

## Әдебиеттер

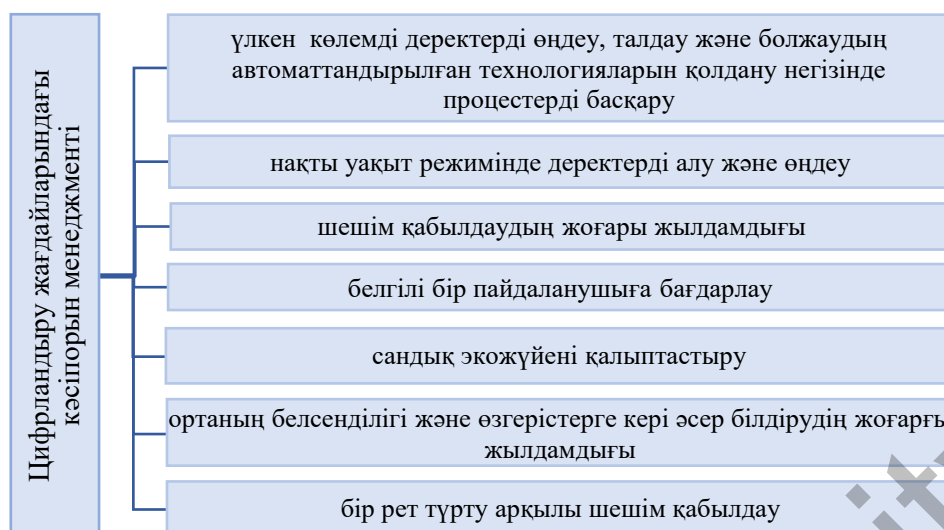
1. [https://kaz.inform.kz/news/kiberkauipsizdikti-kamtamasyz-etu-ushin-kazakstannyn-kiberkalkany-zhobasy-azirlendi\\_a3031971/](https://kaz.inform.kz/news/kiberkauipsizdikti-kamtamasyz-etu-ushin-kazakstannyn-kiberkalkany-zhobasy-azirlendi_a3031971/)
2. <https://www.akorda.kz/kz/memleket-basshysy-kasym-zhomart-tokaevtyn-kazakstan-halkyna-zholdauy-181416>
3. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1700000407>
4. <https://egemen.kz/article/255352-aqparattyq-qauipsizdik-ortalyghyn-quruymyz-kerek-toqaeu>

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

## ЦИФРЛАНДЫРУ ЖАҒДАЙЛАРЫНДАҒЫ КӘСІПОРЫН МЕНЕДЖМЕНТИ

Бүгінгі жаһандық ақпараттық қоғамымызда жаңаша цифрлық экономикалық құрылым қарқынды қалыптасуда. Елдер экономикасының барлық салаларына ақпараттық технологиялар еніп, тұтас процестерді цифрландыру қажеттілігі туындады. Кәсіпорындар нарықта бәсекелік артықшылықтарға ие болулары үшін жұмыс жасау және басқаруында жаңа талаптарға жауап беруге мәжбүр. Ақпараттандыру және цифрландыру төңірегіндегі талаптарға сәйкес, кәсіпорындар басқаруға жаңаша келіспен таяну сұрақтары ерекше маңызға ие. Ендігіде, цифрлық экономиканың жаңаша қағидаттарына негізделі, ықтимал болатын ілесіп мәселелерді алдын-ала болжау, кері салдарды мейлінше азайту, кәсіпорын қызметінің табысты нәтижесін төңірегінде нақты шешімдерді өңдеу ерекшеліктерін ескере отырып, кәсіпорын қызметін ұйымдастыру және басқару қажеттілігі туындады. Мұнда жаңашылдық технологиялар және бизнес-процестерді ұтымды ету жолдарын қолдану негізінде кәсіпорындардың қолда бар ресурстар мен бизнес-процестерді тиімді басқару жүйесін қалыптастыра бәсекелестік артықшылыққа ие болу мүмкіндігін де айта кету керек. Яғни, кәсіпорындағы бизнес-процестерді үнемі жақсартып, оңтайландыру басқарудың маңызды құралы болмақ.

Жаңа цифрлық экономикалық құрылым жағдайларындағы кәсіпорын менеджменті сыртқы ортада орын алған барлық өзгерістерге бейімделіп, тез кері әсер ете алып, ұйымдағы бизнес-процестердің нақты құрылымды айқындалу қажеттілігін түсіне, білікті мамандар және жалпы кадр саясатының тиімді жүйесін қалыптастыра, цифрландыру талаптарын ескере басқаруды қамтиды [1]. Заманауи цифрландыру жағдайларында кәсіпорын менеджментін қалыптастыру және жүзеге асыру ерекшеліктері 1-суретте кескінделген.



Сурет-1 Цифрландыру жағдайларындағы кәсіпорын менеджментінің ерекшеліктері

Жария етілген деректерге сүйенсек, 2018 жылы цифрлық стратегия және бизнесті трансформациялау облысындағы консалтингтік компания аталмыш мәселеге қатысты ресейлік компаниялар арасында сауалнама жүргізген болатын. Зерттеу нәтижесі бойынша сараптамалық есеп дайындалды. Зерттеуге экономиканың он бес саласының ішінен іріктеліп алынған өкілдер қатысты. Респонденттер қатарынан сан жағынан басым болғандары IT және бағдарламалық өңдеу (12,2 %), өнеркәсіптік өндіріс (11,3 %), бизнеске қызмет көрсету (11,1%) сала өкілдері. Зерттеу бойынша есеп деректеріне сәйкес, цифрландыру және цифрлық трансформация стратегиясын жүзеге асырумен айналысатын кәсіпорындар үлесі - 35%; қызығушылық танытып отырған және жаңа стратегия өңдеуге дайын болғандар үлесі - 55 %; цифрлық трансформация сұрақтарын өз тәжірибесінде қарастырмағандар үлесі - 10% [2].

Жеке салалар ішінен банктік және қаржылық қызмет, IT және бағдарламалық қамтамасыздық, өнеркәсіптік өндіріс бағыттары цифрландыру стратегиясын жүзеге асыру бойынша көшбасшылар қатарынан байқалды. Цифрландыруға көшу бойынша артта қалған салалар қатарынан бизнес өкілдеріне қызмет көрсету, туризм және ойын-сауық индустриясы, құрылыс бағыттарын атап кетуге болады.

Кәсіпорындарда цифрлық менеджментті жүзеге асыруға кедергі болып отырған факторлар ішінен мамандар келесілерді келтіреді: өңделген стратегияның болмауы, ұйым қызметкерлерінің құзыреттілігі мен білімінің төмен деңгейі, білікті мамандардың тапшы болуы, жаңа технология мен мәліметтер интеграциясының орын алмауы, қолданыстағы технологиялардың ескіруі, процестердің икемсіз не болмаса баяу жүруі, бизнес және ақпараттық технологиялар арасындағы байланыстардың тығыз болмауы, қаржыландырудың жеткіліксіздігі, жетекшінің ұстанымы, мүмкін тәуекел, өзгерістерге сақтықпен қарау және т.б.

Кәсіпорын менеджментін цифрландыру процесін жүзеге асыру бойынша мамандар келесі алгоритмді ұсынады:

1. кәсіпорын қызметі және ондағы бизнес-процестер диагностикасын жүргізе алатын эксперттік жұмыс тобын құру;
2. кәсіпорын қызметін өзіндік тексеру, мұндағы цифрландыру деңгейі мен өндірістік бизнес-процестер, өндірісте қолданылатын бағдарламалық құрама жайлы деректер көлемін өңдеу;
3. кәсіпорынды цифрландыру және ақпараттық қауіпсіздік деңгейін бағалау;
4. «тар жерлерді» айқындау, цифрлық технологияларды кәсіпорынға енгізудегі басымдылықты бағыттарды айқындау, мүмкін тәуекелдерге баға беру;
5. таңдап алынған басымдылықты бағыт бойынша ұйымды цифрландырудың қолданыстағы не болмаса жаңа тұжырымдамасын өңдеу;

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