

5. Савельев, А. И. (2021). Цифровая экономика и искусственный интеллект: вызовы и возможности. Санкт-Петербург: Питер.

Экономиканың цифрлық трансформациясы және технологиялық революциялар

М.Ә. Нұржан¹, Ә.Қ. Совет², М. Мұқият³, С. Тілеуқабыл⁴

¹Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының аға оқытушысы, э.ғ.м., ^{2,3,4}IT-кәсіпкерлік және цифрлық экономика білім беру бағдарламасының 2 курс студенттері

¹Madina.kz_1997@mail.ru, ²anelsovet53@gmail.com, ³mukiatmaria@gmail.com,

⁴tyleukabylsungyla@gmail.com

Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ.

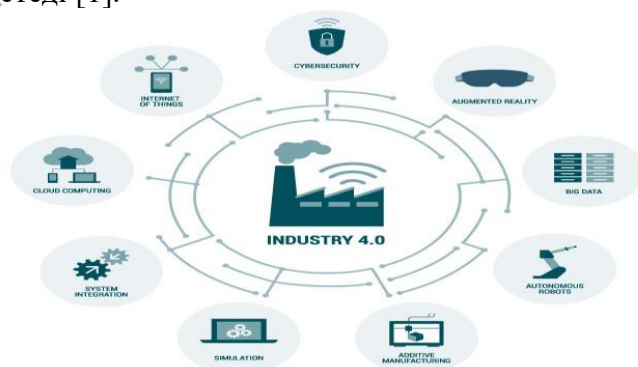
Түйіндеме: Экономиканың цифрлық трансформациясы технологиялардың қарқынды дамуымен жаңа бизнес-модельдерді қалыптастырып, кәсіпорындардың жұмыс әдістерін түбегейлі өзгертуде. Платформалық экономика, ортақ экономика, деректерге негізделген модельдер, жазылым үлгісі, жаңа бөлшек сауда және трансшекаралық электрондық коммерция экономикалық тиімділікті арттырып, тұтынушыларға кең мүмкіндіктер ұсынады. Сонымен қатар, бұл модельдер қоғамға жаңа құндылықтар мен жұмыс орындарын әкелсе де, деректер қауіпсіздігі мен нарықты қадағалау мәселелерін тудырады. Цифрландырудың жаңа толқынында осы модельдерді зерттеу экономикалық тұрақтылық пен дамуға негіз болмақ.

Кілтті сөздер: Жасанды интеллект, Үлкен деректер (Bigdata), Блокчейн, Цифрлық Трансформация, Инновация, Мобильді технология, Бағдарламалық жасақтама,

Бүгінде 21 ғасырда цифрлық трансформация жаһандық экономикалық дамудың кілт сөзіне айналды. Технологияның қарқынды дамуымен, әсіресе Интернет, үлкен деректер, бұлтты есептеулер және жасанды интеллект сияқты дамып келе жатқан технологиялардың кеңінен қолданылуымен экономиканың цифрлық трансформациясы кәсіпорындардың өндіріс әдістері мен жұмыс үлгілерін өзгертіп қана қоймай, сонымен қатар жаңа бизнес үлгілерін дүниеге әкелді. Бұл мақалада экономиканың цифрлық трансформациясы жаңа бизнес-модельдерді қалай тудыратынын зерттейді және бұл модельдердің кәсіпорындар мен қоғамға тигізетін терең әсерін талдайды.

Бұлтты есептеулер және үлкен деректер: цифрлық дәуірдегі қос қозғалтқыштар

Цифрлық дәуірде ақпараттық технологиялар жылдам қарқынмен дамып келеді және бұлтты есептеулер мен үлкен деректер технологиясы бұл процесті басқаратын екі негізгі күш екені сөзсіз. Олар ақпаратты алу, өңдеу және талдау тәсілін өзгертіп қана қоймайды, сонымен қатар бизнес операцияларының, ғылыми зерттеулердің және тіпті жеке өмірдің барлық аспектілеріне терең әсер етеді [1].



1-сурет. Цифрлық трансформацияның негізгі бағыттары
Е с к е р т у – дереккөзі [2]

Бұлтты есептеулер: ақпарат дәуіріндегі жаңа инфрақұрылым

Бұлтты есептеулер сұраныс бойынша өзіне-өзі қызмет көрсететін есептеулер моделі ретінде пайдаланушыларға Интернет арқылы қашықтағы серверлерде сақталған ресурстар мен қызметтерге қол жеткізуге және пайдалануға мүмкіндік береді. Бұл модельдің өсуі су және электр энергиясы сияқты есептеу ресурстарын сұраныс бойынша кез келген уақытта, кез келген жерде қолжетімді етеді, ресурстарды пайдалану тиімділігі мен икемділігін айтарлықтай жақсартады.

Бұлтты есептеулердің икемділігі мен ауқымдылығы кәсіпорындарға бастапқы инвестиция және аппараттық құралдарға кейінгі техникалық қызмет көрсету туралы алаңдамай, бизнес қажеттіліктеріне сәйкес ресурстарды жылдам реттеуге мүмкіндік береді. Бұл икемділік әсіресе жаңадан бастаған кәсіпкерлер мен шағын және орта кәсіпорындар үшін маңызды, олар ірі кәсіпорындармен салыстырылатын есептеу қуатын төмен бағамен ала алады, осылайша қатал нарықтық бәсекелестікте өз орнын алады [3].

Үлкен деректер: болашақты түсінудің алтын кілті

Бұлтты есептеулерді толықтыру үлкен деректер технологиясы болып табылады. Бүгінгі ақпараттық жарылыс дәуірінде үлкен деректер технологиясы шешім қабылдауға қолдау көрсету үшін ауқымды және әртүрлі деректерден құнды ақпаратты алуға көмектеседі. Үлкен деректер - бұл деректер көлемінің жай ғана ұлғаюы емес, одан да маңыздысы, ол болашақты болжауға мүмкіндік беретін деректердің артындағы үлгілер мен тенденцияларды аша алады.

Үлкен деректер технологиясы іскерлік интеллекттен денсаулық сақтауға, қаржылық тәуекелді бақылаудан ақылды қала құрылысына дейін кең ауқымды қолданбаларға ие, үлкен деректер маңызды рөл атқарады. Үлкен деректерді талдау арқылы компаниялар тұтынушылардың қажеттіліктерін жақсы түсінеді және медициналық мекемелер ауруларды диагностикалаудың дәлдігін жақсарта алады және мемлекеттік департаменттер мемлекеттік қызметтердің тиімділігін арттырып, қалалық басқаруды жақсарта алады;

Бұлтты есептеулер мен үлкен деректердің үйлесімі: шексіз мүмкіндіктерді ашу

Бұлтты есептеулер мен үлкен деректердің үйлесімі цифрлық трансформация үшін қуатты қозғаушы күш береді. Бұлтты есептеулер үлкен деректерді өңдеу және сақтау үшін қажетті қуатты есептеу қуаты мен серпімді ресурстарды қамтамасыз етеді және үлкен деректерді талдау нәтижелері бұлттық есептеулер қызмет провайдерлеріне бизнес мәнін әкелуі мүмкін. Бұл екі жақты өзара әрекеттестік екеуінің бір-бірін алға жылжытып, бірге дамуына мүмкіндік береді.

Бұлтты есептеулерді қолдау арқылы үлкен деректерді талдау тиімдірек және ыңғайлы болды. Кәсіпорындар деректерді жылдам өңдеу және талдау үшін бұлтты есептеу платформалары ұсынатын деректерді талдау құралдарын пайдалана алады, осылайша нарықтағы өзгерістерге тез жауап береді және дәлірек шешімдер қабылдай алады. Сонымен қатар, бұлттық есептеулердің қауіпсіздігі мен сенімділігі үлкен деректерді қауіпсіз сақтау және өңдеуге кепілдік береді.

Бұлтты есептеулер мен үлкен деректер цифрлық дәуірдің қос қозғалтқышы ретінде қоғамды дамудың жаңа кезеңіне итермелейді. Олар біздің өмір салтымызды өзгертіп қана қоймай, экономикалық дамуға жаңа серпін береді. Осы өзгеріс жағдайында біз тиімдірек, интеллектуалды және тұрақты дамуға қол жеткізу үшін жаңа технологияларды белсенді түрде қабылдап, оларды әртүрлі салаларда қолдануды зерттеуіміз керек [4].

Цифрлық трансформация – бұл бизнестің немесе ұйымның бизнес үлгісін және тұтынушы тәжірибесін өзгерту үшін цифрлық технологияларды қолдану процесі. Жаһандық экономикалық интеграция мен ақпараттық технологиялардың үздіксіз ілгерілеуімен цифрлық трансформация кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру және тұрақты дамуға қол жеткізудің кілтіне айналды. Ол техникалық деңгейде инновацияларды ғана емес, сонымен қатар ұйымдық құрылымды, корпоративтік мәдениетті және бизнес-процестерді жан-жақты өзгертуді қамтиды [5].

1. Платформалық экономикалық модель: Платформалық экономикалық модель ақпараттың тиімді сәйкестігіне және ресурстардың оңтайлы бөлінуіне көп жақты қатысу және ресурстарды бөлу платформасын құру арқылы қол жеткізеді. Бұл модель сандық дәуірде өте

маңызды, ол дәстүрлі модельдер мен дәстүрлі индустрияларды өзгерту үшін үлкен пайдаланушы трафигі мен желілік әсерлерді пайдаланады. Мысалы, Alibaba және Amazon сияқты электрондық коммерция платформалары сатып алушылар мен сатушыларды байланыстыру арқылы үлкен нарықтық құнды жасайды.

2. Ортақ экономика моделі: ортақ экономика моделі жеке тұлғаларға немесе шағын компанияларға үлкен бастапқы инвестициялар мен негізгі құралдарды қажет етпестен платформа арқылы қызметтерді көрсетуге мүмкіндік береді, осылайша дәстүрлі салалардың кедергілерін бұзады және нарық қатысушыларының әртүрлілігін арттырады. Бұл модель тұруда (мысалы, Airbnb), көлікте (Uber сияқты) және басқа салаларда кеңінен қолданылды және көптеген салаларға кеңейіп келеді.

3. Деректерге негізделген бизнес үлгісі: Үлкен деректер дәуірінде деректер кәсіпорынның ең құнды активтерінің біріне айналды. Пайдаланушы деректерін жинау және талдау арқылы компаниялар нарық сұранысын дәлірек түсініп, жеке маркетинг пен өнім ұсыныстарына қол жеткізе алады. Мысалы, Netflix пайдаланушылардың көру әдеттерін талдайды және пайдаланушының жабысқақтығын жақсарту үшін жекелендірілген мазмұнды ұсынады.

4. Жазылым үнемді моделі: Жазылым үнемді үлгісі тұрақты қызметтер мен құнды қамтамасыз ету арқылы дәстүрлі бір реттік сатып алуларды ауыстырады. Бұл модель бағдарламалық жасақтамада қызмет ретінде (SaaS), ағынды медиа қызметтерінде және Spotify, Adobe Creative Cloud және т.б. сияқты басқа салаларда кеңінен қолданылды.

5. Жаңа бөлшек сауда үлгісі: Жаңа бөлшек сауда үлгісі онлайн және офлайн сатып алу тәжірибесін біріктіреді, жеткізу тізбегін оңтайландырады және цифрлық платформалар мен үлкен деректер технологиясы арқылы тұтынушылар тәжірибесін жақсартады. Мысалы, Nema Fresh, Alibaba-ның жаңа бөлшек сауда жобасы қолданбалар мен офлайн дүкендер арқылы жаңа піскен тағамдар мен қоғамдық тамақтандыру қызметтерін қамтитын интеграцияланған бизнес үлгісіне ие, жергілікті жерде сатып алу және пісіру тәжірибесін ұсынады, сонымен қатар онлайн тапсырыс пен жылдам жеткізуді қолдайды.

6. Тікелей эфирдегі электрондық коммерция үлгісі: Тікелей хабар тарату технологиясының дамуымен тікелей эфирдегі электрондық коммерция дамып келе жатқан бизнес үлгісіне айналды. Ол пайдаланушыларға жоғары интерактивті және тәжірибелік сатып алу әдісін ұсыну үшін ойын-сауық пен сатып алуды біріктіреді. 2024 жылы тікелей эфирдегі электрондық коммерция дамуын жалғастырады, аймақ экономикасындағы салаларды жандандырады, өндірістік әлеуетті ынталандырады және жұмыспен қамтуды ынталандырады.

7. Траншекаралық электрондық коммерция үлгісі: Траншекаралық электрондық коммерция үлгісі тауарлар мен қызметтер транзакцияларына ұлттық шекарадан өтуге мүмкіндік беретін ғаламдық тұтынушылар мен саудагерлерді Интернет арқылы байланыстырады. 2024 жылы трансшекаралық электрондық коммерция қарқынды өсуді жалғастырады және дамып келе жатқан нарықтар ұрыс алаңына айналады деп күтілуде.

Бұл жаңа бизнес-модельдердің пайда болуы кәсіпорындарға өсудің жаңа мүмкіндіктерін беріп қана қоймайды, сонымен қатар тұтынушыларға көбірек таңдау мен ыңғайлылық әкеледі. Технологияның алға жылжуы және тұтынушылардың талаптары өзгерген сайын, біз болашақта инновациялық бизнес үлгілерінің пайда болатынын болжай аламыз. Жаңа бизнес-модельдер компаниялардың жұмыс істеу тәсілін өзгертіп қана қоймайды, сонымен бірге олар тұтастай алғанда қоғамға терең әсер етеді. Олар ресурстарды тиімді пайдалануға және экономикалық тиімділікті арттыруға ықпал етеді, сонымен қатар жаңа жұмыс орындары мен инновациялық серпін әкеледі. Дегенмен, жаңа бизнес-модель сонымен қатар үкіметтің, кәсіпорындардың және қоғамның барлық секторларының ақылға қонымды ережелер мен саясаттарды қалыптастыру үшін бірлесіп жұмыс істеуін талап ететін деректер қауіпсіздігі, құпиялылықты қорғау, нарықты қадағалау және басқа мәселелер сияқты қиындықтарды тудырады [6].

Экономикалық салада мансапты өзгерту әдетте жеке немесе кәсіпорынның дәстүрлі саладан дамып келе жатқан салаға немесе бір бизнес үлгісінен нарық қажеттіліктері мен даму

тенденцияларына неғұрлым қолайлы басқа модельге ауысуын білдіреді [7]. Экономикадағы мансапты өзгертуге қатысты кейбір негізгі ойлар:

1. Цифрлық трансформацияның маңыздылығы: Цифрлық экономиканың қарқынды дамуымен цифрлық трансформация экономикалық саладағы мансаптық өзгерістерді алға жылжытудың негізгі факторына айналды. Цифрландыру өнеркәсіптік құрылымды өзгертіп қана қоймайды, сонымен қатар жаңа жұмыс орындары мен мансап жолдарын ашады. Мысалы, бұлтты есептеу инженерлері және Интернет заттарының инженерлері сияқты жаңа мамандықтардың пайда болуы цифрландырудың кәсіби әлемге әсерін көрсетеді.

2. Саясатты қолдау: Үкімет жұмысшыларға трансформация мен дамуға қолдау көрсету үшін кәсіпкерлікті субсидиялау, оқыту субсидиялары, әлеуметтік қамсыздандыру субсидиялары және т.б. сияқты бірқатар саясаттарды енгізді. Бұл саясаттар кәсіптік дағдыларды оқыту ресурстарын кеңейтуге көмектеседі және қызметкерлерге онлайн арналар арқылы өз біліктіліктерін арттыруға мүмкіндік береді, осылайша мансаптық ауысуды жеңілдетеді.

3. Нарықтық сұранысқа бағдарлану: Нарықтық сұранысты мақсатты ету экономикалық саладағы мансапты өзгерту үшін маңызды нұсқаулық болып табылады. Ғылым мен техниканың дамуы экономикалық қайта құру мен дамуға көмектесу үшін нарық сұранысымен үйлесуі керек. Мысалы, жасанды интеллект, жаңа энергетикалық көліктер және ақылды өндіріс сияқты дамып келе жатқан салалардың қарқынды дамуы олармен байланысты жаңа мансапты тудырды.

4. Жаңа кәсіптердің пайда болуы: Жаңа кәсіптердің пайда болуы экономикалық және әлеуметтік дамудағы өзгерістер мен тенденциялардың көрінісі. Бұл жаңа кәсіптер көбінесе жаңа өнімділікпен тығыз байланысты, мысалы, жасанды интеллект жүйесінің генеративті пайдаланушылары, интеллектуалды қосылған автокөлік сынақшылары және т.б. Олардың артында дамып келе жатқан салалардың қарқынды дамуы жатыр.

5. Трансформациялық қаржы құралдары: Экономиканың жасыл және төмен көміртекті трансформациясын қолдау мақсатында үкімет қажетті қамтамасыз ету үшін жасыл үлестік қаржыландыру, жасыл қаржылық лизинг, жасыл сенім және т.б. сияқты трансформациялық қаржы құралдарын дамытуды ынталандырады. қаржылық қолдау.

6. Өнеркәсіптік цифрлық трансформация: Индустриялық цифрлық трансформация экономикалық саладағы мансаптық өзгерістердің маңызды аспектісі болып табылады. Үкімет кәсіпорындарды цифрлық ойлауды нығайтуға, қызметкерлердің цифрлық дағдыларын жақсартуға және кәсіпорын бизнесінің цифрлық трансформациясын жан-жақты және жүйелі түрде ілгерілетуге ынталандырады.

7. Жұмыспен қамтудың икемді және әртүрлі үлгілері: Жаңа кәсіптердің дамуы икемді және әртүрлі жұмыспен қамту үлгілерінің қалыптасуына ықпал етті [8].

Қорытындылай келе, экономикалық саладағы мансапты өзгерту жеке қабілеттерді жақсартуды, нарықтық сұранысты өзгертуді, саясатты қолдауды және жаңа технологияларды қолдануды қамтитын күрделі процесс. Цифрландыру мен интеллекттің даму үрдісімен болашақта жаңа кәсіптер осы салаларға көбірек көңіл бөліп, экономикалық дамуға жаңа серпін қосады. Экономиканың цифрлық трансформациясы – бұл кәсіпорындардың өндірісі мен жұмыс әдістерін өзгертіп қана қоймай, жаңа бизнес үлгілерін тудыратын терең өзгеріс. Бұл жаңа модельдер кәсіпорындарға жаңа даму мүмкіндіктері мен қоғамға жаңа құндылықтар әкеледі. Цифрландыру толқынында жаңа бизнес-модельдерді зерттеу және қолдану жалғасуда, олар экономика мен қоғамға одан әрі қалай әсер ететіні біздің үнемі назар аударуымызға және зерттеуімізге лайық.

Әдебиеттер тізімі:

1. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*.
2. Tapscott, D. (2014). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*.

3. World Economic Forum. (2020). The Future of Jobs Report.
4. OECD. (2019). Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives.
5. McKinsey Global Institute. (2021). Digital Disruption in Business Models.
6. Harvard Business Review. (2019). How Digital Platforms are Reshaping Business.
7. Gartner, Forrester сияқты аналитикалық агенттіктердің цифрлық трансформация бойынша зерттеулері.
8. Statista және Deloitte-тің электрондық коммерциямен цифрландыру бойынша жылдық шолулары.

Продвижение Бренда в социальных сетях и анализ поведения покупателей

Ю.С. Огородникова¹, Т.А.Мукашев²

¹студент 4-го года обучения по специальности «Предпринимательство и управление проектами»

²научный руководитель, ассоциированный профессор кафедры экономики и международного бизнеса
mtsiriie@vk.com, timur-iro@mail.ru

^{1,2} Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: В статье исследуются актуальные стратегии и тенденции продвижения брендов в социальных сетях на территории Казахстана. Рассматриваются особенности восприятия цифрового контента отечественными пользователями и эффективность различных платформ (Instagram, TikTok, ВКонтакте, Facebook) для маркетинговых целей в стране. Анализируются успешные кейсы продвижения брендов, роль influencer-маркетинга. Уделено внимание вопросам локализации контента и адаптации брендов к культурным особенностям и потребностям казахстанской аудитории. Представлены выводы о применяемых современных технологиях и их влиянии на социум и коммерцию.

Ключевые слова: брендинг, продвижение в социальных сетях, цифровой маркетинг, influencer, контент, Instagram, TikTok, локализация контента, маркетинговые стратегии.

В современной жизни общества роль социальных сетей сложно переоценить: в личной жизни граждан, их отношениях, жизнедеятельности общества, экономических сферах и т.д. Безусловно, возросла их роль в продвижении товаров, услуг, мнений, линий поведения, взаимоотношениях. Этим обусловлен выбор и актуальность темы исследования.

97% людей в возрасте 19-25 лет используют социальные сети как источник разносторонней информации, в том числе для выбора и оценки покупок [1]. Среди них: всплываются реклама на сайте, персонализированная реклама в ленте в социальных сетях или оплаченный ненавязчивый ролик у инфлюенсеров, показывающий бренд в кадре. На сегодняшний день, по нашему мнению, это является наиболее эффективным способом продвижения товара.

Ранее лидирующее по влиянию на потребителей телевидение заняло третье место и с каждым годом теряет свои позиции. Реклама на телевидении становится все дешевле и многие телеканалы уже вынуждены заполнять эфирное время рекламой своих же проектов из-за недостатка предложений. Из-за недостаточных возможностей телевидения подстраиваться под интересы зрителя, ему в основном остается контент рекламы общепринятых товаров широкого спектра: продукты питания, бренды масс-маркета и т.д. Также можно выразить мнение, что данная реклама преимущественно вызывает раздражение. Занимая регулярные паузы в эфирном времени, ее невозможно скрыть, пропустить или пролистать.