көп. [2] Ал 2022 жылғы орташа өлшенген бағам бойынша 134,9 миллиард теңгені құрады. [3]

Бүгінгі таңда логистика саласында электрондық коммерция кәсіпорындарының тұрақты дамуына кедергі келтіретін бірқатар мәселелер бар. Жүргізілген талдау нәтижелері бойынша олардың ең өткірлері: тұтынушыға тапсырысты жеткізудің орталықтандырылған, реттелген жүйесінің болмауы; өнімді есепке алудың жетілмеген жүйесінің салдары ретінде қоймадағы өнімнің нақты қалдықтары туралы дұрыс емес ақпарат; тапсырыстарды жеткізудегі кідірістер. Осыған байланысты, кәсіпорын өзінің логистикалық жүйесін қатаң бақылауда ұстап, мәселелерді алдын ала алуы қажет. Электрондық логистиканың басты мақсатының бірі осындай жайттардың көлемін төмендету, бақылау деңгейін арттыру және оңтайландыру, зерттеу немесе талдау жұмыстары барсында ақпарат жинау функциясын жеңілдету болып табылады. [4]

Қорытындылай келе, электрондық коммерциядағы логистиканың өзіндік ерекшеліктері мен қиындықтары да бар деген нәтижеге келеміз. Кәсіпорындарындағы логистикалық жүйенің тиімділігін анықтайтын үш факторды: жеткізудің жоғары жылдамдығы; жеткізудің тұтынушы үшін оңтайлы бағасы; кәсіпорынның логистикалық инфрақұрылымын ұстауға оңтайлы шығындарды қамтамасыз ету үшін электрондық коммерция кәсіпорындарының логистикалық жүйесінің ұйымдық құрылымы мен жекелеген кезеңдерін қатаң бақылап, қайта қараудан өткізіп отыру қажет.

Әдебиеттер

1. Логистика электронной торговли. <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/e-trade.htm>
2. Маркетинговое исследование Логистика для интернет-торговли 2021 <https://datainsight.ru/logistika-dlya-internet-torgovli-2021>
3. Маркетинговое исследование Логистика интернет-торговли Казахстана 2023 https://datainsight.ru/DI_Logistics_for_ecommerce_kz_2023
4. Заманауи логистика : оқулық. . 11-басылым / П. Р. Мэрфи, М. А. Кнемейер. - Алматы : ЖШС РПБК "Дәуір", 2017.

Гомель А.В., Джуринская Е.В., 2 курс (Карагандинский университет Букетова)
Научный руководитель – м.э.н., ст. преподаватель Мусина С.Т.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

На современном этапе, успешной составляющей развития экономики и ключевым инструментом стимулирования её роста является инвестиционная политика. Важность данной политики проявляется в способности формировать благоприятный инвестиционный климат путем инвестирования в перспективные направления.

Инвестиционная политика представляет собой набор мероприятий, целью которых является определение характеристик и объемов инвестиций, выбор областей их вложения, а также выявление источников финансирования в различных секторах и отраслях экономики. Инвестиционная политика Республики Казахстан включает несколько основных направлений, делающих упор на стимулирование экономического роста, развития инфраструктуры и привлечения иностранных инвестиций.

Казахстан активно работает над созданием благоприятной инвестиционной среды для привлечения прямых иностранных инвестиций. К таким мероприятиям относятся: упрощение процедур регистрации бизнеса, снижение бюрократических барьеров, а также предоставление различных инвестиционных льгот и гарантий.[1] Инвестиции зарубежных стран в Казахстан могут быть обусловлены экономической привлекательностью страны, наличием природных ресурсов, хорошим геополитическим положением и стремлением к развитию международных экономических отношений. Все это отражается положительно на валовый приток ПИИ, который составляет 28 млрд долларов США за 2022г., что больше итога за 2021 год на 4,2 млрд. долл. США или на 17,7%. К отраслям с наибольшей долей в валовом притоке ПИИ относятся горнодобывающая промышленность- 43,3% или 12,1 млрд долларов США. Из них, 9,7 млрд долларов США инвестиций направленно в добычу нефти и природного газа. Также, в топ отраслей входят обрабатывающая промышленность (5,6 млрд долларов США), оптовая и розничная торговля (5,1 млрд долларов США). Наименьшую долю в валовом притоке ПИИ занимает сфера водоснабжения (15,7млн долларов США) и сельское, лесное и рыбное хозяйство (32,5 млн долларов США). [2]

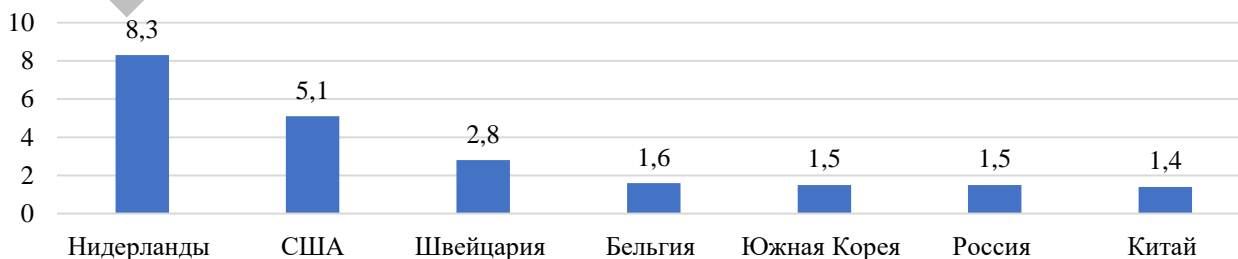


Рисунок 1. Страны, осуществляющие 79% всех ПИИ за 2022 год, млрд. долл. США
Примечание – Составлено автором по источнику [3]