

Қазақстан Республикасында шағын кәсіпкерлікті басқару экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру факторы ретінде

С.С. Дарибеков¹, А.К. Манасбаева², Ш.У. Ниязбекова³

¹Менеджмент кафедрасының профессоры, э.ғ.к.

²«Менеджмент» мамандығы бойынша 1 курс магистранты

³Қаржы және кредит кафедрасының доценті, э.ғ.к.

seka28@mail.ru, alima230998@mail.ru, shakizada.niyazbekova@gmail.com

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

³С.Ю.Витте атындағы Мәскеу университеті, Ресей Федерациясы

Түйіндеме: Мақалада Қазақстан Республикасында шағын кәсіпкерлікті басқару экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру факторы ретінде қарастырылған. Қазақстан Республикасында шағын кәсіпкерлікті басқару экономиканы құрылымдық қайта құруды жандандырудан, нарықтық таңдаудың және қосымша жұмыс орындарының кең еркіндігін ұсынуудан, шығындардың тез өтелуін қамтамасыз етуден, тұтынушылық сұраныстың өзгеруіне жедел реакциядан көрінетін ірі өндіріспен салыстырғанда бірқатар артықшылықтарға ие.

Кілт сөздер: шағын кәсіпкерлік, өндіріс, бәсекелестік, банк, сауда, құн, банкрот, тауар, нарық, капитал, инновация.

Қазақстан Республикасында шағын кәсіпкерлікті басқару экономиканы құрылымдық қайта құруды жандандырудан, нарықтық таңдаудың және қосымша жұмыс орындарының кең еркіндігін ұсынуудан, шығындардың тез өтелуін қамтамасыз етуден, тұтынушылық сұраныстың өзгеруіне жедел реакциядан көрінетін ірі өндіріспен салыстырғанда бірқатар артықшылықтарға ие. Шағын бизнес нарықты тауарлармен және қызметтермен толықтыруға, салалық және аумақтық монополизмді еңсеруге, бәсекелестік деңгейін арттыруға ықпал етеді.

Шағын кәсіпкерлік қоғамдық қарым-қатынастарды көрсетудің нақты нысандарының бірі ретінде қоғамның материалдық және рухани әлеуетін арттыруға ғана емес, әрбір индивидтің қабілеті мен талантын іс жүзінде жүзеге асыру үшін қолайлы негіз туғызып қана қоймай, ұлттың бірігуіне, оның ұлттық рухы мен ұлттық мақтанышын сақтауға алып келеді.

Өндірістің даму шамасына қарай адамдар көптеген экономикалық мәселелерге тап болды.

Кәсіпкерлік тарихы орта ғасырлардан басталады. Сол кезде көпестер, саудагерлер, колөнершілер ісін жаңа бастаған кәсіпкерлер болды.

Римдік құқықта «кәсіпкерлік» сабақ, іс, қызмет, коммерциялық деп қарастырылды. Олар жалға алушы, қоғамдық құрылысты жүргізуші адамдарды кәсіпкер деп санады. Орта ғасырларда «кәсіпкер» ұғымы бірнеше мағынада қолданылған. Ең алдымен, оларға сыртқы саудамен айналысатын тұлғалар қатысты. Мұндай кәсіпкерліктің алғашқы мысалдарының бірін Еуропа мен Қытай арасындағы сауда дамуының бастауында тұрған саяхатшы Марко Поло береді. Саяхатқа аттанып, саудагер (кәсіпкер) көпеспен (банкпен) тауарларды сатуға келісім-шартқа қол қойды. Мұндай саяхат кезінде кәсіпкердің үлесіне түссе де, әр түрлі физикалық және моральдық сынақтар аяқталғаннан кейін ол өз пайдасының 75% - ын көпеске (банкке) беруге мәжбүр болды. Сондай-ақ, шерулер, балағандар мен қойылымдар ұйымдастырушыларды да кәсіпкер болып саналды. Сонымен қатар, бұл ұғым ірі өндірістік және құрылыс жобаларының басшыларына қатысты қолданылды. Мұндай жобаның басшысы ешнәрсе тәуекел етпеді – ол өзіне ұсынылған қаржылық, материалдық сауда ресурстарын пайдалана отырып, оны ұйымдастыру жөніндегі барлық жұмыстарға ғана басшылық етті.

«Кәсіпкерлік тәуекел» ұғымы XVII ғасырда өз даму шегіне жетті. Мұнда кәсіпкер деп мемлекетпен жұмысты орындауға немесе белгілі бір өнімді жеткізуге келісім-шарт жасасқан адамды атады. Келісім-шарттың құны бұрын ескертілгендіктен, пайда мен шығынның мөлшері кәсіпкерлердің өз табыстарын анықтады.

Экономикалық әдебиетте «кәсіпкер» ұғымы алғаш рет 1723 жылы Парижде шығарылған жалпы коммерция сөздігінде пайда болды. Онда деп объектіні өндіру немесе салу бойынша міндеттемені өзіне алатын адамды айтты [1].

Ғылыми термин ретінде «кәсіпкер» ұғымы XVIII ғасырдың басындағы белгілі ағылшын экономисі Ричард Кантильонның жұмыстарында пайда болды. Ол кәсіпкерліктің бірінші тұжырымдамасын әзірледі. Кәсіпкер деп тәуекел жағдайында жұмыс істейтін адамды айтты. Өйткені саудагерлер, фермерлер, колөнершілер және басқа да ұсақ меншік иелері белгілі бір баға бойынша сатып алып, белгісіз бағамен сатады.

Профессор Роберт Хизрич «кәсіпкерлікті – құны бар жаңа нәрсе жасау процесі ретінде», ал кәсіпкерді – осыған қажетті уақыт пен күш жұмсайтын, өзі барлық қаржылық, психологиялық және әлеуметтік қауіп-қатерге барып, оның нәтижесі ретінде ақша мен жетістікке жететін адам ретінде түсіндірді.

Американдық оқу және ғылыми әдебиетте кәсіпкерлік пен кәсіпкерді экономикалық, саяси экономикалық, психологиялық, басқарушылық және басқа да тұрғыдан сипаттайтын көптеген анықтамалар беріледі.

Ағылшын профессоры Алан Хоскинг былай дейді: «Жеке кәсіпкер өз есебінен іс жүргізетін тұлға болып табылады, бизнесті басқарумен жеке өзі айналысады және қажетті қаражатпен қамтамасыз ету үшін де өзі жауап береді, өз бетінше шешім қабылдайды. Ол кәсіпкерлікпен айналысқанына және кәсіпкерлік қызмет нәтижесінде алынған пайдадан рахаттанады. Сонымен қоса, ол банкротқа ұшыраған кезде барлық шығындарды көтере білуі тиіс.

Шетелде де, бізде де кәсіпкерліктің жалпы қабылданған экономикалық теориясы әлі құрылмаған, алайда мұндай теорияға деген қажеттілік бұрыннан бар. Кәсіпкерлік қызмет теориясының дамуының «үш толқынын» - шартты түрде кәсіпкерлік тәжірибесін ғылыми ұғыну үрдісінің дамуын сипаттауға болады [2].

XVIII ғасырда пайда болған «Бірінші толқын» кәсіпкер тәуекелге назар аударумен байланысты болды. Кәсіпкерлікті ғылыми тұрғыдан пайымдауда «екінші толқын» инновациялықты оның негізгі ерекшелігі ретінде бөлумен байланысты болды. «Үшінші толқын» кәсіпкерлердің жеке қасиеттеріне (экономикалық және қоғамдық жағдайдың өзгеруіне әрекет ету қабілеті, шешімдерді таңдау мен қабылдауда дербестік, басқарушылық қабілеттіліктің болуы) және тендестіруші экономикалық жүйедегі реттеуші бастама ретінде кәсіпкерліктің рөліне назар аударумен ерекшеленеді. Кәсіпкерлік функция теориясының заманауи даму кезеңін «төртінші толқынға» жатқызуға болады, оның пайда болуы кәсіпкердің іс – әрекетін талдаудағы басқару аспектісіне назар аударумен, яғни, кәсіпкерлік проблемаларын талдаудың пәнаралық деңгейіне көшумен байланысты.

Кәсіпкерлік - бұл өзіндік бастамаға, жауапкершілікке және инновациялық кәсіпкерлік идеясына негізделген экономикалық белсенділіктің ерекше түрі (біз пайда табуға бағытталған мақсаты бар қызметті түсінеміз).

Кәсіпкерлік экономикалық белсенділіктің ерекше түрі ретінде әрекет етеді, өйткені оның бастапқы кезеңі, әдетте, тек идеямен – кейіннен материалдық форманы қабылдайтын ойлау қызметінің нәтижесімен байланысты.

Кәсіпкерлікте жаңа тауарларды өндіру, қызмет бейінін ауыстыру немесе жаңа кәсіпорынның негізі болсын инновациялық сәт міндетті түрде болуы керек. Өндірісті, сапаны басқарудың жаңа жүйесі, өндірісті ұйымдастырудың жаңа әдістері немесе жаңа технологияларды енгізу де инновациялық сәттерге жатады.

Француз К. Бодо Р. Кантильоннан да асып түсті. Ол кәсіпкер белгілі бір интеллект, яғни әр түрлі ақпарат пен білімге ие болуы керек деп атап өтті. Тағы бір француздық экономисті Тюрго кәсіпкер белгілі бір ақпаратқа ғана емес, капиталға да ие болуы тиіс деп санайды. Ол капитал - бүкіл экономиканың негізі, табыс – кәсіпкердің табысының мақсаты, өндірісті дамытудың негізі екенін атап өтті [3].

А. Маршалл мен оның ізбасарлары кәсіпкердің ұйымдастырушылық қызметіне көп көңіл бөлді және әрбір адам кәсіпкер бола алмайды деп санады.

Кәсіпкерліктің даму тарихы алмасу, қоғамдық еңбек бөлінісі және жалпы нарықтық қатынастардың даму тарихы болып табылады. Бұл проблемалардың барлығы тығыз байланысты, сонымен қатар біреуі екіншісінің дамуына үлкен әсер етеді, ал біреуінің дамуы басқалардың дамуын білдіреді.

Кәсіпкерлік (бизнес) адамдар арасындағы, нақты айтқанда, іске қатысушылар арасындағы іскерлік қатынастарды сипаттайды. Қандай да бір іспен айналысатын адам-іскер адам, бизнесмен.

Бизнес дегеніміз материалдық игіліктер жүргізілетін және қызметтер көрсетілетін шаруашылық қызмет. Бизнесмен істі жүзеге асыру кезінде таза өзімшілдік мүддені – пайда табуды көздейді.

Біз бизнестің материалдық игіліктерді немесе қызметтерді өндіру арқылы пайда және пайда алуға бағытталған адамның экономикалық қызметі екенін білеміз.

Нарықтық жүйенің ең маңызды ерекшеліктерінің бірі кәсіпкерлік болып табылады. Кәсіпкерлер үнемі өндірісте, халыққа қызмет көрсетуде жаңа идеяларды генерациялайды, жаңа тауарлар жасайды. Олар басқалардың энергиясын шоғырландырады және оны жалпы мақсаттарды іске асыруға жібереді.

Кәсіпкерлік – бұл коммерциялық нәтижелерге қол жеткізу үшін іскер адамдардың ішінен шығатын энергия. Ол басталған іске тәуекелге бел буып кірісу керектігін көздейді.

Кәсіпкерлер – бұл коммерциялық мүмкіндіктерді көре алатын, қажетті капиталды ала алатын, тиісті операцияны қалай өткізетінін білетін және табыс пен сәтсіздік үшін жауапкершілікті өзіне ала отырып, тәуекелге баруға дайын іскер әлемдегі адамдар.

Осылайша, кәсіпкердің мақсаты тұтынушыны «жаулап алу», өз тұтынушыларының ортасын құру.

Кәсіпкердің тұтынушыға әсер етуінің негізгі құралдары ретінде келесі факторларды атауға болады:

- тауардың жаңалығы және оның тұтынушының талаптарына сай келуі;
- сапасы;
- өнімнің бағасы, қол жетімділігі;
- тауардың әмбебап дәрежесі;
- сыртқы түрі және қаптамасы;
- басқа өндірушілердің тауарларынан айырмашылығы және тұтынушының осындай айырмашылықтармен танысу мүмкіндігі;
- сатудан кейінгі сервис қызметтерін пайдалану мүмкіндігі;
- жалпы қабылданған немесе мемлекеттік стандарттарға сәйкестігі;
- тауар жарнамалаудың беделділігі мен тартымдылығы.

Қарастырылып отырған мәселелерден мынандай қорытынды жасауға болады: егер қоғамдық өндіріс тұрғысынан кәсіпкер белсенді субъект ретінде әрекет етсе, онда кәсіпкерлік процестің өзі, оның мазмұны мен тиімділігі тұрғысынан тұтынушы белсенді рөл атқарады.

Шағын кәсіпкерлікті дамыту – экономиканың тұрақтылығының, толыққанды нарықтық қатынастардың шарттарының бірі. Ол Қазақстанның өркениетті нарықтық экономикаға жол бастауының алғашқы қадамы болды. Ол біздің елімізде бастапқы жеке капиталды жинақтауда айтарлықтай рөл атқарды.

Қазіргі уақытта кәсіпкерлік нарықтық экономиканың ажырамас бөлігі, оның жұмыс істеуінің іргелі негізі болып табылады. Ол қазіргі заманғы қоғам мен мемлекеттің дамуында айрықша әлеуметтік-экономикалық рөл атқарады: ДЖӨ-ге елеулі үлес қосады; жұмыс орындарының негізгі үлесін құрады; «орта таптың» қалыптасуына тікелей байланысты; әлеуметтік және саяси тұрақтылықтың көзі болып табылады; және инновациялық технологиялардың дамуына ықпал етеді. Шағын және орта бизнестің заманауи қазақстандық тарихында экономикалық құбылыс ретінде жиырма жылдан астам уақыт бойы бұл сектор күрделі экономикалық, әлеуметтік, саяси жағдайларда қалыптасты және дамыды, бұл оның даму деңгейі мен жағдайына үлкен әсер етті [4].

Шағын кәсіпкерлікте экономикалық құбылыс ретінде кәсіпкерлікке тән бірқатар белгілер және оны дербес зерттеу объектісі ретінде қарауға мүмкіндік беретін қасиеттердің ерекше жиынтығы бар. Шатастырмау үшін шағын кәсіпкерлікті белгілі бір әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде, шағын кәсіпкерлікті статистикалық есепке алу объектісі ретінде және шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік әсер ету объектісі ретінде (реттеуші, фискалдық) ажырату қажет.

Егер екінші және үшінші жағдайда экономикалық құрылымдардың барлық жиынтығынан шағын кәсіпкерлік құрылымдарын бөлу өлшемдері ең алдымен нақты сандық өлшемдер болып табылса, онда шағын және орта бизнесті әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретінде қарау кезінде алдыңғы жоспарға сапалық аспектілер шығады.

Шағын бизнес (бұдан әрі - ШБ) экономикалық және әлеуметтік сипаттағы көптеген маңызды қасиеттерге ие. Халықтың көпшілігі кәсіпкерлікке бастама жасайды. ШБ өз мәні бойынша жекеленген болып табылады (кейде қоғамдық нысандарды қабылдай алады, мысалы, кооперативтік). Осы тұрғыда шағын кәсіпкерлік әрқайсысы бір тұлғаға немесе шағын тұлғалар тобына (әдетте - отбасына) тиесілі көптеген шағын тәуелсіз жеке компаниялар түрінде әрекет етеді.

ШБ-күрделі және алуан түрлі феномен, оның жекелеген түрлерінің дамуы экономикаға әртүрлі әсер етеді. Тарихи тұрғыдан ШБ тауарлар мен қызметтердің жергілікті нарығына бағытталған дербес шаруашылық қызмет болып табылады. Оның капиталы шектелді, меншік иесі мен кәсіпкер бір тұлғаға біріктірілген. Мұндай кәсіпорындар ірі капиталдан тәуелсіз болды, салықтар төледі, мемлекеттің қолдауын қажет етпеді және бір-бірімен кооперацияланбаған. Бұл классикалық шағын кәсіпкерліктен оның тереңдеуіне, еңбек бөлінісіне, капиталдың жиналуына және көлік қызметтеріне қол жетімділігінің өсуіне қарай ірі фирмалар өскен.

Ұсақ сериялы немесе жеке тауар өндірісі, бөлшек сауда, қонақ үй шаруашылығы және қоғамдық тамақтану, көлік, құрылыс, денсаулық сақтау орындары осындай дәстүрлі шағын кәсіпкерлік қызметінің салалары болып табылады.

Шағын кәсіпорындар – экономикалық қатынастардың белгілі бір жүйесін қалыптастыратын шаруашылық қызметтің біртекті емес субъектілерінен тұратын біртұтас күрделі құбылыс. Бірақ бұл тұтастық шартты болып табылады. Сондықтан шағын кәсіпорындарды әртүрлі белгілер бойынша жіктеу қажеттілігі туындайды. Бұл экономиканың осы секторының жалпы сипаттамасына қатысты қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Біздің экономикамыздағы шағын кәсіпорындардың экономикалық функциялары мыналар:

- елеулі мемлекеттік инвестициялар салмай-ақ тауарлар мен қызметтердің ассортиментін кеңейту және өндірісін ұлғайту;

- ірі кәсіпорындарға қызмет көрсету, олар үшін жинақтаушы бұйым-дарды, жеке тораптарды дайындау, дайын өнімді өткізуді ұйымдастыру;

- монополизмді жеңу, бәсекелестікті дамыту, экономикадағы нарықтық қатынастарды қалыптастыру ШБ-тің ең басты экономикалық функцияларының бірі болып табылады;

- халықтың материалдық және қаржылық жинақтарын өндіріске тарту;

- инновациялық технологияларды өндіріске енгізу және әзірлеу;

- шағын бизнес қоғамда әлеуметтік-саяси сипаттағы маңызды функция-ларды атқарады, олар әсіресе нарықтық экономиканың дағдарыстық кезеңінде оның рөлі мен маңызын айқын көрсетіп, көтереді.

Сонымен, шағын кәсіпорынды анықтау проблемасы үлкен ғылыми-практикалық маңызға ие, өйткені объектіні нақты анықтау біріншіден, статистикалық есеп жүргізуге және оның ел экономикасына үлесін айқындауға, екіншіден, осы секторды салықтық, несиелік-қаржылық және әкімшілік реттеуді жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

Қазақстан экономикасындағы шағын кәсіпкерліктің генезисі процесіне жүгінеміз. Қазақстанда шағын кәсіпкерлікке 1998 жылдан бастап рұқсат берілді. Осы кезеңде шағын кәсіпорындар қатарына жыл сайын жұмыспен қамтылғандардың орташа саны 100 адамнан аспайтын мемлекеттік кәсіпорындар жатқызылды. Кейіннен кәсіпорындарды шағын бизнеске жатқызу критерийлері шағын кәсіпкерлік туралы жаңа заңдардың қабылдануына сәйкес бірнеше рет өзгерді.

ҚР «Жеке кәсіпкерлік туралы» заңында, жеке кәсіпкерлікті жүзеге асыратын дара кәсіпкерлер мен заңды тұлғалар, қызметкерлердің орташа жылдық саны елу адамнан аспайтын заңды тұлғалар, жұмыскерлерінің жылдық орташа штат саны елу адамнан аспайтын және тиісті қаржы жылына арналған республикалық бюджет туралы заңда белгіленген активтердің орташа жылдық құны жылына алпыс мың еселенген айлық есептік көрсеткіштен (2019 жылға АЕК 2525 теңгені құрайды) аспайтын жалақы алатын жұмыскерлерді шағын кәсіпкерліктің субъектілері деп атайды.

Шағын кәсіпкерлік субъектілері қызметкерлерінің орташа жылдық санын осы субъектінің филиалдарының, өкілдіктерінің және басқа да оқшауланған бөлімшелерінің қызметкерлерін қоса алғандағы барлық қызметкерлерді ескере отырып айқындайды.

Қызметкерлерінің орташа жылдық саны елу адамнан асатын заңды тұлға емес дара кәсіпкерлер және қызметкерлерінің орташа жылдық саны елу адамнан асып, екі жүз елу адамнан аспайтын немесе бір жыл ішіндегі активтердің орташа жылдық құны ағымдағы жылда республикалық бюджет туралы заңда белгіленген үш жүз жиырма бес мың еселенген айлық есептік көрсеткіштен аспайтын жеке кәсіпкерлікті жүзеге асыратын заңды тұлғалар орта кәсіпкерліктің субъектілері болып табылады.

Қазақстандық шағын кәсіпкерліктің қалыптасуы мен дамуы жолындағы қиындықтар мен кедергілердің едәуір бөлігі оның саласының шеңберінде жатыр. Статистикалық және талдамалық деректер негізінде ШБ өкілдерінің өз қызметінде кездесетін бірқатар негізгі мәселелерін атап өтуге болады: шағын кәсіпкерлік саласындағы нормативтік-құқықтық базаның жетілдірілмеуі, шағын кәсіпкерлікті дамыту кезінде оның материалдық-ресурстық қамтамасыз етілмеуі және қаржылық-несиелік тетіктерінің болмауы, салық салу жүйесінің жетілдірілмеуі, жөнсіз бәсеке, шағын кәсіпкерлікті қолдаудың мемлекеттік жүйесінің жетілмегендігі, шағын кәсіпорындарды ақпараттық қолдау жүйесінің дамымауы, кадрлық қамтамасыз ету және шағын кәсіпкерлік үшін мамандарды даярлау мәселелері.

Әдебиеттер тізімі

1 Қазақстан Республикасының Президенті Н.А. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы «Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері», 2018 жыл 10 қаңтар

2 Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2020 – 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы, Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 желтоқсандағы № 1050 қаулысы

3 Кондраков, Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства: Практическое пособие / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. - М.: Инфра-М, 2017. – 192 с.

4 Круглова, Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): Учебник / Н.Ю. Круглова. – М.: КноРус, 2018. – 77 с.

Қазақстанның телекоммуникациялық секторын цифрландыру

Н.Б. Давлетбаева¹, Б.С. Тусупбаева², А.Н.Ембергенов³

¹э.ғ.к., менеджмент кафедрасының доценті

²менеджмент кафедрасының аға оқытушысы

³«Мемлекеттік және жергілікті басқару» мамандығы бойынша 1-ші оқу жылының магистранты

n.davletbaeva74@mail.ru, darinaika167@mail.ru, b.m.n.503@mail.ru

^{1,2,3}Академик Е.А.Букетов атындағы Қарағанды университеті, г.Қарағанда

Түйіндеме. Мақалада Қазақстанның телекоммуникациялық секторын цифрландыру туралы, сондай-ақ ақпараттық-коммуникациялық технологиялар инфрақұрылымын құру тұрғысынан цифрландыру және цифрлық мәдениетті қалыптастыру жағдайын қысқаша бағалау талқыланады.

Кілт сөздер: цифрландыру, ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, интернет, мемлекеттік бағдарлама

Қарқынды технологиялық даму кезінде, сандандыру және сандық мәдениетті қалыптастыру азаматтардың жағдайын және мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық тұрақтылығын қамтамасыз ету мақсатында ерекше мәнге ие болып табылады. Қазіргі таңда Қазақстандағы экономика мен қоғам қазіргі уақыттағы жағдайларға бейімделуді қажет етеді. Қазақстанда сандандыру мен сандық мәдениетті дамыту бойынша қабылданған мемлекеттік шаралар сандық трансформациялануды одан әрі дамыту үшін негіз қалыптастырды.

Бүгін ел алдына жаңа инновациялық даму мен жедел технологиялық жаңартуды талап ететін әлемнің ең дамыған 30 мемлекетінің қатарына кіру міндеті қойылды. Мемлекет басшысы Қазақстан халқына жолдауында Үшінші жаңғырту туралы жариялады, оның өзегі цифрландыру болып табылады [1].

Цифрландыру-бұл ұзақ мерзімді процесс, ол үнемі жаңартуды талап етеді. Қазақстан дұрыс жолды ұстауда. Ең бастысы-бұл екі фактор: барлық мемлекеттік органдарды біріктіретін инфрақұрылым құру және мемлекеттік ұйымдардың Халыққа қызмет көрсетулерін ұсыну үшін барлығы үшін бірыңғай тұғырнама. Қазақстан цифрландыру саласында үлкен жұмыс атқарды. Бүгінде Қазақстан-цифрландырудың кешенді бағдарламасын іске қосқан әлемнің 15 мемлекетінің бірі. Трансформация табысының кепілі-Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаевтың "Сандық Қазақстан" жобасын іске асыруға жеке бақылауы. Қазақстанның цифрлық бәсекеге қабілеттіліктің халықаралық рейтингінің 30-шы қатарына кіру мәселелері 2017 жылғы қыркүйекте цифрландыру мәселелері жөніндегі республикалық кеңесте талқыланды [2]. Іс-шара аясында Мемлекет басшысы арнайы көрмені аралады, онда индустрия, көлік, қаржы, білім беру, қалалық инфрақұрылым және басқа да бағыттар бойынша 30-дан астам ІТ-жобалар ұсынылды [3]. "Сандық Қазақстан" бағдарламасының басты мақсаты тұтастай алғанда экономикалық өсуден едәуір озатын қарқынмен өсуге тиіс цифрлық экономика болып табылады. Бағдарламаны әзірлеу кезінде Үкімет Қазақстан экономикасы үшін цифрлық дәуірдің дүниежүзілікқауіптері мен мүмкіндіктерін ескерді.

Жоғары да аталған мәліметтерді ескере отырып екі бағыт анықталды:

- сандандыру үрдісінің тұрақтылығы үшін инновациялық дамудың ұзақ мерзімді институттарын құру;

- белгілі сектордағы нақты жобалардан тұратын бағдарламаның прагматикалық басталуын қамтамасыз ету.

Қазақстанда Digital Kazakhstan мемлекеттік бағдарламасы енгізілді, іске асыру мерзімі: 2017-2021 жылдар [4].

Бағдарламаны іске асыруға арналған жалпы шығыстар: 2017-2021 жылдары — 348 217 211,70 мың теңгені құрайды, оның ішінде: