

6. цифрлық технологияларды кәсіпорын қызметіне енгізудің жол картасын өңдеу;
7. кәсіпорынға цифрлық технологияларды енгізу мәселесінің экономикалық оңтайлығы туралы жоғарғы басшылықтың шешім қабылдауы, жол картаны бекіту, жүзеге асыру;
8. түзетулер енгізу мақсатында кәсіпорын қызметінің негізгі көрсеткіштері мен нәтижелеріне талдау жасау;

Цифрлық технологияларды кәсіпорын қызметіне енгізу бірқатар артықшылықтар беретіні сөзсіз. Мәселен, олардың қатарынан өндіріс процесінің сипаттамаларын белсенді өзгерту арқылы өндірістің икемділігін арттыру, сондай-ақ, кәсіпорын өнімінің өмірлік циклі кезеңдерінің ақпараттық интеграциясын қамтамасыз етуді атап өтуге болады. Сонымен қатар, цифрлық трансформация жаңашылдықтарды қолданумен қатар жүреді. Осылайша, бизнес-модельдерді цифрлық экономика талаптарына бейімдеу арқылы кәсіпорынның бизнес-процестерін сапа тұрғысынан біршама жақсартуға болады. Алайда, кәсіпорын өндірісінің цифрлық технологияларға тәуелді болу деңгейінің артып отыратындығын атай кеткеніміз дұрыс. Бұл жағдайларда цифрлық технологияларға деген талаптардың жоғарылауы, цифрлық жүйелердің істен шығуы ықтималдығынан залал келуін ескеру қажет. Себебі, ол шығындар кәсіпорындағы бизнес-процестерді дәстүрлі жолмен басқауға қарағанда анағұрлым жоғары болмақ.

Әдебиеттер

1. Зайченко И.М. Цифровая трансформация бизнеса: подходы и определение // Научный журнал НИУ ИТМО, 2020. Қол жетімділік реті: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-biznesa-podhody-i-opredelenie> (еркін)
2. Лазерева М.В., М.Ю.Хасанова. Современное управление и цифровизация // «Talqin va tadqiqotlar» ilmiy-uslubiy jurnali. 2022. Қол жетімділік реті: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-upravlenie-i-tsifrovizatsiya/viewer> (еркін)

Кеңес А.Ж., 4 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)
Ғылыми жетекші – э.ғ.к., қауымдастырылған профессор Матаева Б.Т.

ЭЛЕКТРОНДЫ КОММЕРЦИЯ КӘСІПОРЫН БИЗНЕСІН ЖҮРГІЗУ ФОРМАСЫ РЕТІНДЕ

Қазіргі қоғамның дамуына жаңа ақпараттық технологиялар мен модификациялардың жылдам таралуы тән. Әлемдік экономика күн сайын виртуалды сипатқа ие болуда. Мұнда виртуалды банк, дүкен, биржа, кітапханалар адамзат тіршілігінің ажырамас бөлігі болғандығы шындық.

Шынайы уақыт тәртібінде нарықтарға тұтынушылардың қол жеткізу маңызды қажеттілік болып отыр. Нарықтық экономика икемді және уақтылы болып, бүкіл әлемді, барлық салаларды қамтуда. Ғаламдық байланыс желілері, соның ішінде Ғаламтордың пайда болуы, коммерциялық қызметті ұйымдастыру және жүргізу саласында нағыз революцияны көрсетті.

Бүгінде сауда қызметі үнемі өзгерістер мен жаңартулар орын алып отырған экономиканың белсенді аясына айналған. Осылайша, Ғаламтор желілері арқылы елімізде күніне миллиондаған қаражатқа сауда жасалады. Кез келген қашықтықтан сатып алу не болмаса сату біреудің қанағаттандырылған қажеттілігі болып табылады. Нарықтағы тұтынушылардың талаптары әртүрлі болғанымен, уақыт пен күш-жігерді жоғалтпай сауда жасауға деген ұмтылыстары оларды біріктіреді [1].

PwC Kazakhstan компаниясы мен Цифрлық Қазақстан Қауымдастығы 2022 жыл қорытындысы ретінде Қазақстандағы бөлшек электрондық коммерция нарығының зерттеуін жариялаған болатын. Зерттеу шегіндегі сауалнамаға қазақстандық нарықтың Mehta.kz, Kaspi.kz, Sulpak, Қазақстандағы Ozon Marketplace, ForteMarket секілді ірі бөлшек сауда өкілдері қатысты. Тауарлардың онлайн сатылуы зерттеу нысаны болған еді. Сарапшылар аталмыш зерттеу шегінде кәсіпкерлердің тауарларды сатумен байланысы болмаған әуе және

теміржол билеттерін сату, тағамдарды жеткізу, хабарландыру сайттары және басқаларын қарастырмағандығын айта кеткеніміз жөн.

Зерттеу мәліметтері бойынша Қазақстандағы электрондық коммерция 2022 жылы орын алған күйзелістерге қарамастан өсу қарқындылығын сақтаған. Бір жыл ішінде оның көлемі 30%-ға не болмаса 1,3 трлн теңгеге дейін өскен. Нарық бір жыл ішінде ақшалай 300 млрд теңгеден астам соманы қосты. Сарапшылардың ойынша, елдегі цифрландырудың жоғары деңгейі электрондық сауданың қарқынды даму факторлары болған. Оған БҰҰ мәлімдемесі бойынша Қазақстанның ЕРІ-де электрондық қатысу деңгейі бойынша әлемде 15-ші және де EGDІ электрондық үкіметін дамыту бойынша 28-ші орынды иемденгендігі дәлел.

Сонымен қатар, сарапшылар «мемлекеттік қызметтердің онлайн форматқа көшуі, бизнестің электрондық алаңдарды пайдалану ыңғайлылығы, нарықтағы маркетингтік дамыту бойынша үздіксіз жұмысы сауда ойыншыларының көбеюі, тауар санаттарының кеңеюі және де бөлшек электрондық коммерцияның одан әрі өсуіне ықпал етеді» деп есептейді [2]. Нәтижесінде Қазақстанның бөлшек саудадағы электрондық коммерция үлесі бір жылда 7,5%-дан 8,2%-ға дейін өскен. Нарықтың негізгі драйверлері маркетингтік болып қала береді. Олардың үлесіне Қазақстандағы барлық электрондық сатып алулардың 89%-ы тиесілі. Бір жыл ішінде маркетингтік сатылымдардың 33%-ға, онлайн-дүкендерде 19%-ға өсу көрсеткіштері болған. Мұнда сарапшылар қазақстандық тұтынушылардың халықаралық емес, жергілікті алаңдарда сауда жасауды (10 жасалған сауданың 8-і жергілікті ойыншыларға тиесілі) жөн көретіндігін атап кеткен.

Электрондық коммерциямен байланысты нарықты дамыту, маркетингтік коммуникациялардың техникасы, технологиясы, құқығы және де қалыптастыру құралдарына қатысты көптеген мәселелерді шешуді талап етеді. Ең алдымен ол кәсіпорынның функциялануы аясында ақпараттық-сараптамалық элементтердің маңыздылығын арттыруға қатысты. Сондай-ақ, кәсіпорынның инфрақұрылымын дұрыс жобалау мен қалыптастырудың маңыздылығын да атап өту қажет. Ал ол кәсіпорынның қайта құрылуы алдымен басқарудың икемді жағдайларын қалыптастыруды талап етеді.

Инфрақұрылым мәселелерін шешу шегінде ақпараттық қызмет көрсету жүйелерін бірыңғай платформаға ауыстыру мүмкіндігін қарастыру қажет, ол стандартталған формада мәліметтермен алмасуды біршама жақсартады. Сонымен қатар, түрлі серіктес компаниялар арасындағы ақпараттық желілер арқылы іскерлік құжаттармен электрондық алмасу стандарттарын қолдану орынды.

Практикада жүзеге асыру кезінде кәсіпорын басшылығы алдында туындайтын мәселелер қатарында:

- ашық ақпараттық жүйелерді енгізу және кеңейту;
- реляциялық және нысанды-бағдарланған мәліметтер базасын пайдалануға көшу;
- веб-тораптардың жұмысымен байланысты процестерге қатысты автоматтандырылған келістерді қолдану [3].

Электрондық сауда бизнесі тұтынушыларға жекелей келіс жасап, талап-қажеттіліктерін нақты айқындауға мүмкіндік береді. Бұл жағдай кәсіпорындардың маркетингтік зерттеулерді ұйымдастырудың жаңа әдістерін, сондай-ақ, өнімдер мен қызметтерді жылжыту стратегияларын өңдеу негіздерін қарастыруға итермелейді. Қалыптасқан жағдай клиент үшін де, компаниялар үшін де тиімді. Дегенмен, мұнда клиенттермен екі жақты байланысты ұйымдастыру мәселесі ерекше өзекті болып табылады. Сонымен, компаниялар электрондық коммерцияны ұйымдастыру принциптерін қолдануда төмендегілерге назар аударулары маңызды:

- кәсіпорын қызметінің тиімділігін арттыру үшін тұтынушылар сұранысы бойынша маркетингтік зерттеулер жүргізу;
- кәсіпорын нарықтың сыртқы ортасындағы өзгермелі жағдайларға кері жауап беруі үшін инновациялық және басқару технологияларын енгізу;
- баға, кадр және техникалық мәселелерін қамтитын икемді саясатты қолдау бойынша бизнес-процестерді қайта ұйымдастыру.

Сондай-ақ, кәсіпорын белсенді ғаламтор-технологияларын қолдана отырып, өз өнімдері туралы жарнамалық жылжыту ақпаратын түпкі тұтынушыларға жеткізудің оңтайлы нысандарын анықтау қажет. Ал, әлеуметтік желілер арқылы жүргізілетін сауалнамалар, интерактивті конференциялар және т.б. тұтынушылар туралы толыққанды мәліметтер жинауға мүмкіндік береді.

Алайда, электрондық сауданы жүзеге асыру кезінде тұтынушылардың сенімі маңызды. Мұнда кәсіпорын тарапынан құпиялылық саясатына, кепілдік туралы ақпаратқа оңай қол жеткізу және т.б. клиенттердің сенімін арттыруға көмектеседі. Тұтынушылардың түрлі кірістері мен сұраныстары болса да, олар неғұрлым жылдам, арзан және сапалы өнімді сатып алуға деген ұмтылыстарын білдіреді. Сондай-ақ, электрондық коммерция жабдықтаушыларымен байланысы үшін шифрлау опцияларын ұсыну клиенттердің сенімін арттырады. Ал, электрондық сатып алушылар мен сатушыларды аккредитациялауға арналған сенімді жүйелер, өнімдерді жеткізу, сапа және төлем жасаудағы олардың қадамдарының нақты болуларына септігін тигізеді. Сонымен қатар, тұтынушылар сауда жасауға кедергі келтіретін жарнамалары бар көптеген қалқымалы терезелерден тұратын сайттарды ұнатпайтынын атап өтеміз. Олар қайта кіруді ынталандыратын, түрлі купондар мен жақсы бағаларды ұсынатын сайттарға, ғаламтор-дүкендерге артықшылық береді.

Әдебиеттер

1. https://forbes.kz/economy/business/kazahstanskiy_ryinok_elektronnoy_kommertsii_flagman_tsentralnoy_azii/ (еркін)
2. <https://www.zakon.kz/ekonomika-biznes/6389956-rynok-elektronnoy-kommertsii-v-kazahstane-prodolzhaet-stremitelno-rasti.html> (еркін)
3. <https://kz.kursiv.media/2023-07-20/print994-rmch-e-com/> (еркін)

Көкенова С.Қ., 3 курс (Қарағанды Бөкетов университеті)
Ғылыми жетекші – э.ғ.к., профессор Казбеков Т.Б.

МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ ЖҮЙЕСİNДЕ СЫБАЙЛАС ЖЕМҚОРЛЫҚҚА ҚАРСЫ ІС-ҚИМЫЛ ТЕТІКТЕРІН ЖЕТІЛДІРУ

Сыбайлас жемқорлық-бүкіл әлемдегі мемлекеттердің алдында тұрған ең күрделі мәселелердің бірі. Бұл экономикаға, қоғамға және саяси жүйеге жойқын әсер етеді, сонымен қатар азаматтардың құқық қорғау және мемлекеттік органдарға деген сенімінің нашарлауына әкеледі. Қазақстан бұл проблемадан тыс қалмайды және мемлекеттік басқару жүйесінде сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылдың тиімді тетіктерін құру бойынша белсенді жұмыс істейді. Мемлекеттік басқару жүйесі сыбайлас жемқорлыққа қарсы күресте маңызды рөл атқарады және тиімді әрі ашық болуға тиіс. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылдың негізгі тетіктерінің бірі мемлекеттік қызметшілер үшін әдеп пен жауапкершіліктің қатаң ережелерін белгілеу және оны сақтау болып табылады. Олардың сыбайлас жемқорлыққа жол берілмейтінін және жазаланатынын түсінуі маңызды. Ол үшін мемлекеттік қызметшілердің интеграциясы мен жауапкершілігін қалыптастыруға көмектесетін этикалық кодекстер мен кәсіби стандарттар жүйесін енгізу қажет.

Қазақстанда қолданылатын негізгі құралдардың бірі 2019 жылдан бастап ел Президенті бекіткен сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылдың ұлттық стратегиясы болып табылады. Қасым-Жомарт Тоқаев өзінің тапсырмасы бойынша әзірленген Сыбайлас жемқорлыққа қарсы саясат тұжырымдамасының жобасын бекітетінін мәлімдеді. Ендігі жерде жұмыстың тиімділігі нақты нәтиже бойынша бағаланады. Түпкі мақсат – сыбайлас жемқорлықтан таза қоғам қалыптастыру. Мемлекет басшысы құқық қорғау органдарының жұмысынсыз сыбайлас жемқорлықпен тиімді күрес жүргізу мүлде мүмкін емес деп санайды. Көп жыл бойы олар мәселені терең зерттемей тұрып, пара алушыларды қылмыс үстінде ұстап келді. Өртүрлі адам