

Список литературы

1. Mussina, K. P. Digitalization in the tourism industry of Kazakhstan / K. P. Mussina, D. G. Mamrayeva, M. Lemanowicz // Bulletin of Karaganda University. Economy Series. – 2020. – Vol. 99. – No 3. – P. 64-72.

2. Tanina, A. Agritourism development model in digital economy / A. Tanina, E. Konyshev, K. Tsahaeva // ACM International Conference Proceeding Series, Saint - Petersburg, 22–23 октября 2020 года. – Saint - Petersburg, 2020. – P. 3444518. – DOI 10.1145/3444465.3444518.

Цифровизация экономики Казахстана

Б.Ш. Кульжамбекова¹, З.В. Дударь², Р.А. Фролов³, Д.А. Куцевалова⁴

¹м.н., преподаватель кафедры маркетинга,

²студент 1-го года обучения по специальности «Логистика»,

³студент 1-го года обучения по специальности «Туризм»,

⁴студент 1-го года обучения по специальности «Маркетинг и SMM»,

barnokulzhambekova@gmail.com, zлата.ду04@gmail.com,

rus.frolov.1992@mail.ru, dashakuc@bk.ru

^{1,2,3,4} Карагандинский университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: в целях совершенствования своих позиций на международном рынке многие страны в условиях современного экономического развития приступили к цифровизации национальных экономик. К движению в сторону цифровизации также приступила и Казахстанская экономика. В статье рассматриваются вопросы, связанные с цифровой трансформацией в сфере оказания логистических услуг, осуществлении маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: цифровая экономика, маркетинг, логистика, электронная коммерция, искусственный интеллект, облачные технологии, робототехника, VR, GPS- навигация, блокчейн.

Цифровая экономика — это экономика, в основе которой лежат новые методы создания, сохранения, передачи, обработки данных, а также цифровые компьютерные технологии. Столбами технологиями цифровой экономики являются крупные данные (сами данные и методы работы с ними), искусственный интеллект, технология «блокчейн», туманные вычисления, квантовые технологии, робототехника, VR и др.

Впервые понятие «цифровая экономика» ввел профессор Массачусетского технологического института Н. Негропonte в середине 90-х годов [1]. Использование данного определения носило прикладной характер, в основном как интернет-экономика и программное обеспечение. Позже приоритетным направлением становятся товары, услуги и сервисы, реализуемые посредством электронного бизнеса, электронной коммерции.

Таким образом, цифровизация — это объективный, неизбежный процесс, и остановить его невозможно. «Цифровая экономика — это экономическая деятельность, в которой ключевым фактором производства являются цифровые данные, обработка больших объемов и использование результатов их анализа по сравнению с традиционными формами управления может значительно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранение, продажа, доставка товаров и услуг. Таким образом, можно говорить, что цифровая экономика — это деятельность, непосредственно связанная с развитием цифровых компьютерных технологий, которая включает в себя услуги по

предоставлению онлайн-услуг, а также электронных платежей, электронной коммерции и др. Обычно основными элементами цифровой экономики являются электронная коммерция, интернет-банкинг, электронные платежи, интернет-реклама, интернет-игры.

Предпринимательство движущая сила рыночной экономики, поскольку степень его развития определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового внутреннего продукта страны. В условиях Четвертой промышленной революции, когда трансформация экономики неизбежна институциональные преобразования в первую очередь коснулись сферу предпринимательства. Цифровая трансформация экономики преобразует рыночные правила для ведения предпринимательской деятельности. По сравнению с крупным предпринимательством малое и среднее предпринимательство, наиболее приспособленное к происходящим институциональным изменениям.

Внедрение цифровых технологий в малое предпринимательство существенно способствует процессу его развития. Благодаря цифровым преобразованиям можно создать фундамент для успешного ведения и развития предпринимательской деятельности в целом. Можно рассмотреть два основных подхода к понятию «цифровая экономика». Согласно первому подходу, «цифровая экономика» — это экономика, осуществляемая с помощью цифровых технологий в области электронных товаров и услуг (например, дистанционное обучение, продажа медиаконтента, телемедицина и т. п.). Данное определение можно считать классическим. Согласно второму подходу, «цифровая экономика» - экономическое производство с использованием цифровых технологий. Цифровая экономика – это возможность применения инновационных цифровых технологий и онлайн-возможностей как для крупного, так и для малого и среднего предпринимательства. Согласно мнениям С. Александрова и Р. Искандера «цифровая экономика (Digital Economy) – это экономика, осуществляемая с помощью цифровых телекоммуникаций». Также они выявили некоторые преимущества и недостатки цифровой экономики, которые влияют на развитие малого предпринимательства. Основное преимущество цифровой экономики состоит в том, что информация, являясь основным ресурсом не иссякает и используется множество раз.

Цифровая трансформация экономики позволяет: актуализировать такой фактор производства как информация (цифровые данные); формировать информационное пространство, с учетом потребностей общества в качественных сведениях; развивать цифровую инфраструктуру страны; создавать новые технологические, цифровые основы для всех сфер жизнедеятельности общества.

В 21-ом веке произошли глобальные перемены, которые отличаются прорывом в развитии цифровых технологий, революцией в пространстве информации, ускорением процессов глобализации экономики. Информация приобрела статус основного ресурса в общественных и хозяйственных процессах. Участие цифровых технологий в жизни общества – одна из характерных особенностей будущего мира и главный приоритет в развитии Казахстана. Это обусловлено прогрессом в областях микроэлектроники, телекоммуникаций и IT-технологий.

Темпы цифровой трансформации сильно зависят от уровня экономики, что зарождало цифровое неравенство. Великобритания, ОАЭ, Малайзия и др. являются странами-лидерами, которые обладают крайне развитой цифровой экономикой и мощной динамикой развития по данным издательства Harvard Business Review. Так же сильную развитую цифровую экономику имеют США, Германия, Финляндия, Канада. Государство активно участвовало в формировании развитой цифровой экономики в большинстве стран. В частности, в странах ЕС, Сингапуре, ОАЭ, Китае, Новой Зеландии, Малайзии и Саудовской Аравии. Правительства стран с быстроразвивающейся цифровой экономикой вкладывают немалые усилия, чтобы повысить свой уровень цифровизации.

Таким образом, можно сделать вывод, что динамичное развитие цифровой экономики невозможно, если государство не прикладывает значительное усилие. К дополнительным плюсам цифровой экономики относятся: усиление роли электронных и цифровых денег, облегчение финансовых операций; продвижение возможностей работы в дистанционном формате; введение в действие документооборота в электронном виде; создание более открытого и свободного рынка; повышение уровня производительности; снижение себестоимости товаров и услуг; снижение уровень бюрократии.

Из расчета того, что цифровые технологии используются почти во всех сферах общественной деятельности, определить и оценить рыночный объем цифровой экономики довольно проблематично. Существующие на данный момент методы оценки ВВП и активности экономики могут быть необъективны к изменившимся условиям строения и потребления труда. Например, пользователи переводят деньги друг другу без участия посредников, интернет-сервисы предоставляют новые услуги, обширный ассортимент товаров и услуг поступает к покупателю по новым логистическим путям. Более того, определенные услуги становятся бесплатными из-за прямой или косвенной (посреднической) рекламы - так происходит с социальными сервисами и электронной почтой. Новейшие мессенджеры позволяют пользователям общаться со всеми бесплатно, что обязывает поставщиков мобильной связи и интернет-провайдеров переходить на новые бизнес-модели. Активное развитие отмечается в онлайн-телевидение, а также в других цифровых сегментах экономики, каждый из которых занимает все большую внушительную долю ВВП. Соразмерно, показатели, текущего ВВП могут быть занижены у ряда стран.

Цифровая трансформация охватывает все большее количество сфер деятельности и отраслей экономики. Актуальным вопросом на сегодняшний день является влияние цифровизации на рынок труда. Последние годы выдвигаются прогнозы на значительные изменения в структуре занятости. Появление таких технологий как искусственный интеллект, облачные технологии, технологии распределенного реестра «блокчейн», 3D-печать, чат-боты, роботизация, электронная коммерция, электронные платежи, умные дома и города коренным образом меняют нашу жизнь, в частности сферу занятости. Появляются новые формы занятости, такие как фриланс, дистанционная занятость, гиг-занятость.

Всеобщие дискуссии о внедрении цифровизации в нашу жизнь, достаточно быстро нашли отражение в государственных программах. Так в 2017 году была принята программа цифрового развития. В ней четко определены условия для перехода экономики Казахстана на новую траекторию развития и задачи, которые должны быть реализованы до 2022 года. В Государственной программе «Цифровой Казахстан» отмечается «повсеместное внедрение цифровых технологий для повышения конкурентоспособности различных отраслей экономики» [2]. Основная цель государственной программы «Цифровой Казахстан» – прогрессивное развитие цифровой экосистемы для достижения устойчивого экономического роста, повышения конкурентоспособности экономики и нации, улучшения качества жизни населения. Характерными особенностями двадцать первого века являются процессы глобализации, интеграции и информатизации, происходящие во всех сферах общества.

Согласно данным исследования, проведенного в рамках проекта по мониторингу экономики Казахстана на сайте Ranking.kz, на начало 2021 года в Казахстане 16 млн абонентов сотовой связи имеют доступ к интернету. Данный показатель, начиная с 2016 года, растет в среднем на 7,8% в год. Всего 85 абонентов на каждые 100 жителей страны, имеют доступ к интернету. Также увеличилось число абонентов фиксированного интернета на 5,1% за год, до 2,6 млн абонентов. Таким образом, охват населения Казахстана интернетом составляет 99%.

В 2020 году инвестиции в сферу информации и связи составили 140,9 млрд тг, что на 37,2% больше показателя за 2019 год. При довольно высоком уровне интернетизации тарифы

на мобильный интернет в РК остаются сравнительно невысокими. В мировом рейтинге из 228 стран, Казахстан вошел в ТОП-10 стран с самым дешевым интернетом и занял в 2020 году почетное 6-е место в мире, обойдя почти все развитые страны. Цена 1 гигабайта интернета в стране в среднем составляет 0,46 долларов.

На сегодняшний день во всём мире электронная торговля развивается ускоренными темпами. Научный прогресс, внедрение инновационных технологий и цифровизация общества становятся главными драйверами роста сектора. В 2020 году мировой объём электронной торговли составил 4,3 трлн долл. США, что на 27,6% больше показателя 2019 года, а его доля составила 18% от общего объёма розничных продаж. В Казахстане рынок e-commerce также развивается быстрыми темпами. За последние три года доля в общем объёме розничной торговли выросла в 3 раза, с 2,9% в 2018 году и достигла 9,7% благодаря ускорению процесса в период пандемии COVID-19. Из-за ограничительных мер произошел фундаментальный сдвиг в структуре всеобщего спроса на онлайн-покупки товаров и оплату различных услуг, а также рост использования цифровых инструментов коммуникации и дистанционного потребления.

Электронная торговля в Казахстане позволяет увеличить объёмы внутренней и внешней торговли, приводит к росту безналичных платежей, сокращению издержек и выводу предпринимателей из теневого оборота. Объём безналичных платежей в 2020 году вырос в 2,4 раза и составил 35,3 трлн. тенге. За два месяца текущего года было осуществлено безналичных платежей на сумму 7,8 трлн. тенге, увеличившись более чем в 2 раза по сравнению с аналогичным периодом 2020 года. При этом, доля безналичной оплаты посредством интернета и мобильного телефона составила 82% от общего объёма [3].

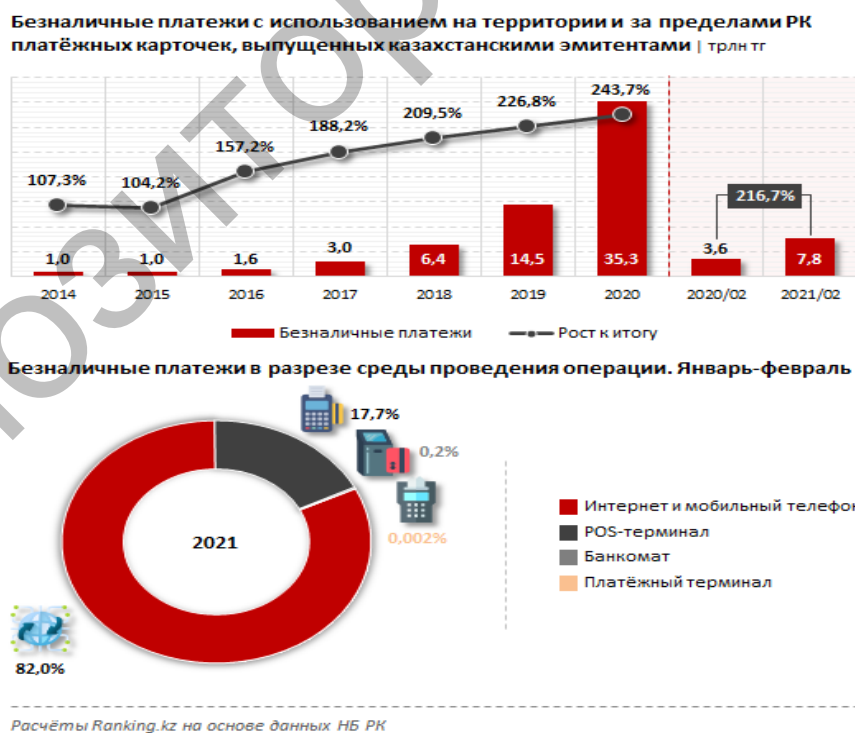


Рисунок 1. Рост объемов безналичных платежей с 2014 года в РК

Примечание – источник [4]

Развитие электронной коммерции и возрастающие требования потребителей к поставке стимулируют логистических операторов к повышению эффективности процессов и внедрению новых технологий, а также осваивать актуальные каналы и форматы доставки, анализировать большие данные, внедрять блокчейн-платформы.

В ближайшие три-пять лет в логистической отрасли ожидается огромный рост цифровизации с применением новых технологий. Все больше и больше систем управления складом доступны в режиме SaaS (software as a service - программное обеспечение как услуга, в облаке), в отличие от традиционной локальной версии (на локальных серверах компании). Эта технология требует меньших первоначальных инвестиций при развертывании WMS (warehouse management system - система управления складом), поскольку арендуется только лицензия на ежемесячной основе вместо покупки всей технической инфраструктуры.

Моделирование окружающей среды с помощью цифровых двойников позволяет проектировать склад или вносить изменения в его планировку, протестировать функционирование новой организации в цифровой среде, прежде чем изменять её работу в реальности. Приложение digital twin, уже интегрированное в несколько WMS, таких как Interlake Mecalux's easy WMS, уменьшает погрешность и обеспечивает непрерывное совершенствование процессов [5].

Технология Интернета вещей (Internet of Things), применяемая на складе, тесно связана с различными датчиками, которые собирают информацию из физического мира и загружают ее в цифровые базы данных. Примерами этого являются RFID-метки и датчики движения, встроенные в автоматизированные системы, такие как краны-штабелеры и конвейеры.

Аналогичным образом, Интернет поведения (IOB) сочетает его с аналитикой данных и поведением человека. Например, реализуя IoB, телематика может отслеживать резкое торможение водителя и резкие повороты на коммерческих транспортных средствах. Позже компании могут использовать эту информацию для мониторинга производительности водителей и повышения их эффективности [6]. Поскольку компании постепенно приглашают сотрудников вернуться на свое рабочее место, они могут использовать датчики или RFID-метки, чтобы определить, регулярно ли сотрудники моют руки или носят маски.

Искусственный интеллект (ИИ) в логистике сделал возможным массовый анализ данных в различных звеньях цепочки поставок. Интерпретация информации позволяет прогнозировать спрос, одновременно облегчая управление местоположениями и оптимизируя доставку на последнюю милю. За последние несколько лет значительно выросло число компаний, использующих автоматизацию на базе искусственного интеллекта для поддержки своих маркетинговых стратегий. Искусственный интеллект входит в число важнейших технологий, лежащих в основе интеллектуальных помощников и голосового поиска. Чат-боты также постепенно набирают обороты и появляются на все большем количестве веб-сайтов.

Гипер-Локальный маркетинг: в дополнение к росту устройств интернета вещей и высоким требованиям к индивидуальной поддержке клиентов, использование данных геолокации в маркетинге также растет. Более 84 процентов (8 из 10) маркетологов в настоящее время используют данные о местоположении в своих маркетинговых и рекламных кампаниях. Теперь, когда у каждого есть смартфон, маркетологи могут ориентироваться на потенциальных клиентов с помощью сообщений, когда они находятся в нескольких метрах от своего магазина. Сопряжение геолокации с технологиями интернета вещей означает, что есть шанс на создание сложного и целенаправленного маркетинга. Например, когда покупатель проходит мимо продуктового магазина, он может получить напоминание о том, что у него заканчивается молоко.

Согласно исследованию консалтинговой фирмы McKinsey, компании уделяют приоритетное внимание использованию новых технологий в своих маркетинговых стратегиях (49 % сделали это) и в своих продуктах и услугах (21 %). Только 2 % опрошенных заявили, что они внедрили инициативы по цифровой трансформации в своих цепочках поставок. Согласно опросу Forbes Insights, 65 % менеджеров по логистике

осознают, что им необходимо пересмотреть свою бизнес-модель, если они хотят выжить в цифровую эпоху.

Список литературы

1. Мельникова Т. Ф., Куприянова В. С., Денисюк С. Я. Конкурентоспособность предприятия: основные методы обоснования экономической сущности // Молодой ученый. — 2017. — №15. — С. 431-435.
2. Государственная программа «Цифровой Казахстан», утвержденная постановлением Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 года № 827.
3. Электронная торговля в РК за 2021 год [Электронный ресурс]// https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=35274634&pos=3;-82#pos=3;-82 (дата обращения 14.11.2021)
4. Безналичные платежи в РК [Электронный ресурс]// <http://ranking.kz/storage/app/media/2021/04/26/32.png> (дата обращения 14.11.2021)
5. Digitalization-of-logistics [Электронный ресурс]// <https://www.interlakemecalux.com/blog/digitalization-of-logistics> (дата обращения 15.11.2021)
6. The 7 Flourishing Technologies That Will Push Marketing Notch Above In 2021 [Электронный ресурс]// <https://www.unboundb2b.com/blog/b2b-marketing-trends-blog/flourishing-technologies-for-marketing/#> (дата обращения 15.11.2021)

Особенности и перспективы развития франчайзинга в Казахстане

А.Ж. Нурмаганбетова

к.э.н., ассистент профессора кафедры маркетинга
aiguln71@mail.ru

Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова, г. Караганда

Аннотация: Франчайзинг довольно успешное направление развития малого и среднего бизнеса в Казахстане. В этом виде международного маркетинга есть много плюсов, но и отрицательные моменты так же есть. История развития бизнеса Европы и Америки показывает о высокой эффективности франчайзинга. В статье раскрываются проблемы и перспективы развития франчайзинга в Казахстане

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франшиза, роялти, паушальный платеж, мультиплицирование, отечественные франчайзеры.

Самое распространенное определение франчайзинга или франшизы можно найти в любых словарях и справочниках. Если говорить экономическим языком – это способ организации и ведения бизнеса, который основывается на том, что одна компания (франчайзи) получает разрешение от другой компании (франчайзера) право на внедрение торговой марки, фирменного стиля, бизнес-модели, дизайна какого-либо бизнеса. Франчайзер, является правообладателем и получает за свою услугу определенную плату – паушальный взнос и роялти. Паушальный взнос – эта оплата за бренд и вход в бизнес или цена самой франшизы, роялти – регулярные платежи, которые оплачивает франчайзи. Размер ставки паушального взноса и роялти, периодичность выплат, условия контроля со стороны франчайзера оговаривается во франчайзинговом договоре.