



TURAN
UNIVERSITY

Қазақстан Республикасының
білім және ғылым министрлігі

**«ТУРАН»
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ**
Ғылыми журнал

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА
«ТУРАН»
Научный журнал

№ 4 (104)
2024
Алматы

Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігі
Ақпарат және мұрағат комитетінің
2008 ж. 22 шілдедегі No. 9394-Ж қуәлігі

Меншіктенуші: «Тұран»
Университеті» мекемесі

1999 ж. қаңтарынан бастап
тоқсанына бір рет шығады

ҒЫЛЫМИ-РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС

1. Алшанов Р.А. - «Тұран» университетінің ректоры, э.ғ.д., профессор, Халықаралық инженерлік академиясының академигі, ҚР Ұлттық инженерлік академиясының вице-президенті, Қазақстанның экономикалық ғылымдар академиясының президенті (**кеңес төрағасы**)
2. Тазабеков К.А. - Қазақстан маркетинг қауымдастығының президенті, «Тұран» университетінің профессоры (**кеңес төрағасының орынбасары**)
3. Алиев У.Ж. - «Тұран» корпорациясының вице-президенті, э.ғ.д., профессор
4. Тусупова Л.А. - Академиялық қызмет жөніндегі проректор, э.ғ.д., «Тұран» университетінің профессоры
5. Арупов А.А. - Әлемдік экономика және халықаралық қатынастар институтының директоры, э.ғ.д., профессор, ХАА академигі
6. Аханов С.А. - Қазақстан қаржыгерлер қауымдастығы кеңесінің құрметті төрағасы, э.ғ.д., «Тұран» университетінің профессоры
7. Дан Джим - Пенсильвания мемлекеттік университеті (АҚШ), PhD, профессор
8. Ержанов М.С. - э.ғ.д., «Тұран» университетінің профессоры
9. Қалимолдаев М.Н. - РМК «Ақпараттық және есептеуіш технологиялар институты» бас директорының кеңесшісі, ҚР БҒМ Ғылым комитеті, ф.-м.ғ.д., профессор
10. Петров П.С. - PhD, Великотырнов университеті (Болгария)
11. Попков В.К. - ф.-м.ғ.д., Новосібір мемлекеттік техникалық университетінің желілік ақпараттық технологиялар кафедрасының профессоры (РФ)

РЕДАКЦИЯЛЫҚ АЛҚА

1. Таменова С.С. - **бас редактор**, э.ғ.к., «Тұран» университетінің профессоры (Scopus h-index 3)
2. Разакова Д.И. - **бас редактордың орынбасары**, «Тұран» университетінің стратегиялық даму, ғылым және инновациялар жөніндегі проректоры, PhD, э.ғ.к. (Scopus h-index 4)
3. Таяуова Г.Ж. - PhD, «Тұран» университетінің сыртқы байланыс және докторантура жөніндегі проректоры (Scopus h-index 3)
4. Селезнева И.В. - э.ғ.д., профессор, «Тұран» университетінің «Қаржы» кафедрасының меңгерушісі (Scopus h-index 4)
5. Каленова С.А. - э.ғ.д., «Тұран» университетінің профессоры (Scopus h-index 3)
6. Ниеталина Г.Қ. - э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, «Тұран» университетінің Докторантура бөлімінің директоры (Scopus h-index 2)
7. Есімжанова С.Р. - э.ғ.д., К. Сағадиев атындағы Халықаралық бизнес университетінің «Менеджмент және бизнес» кафедрасының профессоры (Scopus h-index 3)
8. Тлеубердинова А.Т. - э.ғ.д., ҚР ҒЖБМ ҒК Экономика институтының профессоры (Scopus h-index 2)
9. Панзабекова А.Ж. - э.ғ.к., қауымдастырылған профессор, Экономикалық теория және пәнаралық зерттеулер орталығының жетекшісі, ҚР ҒЖБМ ҒК Экономика институты (Scopus h-index 3)
10. Роланд Гизе - э.ғ.д., Циттау-Герлиц қолданбалы ғылымдар университетінің профессоры (Германия) (Scopus h-index 2)
11. Онюшева И.В. - PhD, Stamford International University профессор-зерттеушісі (Бангкок, Таиланд; Янгон, Мьянма), (Scopus h-index 6)
12. Поспелова Т.В. - э.ғ.к., Экономика жоғары мектебінің әлемдік саясат және экономика департаментінің доценті, Triple Helix (Ресейдегі үштік спираль қауымдастығы) атқарушы директоры, Mail.Ru Group бизнес-жаттықтырушысы (Ресей) (Scopus h-index 4)
13. Гринева О.О. - э.ғ.к., Г.В. Плеханов атындағы Ресей экономикалық университетінің «Маркетинг» кафедрасының доценті, халықаралық ғылыми-білім беру кеңістігінде университетті ілгерілету бөлімінің басшысы (Ресей) (Scopus h-index 2)
14. Жаппар К.З. - **редактор**, ф.ғ.к., қауымдастырылған профессор, «Тұран» университетінің Редакциялық-баспа бөлімінің жетекшісі
15. Жуйкова М.А. - сайт редакторы

«Тұран» университетінің жеке материалдарды қайта басуға, журналды басып шығаруға және коммерциялық пайдалануға айрықша құқығы бар

© «Тұран» университеті, 2024

Свидетельство №. 9394-Ж от 22 июля 2008 г.
Министерство культуры и информации Республики Казахстан
Комитет информации и архивов

Собственник: учреждение
«Университет «Туран»

Выходит с января 1999 г.
один раз в квартал

НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

1. Алшанов Р.А. - ректор университета «Туран», д.э.н., профессор, академик Международной инженерной академии, вице-президент Национальной инженерной академии РК, президент Академии экономических наук Казахстана (**председатель совета**)
2. Тазабеков К.А. - президент Казахстанской ассоциации маркетинга, профессор университета «Туран» (**зам. председателя совета**)
3. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран», д.э.н., профессор
4. Тусупова Л.А. - проректор по академической деятельности, д.э.н., профессор университета «Туран»
5. Арупов А.А. - директор Института мировой экономики и международных отношений, д.э.н., профессор, академик МАИ
6. Аханов С.А. - почетный председатель Совета Ассоциации финансистов Казахстана, д.э.н., профессор университета «Туран»
7. Дан Джим - Государственный Пенсильванский университет (США), PhD, профессор
8. Ержанов М.С. - д.э.н., профессор университета «Туран»
9. Калимолдаев М.Н. - советник генерального директора РГП «Институт информационных и вычислительных технологий» Комитета науки МОН РК, д.ф.-м.н., профессор
10. Петров П.С. - PhD, Великотырновский университет (Болгария)
11. Попков В.К. - д.ф.-м.н., профессор кафедры сетевых информационных технологий Новосибирского государственного технического университета (РФ)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

1. Таменова С.С. - **главный редактор**, к.э.н., профессор университета «Туран» (Scopus h-index 3)
2. Разакова Д.И. - **зам. главного редактора**, проректор по стратегическому развитию, науке и инновациям университета «Туран», PhD, к.э.н. (Scopus h-index 4)
3. Таяуова Г.Ж. - PhD, проректор по внешним связям и докторантуре университета «Туран» (Scopus h-index 3)
4. Селезнёва И.В. - д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Финансы» университета «Туран» (Scopus h-index 4)
5. Каленова С.А. - д.э.н., профессор университета «Туран» (Scopus h-index 3)
6. Ниеталина Г.К. - к.э.н., ассоциированный профессор, директор Отдела докторантуры университета «Туран» (Scopus h-index 2)
7. Есимжанова С.Р. - д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент и бизнес» университета международного бизнеса имени К. Сагадиева (Scopus h-index 3)
8. Тлеубердинова А.Т. - д.э.н., профессор Института экономики КН МНВО РК (Scopus h-index 2)
9. Панзабекова А.Ж. - к.э.н., ассоциированный профессор, руководитель Центра экономической теории и междисциплинарных исследований Института экономики КН МНВО РК (Scopus h-index 3)
10. Гизе Роланд - д.э.н., профессор Университета прикладных наук Циттау-Герлитц (Германия) (Scopus h-index 2)
11. Онюшева И.В. - PhD, профессор-исследователь Stamford International University (Бангкок, Таиланд; Янгон, Мьянма) (Scopus h-index 6)
12. Поспелова Т.В. - к.э.н., доцент департамента мировой политики и экономики Высшей школы экономики, исполнительный директор Triple Helix (Ассоциация Тройной спирали в России), бизнес-тренер Mail.Ru Group (Россия) (Scopus h-index 4)
13. Гринева О.О. - к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг», начальник отдела продвижения университета в международном научно-образовательном пространстве ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова» (Россия) (Scopus h-index 2)
14. Жаппар К.З. - **редактор**, к.ф.н., ассоциированный профессор, руководитель Редакционно-издательского отдела университета «Туран»
15. Жуйкова М.А. - редактор сайта

Университету «Туран» принадлежат исключительные права на перепечатку отдельных материалов, издание и коммерческое использование журнала

SCIENTIFIC AND EDITORIAL BOARD

1. **Alshanov R.A.** - Rector of Turan University, doctor of economics, professor, academician of the International Academy of the Engineering, vice-president of the National Engineering Academy of the Republic of Kazakhstan, president of the Academy of Economic Sciences of Kazakhstan (**chairman of the council**)
2. **Tazabekov K.A.** - President of the Kazakhstan Association of Marketing, professor of Turan University (**deputy chairman of the council**)
3. **Aliev U.Zh.** - Vice-president of Turan Corporation, doctor of economic sciences, professor
4. **Tussupova L.A.** - Vice-rector for academic affairs, doctor of economic sciences, professor of Turan University
5. **Arupov A.A.** - Director of the Institute of World Economy and International Relations, doctor of economic sciences, professor, Academician of the MAI
6. **Akhanov S.A.** - Honorary chairman of the Council of the Association of Financiers of Kazakhstan, doctor of economic sciences, professor of Turan University
7. **Dan Jim** - State University of Pennsylvania (USA), PhD, professor
8. **Yerzhanov M. S.** - Doctor of economic sciences, professor of Turan University
9. **Kalimoldaev M.N.** - Adviser to the Director General of the RSE Institute of Information and Computing Technologies of the Science Committee of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan, doctor of physical and mathematical sciences, professor
10. **Petrov P.S.** - PhD, Velikotyrnovsky University (Bulgaria)
11. **Popkov V.K.** - doctor of physical and mathematical sciences, Professor of the department of Network Information Technologies of the Novosibirsk State Technical University (Russia)

EDITORIAL BOARD

1. **Tamenova S.S.** - **editor-in-chief**, candidate of economic sciences, professor of Turan University (Scopus h-index 3)
2. **Razakova D.I.** - **deputy of the editor-in-chief**, vice-rector for Strategic Development, Science and Innovation of Turan University, PhD, candidate of economic sciences (Scopus h-index 4)
3. **Tayauova G.Zh.** - PhD, vice-rector for external affairs and doctoral studies of Turan University (Scopus h-index 3)
4. **Selezneva I.V.** - doctor of economic sciences, professor, head of the department of finance of Turan University (Scopus h-index 4)
5. **Kalenova S.A.** - doctor of economic sciences, professor of Turan University (Scopus h-index 3)
6. **Niyetalina G.K.** - candidate of economic sciences, associate professor, Director of the Department of Doctoral Studies, Turan University (Scopus h-index 2)
7. **Yessimzhanova S.R.** - doctor of economic sciences, professor of the department of Management and Business of the K. Sagadiyev University of International Business (Scopus h-index 3)
8. **Tleuberdinova A.T.** - doctor of economic sciences, professor of the Institute of Economics of the National Academy of Sciences of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Kazakhstan (Scopus h-index 2)
9. **Panzabekova A.Zh.** - candidate of economic sciences, Associate Professor, Head of the Center for Economic Theory and Interdisciplinary Research, Institute of Economics of the National Academy of Sciences of the Ministry of Internal Affairs of the Republic of Kazakhstan (Scopus h-index 3)
10. **Giese Roland** - doctor of economic sciences, professor of the University of Applied Sciences Zittau-Gerlitz (Germany) (Scopus h-index 2)
11. **Onyusheva I.V.** - PhD, research professor, Stamford International University (Bangkok, Thailand; Yangon, Myanmar) (Scopus h-index 6)
12. **Pospelova T.V.** - candidate of economic sciences, associate professor of the department of World Politics and Economics of the Higher School of Economics, executive director of Triple Helix (Triple Helix Association in Russia) business coach of Mail.Ru.Ru Group (Russia), (Scopus h-index 4)
13. **Grineva O.O.** - candidate of economic sciences, associate professor of the department of Marketing, head of the department of University Promotion in the International Scientific and educational Space of Plekhanov Russian University of Economics (Russia) (Scopus h-index 2)
14. **Zhappar K.Z.** - **editor**, candidate of philological sciences, associate professor, head of the Editorial and publishing department of Turan University
15. **Zhuikova M.A.** - Website Editor

НӨМІРДЕ. В НОМЕРЕ

**1 ЭКОНОМИКА: ТАРИХ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА
ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА**

<i>Yeralina E.M., Izguttiyeva K.Y.</i> Development trends of the Kazakhstani labor market in the context of economic transformation	9
<i>Бейсекова П.Д., Калиева Е.В., Кирбетова Ж.С., Беделбекова Т.Н.</i> Перспективная оценка экспортного потенциала зерновой отрасли Казахстана.....	22
<i>Гриднева Е.Е., Калиакпарова Г.Ш.</i> Организационно-экономический аспект формирования кластера кино в Казахстане	35
<i>Жунусова Р.М., Ахметова Д.Т., Утибаева Г.Б., Әбдігүл Г.Қ.</i> Қаржылық көмек алушылардың және ауылдық несие серіктестігі қызметінің тиімділігі	49
<i>Бертаева К.Ж., Оналтаев Д.О., Акимбаева К.Т., Исаева А.Т.</i> Қазақстандық банктерді цифрландыру	62
<i>Калибаев М.К., Қасымбекова Г.Р., Еркабоев А.</i> Қазақстандағы қаржылық бақылау жүйесіндегі мемлекеттік аудиттің орны	75
<i>Кайдарова С.Е., Байбаш Г.К., Абдильдинова Н.Е., Окутаева С.Т.</i> Өңірлік стратегиялық даму құралы ретінде өңірдің имиджін мемлекеттік басқару	90
<i>Yesbolova A.Ye., Abdikerimova G.I., Elena De La Poza Plaza, Bereshev S.Kh.</i> Economic analysis of the influence of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in Turkestan region.....	102
<i>Ялкунов М.У., Хаджиева Г.У., Карабчук Т.С.</i> Факторы роста креативного сектора: обзор концепций развития креативных индустрий Казахстана и Великобритании.....	116
<i>Kargabayeva S.T., Torekulova U., Keneshbayev B., Kargabayeva D.</i> Problems of brand formation and development in case of Almaty city.....	129
<i>Қуатбекова Р.Н., Мухамедханова А.Б., Каримов Д.М., Сейтова В.Н.</i> Ет өндірісіндегі кәсіпкерлік құрылымдардың стратегиялық бәсекелік қабілеттігін арттыру	144

**2 ТУРИЗМ: ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕ
ТУРИЗМ: МИРОВОЙ ОПЫТ**

<i>Шоқан Р., Тлесова Э.Б.</i> Туристік саладағы кәсіпкерлік қызметтің қазіргі жағдайы және даму жолдары.....	160
---	-----

3 ЖАС ЗЕРТТЕУШІНІҢ МІНБЕСІ ТРИБУНА МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ

Есимжанова С.Р., Кұлман А.Б., Ермекбаева Д.Д., Басшиева Ж.Қ. Қазақстандағы электрондық коммерцияның даму тенденциясы	172
Абдраманова Ұ.Е., Ниеталина Г.Қ., Орловска Р., Спанов М.У. Қазақстанның жастар көші-қонының экономикалық салдары: адами капиталдың жоғалуын талдау	186
Жуманов А.У., Кегенбеков Ж.К., Толуев Ю.И. Қазақстан Республикасының логистика және халықаралық дәліздердің транзиттік әлеуетінің даму жағдайы	200
Аманбай Ә.Е., Байжолова Р.А., Силка Д.Н. Зарубежные подходы к обеспечению доступного жилья: анализ успешных практик	213

4 БІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ ОҚЫТУ: ӘДІСТЕМЕ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ

Амантаева Р.К., Сартанова Н.Т., Бектурганова Р.Ч., Байжанова Л.А.-Н. Исследование влияния soft skills на уверенность в дальнейшем трудоустройстве студентов.....	227
Kudaibergenov Zh.B., Bolatova B.Zh., Taizhanov L.T., Kunurkulzhayeva G. Mechanisms for implementing human resource management practices at a regional university.....	242

IN THE ISSUE

1 ECONOMY: HISTORY, THEORY, PRACTICE

<i>Yeralina E.M., Izguttiyeva K.Y.</i>	
Development trends of the Kazakhstani labor market in the context of economic transformation	9
<i>Beisekova P.D., Kaliyeva E.V., Kirbetova J.S., Bedelbekova T.N.</i>	
Perspective assessment of the export potential of the grain industry of Kazakhstan	22
<i>Gridneva Ye.E., Kaliakparova G.Sh.</i>	
Organizational and economic aspect of forming a quinoa cluster in Kazakhstan	35
<i>Zhunosova R.M., Akhmetova D.T., Utibaeva G.B., Abdigul G.K.</i>	
Effectiveness of activities of financial assistance recipients and rural credit partnership.....	49
<i>Bertayeva K.Zh., Onaltayeva D.O., Akimbayeva K.T., Issaeva A.T.</i>	
Digitalization of Kazakhstani banks	62
<i>Kalibayev M.K., Kassymbekova G.R., Erkaboev A.</i>	
The place of public audit in the system of financial control in Kazakhstan	75
<i>Kaidarova S.E., Baibash G.K., Abdildinova N.E., Okutaeva S.T.</i>	
State management of the regional image as a tool of regional strategies development	90
<i>Yesbolova A.Ye., Abdikerimova G.I., Elena De La Poza Plaza, Bereshev S.Kh.</i>	
Economic analysis of the influence of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in Turkestan region.....	102
<i>Yalkunov M.U., Khadjieva G.U., Karabchuk T.S.</i>	
Factors of growth in the creative sector: an overview of the development concepts of creative industries in Kazakhstan and the UK.....	116
<i>Kargabayeva S.T., Torekulova U., Keneshbayev B., Kargabayeva D.</i>	
Problems of brand formation and development in case of Almaty city.....	129
<i>Kuatbekova R.N., Mukhamedkhanova A.B., Karimov D.M., Seitova V.N.</i>	
Improving the strategic competitiveness of entrepreneurial structures in meat production.....	144

2 TOURISM: WORLD EXPERIENCE

<i>Shokhan R., Tlessova E.</i>	
The current state of entrepreneurial activity in the tourism sector and ways of its development.....	160

3 PLATFORM OF YOUNG RESEARCHER

<i>Yesimzhanova S.R., Kulman A.B., Ermekbaeva D.D., Basshieva Zh.K.</i> Trends in the development of e-commerce in Kazakhstan	172
<i>Abdramanova U.E., Nietalina G.K., Orłowska R., Spanov M.U.</i> The economic consequences of youth migration in Kazakhstan: an analysis of the loss of human capital.....	186
<i>Zhumanov A.U., Kegenbekov Zh.K., Toluev Y.I.</i> State of logistics development and transit potential of international corridors of the Republic of Kazakhstan	200
<i>Amanbai A.Ye., Baizholova R.A, Silka D.N.</i> Foreign approaches to providing affordable housing: analysis of successful practices.....	213

4 EDUCATION AND TRAINING: METHODOLOGY, THEORY, TECHNOLOGY

<i>Amantaeva R.K., Sartanova N.T., Bekturganova R.Ch., Baizhanova L.A-N.</i> Research of the influence of soft skills on confidence in further employment of students.....	227
<i>Kudaibergenov Zh.B., Bolatova B.Zh., Taizhanov L.T., Kunurkulzhayeva G.</i> Mechanisms for implementing human resource management practices at a regional university.....	242

ЭКОНОМИКА: ТАРИХ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА
ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА
ECONOMY: HISTORY, THEORY, PRACTICE

IRSTI 06.77.00

UDC 331.52

JEL E24, J01

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-9-21>

YERALINA E.M.,*¹

PhD, postdoctoral student.

*e-mail: e.eralina@turan-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2238-7782

IZGUTTIYEVA K.Y.,¹

m.e.s., senior lecturer.

e-mail: k.y.izguttiyeva@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-3182-2096

¹Turan University,

Almaty, Kazakhstan

**DEVELOPMENT TRENDS OF THE KAZAKHSTANI LABOR MARKET
IN THE CONTEXT OF ECONOMIC TRANSFORMATION**

Abstract

The labor market, like any other market, is affected by the economic situation developing in the country. At the same time, its condition and the indicators characterizing it act not only as bright indicators of the general socio-economic situation of society, but also signal the emergence, deepening and growth of various problems associated with increasing social tension. This paper summarizes various approaches to defining and characterizing the labor market, and provides a comprehensive analysis of trends, magnitude and dynamics of factors influencing the current state of the labor market, its features in the distribution of employment among the population and directions of transformation. The studied aspects and factors significantly transform traditional relations in the labor market. Changes occurring in this area affect both working conditions and the process of labor activity itself. This leads to the disappearance of some professions and the emergence of new ones, which, on the one hand, can cause fluctuations in the unemployment rate, and on the other hand, increase the requirements for the qualifications of potential employees. The current situation requires urgent measures to organize the coordinated activities of various economic agents aimed at monitoring and regulating relations in the labor market.

Key words: labor market, demographic situation, digitalization, self-employed, social inequality, unemployment, support measures.

Introduction

As a result of economic transformation, there are changes in the employment structure, qualification requirements and types of jobs. The main trends in the development of the labor market in the context of economic transformation are: automation and digitalization, changes in the employment structure, changes in qualification requirements, growth of flexible forms of employment, changes in the geography of the labor market.

As for automation and digitalization, in modern conditions digitalization plays a key role in the formation, transformation and management of the labor market. It radically changes approaches to

the organization of any market, allowing to increase efficiency not by increasing production volumes and scale of activities, but by optimizing resources. Also, the labor market is undergoing significant changes due to the transition from the use of various computer systems (such as CRM (customer relationship management), ERP (enterprise resource planning) and others) to robots and artificial intelligence (AI), which has the ability to independently learn, chat bots, voice and text recognition systems, as well as other platform technologies. Thus, according to a study conducted by HeadHunter Kazakhstan [1], the most popular specializations in the IT field are: engineer, programmer, developer, web engineer, web master, system administrator, analyst, database administrator.

The next trend in the labour market is the change in the employment structure. The change in the employment structure is a process in which significant transformations occur in the organisation of the labour market and the distribution of jobs across different sectors and occupations. This process can be caused by many factors, such as technological innovations, economic changes, demographic trends and social shifts. Kazakhstan has historically relied on the extraction and export of natural resources such as oil and gas [2]. However, in recent years, the country has been taking active steps to diversify its economy. This includes the development of non-resource sectors such as agriculture, processing and manufacturing, which in turn changes the employment structure. As a result, there is an increase in the number of jobs in some areas and a decrease in others.

Materials and methods

The article utilized common logical strategies of hypothetical generalization, blend and examination. In arrange to conduct a comprehensive survey of the subject, the article utilized a extend of materials and strategies. The essential strategies utilized in this audit were hypothetical generalization, blend, and examination. These strategies permitted the analysts to fundamentally look at and assess the existing writing on the subject and draw significant conclusions. To assemble pertinent data, the analysts broadly considered different scholarly sources, logical articles, and reports. These sources were carefully chosen to guarantee that they given dependable and up-to-date data related to the study's theme. The analysts pointed to incorporate a wide extend of sources to get a comprehensive understanding of the subject matter. The writing audit prepare included a orderly examination of the chosen materials. The analysts completely analyzed the substance of each source, distinguishing key concepts, speculations, and discoveries that were significant to the consider. They at that point synthesized the data from these sources, organizing and joining the data to recognize designs, patterns, and holes within the existing information.

Results and discussion

The main object of research in this article is the macroeconomic indicators of Kazakhstan. The relationship between the dynamics of macroeconomic indicators is considered Kazakhstan and economic behavior. Economic, socio-cultural factors and technological factors that have the main positions in the macroeconomic environment of the state are also studied. Also this paper presents an overview of different methods for defining and characterizing the labor market. It offers a thorough analysis of trends, the scale, and the dynamics of factors affecting the current labor market conditions, highlighting the characteristics of employment distribution among the population and the directions of transformation within the market.

R. Stakanov claims that substantial disparities still exist in the global labor market in the second decade of the twenty-first century, and that these imbalances grew especially severe with the beginning of the global economic crisis in 2008; the unemployment rates are still high, and the categories of workers who lose their jobs for an extended period of time are growing in absolute terms; the rates of unemployment among young people are also very high, and they have been rising sharply since 2008. The biggest threat to the growth of the global economy is the decline in employment of highly skilled workers, whose labor productivity growth is essential for the sustainable development in post-industrial societies [3].

K. Petrenko and V. Pihul concluded that the world labor market is characterized by the following main tendencies based on the analysis results: the rise in global unemployment brought on by the crisis and new technological developments; the predominance of employment in the service sector and decline in industry and agriculture; the expansion of migration and “brain drain” [4].

Mukhamediev and Temerbulatova [5] emphasize that during the thirty-year period of independence of Kazakhstan, six key points in the transformation of its economy can be identified. These include: the establishment of a free trade zone within the framework of the Commonwealth of Independent States, rapid economic growth in the 2000s due to the influx of foreign direct investment and exports of raw materials, the global financial crisis of 2008–2009, the deepening of Eurasian integration, including the creation of the Customs Union in 2010 and the Eurasian Economic Union in 2015, the decline in global oil prices in 2015–2016, which led to the devaluation of the national currency, as well as the global COVID-19 pandemic. Dankov [6] highlights the January 2022 events as one of the critical moments in the transformation of the republic’s economy, pointing to the presence of a serious crisis in the country’s economic model. He believes that low wages and incomes, as well as high unemployment and self-employment, hinder sustainable economic growth. Before the outbreak of the pandemic, structural changes in the economy of Kazakhstan were largely due to its dependence on the commodity sector, which, in turn, had an impact on the development of the labor market. While the tertiary sector, i.e. the service sector, was significantly affected during the pandemic. According to Alshanskaya and Azatbek, during the pandemic, Kazakhstan experienced a decrease in employment, an increase in unemployment, as well as changes in the structure of the labor market by industry and gender, which was accompanied by a slowdown in internal and external labor migration flows. Their research showed that the sector most affected was the so-called “contact” services, which is characterized by high labor intensity, low wages and high levels of informal employment and self-employment.

The service sector in Kazakhstan is developing faster than other sectors of the economy. This is due to the increasing demand for services in areas such as education, healthcare, finance, tourism and the service sector. As a result, there is an increase in the number of jobs in these areas, as well as a change in the requirements for employee qualifications. As can be seen from table 1, the growth in the number of people employed in 2023 compared to 2022 is observed in wholesale and retail trade (an increase of 1% or 17 thousand people), and in the field of education (an increase of 4% or 40 thousand people).

Table 1 – Employment of the population by types of economic activity

	2020	2021	2022	2023
Employed in the economy, total	8732,04	8807,11	8971,53	9081,92
Agriculture, forestry and fisheries	1175,118	1176,38	1108,9	1078,72
Industry	1089,222	1097,95	1121,15	1121,49
Mining and quarrying	276,906	277,932	274,838	277,497
Manufacturing industry	581,796	585,638	613,651	605,562
Supply of electricity, gas, steam, hot water and air conditioning	149,016	150,128	148,075	148,86
Water supply; waste collection, treatment and disposal; pollution control activities	81,504	84,252	84,591	89,575
Construction	630,861	641,431	658,905	642,298
Wholesale and retail trade; repair of cars and motorcycles	1421,332	1451,93	1497,94	1515,13
Transport and warehousing	617,509	609,501	640,553	647,723
Provision of accommodation and food services	193,665	190,899	198,396	214,327
Information and communication	159,67	161,67	166,46	187,77
Financial and insurance activities	188,986	184,903	186,274	201,736

Continuation of table 1

Real estate transactions	158,403	168,414	166,057	151,106
Professional, scientific and technical activities	254,652	247,305	253,661	265,03
Administrative and support services activities	285,501	287,48	280,835	272,806
Public administration and defense; compulsory social security	489,341	484,096	508,519	523,701
Education	1109,457	1120,056	1142,25	1182,98
Health care and social services	512,434	525,963	561,174	577,495
Arts, Entertainment and Leisure	138,437	134,722	137,929	139,446
Provision of other types of services	307,452	324,411	342,529	360,156
Note: Compiled by the source [7].				

Another factor to consider is social inequality. Social inequality occurs when wages differ across industries. Social inequality is assessed using the Gini index, which reflects the degree of difference between the poor and the rich in a particular country. The Gini coefficient can be calculated using Brown's formula [8]:

$$G = \left| 1 - \sum_{k=2}^n (X_k - X_{k-1})(Y_k + Y_{k-1}) \right|$$

or according to the Gini formula:

$$G = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n |y_i - y_j|}{2n^2 \bar{y}}$$

where G is the Gini coefficient, XK is the cumulative share of the population (the population is preliminarily ranked by increasing income), YK is the share of income that XK receives in total, n is the number of households, yk is the share of household income in total income, \bar{y} is the arithmetic mean of the shares of household income.

Usually, a normal value of the Gini index is considered to be below 35%. According to the results of the second quarter of 2023, the Gini coefficient in Kazakhstan was 0.291. From the early 2000s until the global financial crisis of 2008–2009, this indicator showed a downward trend, reaching its minimum in 2009 – 0.267. In general, this period in the history of Kazakhstan was characterized by record rates of economic growth, which contributed to a significant decrease in income inequality. However, this growth was not sustainable and was based on raw material exports and high oil prices at that time. The consequences of the global financial crisis led to a decrease in the income of the population and a subsequent increase in the Gini coefficient in the next few years.

After that, despite certain fluctuations, the coefficient as a whole remained fairly stable over the past decade (figure 1). Neither the sharp drop in commodity prices in 2014–2015 nor the COVID-19 pandemic caused significant changes in this indicator. It should be emphasized that in the international context, the Gini coefficient for Kazakhstan shows rather low values comparable to those of developed countries.

In 2021, this coefficient approached the levels of the Nordic countries, which are considered examples of egalitarian states at the global level (figure 2). At the same time, the least successful in this aspect are the countries of Latin America and Africa, where the Gini coefficient often exceeds 0.5.

The GINI coefficient quantifies inequality but does not reflect the absolute levels of income or wealth. For example, two countries may exhibit identical GINI coefficients, yet their overall income levels may vary significantly. This highlights the importance of analyzing the GINI coefficient within the context of individual countries.

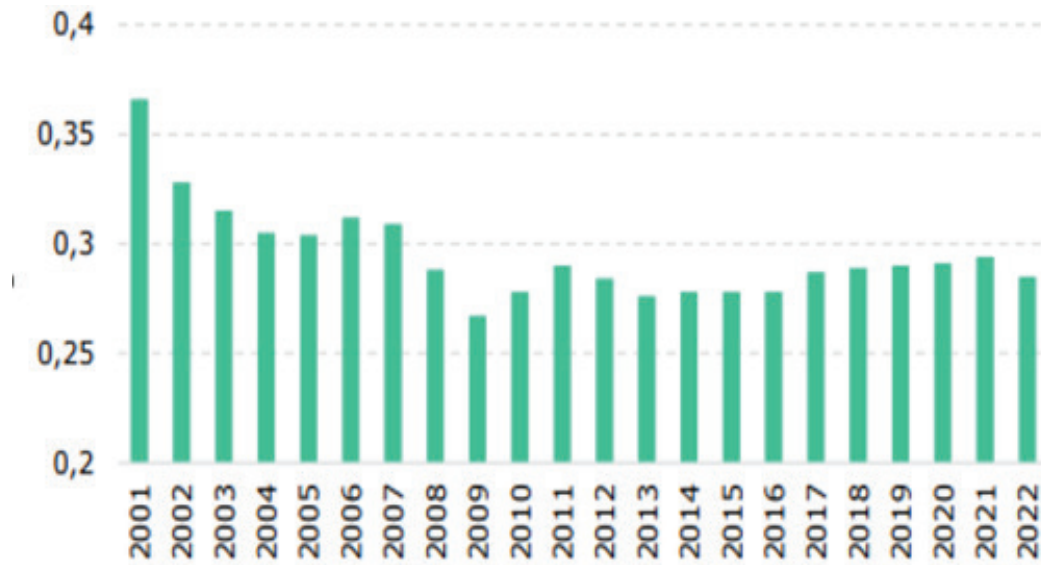


Figure 1 – Gini coefficient (2001–2022)

Note: Elaborated by authors based on [9].

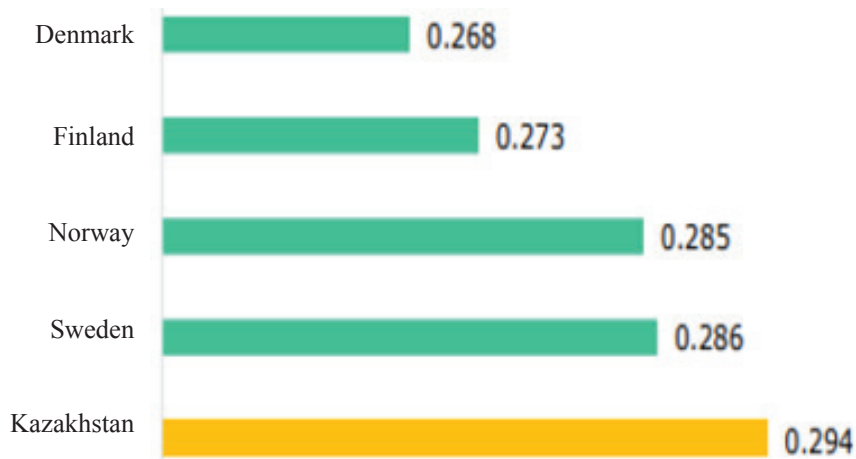


Figure 2 – Gini coefficient in different countries in 2021

Note: Elaborated by authors based on [9].

Low Gini coefficient values in Kazakhstan do not indicate a solution to the problem of income inequality. Rather, they are related to the overall income level in the country, which is significantly below OECD standards, making the differences between individual groups of the population less noticeable. At the same time, the Nordic countries, with incomes significantly higher than those in Kazakhstan, show low levels of inequality due to the existing systems of income redistribution within these countries. In addition, given the insufficient representativeness of data on individual labor market indicators (such as the unemployment rate and significant differences between the average and median wages), as well as based on international comparisons, certain doubts arise about the reliability of official statistics on income inequality in Kazakhstan. The lack of sufficient data makes it difficult to create effective policies to reduce inequality and evaluate their results. Public access to high-quality statistics on the distribution of income and wealth is a key condition for conducting informed discussions on economic inequality. Unfortunately, Kazakhstan still lacks reliable and transparent data on this issue. Lack of comprehensive data makes it difficult to design effective policies

to reduce inequality and evaluate their impact. Public access to quality statistics on income and wealth distribution is essential for informed debate on economic inequality. Unfortunately, Kazakhstan still lacks reliable and transparent data on this issue.

The existing and widespread method of reducing decent wages, which leads to the devaluation of labor, ultimately causes not only inefficiency in any economic activity, but also an increase in social tension in the country. Social inequality is observed in the distribution of wages by industry [10].

240,937 tenge is the median salary in the Republic of Kazakhstan according to the estimate for the second quarter of 2023, while the lowest wages are observed in agriculture, forestry and fisheries – 222 thousand tenge, in the arts 226 thousand tenge, in the water supply sector 231 thousand tenge, and the highest wages are observed in the mining industry 771 thousand tenge, in financial and insurance activities – 690 thousand tenge, as well as in the field of information and communications – 558 thousand tenge.

Table 2 – Average monthly wages by type of economic activity for 2023

	Average salary
Total for the Republic of Kazakhstan	364 295
Agriculture, forestry and fisheries	222 532
Industry	496 733
Mining and quarrying	771 048
Manufacturing industry	414 388
Electricity, gas, steam and air conditioning supply	330 028
Water supply; sanitation; waste collection, treatment and disposal; pollution control activities	231 215
Construction	477 821
Wholesale and retail trade; repair of cars and motorcycles	319 218
Transport and warehousing	465 666
Provision of accommodation and food services	313 650
Information and communication	588 205
Financial and insurance activities	690 772
Real estate transactions	265 125
Professional, scientific and technical activities	517 028
Administrative and support services activities	362 858
Public administration and defense; compulsory social security	313 769
Education	281 991
Health care and social services	292 730
Arts, Entertainment and Leisure	226 631
Provision of other types of services	329 901
Note: Elaborated by authors based on [7].	

In addition, the social structure of modern society, including Kazakhstan, was formed under the influence of market principles, which had an impact on labor relations. This led to a decrease or absence of demand for some workers and an increase in demand for others. Unemployment is a key element and one of the main factors of a market economy [11]. The level of unemployment affects the socio-economic situation and, ultimately, the stability of the social environment in any society. It is almost impossible to achieve a balance between supply and demand in the labor market, so there is always a certain proportion of able-bodied citizens who are not involved in economic activity for various reasons, they are:

1. As of the 2nd quarter of 2024, the unemployment rate remains at the same level as the entire previous period, i.e. 4.7%. This is the share of unemployed among the total number of workers in the country, representing the working-age population. This unemployment rate is maintained at this level

due to various measures taken. Thus, in Kazakhstan, the Social Code came into force on July 1, 2023, in which one of the chapters is devoted to employment issues, where active measures to promote employment are provided, including:

2. Professional training, which implies the right to professional retraining or advanced training. According to paragraph 2 of Article 109, training is conducted in educational institutions implementing educational programs of technical and vocational education or post-secondary education, as well as in the workplaces of employers who have the right to such activities in accordance with the legislation of the Republic of Kazakhstan. According to another paragraph of this document, phobia can be aimed at prevention. The electronic labor exchange offers vacancies for the most in-demand professions.

3. Assistance to entrepreneurial initiative. According to paragraph 1 of Article 10, entrepreneurial initiative may be facilitated through assistance in the implementation of an entrepreneurial idea.

4. Organization of subsidized jobs-this item implies assistance in obtaining initial work experience in the acquired profession in subsidized jobs.

5. Assistance to voluntary resettlement to increase labor mobility, here it is necessary to note the provision by the state of the opportunity for citizens of the Republic of Kazakhstan to find employment with relocation within one region, as well as to promising regions determined by the Government.

No unemployment rate, however, excludes changes in the labor market [12]. Highly qualified specialists are in demand in any sector of the economy, and there can be no exceptions here. Recently, this area has acquired particular importance and significance, both in the field of information technology and in agriculture, and in any other area of production. Although the unemployment rate has decreased, this does not mean that there are no changes in the labor market. There is a need for highly qualified specialists in all sectors of the economy, and this rule is universal. In recent years, the field of information technology has become especially relevant and significant both in the field of information technology and in agriculture, as well as in other manufacturing industries. Thus, according to the report of the Ministry of Education of the Republic of Kazakhstan, cooks, sellers and auto mechanics are in high demand. Specialists are needed in catering, logistics, medicine, agriculture, construction and housing and communal services [13].

Education also plays an important role in providing employment, which in a sense still has a traditional character of education [14].

Due to changes in the labor market, the emphasis on advanced training and retraining is becoming increasingly important. The importance of education that meets modern labor market requirements is growing, which requires the adaptation of educational programs and advanced training courses.

Education is an important factor influencing the transformation of the employment structure and affecting various aspects of the labor market. The main areas in which education contributes to changes in the employment structure are presented below:

1. Adapting to new labour market demands. Education plays a key role in helping workers adapt to changes in the labour market. In the context of technological advances and automation, educational institutions are updating their programs to prepare specialists with modern skills. For example, the growing demand for IT specialists, data analysts and cybersecurity experts require a review of educational courses and curricula.

2. Developing new skills and competencies. Education plays a key role in developing the skills that are becoming necessary in emerging sectors of the economy. For example, with the increasing importance of the service sector and digital technologies, skills in programming, data analysis and digital marketing are becoming especially relevant. This, in turn, leads to the emergence of new educational programs and courses focused on developing these skills.

3. Increasing labour mobility. Education and training contribute to increasing labour mobility, giving people the opportunity to move easily between different industries and professions. High quality education and availability of specialized courses help workers master new areas and adapt to changes in the labor market.

It should be noted that in the Republic of Kazakhstan, the education system includes four years of study for a bachelor's degree and one or two years of study for a master's degree, during which time technologies have time to be updated. As a result, on the one hand, there is an excess of hired workers with unnecessary skills in the labor market, and on the other hand, there is a shortage of

specialists with the necessary qualifications. One of the phenomena of digitalization has become the rapid process of obsolescence of knowledge and skills. In the context of structural changes caused by this process, it is especially important to focus on public employment services. Their activities should be focused not only on creating new jobs, but also on forecasting and assessing future changes in the economic structure. In the period from January to October 2023, about 734 thousand people were employed in Kazakhstan. This is reported by the official portal of the Ministry of Labor and Social Protection of the Population of the Republic of Kazakhstan. Among all those employed, half are under 35 years old. Most people who found employment this year make contributions to the pension fund - this is confirmation that these citizens have a permanent job. The ministry's ultimate goal was to employ 734 thousand Kazakhstanis in 2023. According to regional employment maps, it was planned to employ almost 950 thousand people.

The increase in flexible forms of employment is a significant trend in the modern labor market, which has a noticeable impact on the employment structure, working conditions and professional life. Flexible forms of employment cover a variety of work models that enable both employees and employers to adapt to changing conditions and requirements. At the moment, self-employed citizens are an independent element of the labor market in the Republic of Kazakhstan, in 2024 the number of self-employed people amounted to 2,188 thousand people, as can be seen in figure 3. At the same time, the largest number of self-employed people is observed in Turkestan – 373 thousand people, Almaty – 239 thousand people, as well as in Zhambyl – 181 thousand people and Shymkent – 136 thousand people.

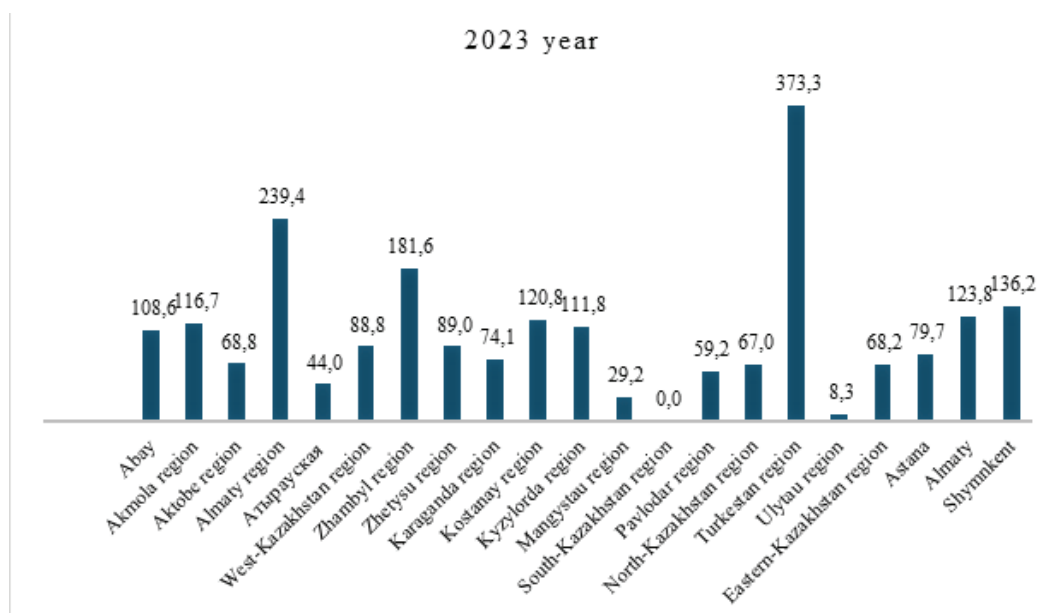


Figure 3 – Number of self-employed populations by region

Note: Elaborated by authors based on [7].

It should also be noted that the number of self-employed people is growing from year to year, as can be seen from figure 4, this figure has grown by 64 thousand people, that is, the increase was 3% (see table 2) from 2022 to 2023.

As can be seen from table 3, the growth dynamics of the self-employed shows growth from year to year with growth rates of 3% in 2021 and 2023 and growth of 1% in 2022. The decline in growth in 2020 is associated with the introduction of restrictive measures in the labor market and the general decline in relations in the labor market.

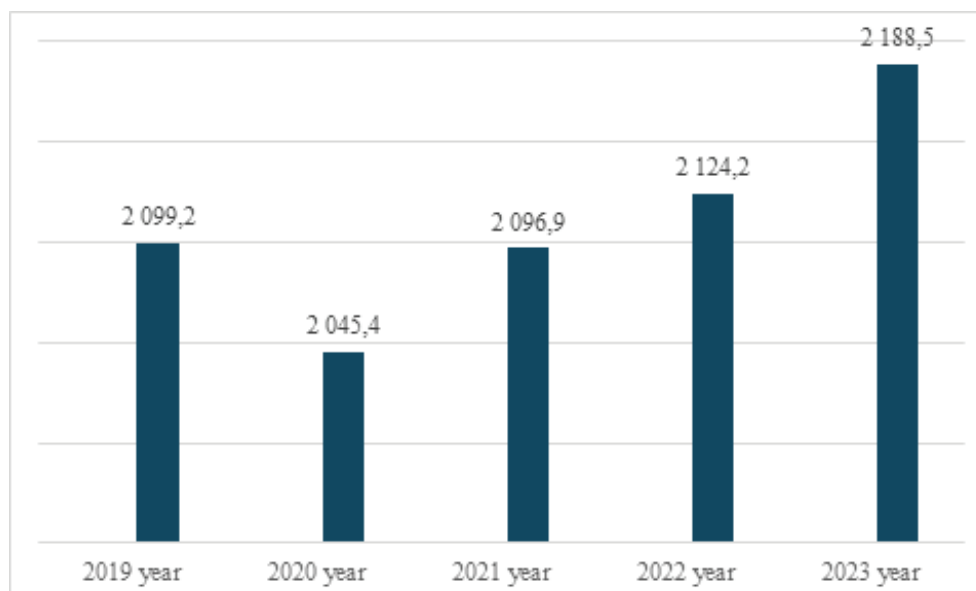


Figure 4 – Number of self-employed populations for 2019–2023

Note: Elaborated by authors based on [7].

Table 3 – Dynamics of growth of self-employed workers for 2019–2023

2020	2021	2022	2023
-3%	3%	1%	3%
Note: Elaborated by authors based on [7].			

It should also be noted that the largest number of self-employed people is concentrated in agriculture, forestry and fisheries – 600 thousand people, in wholesale and retail trade; car and motorcycle repair – 693 thousand people, transportation and warehousing – 266 thousand people, provision of other types of services – 164 thousand people.

In the labor market, the self-employed must have the same rights as all other participants. In the process of transition of the labor market to self-sufficiency conditions, it is necessary to solve several organizational, economic and legal problems, among which there are also the main ones.

The popularity of self-employment among citizens is growing; this is due both to the opportunity to increase their income and to the opportunity to obtain a livelihood in case of unemployment. The involvement of citizens in this area of activity is largely the result of choice and is often temporary, associated with various internal expectations, such as changes in tax conditions, lack of support in terms of social and pension security.

After the state introduced a special tax regime for self-employed specialists, both large and small companies began to turn to them for services more often. One of the main advantages of working with such specialists is the ability to engage them to carry out temporary projects of varying complexity with clearly defined deadlines. This is especially useful when there is a shortage of full-time employees. Thus, the main team is not distracted from their current tasks. Copywriters, inventory managers, designers and back-office specialists are most often hired.

As for the change in the geography of the labor market. Another trend occurring in the labor market in Kazakhstan is labor migration [15]. Urbanization in Kazakhstan is a significant and dynamic process that has a significant impact on the economic, social and cultural development of the state. In recent decades, there has been a steady increase in the share of the urban population compared to the rural population. This is due to the migration of people from rural areas to cities in search of more favorable economic conditions and a better quality of life. According to the Bureau of National

Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan, as of June 2024 as can be seen from figure.5, the largest number of people arrived in such cities as Almaty – 17 thousand people, Astana – 21 thousand people, Shymkent – 8 thousand people.

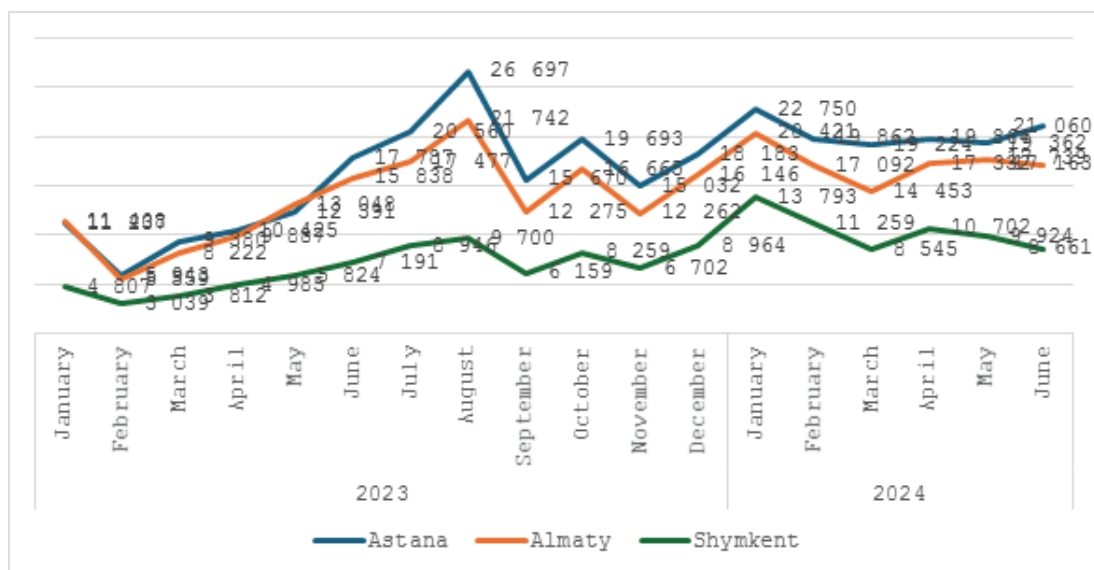


Figure 5 – Number of self-employed populations for 2023–2024

Note: Elaborated by authors based on [8].

The reason for urbanization of cities is that cities provide more opportunities for employment and career growth, especially in such sectors as finance, technology, services and industry. Urban areas often have higher quality educational institutions and health services, which attracts people who want to improve their standard of living. Young people are increasingly moving to cities in search of educational and career prospects, which leads to an increase in the urban population. Urbanization in Kazakhstan is due to a complex of factors, among which are economic opportunities, social advantages, government programs, global trends and infrastructure development. These aspects contribute to the increase in the number of cities and the transformation of their importance in the economic and social life of the country. In turn, villages also have a number of factors due to which the population is forced to move to large cities. Economic difficulties faced by rural areas can manifest themselves in various forms and affect different aspects of life. Here are some of the key problems:

Lack of infrastructure: rural areas often lack quality roads, communications, medical and educational institutions. This limits access to essential services and reduces living standards.

Low incomes and high poverty: Rural residents often suffer from low incomes and high poverty rates, due to limited employment opportunities and low agricultural productivity.

Education and skills gaps: Insufficient access to quality education and training limits opportunities to develop skills and improve living standards.

Limited investment: Financing for agricultural development and infrastructure is often insufficient, hindering modernization and increased productivity.

Low income and high poverty: Rural residents often suffer from low income and high poverty due to lack of employment and low agricultural productivity.

Conclusion

In the current conditions, not everyone will be able to find a job. Some citizens will face restrictions due to their education and profession, while others will not be able to confirm their qualifications and meet the new requirements. The aspects and factors under consideration fundamentally change traditional relations in the labor market. These changes affect both working conditions and labor activity itself, which is manifested in the disappearance of some professions and the emergence of new ones. On the one hand, this can cause fluctuations in the unemployment rate, and on the other, increase

the requirements for the qualifications of potential workers. All this emphasizes the importance of participation in the process of training, retraining and obtaining additional education for both the workforce and all potential employers. In addition, government authorities are tasked with regulating relations and forming the labor market.

Addressing regional inequality requires coordinated government action that takes into account the needs of different regions. Supporting the catch-up development of less developed regions of Kazakhstan will help the government achieve more ambitious socio-economic goals, since all regions will be able to contribute to the country's economic development. At the same time, when developing development plans, it is important to consider not only economic indicators, such as income or wealth, but also alternative methods for measuring inequality, which can form the basis for long-term policy measures to eliminate it. Addressing regional inequality requires coordinated government policies that consider the needs of individual regions. Supporting the catch-up development of less developed regions of Kazakhstan will allow the government to achieve more ambitious socio-economic goals, since all regions will be able to contribute to the country's economic development. In addition, when developing development plans, it is necessary to consider not only traditional economic indicators, such as income or wealth, but also to use alternative methods for assessing inequality. This will form the basis for long-term policy measures aimed at eliminating it.

Funding information. The article was prepared within the framework of the grant funding project of the Ministry of Science and Higher Education “Zhas Galym” (“Research of the labor market of the Republic of Kazakhstan in the conditions of economic transformation”, IRN AP13268610).

REFERENCES

- 1 Послание Главы государства К.К. Токаева народу Казахстана «Справедливое государство. Единая нация. Благополучное общество». 01.09.2022. URL: <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-181130> (дата обращения: 10.04.2024)
- 2 Syzdykova A., Abubakirova A., Kelesbayev D., Omarova A., Amaniyazova G., Saubetova B., Anshayeva D. The Effect of export and imports on national income in Kazakhstan: econometric analysis // Revista ESPACIOS. 2019. P. 35–40.
- 3 Аубакирова Г.М. Трансформационные преобразования экономики Казахстана // Проблемы прогнозирования. – 2020. – № 1. – С. 155–163.
- 4 Мухамедиев Б., Темербулатова Ж. Экономическая трансформация Казахстана за три десятилетия независимости // Вестник КазНУ. Серия Экономическая. – 2021. – № 2(136). – С. 3–14. URL: <https://doi.org/10.26577/be.2021.v136.i2.01>.
- 5 Mussayeva G., Vishnevskaya N. Labor Market of the Republic of Kazakhstan: Transformation Stages and Current State // Proceedings of the IX International Scientific and Practical Conference «Current Problems of Social and Labour Relations» (ISPC-CPSLR 2021). Advances in Social Science, Education and Humanities Research. 2021, vol. 646, pp. 293–299.
- 6 Данков А. Посткризисный Казахстан: трансформация экономики и общества / Российский совет по международным делам. 20.01.2022. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/postkrizisnyu-kazahstan-transformatsiya-ekonomiki-i-obshchestva/> (дата обращения: 21.12.2022)
- 7 Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT104924> (дата обращения: 09.08.2024)
- 8 GINI coefficient (income distribution) / European Health information Gateway. URL: https://gateway.euro.who.int/en/indicators/hfa_617-0280-gini-coefficient-income-distribution/#id=27335 (accessed: 29.07.2024)
- 9 Экономическое неравенство населения в Казахстане. URL: https://halykfinance.kz/download/files/analytics/Halyk_Finance__Otchet_po_neravenstvu.pdf?ysclid=m055g7gvun132263931 (дата обращения: 25.07.2024)
- 10 World bank report 2021. At your service? Developing economies bet on service industries for growth (worldbank.org) URL: <http://https://blogs.worldbank.org/en/voices/your-service-developing-economies-bet-service-industries-growth> (accessed: 25.07.2024)

ЕРАЛИНА Э.М.,*¹

PhD, постдокторант.

*e-mail: e.eralina@turan-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2238-7782

ИЗГУТТИЕВА К.Е.,¹

М.Э.Н., сениор-лектор.

e-mail: k.y.izguttiyeva@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-3182-2096

¹Университет «Туран»,

г. Алматы, Казахстан

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКОГО РЫНКА ТРУДА В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Аннотация

Рынок труда, как и любой другой рынок, подвержен влиянию экономической ситуации, складывающейся в стране. При этом его состояние и характеризующие его показатели выступают не только яркими индикаторами общего социально-экономического положения общества, но и сигнализируют о возникновении, углублении и росте различных проблем, связанных с ростом социальной напряженности. В данной работе обобщены различные подходы к определению и характеристике рынка труда, дан комплексный анализ тенденций, масштабов и динамики факторов, влияющих на современное состояние рынка труда, его особенностей в распределении занятости среди населения и направлений трансформации. Изученные аспекты и факторы существенно трансформируют традиционные отношения на рынке труда. Изменения, происходящие в этой сфере, затрагивают как условия труда, так и сам процесс трудовой деятельности. Это приводит к исчезновению некоторых профессий и появлению новых, что, с одной стороны, может вызвать колебания уровня безработицы, а с другой – повысить требования к квалификации потенциальных работников. Сложившаяся ситуация требует принятия срочных мер по организации скоординированной деятельности различных экономических агентов, направленной на мониторинг и регулирование отношений на рынке труда.

Ключевые слова: рынок труда, демографическая ситуация, цифровизация, самозанятые, социальное неравенство, безработица, меры поддержки.

ЕРАЛИНА Э.М.*¹

PhD, постдокторант.

*e-mail: e.eralina@turan-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2238-7782

ИЗГУТТИЕВА К.Е.¹

Э.Ф.М., сениор-лектор.

e-mail: k.y.izguttiyeva@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-3182-2096

¹«Туран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚҰРАЛУЛАР ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЕҢБЕК НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Андатпа

Еңбек нарығына, кез келген басқа нарық сияқты, елде қалыптасып жатқан экономикалық жағдай әсер етеді. Сонымен бірге оның жай-күйі мен оны сипаттайтын көрсеткіштер қоғамның жалпы әлеуметтік-экономикалық жағдайының айқын көрсеткіші болып қана қоймай, әлеуметтік шиеленістің күшеюіне байланысты әртүрлі мәселелердің туындауын, тереңдеуін және өсуін көрсетеді. Бұл жұмыс еңбек нарығын анықтау мен сипаттаудың әртүрлі тәсілдерін жинақтайды, еңбек нарығының ағымдағы жағдайына әсер ететін факторлардың тенденцияларына, ауқымдарына және динамикасына, оның халық арасында жұмыспен қамтуды бөлудегі ерекшеліктеріне және трансформация бағыттарына жан-жақты талдау жасайды. Зерттелетін аспектілер мен факторлар еңбек нарығындағы дәстүрлі қатынастарды айтарлықтай өзгертеді. Бұл салада болып жатқан өзгерістер еңбек жағдайына да, жұмыс процесінің өзіне де әсер етеді. Бұл кейбір мамандықтардың жойылып, жаңаларының пайда болуына алып келеді, бұл бір жағынан жұмыссыздық деңгейінің ауытқуын тудырса, екінші жағынан әлеуетті жұмыскерлердің біліктілігіне қойылатын талаптарды арттырады. Қазіргі жағдай еңбек нарығындағы қатынастарды бақылауға және реттеуге бағытталған әртүрлі экономикалық агенттердің үйлестірілген қызметін ұйымдастыру бойынша шұғыл шаралар қабылдауды талап етеді.

Тірек сөздер: еңбек нарығы, демографиялық жағдай, цифрландыру, өзін-өзі жұмыспен қамтығандар, әлеуметтік теңсіздік, жұмыссыздық, қолдау шаралары.

Article submission date: 05.10.2024

МРНТИ 06.71.07
УДК 332.122.62
JEL Q1, Q18

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-22-34>

БЕЙСЕКОВА П.Д.,*¹

м.э.н., ст. преподаватель.

*e-mail: beisekova_76@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2578-7797

КАЛИЕВА Е.В.,²

к.э.н., ассоциированный профессор.

e-mail: chermosh@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0003-1787-6108

КИРБЕТОВА Ж.С.,²

м.э.н., ст. преподаватель.

e-mail: janar_1973.05.19k@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5096-6925

БЕДЕЛБЕКОВА Т.Н.,³

м.э.н., ст. преподаватель.

e-mail: tolkinai1978@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-0398-6234

¹Esil University,

г. Астана, Казахстан

²Алматинский технологический университет,

г. Алматы, Казахстан

³Каспийский общественный университет,

г. Алматы, Казахстан

ПЕРСПЕКТИВНАЯ ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЗЕРНОВОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА

Аннотация

В исследовательской статье рассмотрена оценка экспортного потенциала зерновой отрасли Казахстана. Основное внимание уделено растениеводству, которое является основным направлением сельскохозяйственного производства. Указана доля в валовом выпуске продукции сельского, лесного и рыбного хозяйства – 61%, в том числе 25% от общего показателя пришлось на выращивание зерновых культур. За последнее десятилетие данная величина для зерна варьируется в пределах 20–30%. Выделена значимость зернового хозяйства как отрасли агропромышленного комплекса страны, сопоставимой с долей в выпуске продукции всего животноводства. Его развитие имеет решающие социально-экономические последствия для страны в целом. Выявлены основные факторы экспорта зерна сельскохозяйственной отрасли. Конечно, экспорт из Казахстана не имеет решающего значения для внешнеторгового сектора, однако является важным фактором развития сельских территорий. В настоящее время порядка трети выращиваемого зерна отправляется на мировой рынок, что позволяет Казахстану играть значимую роль в международной торговле и обеспечении глобальной продовольственной безопасности, гарантируя собственный статус нетто-экспортера продуктов питания и прямо влияя на конкурентоспособность и эффективность отрасли. Проведен ретроспективный анализ производства и использования зерна в Казахстане, в том числе в разрезе отдельных зерновых культур. Выявлены тенденции экспорта зерна из Казахстана в разрезе крупнейших стран, потребляющих казахстанское зерно. Представлены результаты перспективных рынков и маршруты сбыта зерна из Казахстана.

Ключевые слова: сельское хозяйство, перспективы развития, динамика, внешняя торговля, зерновое хозяйство, ретроспективный анализ, структура.

Введение

Для Казахстана развитие экспортного потенциала муки является значимым стратегическим направлением с учетом особенностей экспорта. Усиление международных отношений Респуб-

лики Казахстан в сфере торговли в основном зависит от различных факторов, включая спектр экономических и политических вопросов. Одним из главных стратегических направлений остается развитие экспорта конкурентоспособной продукции.

Теория международной торговли помогает странам экспортировать и импортировать товары и услуги. В частности, в торговле существует два вида прибыли: максимальное обогащение за счет экспорта и максимальное удовлетворение за счет импорта товаров и услуг [1].

Около 80% посевной площади сельскохозяйственных культур занимают зерновые. В трех зерносеющих регионах Казахстана (Акмолинская, Костанайская, Северо-Казахстанская области) производится 70–80% всего продовольственного зерна республики. Конечно, экспорт зерновых из Казахстана не имеет решающего значения для внешнеторгового сектора, однако является важным фактором развития сельскохозяйственной отрасли, а значит, и сельских территорий. И если доля зерна в структуре отечественного экспорта составляет 2–3%, это не должно вводить в заблуждение о его малозначимости.

Обратим внимание на то, что производство зерна и масличных культур – это самая рентабельная часть агропромышленного комплекса страны, формирующего порядка 5% ВВП страны. При среднем уровне рентабельности отрасли в республике на 2022 г. в 44,9% производство зерновых и зернобобовых культур достигло уровня 62,2%. По всему сельскому хозяйству уровень экономической эффективности выше только для масличных, хотя сопоставим с зерновыми (68,9%). Производство зерна укрепляет финансовое положение хозяйств, поскольку, как правило, зернопроизводство является не единственным направлением деятельности, а также положительно влияет на экономические показатели агропромышленного комплекса республики в целом.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Ретроспективный анализ производства и использования зерна в Казахстане, в том числе в разрезе отдельных зерновых культур.

2. Экспорт зерна из Казахстана в разрезе крупнейших стран-покупателей на текущий момент и в ретроспективном разрезе с целью выявления тенденций в потреблении отечественного зерна.

3. Перспективные рынки и маршруты сбыта зерна из Казахстана.

Таким образом, статистический анализ экспортного потенциала зернового направления Казахстана позволяет получить объективное представление о развитии наиболее важной отрасли сельского хозяйства как с точки зрения агропромышленного комплекса в целом и его роли в продовольственной безопасности страны, так и его значимости с точки зрения получения валютной выручки.

Материалы и методы

В работе применялись статистические данные из сборников разных лет издания, представленных в электронной библиотеке Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан¹:

- ♦ балансы ресурсов и использования важнейших видов сырья, продукции производственно-технического назначения и потребительских товаров по Республике Казахстан (данные доступны в период с 2004 по 2021 гг.);

- ♦ сельское, лесное и рыбное хозяйство в Республике Казахстан (данные доступны в период с 1991 по 2023 гг.).

Указанные выше сборники содержат всестороннюю информацию, необходимую для решения первого пункта нашего исследования касательно зерновых ресурсов.

Вторая и третья задачи исследования решаются с применением информации интернет-ресурса TradeMap², где за последние 20 лет (с 2003 по 2023 гг.) доступны данные по торговле всех стран мира по всей номенклатуре, среди которой для нас представляет наибольший интерес код ВЭД 10 (злаки). Здесь стоит сделать замечание, что не все государства публиковали

¹ Статистические сборники // Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/ru/publication/collections/?year=&name=&period=> (Дата обращения: 18.05.2024 г.).

² Trademap – Торговая статистика // ITC. URL: <https://www.trademap.org> (Дата обращения: 18.05.2024 г.).

отчетность о внешней торговле за указанный период, поэтому для некоторых стран временные ряды представлены не в полном объеме. Подробнее это уточняется перед соответствующими таблицами.

Работа с материалами представленных выше источников велась с применением таких общелогических методов, как наблюдение, анализ, синтез, абстрагирование, описательный, ретроспективный, анализ временных рядов. Визуализация результатов исследования обеспечивается применением табличного и графического методов.

Производство зерна и масличных культур – это самая рентабельная часть казахстанского сельского хозяйства, формирующего порядка 5% ВВП страны, – описано. Вопросы устойчивого развития зернового хозяйства страны являются предметом постоянного исследовательского интереса и множества научных публикаций отечественных и зарубежных авторов [2–3]. Авторы концентрируют внимание на важности зернового хозяйства для общегосударственного развития и актуальности повышения конкурентоспособности национальной экономики в глобальном масштабе [4–6].

Роль агропромышленного комплекса в обеспечении продовольственной безопасности описана в работах [7–8]. Однако отсутствие временных рядов балансов производства и потребления в данном случае не позволяет с высокой степенью точности отразить достигнутые показатели продовольственного обеспечения. Здесь расширяется область исследования анализом временных рядов по балансам зерновых культур.

Автор отмечает [9], что удаленность Казахстана от морских путей (за исключением акватории Каспийского моря) существенно ограничивает возможности для экспорта казахстанской сельскохозяйственной продукции рынками Средней Азии, прикаспийскими государствами и Китаем. Однако более подробно емкость зернового экспорта в соседние страны оценена в соответствующем разделе исследования.

Результаты и обсуждение

Ретроспективный анализ производства и использования зерна в Казахстане.

Зерновой комплекс является базовым направлением сельского хозяйства Казахстана на протяжении последних десятилетий, о чем свидетельствуют данные таблицы 1.

Таблица 1 – Посевные площади, сбор и урожайность зерновых культур в Казахстане в 1992–2023 гг.

Год	Посевные площади (всего), млн га	в т.ч. зерновые культуры	Сбор зерновых, млн т	Урожайность зерновых, ц/га
1992	34,9	22,8	12,0	5,3
1993	34,8	22,6	29,8	13,2
1994	28,7	18,9	9,5	5,0
2000	16,2	12,4	11,6	9,4
2005	18,4	14,8	13,8	10,0
2010	21,4	16,6	12,2	8,0
2015	21,0	15,0	18,7	12,7
2021	22,6	15,9	20,1	12,8
2022	22,9	16,1	16,4	10,4
2023	23,2	16,1	22,0	13,8
2023 к 1992, %	66	71	183	260
2023 к 1993, %	67	71	74	105
2023 к 2010, %	108	97	180	173

Примечание: Составлено авторами по данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан.

Как видно из таблицы 1, посевные площади в Казахстане с 1992 по 2023 гг. сократились примерно на треть, зерновых культур – на 29%. В большей степени снизились посеы кормовых культур, зерновые же при этом претерпели меньшее сокращение засеваемых площадей.

Обрабатываемые земли достигали своего минимума в 1999 г. (15,3 млн га, из которых на зерновые приходилось 11,4 млн га). С тех пор наблюдается медленное восстановление общих показателей. Опережающий рост показывают масличные культуры, овощи и бахчевые, где посевной клин в разы превышает значения 1992 г. Сократились площади под сахарной свеклой, картофелем, кормовыми культурами. Посевы зерновых же практически неизменны с 2010 г., и сбор зерна в основном определяется изменением его урожайности год от года.

Сбор зерновых культур в Казахстане достигал максимума в 1992 г. (29,8 млн т). Схожие по валовому показателю значения наблюдались и в рекордном по урожайности 2011 г. (16,9 ц/га), когда было собрано 27 млн т зерна. В последние годы величина урожая в республике составляет примерно 20 млн т при урожайности 11–13 ц/га. Хотя до 2013 г. наблюдался значительный разброс урожайности год от года (от 5 ц/га в 1995 г. до 16,9 ц/га в 2011 г.). С 2013 г. показатель сбора зерна с гектара стабилизировался, что объясняется преимущественно более устойчивыми погодными условиями в последние годы. Климатические аномалии отклонения в сторону уменьшения количества осадков от среднегодового уровня масштаба 1991, 1995 или 2010 гг. не наблюдались уже много лет, что положительно влияет на урожайность зерна. Также последним годом со среднегодовыми значениями температур по территории Казахстана был 2010 г. Однако вероятность повторения подобных явлений сохраняется, несмотря на многолетний тренд смягчения климата.

Таблица 1 хорошо иллюстрирует подтверждение тезисов авторов, высказывающихся в тему значительного отставания материально-технического обеспечения зернового хозяйства Казахстана от современного уровня. Недостаток техники и использование устаревшей агротехники приводят к высокой зависимости урожайности от динамики погодных условий. Низкая эффективность сельского хозяйства приводит к тому, что в целом урожайность зерна в Казахстане сейчас находится на уровне 30-летней давности, сбор – ниже показателей 1993 г.

Структура производства зерна в Казахстане на протяжении многих лет сохраняется неизменной: ключевыми культурами являются пшеница и ячмень, на которые ежегодно приходится около 90% сбора зерновых культур (таблица 2). Также в последние годы собирается все больше кукурузы – на нее в 2023 г. пришлось 5%.

Таблица 2 – Структура сбора зерновых культур в Казахстане в 2023 г.

Культура	Тыс. т	%
ВСЕГО	17097	100
Пшеница	12111	70,8
Ячмень	2610	15,3
Кукуруза	1190	7,0
ИТОГО	15911	93,1

Примечание: Составлено авторами по данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК.

В 2023 г. на пшеницу, ячмень и кукурузу пришлось почти 93% урожая зерна в республике (таблица 2). Анализ производства и экспорта необходимо строить на основании статистики только по трем указанным выше культурам, поскольку остальные зерновые имеют слишком малый вес в растениеводстве страны. Рассмотренные далее балансы производства и потребления зерновых доступны за период 2004–2021 гг.

Рисунок 1 демонстрирует постепенное увеличение экспортной составляющей в структуре производства пшеницы в Казахстане. Если в начале периода в 2004–2005 гг. доля экспорта составляла примерно 20–30%, в 2012 г. достигла пика в 75%. В последние годы она сохраняется

в пределах 40–50%, что делает экспортное направление ключевым фактором развития производства пшеницы в Казахстане, поскольку внутреннее потребление стабильно и даже с 2019 г. имеет тенденцию к сокращению.

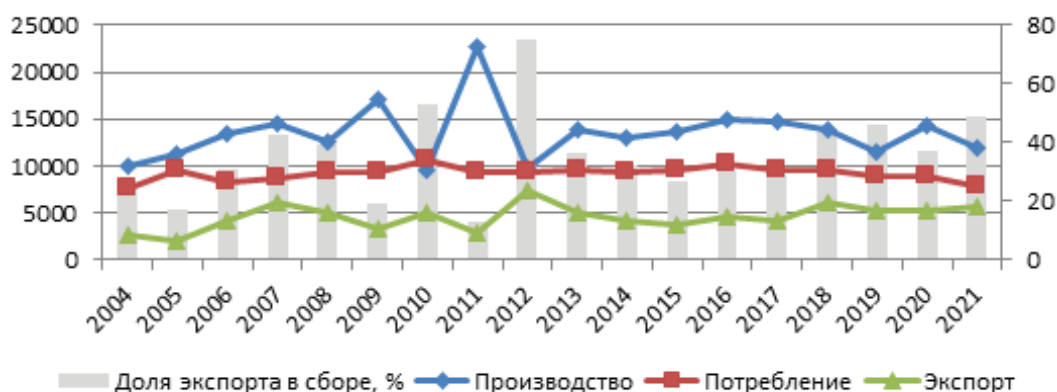


Рисунок 1 – Производство, внутреннее потребление и экспорт пшеницы в Казахстане в 2004–2021 гг., тыс. т. Доля экспорта пшеницы в ее производстве, %.

Примечание: Составлено авторами по данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК.

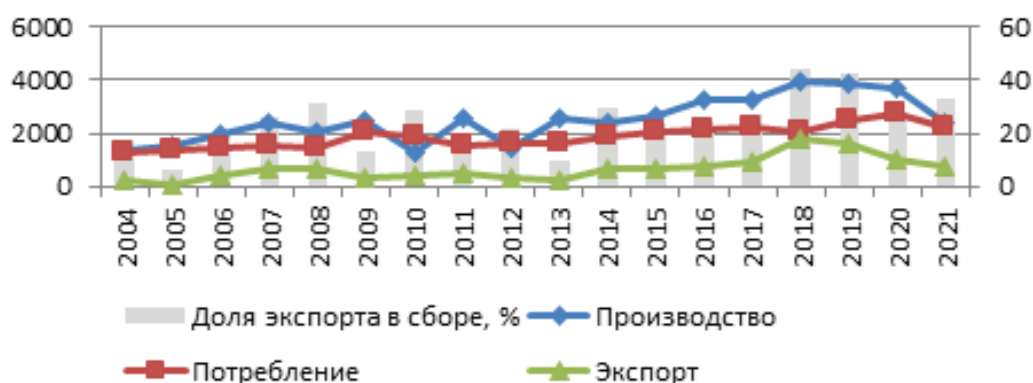


Рисунок 2 – Производство, внутреннее потребление и экспорт ячменя в Казахстане в 2004–2021 гг., тыс. т. Доля экспорта ячменя в его производстве, %

Примечание: Составлено авторами по данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК.

Производство ячменя демонстрирует меньшую зависимость от экспорта – в пределах 30% от сбора. К тому же мы видим повышение внутренней потребности в ячмене, что даже снижает экспортную ориентированность производства. Однако неурожайные 2020–2021 гг. по ячменю привели к сокращению продаж на внешние рынки, что, очевидно, снижает статус Казахстана как стабильного поставщика.

Экспорт зерна из Казахстана в разрезе крупнейших стран-покупателей на текущий момент и в ретроспективном разрезе с целью выявления тенденций в потреблении зерна

Основа экспорта в Казахстане – это нефть и нефтепродукты. Далее по значимости следуют черные металлы, руды, медь и продукты неорганической химии. Однако две последние позиции сопоставимы по процентному весу с зерновыми культурами.

Таблица 3 – Структура экспорта Казахстана за 2003–2023 гг., млрд долл.

Наименование	2003 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2020 г.	2022 г.	2022 г. к 2003 г., %
Все продукты	12,9	27,8	57,2	46,0	46,9	84,4	653
Топливо, нефть	7,9	19,5	41,0	31,1	27,3	51,8	655
%	61,2	70,1	71,7	67,7	58,2	61,4	
Черные металлы	1,5	2,2	3,7	2,5	3,2	5,6	364
%	11,8	8,1	6,4	5,4	6,8	6,6	
Руды, шлак и зола	0,4	0,9	2,2	1,1	3,1	4,2	1211
%	2,7	3,3	3,8	2,4	6,7	5,0	
Медь	0,7	1,5	2,2	2,0	2,8	3,8	515
%	5,7	5,4	3,8	4,4	5,9	4,5	
Химические продукты	0,4	0,8	2,6	3,1	2,3	3,6	882
%	3,1	3,0	4,6	6,8	5,0	4,2	
Злаки	0,6	0,2	1,0	0,8	1,4	2,2	394
%	4,4	0,9	1,7	1,8	2,9	2,6	

Примечание: Составлено авторами по данным TradeMap.

Динамика вывоза зерновых культур по сравнению с 2003 г. ниже средней по всем товарам (394% в 2023 г. к уровню 2003 г.), среди которых лучшая динамика у товаров по коду 26 (руды).

Доля экспорта зерна (сумма по коду ВЭД 10) в общем объеме казахстанской внешней торговли составляет, судя по данным таблицы 3, около 2–3% в последние годы. В 2003 г. показатель исчислялся 4,4%, однако снизился к 2005 г. до 0,9%. Неустойчивость экспорта объясняется достаточно нестабильной урожайностью зерновых культур вследствие значительного влияния изменчивых погодных условий.

По рисунку 3 основная часть тоннажа экспортируемых зерновых культур приходится, очевидно, на пшеницу. Уточним это предположение на рисунке 4.

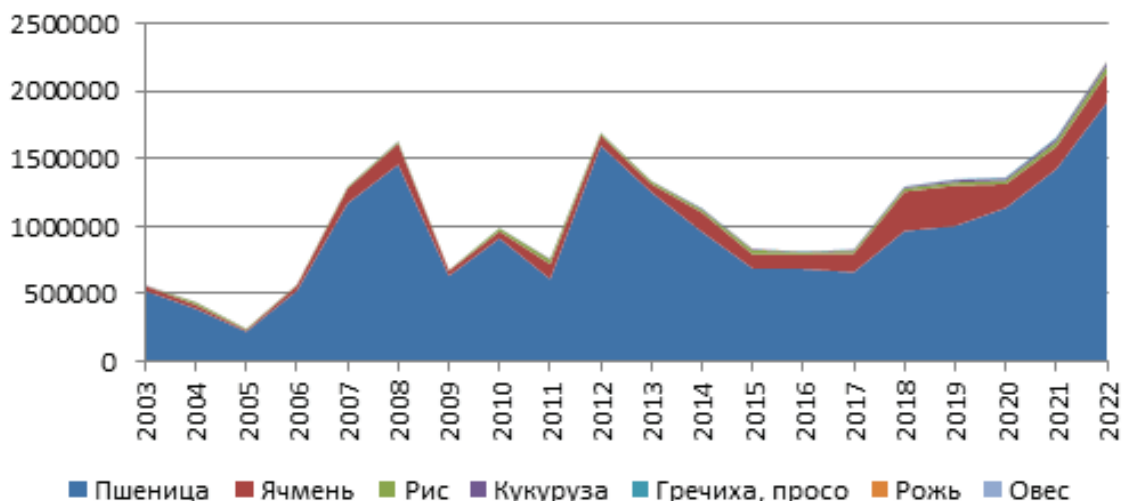


Рисунок 3 – Экспорт зерновых культур из Казахстана за 2003–2022 гг., тыс. долл.

Примечание: Составлено авторами по данным TradeMap.

Действительно, последние 20 лет Казахстан отправлял на мировой рынок преимущественно пшеницу – на нее в 2023 г. пришлось 86% зернового экспорта республики. Доля ячменя составила около 10%, а заметную роль в формировании зерновых поставок, судя по рисунку 4,

ячмень начал играть после 2014 г., когда его доля стала стабильно превышать 5%. Отметим, что в 2018–2019 гг. удельный вес ячменя составлял 22%.

Несмотря на некоторый рост поставок ячменя в последние годы, в целом все-таки пшеница является основной экспортно ориентированной культурой, которая формирует международный имидж Казахстана как поставщика продовольствия. На долю риса, кукурузы, гречихи, проса, ржи и овса остается порядка 4–5% экспорта.

Представляет интерес географический охват экспорта зерна, причем ретроспективный анализ этого процесса позволит нам установить основные тенденции перенаправления товарных потоков и сделать предположения о его потенциальном направлении и объеме в будущем (таблица 4).

Таблица 4 – Структура экспорта зерна из Казахстана по странам-покупателям за 2003–2023 гг., млрд долл.

№	Импортеры	2003 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2023 г., %
	ВСЕГО	565	241	988	833	1363	1660	2226	2184	100
1	Узбекистан	0,9	8,9	39,5	232	626	662	861	838	38,4
2	Китай	0,0	0,0	8,3	30,2	95,6	42,7	71,2	335	15,3
3	Таджикистан	10,3	23,9	80,3	190	252	261	344	292	13,4
4	Туркменистан	1,3	0,0	12,2	1,7	12,2	70,8	130	177,3	8,1
5	Италия	26,2	13,2	9,7	23,5	34,6	69,8	85,1	147,0	6,7
6	Афганистан	1,3	8,3	13,6	26,2	119	133	200	113,0	5,2
7	Иран	12,9	8,2	110	138	122	268	310	63,1	2,9
8	Турция	17,9	13,1	158	13,0	3,2	19,4	32,9	55,1	2,5
9	Азербайджан	66,4	17,3	242	19,5	6,4	29,1	99,5	35,9	1,6
10	Тунис	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	3,6	0,0	23,5	1,1
	топ-10, %	24,3	38,5	68,2	81,0	93,3	93,9	95,8	95,2	95,2

Примечание: Составлено авторами по данным TradeMap.

Заметно, что за последние десятилетия произошли существенные изменения в структуре зерновой торговли страны. И ключевые покупатели казахстанского зерна на мировом рынке 20 лет назад были совсем иными.

В 2003 г. основные поставки осуществлялись на Украину (35,6%), в Азербайджан (11,7%), Иорданию (6,2%).

В 2008 г. ключевыми рынками сбыта казахстанской пшеницы были уже Египет (15%), Турция (12,2%) и Тунис (11,3%). В 2010 г. топ-3 составили Азербайджан (24,5%), Турция (16%) и Иран (11,1%).

Примерно с 2015 г. структура экспорта в основном приобрела современный вид с лидерством трех стран: Узбекистана, Таджикистана и Ирана. И к настоящему времени экспорт в основном направляется в близлежащие государства Средней Азии и Иран. Хотя в 2023 г. Иран сместился на седьмое место, а второе место в продажах занимает Китай.

В рамках второго раздела мы установили, что доля зерновых культур в общей структуре казахского экспорта невелика – порядка 2–3% ежегодно, и подавляющую долю в их структуре занимает пшеница.

Перспективные рынки и маршруты сбыта зерна из Казахстана

Судя по таблице 4, в 2023 г. лидером закупок стал (и является с 2015 г.) Узбекистан – самая густонаселенная республика Средней Азии с высоким естественным приростом и нарастающими продовольственной и водной проблемами, что приводит к необходимости импорта продовольствия.

Второе место занял Китай с практически неограниченным рынком сбыта с точки зрения возможностей Казахстана по экспорту.

На третьем месте находится Таджикистан с высоким уровнем прироста населения, располагающийся в основном в гористой, неудобной для ведения сельского хозяйства местности и также нуждающийся вследствие этого в импорте продовольствия.

Иран находится в сходных условиях быстрого роста численности населения и нехватки возможностей для соответствующего наращивания производства продукции сельского хозяйства. Также отметим, что подобные обстоятельства характерны для всех государств Средней, Южной и Юго-Западной Азии, включая Ближний Восток, что делает эти рынки перспективными для сбыта казахстанского зерна. Однако существенным ограничением возможностей в торговле является отсутствие доступа Казахстана к морским маршрутам, за исключением Каспийского моря, где открываются возможности для прямой торговли лишь с Азербайджаном и Ираном.

Исходя из этого, наиболее целесообразно с точки зрения стабильности поставок развивать торговые маршруты в сопредельные государства, так как они являются одновременно наиболее перспективными и быстрорастущими рынками сбыта казахстанского зерна. А для развития сельского хозяйства определенность в перспективах на несколько лет является залогом успешного ведения деятельности в силу инертности процессов в растениеводстве и невозможности в течение даже полугода-года перестроиться под конъюнктуру внешнего рынка – напротив, необходимо планирование хотя бы на несколько лет вперед. Для оценки перспектив целесообразно оценить динамику емкости рынка зерна указанных государств и доли Казахстана в поставках.

Ретроспективный анализ динамики доли Казахстана в импорте зерновых культур сопредельными государствами. Данные для Таджикистана, Узбекистана и Афганистана публиковались за неполный период.

Таблица 5 – Импорт зерна и доля Казахстана в этом импорте по некоторым странам за 2003–2023 гг., млрд долл.

Страна	Показатель	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.
Азербайджан	импорт, млн \$	116	193	128	316	343	361	389	516
	доля Казахстана, %	75,6	44,0	11,6	81,2	6,5	1,6	4,9	19,4
Афганистан	импорт, млн \$	25,1	58,5
	доля Казахстана, %	0,7	0,7
Иран	импорт, млн \$	878	807	960	2258	3449	4840	7624	8487
	доля Казахстана, %	1,9	0,4	0,9	2,3	1,3	0,3	0,9	1,4
Киргизия	импорт, млн \$	9,7	11,8	19,1	75,3	71,3	40,3	64,7	95,4
	доля Казахстана, %	80,5	77,4	77,6	87,6	90,9	38,7	43,7	7,6
Китай	импорт, млн \$...	2217	1394	1501	9350	9317	19955	19450
	доля Казахстана, %	...	0,0	0,0	0,6	0,3	0,8	0,4	0,3
Россия	импорт, млн \$	211	461	246	217	321	329	269	...
	доля Казахстана, %	35,0	51,8	30,9	0,0	21,4	22,1	22,4	...
Таджикистан	импорт, млн \$	267	263	291	367
	доля Казахстана, %	93,9	92,8	95,0	98,3
Туркмения	импорт, млн \$...	0,2	0,2	23,4	28,2	18,0	75,0	131
	доля Казахстана, %	...	50,3	1,3	52,2	6,1	68,1	94,4	99,2
Узбекистан	импорт, млн \$	592	662	835
	доля Казахстана, %	96,6	97,9	95,7

Примечание: Составлено авторами по данным TradeMap.

Таблица 5 является ключевой в исследовании, поскольку подробно отражает долю и динамику зернового рынка сопредельных с Казахстаном государств, которые в большинстве своем являются нетто-импортерами продовольствия с тенденцией к росту потребления.

Азербайджан увеличил ввоз зерна с 2004 по 2023 гг. с 116 до 516 млн долл. При этом доля Казахстана в структуре азербайджанского импорта сократилась с 75,6% до 19,4% и в 2021 г. вовсе упала до незначительных 1,6%.

Однако для развития маршрута в Азербайджан необходимо развитие портовых мощностей и стимуляция морских перевозок зерна по Каспийскому морю. Общая мощность портовых зер-

новых терминалов Казахстана составляет около 2 млн т зерновых, что соответствует примерно 600 млн долл. экспорта при стоимости пшеницы в 300 долл./т. Другими словами, пропускная способность казахстанских портов по зерну в целом почти соответствует емкости азербайджанского рынка. А ведь есть еще экспорт в Иран. Поэтому потенциал экспорта в данном случае значительно ограничен.

Иран – наиболее перспективный покупатель отечественного зерна. Ежегодные закупки вчетверо превышают текущий экспорт зерновых из Казахстана.

На зерновом рынке Китая, который к 2023 г. достиг почти 20 млрд долл., Казахстан практически не представлен (0,3%). Ни в один год поставки, начавшиеся в 2009 г., не превышали 100 млн долл. Традиционными же поставщиками являются США, Австралия, Украина, Аргентина и Канада.

До 2019 г. Казахстан занимал практически монопольное положение на зерновом рынке Киргизии. Остальные страны практически не ввозят зерно в Киргизию, киргизский рынок зерна стабилен и достаточно мал – порядка 100 млн долл. И не играет особой роли в повышении экспортного потенциала зернового производства даже при 100% занятии рынка.

Таджикский импорт зерна за последнее десятилетие практически на 100% состоит из отечественных поставок. Конкуренция сторонних производителей отсутствует, и экспорт зерна из Казахстана ограничен лишь финансовыми возможностями и потребностью в зерне таджикской стороны.

Узбекистан – третий по объему зерновой рынок в окружении Казахстана после Китая и Ирана. Закупки узбекской стороной зерна на мировом рынке постоянно растут: с 192 млн долл. в 2017 г. до 835 млн долл. в 2022 г. Причем 95% – это отечественное зерно. Таким образом, это направление является наиболее динамичным и одновременно емким из всех сопредельных с Казахстаном государств. И здесь виден огромный потенциал развития, ориентировочно вдвое превышающий текущие экспортные возможности Казахстана.

Исходя из представленных данных, можно сделать прогноз развития отечественного зернового экспорта до 2030 г. При составлении таблицы расчет внутреннего производства в республике будет успевать за повышением экспортных возможностей за счет интенсификации сельского хозяйства в стране.

Таблица 6 – Прогноз экспорта зерна и продуктов мукомольно-крупяной промышленности за 2022–2023 гг. и прогноз до 2030 г., млрд долл.

№	Импортёры	2022 г.	2023 г.	2030 г.
	ВСЕГО	2226	2184	5520
1	Узбекистан	861	838	1600
	Узбекистан, мука	147	177	300
2	Китай	71	335	1200
3	Афганистан	200	113	200
	Афганистан, мука	554	368	600
4	Таджикистан	344	292	500
5	Иран	310	63	400
6	Туркменистан	130	177	300
7	Азербайджан	100	36	200
8	Италия	85	147	150
9	Турция	33	55	50
10	Тунис	0	23	20
Примечание: Составлено авторами по материалам исследования.				

Можно прогнозировать, что к 2030 г. на первом месте по закупкам казахстанского зерна и муки будет Узбекистан – устойчивый рост численности населения, сокращение возможностей собственного производства (в том числе в силу ограничения водных ресурсов Амударьи за счет повышения водозабора Афганистаном) будут усиливать дефицит зерна в стране. Нарас-

тающая тенденция увеличения импорта дает прогнозную цифру до 1,6 млрд долл. зерна и до 300 млн долл. муки из Казахстана ежегодно. Исходя из подавляющей доли Казахстана на рынке зерна Узбекистана эта ситуация продлится и в ближайшее десятилетие.

На рынке Китая ожидается практически полное замещение импорта казахстанским зерном. Это связано с рядом политических и экономических факторов. В дальнейшем ожидается увеличение продаж.

Поставки в Афганистан нестабильны, что вызвано как конкуренцией со стороны других стран, так и отсутствием прямых маршрутов (только транзит через две страны), а также стремлением к закупкам муки в силу низких возможностей переработки внутри страны. Поэтому импорт Афганистаном зерна вряд ли вырастет в ближайшей перспективе, однако ввоз муки, очевидно, будет сохраняться на максимальных показателях последних лет.

Среднегодовые тенденции импорта Таджикистаном казахстанского зерна, рост численности населения, усиление водной проблемы (из-за Афганистана) – все эти факторы повлияют на рост потребности во ввозе. И ориентировочная сумма поставок к 2030 г. достигнет 500 млн долл.

Туркмения, так же как и Узбекистан и Таджикистан, сталкивается с аналогичными проблемами роста численности жителей и ограничения водных ресурсов, поэтому повышается потребность в импортном зерне минимум до 300 млн долл. Казахстан занимает здесь монопольное положение по поставкам, поэтому расширение туркменского рынка целиком в его распоряжении.

Проведенный анализ состояния и тенденций развития отечественного зернового производства позволил сделать системные выводы относительно методологии прогноза экспорта зерна. В республике имеются большие запасы ресурсов для увеличения производства зерновых как по интенсивным, так и по экстенсивным моделям. Спрос на продукцию зернового подкомплекса до 2030 г. будет только увеличиваться. Все это обусловлено прежде всего высокой значимостью продукции зернового хозяйства в системе продовольственного обеспечения населения нашей страны, а также кормового обеспечения животноводческого комплекса. Кроме того, стоит отметить и растущие возможности перспективных экспортных поставок. Методология расчета прогнозных балансов включает выработку единых подходов к прогнозированию спроса и предложения, оценку состояния и определения приоритетов развития аграрного сектора и реализацию мер государственной политики в области обеспечения продовольственной безопасности.

Заключение

1. В целом ретроспективный анализ показал, что по величине сбора зерновых и площади под ними Казахстан пока еще не восстановил пиковые значения 1992 г. Урожайность находится на одной из самых высоких исторических отметок, однако сам факт того, что она не превышает уровень 30-летней давности, свидетельствует о недостаточно высоком технологическом уровне развития отрасли.

2. Экспорт зерна из Казахстана в разрезе крупнейших стран-покупателей: на текущий момент установлено, что доля зерновых культур в общей структуре казахстанского экспорта невелика – порядка 2–3% ежегодно, и подавляющую долю в их структуре занимает пшеница (86% в 2023 г.).

3. Исследование показало, что перспективными рынками и маршрутами сбыта зерна из Казахстана являются Китай, Иран, Узбекистан и отчасти Азербайджан. Существенным ограничением экспорта в Иран и Азербайджан является отсутствие достаточных мощностей портовых зерновых терминалов. Логистические трудности же здесь отсутствуют ввиду наличия транспортных маршрутов достаточной пропускной способности. В целом экспорт может достичь к 2030 г. показателя в 5,5 млрд долл. И единственными ограничениями в данном случае являются возможности быстрой интенсификации внутреннего производства и расширения пропускной способности сухопутных экспортных маршрутов в сопредельные Китай, Узбекистан, а также портово-логистических возможностей экспорта в Азербайджан и Иран.

ЛИТЕРАТУРА

1 Pokhrel Y. Effect of International Trade on Economic Growth of Nepal // SSRG International Journal of Economics and Management Studies. 2022, vol. 9, no. 9, pp. 1–7. URL: <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V9I9P101>

- 2 Ибыжанова А.Д., Таршилова Л.С. Оценка факторов развития сельского хозяйства Казахстана // Вестник КазЭУ. – 2016. – № 6(113). – С. 142–149.
- 3 Калинина Л.А., Зеленская И.А. Перспективы производства зерна в Республике Казахстан // Финансовая экономика. – 2018. – № 7. – С. 1215–1220.
- 4 Мизанбекова С.К., Калыкова Б.Б., Мизанбеков И.Т. Вопросы устойчивого развития зернопродуктового подкомплекса Казахстана // Проблемы агрорынка. – 2018. – № 2. – С. 139–147.
- 5 Нукешева А.Ж., Айнаканова Б.А., Казкенова А.С. Аграрлық өндірісті әртараптандырудың өзекті мәселелері // Problems of AgriMarket. 2018. No. 4. P. 43–49.
- 6 Мухаммедов А.У., Тасмаганбетов А.Б., Бакирбекова А.М. Қазақстандық бидай өндірісінің экспорттық әлеуетін дамыту // ECONOMIC Series of the Bulletin of the L.N. Gumilyov ENU. 2020. No. 3. P. 37–45.
- 7 Шайханова Н.К., Кайгородцев А.А., Апышева А.А. Обеспечение продовольствием населения Казахстана: приоритеты, механизмы // Проблемы агрорынка. – 2023. – № 4. – С. 27–36.
- 8 Смағұлова Ш.А., Кожамбетова Д.Ш., Жакупова С.Т. Қазақстанның астық нарығы: конъюнктураны талдау, бәсекелестік артықшылықтары // Аграрлық нарық проблемалары. – 2022. – № 3. – С. 98–106.
- 9 Айдынов З.П., Даухарин Ж.Қ., Халиуллин Ж.Ж. Қазақстан Республикасының астық секторындағы өндірістік процестерді модельдеу: жаңа шешімдер // Аграрлық нарық проблемалары. – 2023. – № 4. – С. 102–111.
- 10 Жангирова Р.Н. Инновации в развитии аграрного сектора Казахстана // Проблемы агрорынка. – 2020. – № 1. – С. 27–33.
- 11 Нурсапина К.У., Кенжин Ж.Б. Материально-техническая база зернового производства Республики Казахстан: современное состояние и перспективы // Проблемы агрорынка. – 2021. – № 4. – С. 200–207.
- 12 Тиреуов К., Мизанбекова С., Мизанбеков И. Укрепление экспортного потенциала зернового рынка Казахстана // Аграрная экономика. – 2020. – № 6(301). – С. 65–72.
- 13 Бельгибаева А.С., Ашимова И.Д., Кулиш Н.В. Рынок зерна и продуктов его переработки: актуальные вопросы и пути их решения // Проблемы агрорынка. – 2021. – № 3. – С. 134–143.
- 14 Османов Ж.Д., Керимова У.К., Баева М.Т., Колесниченко Е.А. Приоритеты экспортно ориентированного развития АПК Республики Казахстан // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2020. – Т. 10. – № 4. – С. 137–151.
- 15 Головкин А.Д., Харькова Н.В. Система методов в научных исследованиях // Научный электронный журнал Меридиан. – 2020. – № 4(38). – С. 84–86.
- 16 Дәпәнов И.Е., Жексенбаева А.К. Влияние метеорологических условий на урожайность зерновых в Северном Казахстане // Вестник КазНУ. Серия: географическая. – 2023. – Т. 70. – № 3. – С. 61–71. URL: <https://doi.org/10.26577/JGEM.2023.v70.i3.05>.
- 17 Жексенбаева А.К. Статистические характеристики осадков в Северном Казахстане в вегетационный период // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2016. – № 5. – С. 110–117.

REFERENCES

- 1 Pokhrel Y. (2022) Effect of International Trade on Economic Growth of Nepal // SSRG International Journal of Economics and Management Studies, vol. 9, no. 9, pp. 1–7. URL: <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V9I9P101>. (In English).
- 2 Ibyzhanova A.D., Tarshilova L.S. (2016) Ocenka faktorov razvitija sel'skogo hozjajstva Kazahstana // Vestnik KazJeU. No. 6(113). P. 142–149. (In Russian).
- 3 Kalinina L.A., Zelenskaja I.A. (2018) Perspektivy proizvodstva zerna v Respublike Kazahstan // Finansovaja jekonomika. No. 7. P. 1215–1220. (In Russian).
- 4 Mizanbekova S.K., Kalykova B.B., Mizanbekov I.T. (2018) Voprosy ustojchivogo razvitija zernoproduktovogo podkompleksa Kazahstana // Problemy agrorynka. No. 2. P. 139–147. (In Russian).
- 5 Nukesheva A.Zh., Ajnakanova B.A., Kazkenova A.S. (2018) Agrarlyқ өндірісті әртараптандырудың өзекті мәселелері // Problems of AgriMarket. No. 4. P. 43–49. (In Kazakh).
- 6 Muhammedov A.U., Tasmaganbetov A.B., Bakirbekova A.M. (2020) Қазақстандық бидай өндірісінің жекспорттық әлеуетін дамыту // ECONOMIC Series of the Bulletin of the L.N. Gumilyov ENU. No. 3. P. 37–45. (In Kazakh).
- 7 Shajhanova N.K., Kajgorodcev A.A., Apysheva A.A. (2023) Obespechenie prodovol'stviem naselenija Kazahstana: priorityty, mehanizmy // Problemy agrorynka. No. 4. P. 27–36.
- 8 Smarǵulova Sh.A., Kozhahmetova D.Sh., Zhakupova S.T. (2022) Қазақстанның астық нарығы: конъюнктураны талдау, бәсекелестік артықшылықтары // Аграрлық нарық проблемалары. No. 3. P. 98–106. (In Kazakh).
- 9 Ajdynov Z.P., Dauharin Zh.K., Haliullin Zh.Zh. (2023) Қазақстан Республикасының астық секторындағы өндірістік процестерді модельдеу: жаңа шешімдер // Аграрлық нарық проблемалары. No. 4. P. 102–111. (In Kazakh).

- 10 Zhangirova R.N. (2020) Innovacii v razvitii agrarnogo sektora Kazahstana // Problemy agrorynka. No. 1. P. 27–33. (In Russian).
- 11 Nursapina K.U., Kenzhin Zh.B. (2021) Material'no-tehnicheskaja baza zernovogo proizvodstva Respubliki Kazahstan: sovremennoe sostojanie i perspektivy // Problemy agrorynka. No. 4. P. 200–207. (In Russian).
- 12 Tireuov K., Mizanbekova S., Mizanbekov I. (2020) Ukreplenie jeksportnogo potenciala zernovogo rynka Kazahstana // Agrarnaja jekonomika. No. 6(301). P. 65–72. (In Russian).
- 13 Bel'gibaeva A.S., Ashimova I.D., Kulish N.V. (2021) Rynok zerna i produktov ego pererabotki: aktual'nye voprosy i puti ih reshenija // Problemy agrorynka. No. 3. P. 134–143. (In Russian).
- 14 Osmanov Zh.D., Kerimova U.K., Baetova M.T., Kolesnichenko E.A. (2020) Prioritety jeksportno orientirovannogo razvitija APK Respubliki Kazahstan // Izvestija Jugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Jekonomika. Sociologija. Menedzhment. V. 10. No. 4. P. 137–151. (In Russian).
- 15 Golovko A.D., Har'kova N.V. (2020) Sistema metodov v nauchnyh issledovanijah // Nauchnyj jelektronnyj zhurnal Meridian. No. 4(38). P. 84–86. (In Russian).
- 16 Dapen I.E., Zheksenbaeva A.K. (2023) Vlijanie meteorologicheskikh uslovij na urozhajnost' zernovykh v Severnom Kazahstane // Vestnik KazNU. Serija: geograficheskaja. V. 70. No. 3. P. 61–71. URL: <https://doi.org/10.26577/JGEM.2023.v70.i3.05>. (In Russian).
- 17 Zheksenbaeva A.K. (2016) Statisticheskie harakteristiki osadkov v Severnom Kazahstane v vegetacionnyj period // Nauka, novye tehnologii i innovacii Kyrgyzstana. No. 5. P. 110–117. (In Russian).

БЕЙСЕКОВА П.Д.,*¹

Э.Ф.М., аға оқытушы.

*e-mail: beisekova_76@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2578-7797

КАЛИЕВА Е.В.,²

Э.Ф.К., қауымдастырылған профессор.

e-mail: chermosh@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0003-1787-6108

КИРБЕТОВА Ж.С.,²

Э.Ф.М., аға оқытушы.

e-mail: janar_1973.05.19k@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5096-6925

БЕДЕЛБЕКОВА Т.Н.,³

Э.Ф.М., аға оқытушы.

e-mail: tolkinai1978@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-0398-6234

¹Esil University,

Астана қ., Қазақстан

²Алматы технологиялық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

³Каспий қоғамдық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАННЫҢ АСТЫҚ САЛАСЫНЫҢ ЭКСПОРТТЫҚ ӘЛЕУЕТІН ПЕРСПЕКТИВТІ БАҒАЛАУ

Андатпа

Зерттеу мақаласында Қазақстанның астық саласының экспорттық әлеуетін бағалау қарастырылды. Ауыл шаруашылығы өндірісінің негізгі бағыты болып табылатын өсімдік шаруашылығына баса назар аударылады. Ауыл, орман және балық шаруашылығы өнімдерінің жалпы өнімінің үлесі 61% - құрады, оның ішінде жалпы көрсеткіштің 25% - ы дәнді дақылдарды өсіруге жұмсалды. Соңғы онжылдықта астықтың бұл мөлшері 20-30% аралығында өзгереді. Елдің агроөнеркәсіптік кешенінің маңызды саласы ретінде астық шаруашылығының маңыздылығы барлық мал шаруашылығы өнімдерін шығарудағы үлеспен салыстыруға болады. Оның дамуы жалпы ел үшін шешуші әлеуметтік-экономикалық салдарға алып келеді. Ауыл шаруашылығы саласының астық экспортының негізгі факторлары анықталды, әрине, Қазақстаннан экспорттың сыртқы сауда секторы үшін шешуші маңызы жоқ, алайда, ауылдық аумақтарды дамытудың маңызды факторы болып табылады. Қазіргі уақытта өсірілетін астықтың шамамен үштен бір бөлігі әлемдік нарыққа жіберіледі, бұл Қазақстанға

халықаралық саудада және жаһандық азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуде маңызды рөл атқаруға, азық-түлік өнімдерін нетто-экспорттаушының өзіндік мәртебесін қамтамасыз етуге және саланың бәсекеге қабілеттілігі мен тиімділігіне тікелей әсер етуге мүмкіндік береді. Қазақстанда, оның ішінде жекелеген дәнді дақылдар бөлінісінде астық өндіру мен пайдалануға ретроспективті талдау жүргізілді. Қазақ астығын тұтынудағы ірі елдер бөлінісінде Қазақстаннан астық экспорты тенденциялары анықталды. Перспективалы нарықтардың нәтижелері және Қазақстаннан астық өткізу бағыттары ұсынылды.

Тірек сөздер: ауыл шаруашылығы, даму перспективалары, динамика, сыртқы сауда, астық шаруашылығы, ретроспективті талдау, құрылым.

BEISEKOVA P.D.,*¹

m.e.s., senior lecturer.

*e-mail: beisekova_76@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2578-7797

KALIYEVA E.V.,²

PhD, associate professor.

e-mail: chermosh@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0003-1787-6108

KIRBETOVA J.S.,²

m.e.s., senior lecturer.

e-mail: janar_1973.05.19k@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5096-6925

BEDELBEKOVA T.N.,³

m.e.s., senior lecturer.

e-mail: tolkinai1978@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-0398-6234

¹Esil University,

Astana, Kazakhstan

²Almaty Technological University,

Almaty, Kazakhstan

³Caspian Public University,

Almaty, Kazakhstan

PERSPECTIVE ASSESSMENT OF THE EXPORT POTENTIAL OF THE GRAIN INDUSTRY OF KAZAKHSTAN

Abstract

The research article examines the assessment of the export potential of the grain industry in Kazakhstan. The main attention is paid to crop production, which is the main direction of agricultural production. The share in the gross output of agriculture, forestry and fisheries was 61%, including 25% of the total accounted for the cultivation of grain crops. And over the last decade, this value for grain varies between 20-30%. The importance of grain farming as a significant branch of the agro-industrial complex of the country, comparable with the share in the output of all livestock production, is highlighted. Its development has decisive socio-economic consequences for the country as a whole. The main factors of grain exports in the agricultural sector have been identified, of course, exports from Kazakhstan are not crucial for the foreign trade sector, however, they are an important factor in the development of rural areas. Currently, about a third of the grain grown is sent to the world market, which allows Kazakhstan to play a significant role in international trade and ensuring global food security, ensuring its own status as a net exporter of food products and directly affecting the competitiveness and efficiency of the industry. A retrospective analysis of grain production and use in Kazakhstan, including in the context of individual grain crops, was carried out. The trends of grain exports from Kazakhstan in the context of the largest countries in the consumption of Kazakh grain are revealed. The results of promising markets and grain sales routes from Kazakhstan are presented.

Key words: agriculture, development prospects, dynamics, foreign trade, grain farming, retrospective analysis, structure.

Дата поступления статьи в редакцию: 01.07.2024

MPHTI: 06.52.35
УДК 332.2
JEL O31, F29, Q26

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-35-48>

ГРИДНЕВА Е.Е.,^{1*}

к.э.н., доцент.

*e-mail: elengred@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-3279-2036

КАЛИАКПАРОВА Г.Ш.,¹

PhD, доцент.

e-mail: GK_2003@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-1859-9774

¹Каспийский общественный университет,
г. Алматы, Казахстан

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРА КИНОА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

Киноа – относительно малоизвестное, уникальное травянистое растение, которое может помочь в решении многих экономических проблем, таких как: решение вопросов продовольственной безопасности страны, расширение формата сельскохозяйственного производства, применение киноа в различных отраслях народного хозяйства. При написании статьи были применены аналитический, статистический, монографический, позитивный и нормативный методы исследования. Авторами определена следующая цель: раскрыть важность выращивания киноа в нашей стране, показать преимущества и возможные выгоды от ее развития в различных отраслях, а также как основная идея статьи развитие кластера киноа, которое должно в кратчайшие сроки помочь в достижении ощутимых результатов. Интересны и долгосрочные перспективы. Киноа как зерновая культура весьма легко приживается в сложных агроэкологических условиях. Республика Казахстан помимо благоприятных для сельского хозяйства земель имеет засушливые районы, а также территории с засоленными почвами, соответственно, они подвержены низкому севообороту. Авторами предлагается в регионе Аральского моря с казахстанской стороны разместить кластер по выращиванию и переработке киноа с целью развития региона, выпуска разнообразной и сопутствующей продукции из него. Данное предложение поможет решить организационно-финансовые вопросы внедрения крупных инновационных проектов. Предложенный в статье кластер представляет собой объединение предприятий, которые тесно сотрудничают с научными, финансовыми учреждениями и органами власти. Развитие кластера должно позволить более полно использовать все ресурсы, раскрыть возможности «зеленой» экономики, рационального использования ресурсов, трансферта технологий и обеспечить выпуск конкурентоспособной продукции.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, киноа (квиноа), органическое производство, кластер, безотходное производство, рациональное использование, ресурсы, продовольственная безопасность.

Введение

Все мировое сообщество заинтересовано в решении продовольственных проблем. В Казахстане принято постановление правительства РК «Об утверждении Плана обеспечения продовольственной безопасности Республики Казахстан на 2022–2024 гг.» [1]. Президент страны К.К. Токаев отмечает, что «если страна не будет в полной мере обеспечена продуктами питания собственного производства, никакие меры по сдерживанию инфляции не помогут» [2].

Для расширения ассортимента по опыту большинства стран внедряются и адаптируются нетрадиционные культуры. Так, авторами исследования за основу взята инновационная растительная культура – киноа. По своей природе киноа является родственником свеклы и шпината. Его еще называют рисовой лебедой, перуанским рисом, золотым зерном, рисом инков, квиноа или кинва.

На современном этапе развития общества более 120 стран мира применяют в своем рационе данную растительность, которая имеет большое количество самых разнообразных дос-

тоинств. К этим преимуществам можно отнести питательную ценность, высокое содержание различных витаминов, микроэлементов и аминокислот.

Киноа – это солеустойчивая культура. В высоту оно может достигать до трех метров. Устойчиво как к морозу, так и к солнцу. Зерна киноа могут быть одного из трех цветов – белый (светло-кремовый), красный или черный. Цвет киноа чаще всего зависит от района произрастания.

К примеру, белое киноа содержит больше железа, по сравнению с другими видами киноа имеет среднее содержание белка и жира, оно быстрее разваривается и может потерять форму, хотя время готовки составляет всего 15 минут. Это связано с легкой текстурой белого киноа, т.е. менее плотной оболочкой, обладает тонким вкусом.

Красное киноа содержит больше белка и жира, сохраняет форму после варки. Процесс готовки составляет 20 минут, так как оно имеет более плотную оболочку. Оно хрустящее, и поэтому его чаще применяют при приготовлении салатов.

Черное киноа имеет меньшее содержание жиров и белка, немного больше чем в два раза, и, следовательно, является диетической разновидностью. Варится оно 25 минут, так как у него самая плотная из трех разновидностей киноа оболочка. При этом у него приятный сладковатый привкус.

Киноа широко применяется в пищевой промышленности. Используя шлифованное зерно киноа, можно производить муку, хлебобулочные изделия, печенье, различного вида сладости в виде пирожных и десертов, лапшу, йогурты, супы, коктейли, хлопья, дробленое зерно в виде легких закусок, воздушные зерна, вплоть до растительного масла киноа.

В химической промышленности киноа используется при изготовлении моющих средств, мыла, зубной пасты и шампуней. В сельском хозяйстве его можно применять в виде биологических препаратов для борьбы с вредителями. После сбора урожая киноа отходы возможно применять для заготовки кормов для животных и домашних птиц. Его еще используют в биоэнергетике в виде жидкого и твердого топлива.

Рассматривая научную новизну, авторами дано обоснование необходимости выращивания такой культуры, как киноа, в Казахстане, а также введения его в рацион питания, так как оно является важным питательным продуктом и может быть применено в других производственных отраслях. При грамотно выстроенном индустриальном плане развития киноа в нашей республике можно создать несколько кластеров по его выращиванию и применению как в сельском хозяйстве, пищевой, химической промышленности, так и в дизайне интерьера, здравоохранении и биоэнергетике.

Цель написания статьи – показать возможности и важное значение выращивания и переработки киноа, создания кластера на территории Республики Казахстан. Авторами предложена модель кластера, включающая этапы от выращивания до переработки киноа.

Гипотеза. Модель кластера позволит развивать регион на основе самообеспеченности и разнообразия полезных продуктов питания, частично решая таким образом вопросы продовольственной безопасности, основанные на «зеленой» экономике и рациональном использовании ресурсов.

Развитие кластеров киноа позволит объединить научно-исследовательские центры, промышленные компании, общественные и другие организации с целью эффективной координации в стране и распространения широкой информации о его значимости и необходимости, также дополнительно даст населению страны рабочие места, а производствам – возможность расширить границы своего сотрудничества.

Решение вопросов выращивания киноа, а также создания кластеров по его производству позволит Казахстану обеспечивать население высококачественной продукцией собственного производства, за счет чего возможно снижение потребительских цен на рынке. Вместе с тем, применяя разные сорта этого растения, возможно восстанавливать земли без большого расхода воды.

Материалы и методы

Темой исследования стала растительная культура киноа, которая уже появляется на рынке, но еще мало известна потребителям. Авторами отмечается недостаточность исследования

возможности выращивания, переработки и применения инновационных культур в разных отраслях Республики Казахстан.

Проводимые исследования должны учитывать значимость данного продукта, желание его применять. Важно учесть полезные свойства киноа, территориальные и климатические особенности.

Написанию статьи способствовали следующие методы:

- ♦ с помощью аналитического метода проведен анализ данных, изучены потенциальные возможности выращивания киноа, а также его применения в различных отраслях;

- ♦ авторами при использовании статистического метода были собраны и исследованы данные статистики по экспортерам киноа;

- ♦ сбору и анализу научной информации способствовал монографический метод. Материалы были взяты из баз данных Web of Science, Scopus и Google Scholar и других источников. Информация была систематизирована, определено значение и выявлена экономическая выгода от производства киноа для нашей страны;

- ♦ позитивный и нормативный методы помогли рассмотреть благоприятствующие варианты выращивания киноа с целью рационального использования ресурсов, возможности формирования «зеленой» экономики, оценки суждения по продовольственной безопасности республики;

- ♦ выявлению вероятных проблемных вопросов и путей их решения способствовал абстрактно-логический метод исследования.

В целях определения оптимальных условий при создании кластера был применен математический метод в экономике.

Результаты и обсуждение

Кризисы, происходящие во всем мире, отражаются не только на деятельности отдельных государств или отраслей, но и влияют на жизнь людей. Отсюда вопросы продовольственной безопасности для человечества актуальны как никогда. К ним относятся: необходимость делать закупы из-за нехватки продуктов в соседних странах, инфляция, рост цен, вопросы самообеспечения отечественных граждан качественными и разнообразными продуктами питания.

Предпринимателями Казахстана делаются попытки снижения себестоимости выпускаемой продукции за счет самостоятельного выращивания и обработки.

Поэтому авторами поднимается вопрос внедрения зарубежного опыта по выращиванию на территории Казахстана нетрадиционных инновационных культур, основанных на рациональном использовании ресурсов и «зеленой» экономики. Экзотические фрукты, овощи и растения могут произрастать не только на своей исторической родине, но и адаптироваться к разным климатическим условиям.

Примером внедрения нетрадиционных культур, по мнению авторов, является выращивание такого продукта, как киноа.

Анализ литературных источников показывает, что киноа активно применяют в самых различных отраслях экономики: сельское хозяйство, животноводство, пищевая промышленность, химическая промышленность, биоэнергетика и т.д.

Авторами Filho A.M., Pirozi M.R., Da Silva Borges J.T., Tang, Y., Tsao, R. Баюми Ахмед Адель Ахмед Сайед дается следующая характеристика киноа: киноа в большей степени произрастает как в низинах, так и в горной местности, способно приспосабливаться к различным климатическим условиям, к примеру, от -4 до +35 градусов по Цельсию. Растение требует полива только в период массовых всходов до появления 3 настоящих листьев, в последующие периоды спокойно относится к поливу, то есть многовариативно [3, 4, 5].

Высокое содержание белков, витаминов, минералов, аминокислот, жирных кислот, а также других питательных веществ, полезных для человека, позволило авторам Asher, A., Galili, Меркулова Н.Ю., Наливайко Д.С., Nanduri, K.R.; Hirich, A. и другим отнести киноа к категории здоровой пищи [6, 7, 8].

Характерным признаком для киноа является содержание белка высокого качества. Белок, содержащийся в киноа, превышает по своему содержанию такие культуры, как, например, просо и овес – в 1,6 раза, рожь – в 1,8 раза, рис – в 2,1 раза, а кукурузу – в 4,6 раза. Ученые ставят

киноа красное по качеству и энергетической ценности рядом с такими продуктами питания, как рис, белые грибы, фасоль, базилик, морковь [9].

Авторами Егоровой С.В., Утюшевой М.М. и другими отмечается, что киноа используется в процессе приготовления первых, вторых блюд, салатов, напитков и мучных изделий [10, 11].

Киноа также применяют при изготовлении крахмала. Исследователем Li G. установлен тот факт, что многократный процесс замораживания киноа в виде крахмала уникален, так как он остается неизменно постоянным, что дает возможность его применения наравне с химически модифицированными видами крахмала. Его можно включать в процессы производства аэрозолей, целлюлозы, а также небольшие гранулы киноа использовать при изготовлении наполнителей для пластиков, тальков и др. [12].

Учеными отмечается, что неочищенные семена киноа содержат сапонины, а в процессе переработки киноа получается готовое шлифованное зерно.

В водных растворах неочищенные семена киноа образуют мылообразную пену. Имеется версия ученых, что понятие «сапонин» исходит из названия растения *Saponaria*, исторически корни которого использовались для приготовления мыла (лат. *sapo* означает «мыло»). На сегодняшний момент роль сапонинов, присутствующих в киноа, до конца не исследована, их горький вкус считается защитным механизмом растения. Информация о сапонинах представлена как о сильном гемолитическом, антисептическом, противомикробном, инсектицидном действии. Также сапонины задействуют при изготовлении пива [13].

Исторически киноа является одним из главных продуктов питания инков Южной Америки, принадлежавших к древним культурам Андского региона. Коренное население Анд использует листья, стебли и зерна киноа в медицинских целях: при переломах, для лечения ран, для снятия зубной боли, дезинфекции, при внутренних кровотечениях, решает проблемы с печенью и поджелудочной железой. Его используют как мочегонное, желчегонное средство, а также при онкологических заболеваниях.

Сейчас киноа можно встретить практически в каждой стране земного шара. Широкое признание оно получило во Франции, США, Нидерландах, Швеции, Индии, Кении и других странах.

НАСА отмечает, что киноа можно выращивать на космическом корабле, так как оно является идеальным продуктом питания для космонавтов [14].

Учеными Боливии найдена возможность использования в сельском хозяйстве сапонина в качестве биологического, а не химического пестицида для борьбы с вредителями и патогенами. Также среди особенностей киноа как нишевой культуры можно выделить его применение в виде твердого (органические промышленные отходы, солома и т.д.) и жидкого (масло киноа) биологического топлива.

Исследователи Исмадова Ш.Н., Исабаева И.Б., Эргашева Х.Б. отмечают, что киноа хорошо употребляется животными в виде зеленой массы. Для выращивания птицы и скотины требуются высококачественные комбикорма, среди которых можно было бы выделить и киноа [15]. Так, к примеру, в виде альтернативного материала комбикормов использовать зерновое сырье в виде смеси для птицы и скота. Внедрение нетрадиционных видов кормов должно повысить биологическую калорийность, улучшить экологию и снизить их себестоимость.

Алтухов А.И. отмечает, что киноа может быть альтернативным материалом биотоплива, не требуя высоких производственных затрат [16].

В Министерстве сельского хозяйства Республики Казахстан актуальными остаются вопросы качества сельскохозяйственных земель, расширения их посевных площадей за счет внедрения новых агрокультур. Киноа не прихотливо в отношении качества земель и полива. Поэтому у Казахстана есть все возможности для его выращивания.

Киноа приспосабливается к различным природным условиям, оно растет на почвах различного качества, даже в солончаках. Отсюда есть перспективы внедрения киноа в сельскохозяйственный оборот засушливых районов.

С целью переработки засоленных почв и усовершенствования процессов мелиорации такие ученые, как Исанова Г.Т., Абудувай Ц., Мамутов Ж.У., и другие предлагают внедрять горох, маш, лебеду, сорго, кунжут, киноа, амарант и др. в виде основной или повторной культуры после уборки пшеницы, а также высевать эти растения в системе рисовых или хлопковых севооборотов [17].

В печати все больше появляется исследований о выдерживании абиотических стрессов, об устойчивости киноа [18], а также о создании условий для развития кластеров по ее выращиванию и переработке.

Ермишиной А.В. применена методика определения конкурентоспособности кластера [19]. Авторами Алтуховым А.И., Исматовой Ш.Н, Эргашевой Х.Б. показаны экономическая целесообразность выращивания киноа и эффективность от переработки сопутствующих продуктов [15, 16].

2022 г. для киноа характерен тем, что общая стоимость его реализации на рынке составила больше 80 миллиардов долларов США. Предполагается, что уже к 2026 г. эта сумма увеличится почти вдвое, достигнув свыше 149 миллиардов долларов США [19].

В 2017 г. Россия включила киноа в Государственный реестр селекционных достижений. Такие страны СНГ, как Узбекистан, Кыргызстан и Таджикистан, уже начали выращивать данную инновационную культуру.

Казахстан – это страна с большими просторами, здесь есть плодородные земли, засухоустойчивые районы и регионы с уровнем засоления воды, последние две категории земель подвержены слабому севообороту или практически там ничего не выращивается.

Вместе с тем нужно отметить, что в Казахстане слабо изучены технические вопросы и экономическое обоснование необходимости выращивания и производства киноа.

Авторами предлагается создание модели кластера по выращиванию и переработке киноа в Аральском районе Кызылординской области (рисунок 1).

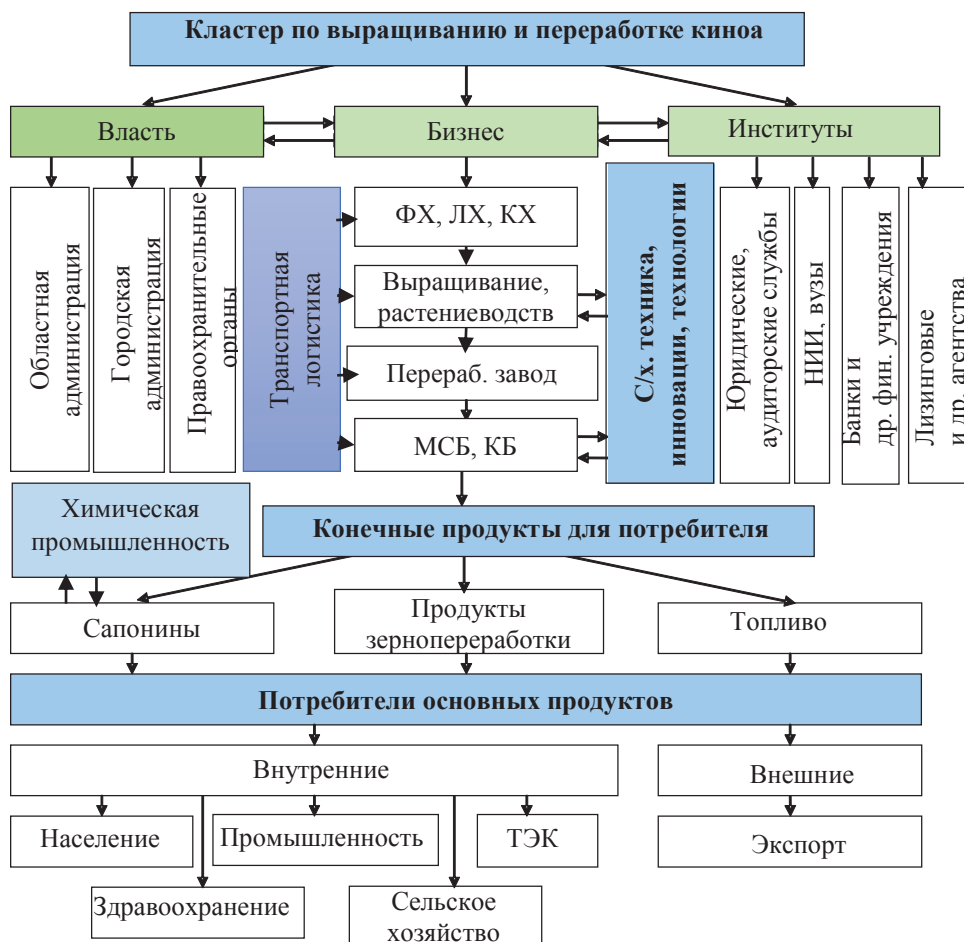


Рисунок 1 – Модель кластера по выращиванию и переработке киноа

Примечание: Рисунок составлен авторами.

По оценкам ФАО здесь больше 50% детей имеют дефицит витамина А, а более 20% взрослого населения страдает от нехватки цинка [19]. Выращивание и употребление киноа должно решить ряд проблем, в частности восполнение дефицита витаминов у населения, а также частично решить ряд экологических вопросов.

Кластер киноа, как и любой другой кластер, носит инновационный характер, целью которого является достижение высокого уровня конкурентоспособности. Кластер позволяет быстро и, главное, эффективно распределять и координировать внутрифирменную иерархию и рыночный механизм развития киноа в Казахстане.

Кластер состоит из объединений различных промышленных компаний, исследовательских центров, общественных организаций, а также осуществляет свою деятельность при поддержке органов государственного управления и т.д.

Здесь происходит взаимосвязь власть – бизнес – институты, где власть – это представители областной, городской администрации и правоохранительных органов, регулирующих на законодательно-нормативном уровне деятельность кластера.

Важная роль в процессе организации кластера по развитию и разведению киноа принадлежит местным органам власти, которые в процессе обеспечения социально-экономического развития своего региона могут решить вопросы трудоустройства, рационального использования земель и техники, расширения производственной и социальной инфраструктуры в целом.

Бизнес представлен объединениями вокруг себя личных (ЛХ), коллективных (КХ), фермерских хозяйств (ФХ), регионального бизнеса. Объединение фирм в кластер усиливает эффект охвата. Возникает вероятность использования многофункциональности различных предприятий, при этом минимизируя транзакционные издержки.

Здесь крупные хозяйства представляют собой ядро кластера, а малый и средний бизнес развивается вокруг, являясь источником и помощником в экономическом росте региона. Работа крупного бизнеса совместно с малым и средним бизнесом (МСБ) позволяет снижать издержки производства, используя ресурсы для внедрения новых технологий. Происходит обновление модельного ряда. МСБ, в свою очередь, обеспечивается доступом к оборудованию и производственным площадям.

Отсюда происходит процесс эффекта совокупного влияния, охвата и синергии. Малоприбыльные предприятия, используя свою специализацию, могут повысить производительность труда, снизить себестоимость выпускаемой продукции, встать на ноги.

Качественный анализ показывает, что формирование кластера включает в себя следующие институты:

- ♦ юридические и аудиторские службы. Юридические вопросы, возникающие при создании кластера киноа, а также регулировании проблем в ходе деятельности компаний между бизнесменами призвано решать юридическое агентство, состоящее из высококвалифицированных специалистов. В помощь регулирования финансовой деятельности кластера местными органами может быть заключен договор с аудиторской компанией. Аудиторы могут выполнять не только роль проверяющих, но и оказывать консультационные услуги;

- ♦ банки и другие финансовые учреждения. На государственном, законодательном уровне должны быть предусмотрены льготы для предпринимателей кластера в вопросах финансирования, предоставления льгот и налоговых преференций. Местным органам власти легче финансово помогать кластерам, если государственный бюджет будет софинансировать региональному бюджету в части предусмотренных расходов на развитие региона, в частности кластера;

- ♦ лизинговые операторы, консалтинговые агенты и др. Необходимо для обслуживания всех участников кластера задействовать в работе лизинговые и консалтинговые компании. Здесь важно, чтобы работала собственная финансовая структура, которая должна решать финансовые задачи кластера. Ее суть схожа с деятельностью трастовых организаций. Лизинговые операторы на коммерческой основе предоставляют услуги финансового, возвратного лизинга. Это может быть спецтехника, транспорт, сельскохозяйственная техника и т.д. Приобретая в лизинг, компании, не имеющие инвестиционного капитала, могут развиваться и капитализироваться, таким образом приобретая основные средства. В свою очередь, консалтинговые агентства со-

действуют в оказании консультационных услуг, помогая руководителям в решении их задач. Высококласные специалисты используют проверенные стратегии, изучают положение дел, анализируют их и предлагают свои идеи. Финансовый механизм кластера включает пенсионные отчисления работников кластера, амортизационный фонд, осуществляется страховая деятельность, защищаются финансовые интересы участников кластера;

♦ научно-исследовательские институты (НИИ) и вузы. Важную роль в развитии кластеров играет наука. Вопросами исследования могут заняться НИИ общей генетики и цитологии, Институт биологии и биотехнологии растений, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахский национальный аграрно-исследовательский университет и др., которые были бы связаны с производством, для проведения анализов и выработки определенных решений. Это могут быть вопросы севооборота, хранения произведенной продукции, воспроизводства плодородия почв и т.д. Важно грамотно использовать экологию и применять ресурсы при внедрении и выращивании сортов киноа.

Представленный рисунок 1 наглядно показывает модель кластера применение киноа в различных отраслях.

Преимуществом кластера киноа является то, что производственный процесс может одновременно охватывать несколько видов продукции. К примеру, обработка зерна на перерабатывающем заводе позволяет получать шлифованное, а также дробленое зерно, из которого получают воздушные зерна, муку и другие попутные сапонины.

Роль малого и среднего бизнеса в кластере может быть обеспечена в виде развития хлебобулочной и кондитерской продукции, обеспечивающей регион продуктами питания. В дальнейшем – выход в другие регионы страны. Ведь из киноа можно делать не только хлеб, хлебобулочные изделия в виде булочек и печенья, а еще самые разнообразные сладости и десерты, супы, коктейли, йогурты, легкие закуски из дробленого зерна, растительное масло и многое другое. Так, например, в планах ФАО (Food and Agriculture Organization, FAO – продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН) выпуск совместно с организацией «Шеф-повара против голода» международной поваренной книги блюд из киноа [7, 10, 11, 12].

Химическая промышленность в кластере может из нешлифованного зерна вырабатывать сапонины, которые в дальнейшем будут использованы при производстве дезинфицирующих моющих средств и гигиены. Существует возможность разработки биологических препаратов, помогающих в борьбе с вредителями растений и уничтожении паразитов у животных.

Малые предприятия, входящие в кластер, производящие пластиковую посуду, могут помочь в создании тары для разлива масла киноа, а также бумажной тары для расфасовки готовой продукции.

Транспортная логистика в кластере может оказать поддержку в эффективности процессов перемещения грузов от поставщиков сырья, производственных структур до их потребителей. Здесь происходит взаимодействие в рамках единого потокового процесса, рост и эффективное развитие логистики. Таким образом, развитие кластера киноа позволяет на базе грузоперерабатывающих терминалов, терминально-складских объединений развивать базовые терминально-логистические структурные элементы. Происходит сокращение транспортных затрат в валовом внутреннем продукте, повышается конкурентоспособность транспортных коридоров. Наблюдается кооперация и интеграция малых и средних организаций в виде складских, экспедиторских, транспортных и других логистических организаций в единую целенаправленную систему. Адаптируются внутренние и внешние структуры к условиям неопределенности.

Помимо вышесказанного известно применение масла киноа в изготовлении косметики. В перспективе в развитие кластера можно ввести производство косметической продукции.

Кластер киноа в будущем может включать в себя изготовление лекарственных средств. В фармации применяются сапонины, которые извлекаются из киноа, для абсорбции определенных лекарственных препаратов, как гемолитическое, противомикробное и др. средства.

В состав кластера должен входить топливно-энергетический комплекс (ТЭК), связанный с переработкой и преобразованием энергоресурсов в различные виды топлива и энергии, а также с транспортировкой и распределением энергоресурсов. Биотопливо из растительного сырья киноа имеет экологические свойства, которое можно использовать и перерабатывать в условиях кластера, а также фасовать и экспортировать.

Международная практика показывает, что наиболее результативная интеграция в глобаль-

ный рынок происходит быстрее на уровне отдельных регионов, а не национальных государств, так как регионы участвуют между собой в активной конкуренции, стараясь быстрее получить результат. Здесь на помощь может прийти организация кластера. Крупным компаниям, работающим на мировом рынке, нужны в большом количестве небольшие фирмы с инновационной направленностью, которые они могут обеспечить материалами, оборудованием, обучить сотрудников для ускоренного продвижения своего бизнеса.

Процессу образования кластера способствует взаимодействие между поставщиками и покупателями, обмен информацией между родственными отраслями. При этом важно отсутствие конкуренции между предприятиями внутри кластера, это может повлечь за собой негативные последствия. Так, например, каждое из входящих в кластер предприятий может захотеть воспользоваться информацией самостоятельно. Важно понимание производства общего дела.

Взаимосвязь, происходящая внутри кластера, часто приводит к совершенно неожиданным возможностям. То и дело появляются новые идеи. Кластер выходит за пределы решения внутренних проблем. Взаимный обмен между фирмами приводит к благотворному влиянию конкуренции и появлению новых фирм. Все производства с целью развития кластера оказывают друг другу поддержку. Новые производители ускоряют развитие кластера, стимулируют различные подходы к НИОКР, предлагают новые идеи, стратегии.

Все фирмы одного кластера должны вкладывать инвестиции в человеческий капитал, инфраструктуру и т.д.

Существенным условием создания кластера по выращиванию и переработке киноа является то, что все предприятия, задействованные в этом процессе, находятся в одном регионе. Это позволит до предела сократить транспортные расходы и существенно повысить значение кластера на данной территории.

Предприятия кластера должны получать лучшие материалы, вынуждая своих поставщиков повышать конкурентоспособность, которая будет распространяться по технологической цепочке.

Качественный анализ от создания кластера по выращиванию и переработке киноа показывает, что выигрывают не только отрасли, но и весь регион, в котором он находится (таблица 1).

Таблица 1 – Социально-экономические эффекты от создания кластера

Эффекты от деятельности кластера		
Для отрасли	Для региона	Для отрасли и региона
1 Развитие конкуренции, повышение конкурентоспособности промышленного комплекса региона	Инновационная инфраструктура и ее развитие	Выход на новые рынки
2 Снижение транспортных и транзакционных издержек за счет логистики и технологической кооперации	Привлекательность региона за счет вложения инвестиций	Увеличение добавленной стоимости
3 Усиление распространения технологий и знаний в инновационных процессах	Увеличение уровня трудовой занятости и совершенствование социально-демографического благосостояния населения	Ориентация на экспорт и снижение импорта
4 Межфирменная кооперация и развитие специализации	Рост доходной части бюджета за счет увеличения количества налогоплательщиков	Подготовка и повышение квалификации на всех уровнях управления и рабочих кадров
5 Усиление вертикальной интеграции и формирование подрядных отношений	Преобразование формата промышленного комплекса региона	Интеграция научных центров, вузов и производства
Примечание: Составлено авторами.		

Местным органам власти принадлежит главная роль в развитии кластера. Она регулирует социальную и производственную инфраструктуру региона. Региональная стратегия, направлена на рациональное использование природных, трудовых и других ресурсов, нацелена на

социально-экономический рост. Местные органы являются основными регуляторами, и от их действий зависит, насколько будет развиваться кластер киноа и целый регион.

План развития региона основан на имеющихся бизнес-планах инвестиционных проектов в соответствии с целями развития акимата области. Эти проекты разрабатывают сами предприятия совместно с научными центрами и вузами. Правительственным органам отводится ведущая роль в разработке механизмов, которые бы гарантировали соблюдение норм партнерских отношений между представителями бизнеса и органами власти в создании бизнес-условий. Важно обеспечить безопасность бизнесу от бюрократических и преступных действий. Необходимо создать базу квалифицированных кадров, имеющих современное экономическое мышление, умеющих выбрать и реализовать наиболее выгодные направления инновационных решений с учетом рационального использования природных ресурсов.

Исходя из вышесказанного, мы пришли к выводу, что создаваемый кластер киноа – это союз разного рода предприятий различных видов промышленности, тесно сотрудничающих с органами местной власти, научными организациями и финансово-банковскими учреждениями.

Изучая Аральский регион Кызылординской области, авторами исследована и применена методика А.В. Ермашиной [20], показывающая возможности создания кластера на примере зернового производства.

Авторами проведен количественный анализ формирования кластера, основанный на методике, которая построена на исследовании трех основных показателей: коэффициент локализации, коэффициент душевого производства и коэффициент специализации региона. С помощью данных показателей можно определить конкурентную устойчивость региона. Исследованы данные показатели по Кызылординской области за 2023 г.

Коэффициент локализации есть отношение удельного веса зернового производства Кызылординской области (Y_{op} , млн тенге) к удельному весу в стране (Y_{oc} , млн тенге).

$$Y_{op} = \frac{O_{з,Кз.-Орд.обл.}}{O_{АПП,Кз.-Орд.обл.}} = \frac{1,6}{24,9} = 0,064 \text{ млнтенге} \quad (1)$$

$$Y_{oc} = \frac{O_{з,Каз.}}{O_{АПП,Кз.-Орд.обл.}} = \frac{22,8}{922,3} = 0,025 \text{ млн тенге} \quad (2)$$

$$K_{л=} \frac{Y_{op}}{Y_{oc}} = \frac{0,064}{0,0025} = 2,56 \quad (3)$$

где:

- $O_{з, Кз.-Орд.обл.}$ – объем зернового производства Кызылординской области;
- $O_{з, Каз.}$ – объем зернового производства Казахстана;
- $O_{АПП, Кз.-Орд.обл.}$ – объем агропромышленного производства Кызылординской области;
- $O_{АПП, Каз.}$ – объем агропромышленного производства Казахстана.

Коэффициент душевого производства ($K_{д}$) рассчитывается соотношением удельного веса зернового производства Кызылординской области (Y_{po} , млн тенге) к удельному весу населения региона в населении страны ($Y_{нк}$, млн тенге).

$$Y_{po} = \frac{O_{з,Кз.-Орд.обл.}}{O_{з,Каз.}} = \frac{1,6}{22,8} = 0,07 \text{ млн тонн} \quad (4)$$

$$Y_{нк} = \frac{Ч_{Кз.-Орд.обл.}}{Ч_{Каз.}} = \frac{843,9}{20\ 075,27} = 0,042 \text{ тыс. чел.} \quad (5)$$

$$K_{д} = \frac{Y_{po}}{Y_{нк}} = \frac{0,07}{0,042} = 1,67 \quad (6)$$

где:

- $O_{з, Кз.-Орд.обл.}$ – объем зернового производства Кызылординской области;
- $O_{з, Каз.}$ – объем зернового производства Казахстана;
- $Ч_{Кз.-Орд.обл.}$ – численность населения в Кызылординской области;
- $Ч_{Каз.}$ – численность населения Казахстана.

Коэффициент специализации региона данной отрасли (K_C) определяется как отношение удельного веса региона в стране по данной отрасли (Y_{po} , млн тенге) к удельному весу региона в ВВП страны Y_{BK} (млн тенге).

$$Y_{BK} = \frac{ВРП_{Кз.-Орд.обл.}}{ВВП_{Каз.}} = \frac{3\,274\,056}{47\,244\,671,5} = 0,0693 \text{ млн тенге} \quad (7)$$

$$K_C = \frac{Y_{po}}{Y_{BK}} = \frac{0,07}{0,0693} = 1,01 \quad (8)$$

Согласно теории А.В. Ермишиной [20], если расчетные показатели превышают единицу, то исследуемая отрасль (в нашем случае зерновая отрасль Казахстана) может являться базой для создания кластера киноа. Показатели для зерновой отрасли Казахстана, а именно коэффициент локализации (2,56), коэффициент душевого производства (1,671) и коэффициент специализации (1,01) – все имеют значение больше 1. Проведенный количественный и качественный анализ свидетельствует о наличии в Казахстане потенциальных возможностей для создания кластера и его конкурентоустойчивости.

Заключение

Мировой опыт применения киноа показывает положительные тенденции внедрения инноваций и трансферта технологий. Используя данную практику, которая определенно положительно скажется на экономике, Казахстан расширит связи с зарубежными партнерами и производителями.

О такой культуре, как киноа, в нашей стране известно не многим, особенно аграриям. Она представлена на прилавках в незначительном объеме по сравнению с другими видами круп. Также на слабый спрос данной продукции влияет его высокая цена снизить которую могут наши аграрии, выращивая киноа. Это, в свою очередь, может привести к доступной стоимости, а также к массовости потребления.

Культура киноа тем и хороша, что ее можно выращивать на любых почвах. Особенность ее еще и в том, что она может произрастать на засоленных почвах, которые присутствуют на территории Казахстана.

Авторами предлагается создать кластер в районе Аральского моря Кызылординской области. Развитие предложенного нами кластера требует пристального внимания со стороны нашего правительства, а также крупных капитальных вложений. Важно правильно и детально изучить процессы внедрения, производства и хранения. С целью мотивации и создания условий для эффективной деятельности кластера предлагается на государственном уровне предусмотреть налоговые льготы и преференции для всех его участников.

С целью расширения процессов внедрения и развития данной культуры в Казахстане проводить больше информационных и рекламных мероприятий о новом продукте, показывать его возможности для здоровья человека.

Развитие кластера киноа позволит решить много организационных и технических вопросов. К примеру, единоличные хозяйства, выращивающие киноа самостоятельно, сталкиваются с такими вопросами, как отсутствие техники для посева, прополки, сбора, обмолота и переработки выращенного урожая или наличие слишком устаревшей техники. В этом случае технические ограничения обязательно приведут к снижению потенциала сбора и продаж как внутри страны, так и на экспорт. Чего не может быть в условиях кластера.

Вывод на мировой рынок за счет кластера решает такие вопросы, как сертификация товара. Кластер киноа в общем виде дублирует работу национального сообщества фирм в наименьшем формате. Он также обеспечивает фронт работы мелким фирмам, здесь работают предприятия, которые определяют международную конкурентоспособность.

Внедрение кластера киноа в нашей республике помимо всего вышеперечисленного призвано развивать отрасли высоких технологий, расширять экономическую активность отстаю-

щего региона, обеспечивая ему особую привлекательность. С этой целью важно разработать научно-техническую стратегию, где бы отражались все особые преимущества данного региона.

Кластер киноа призван привлечь к деятельности практически все отрасли региона, объединяя их финансово и организационно, что помогает внедрять крупные инновационные проекты.

Подводя итоги, авторы отмечают эффективность от выращивания киноа, при этом важно сохранять и регулировать другие не менее значимые культуры – рис, маис, кукурузу, бобовые и т.д. Авторы не исключают изучения, внедрения и адаптации других сельскохозяйственных нетрадиционных культур на территории нашей страны.

ЛИТЕРАТУРА

1 Об утверждении Плана обеспечения продовольственной безопасности Республики Казахстан на 2022–2024 годы // Постановление Правительства РК. № 178. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000178>. (дата обращения: 27.11.2023)

2 Токаев К.-Ж. Нужно кардинально решить вопрос обеспечения продовольственной безопасности страны // Nur.Kz. Политика и Экономика. URL: <https://www.nur.kz/politics/kazakhstan-economy/1950488-tokaev-nuzhno-kardinalno-reshit-vopros-obespecheniya-prodovolstvennoy-bezopasnosti-strany/> (дата обращения: 20.11.2023)

3 Filho A.M., Pirozi M.R., Da Silva Borges J.T. Quinoa: nutritional, functional and antinutritional aspects // *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*. 2017. Vol. 57. No. 8. P. 1618–1630.

4 Баюми Ахмед Адель Ахмед Сайед. Разработка технологии низкокалорийных мясных рубленых полуфабрикатов с использованием растительного сырья (тигровых орехов и киноа) / Дис. ... канд. техн. наук: 05.18.045. – М., 2021. – 177 с.

5 Tang Y., Tsao R. Phytochemicals in quinoa and amaranth grains and their antioxidant, anti-inflammatory, and potential health beneficial effects: a review // *Molecular Nutrition & Food Research*. 2017. Vol. 61. № 7. P. 1–16.

6 Asher A., Galili, S., Whitney T., Rubinovich, L. The Potential of Quinoa (*Chenopodium quinoa*) cultivation in israel as a dual-purpose crop for grain production and livestock feed // *Scientia Horticulturae*. 2020. Vol. 272. P. 109534.

7 Меркулова Н.Ю., Наливайко Д.С., Тохириён Б. Исследование химического состава семян киноа в связи с функциональным назначением // *Инновационные технологии в пищевой промышленности и общественном питании: Материалы Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к юбилею заслуженного деятеля науки РФ В.М. Позняковского*. – М., 2017. – С. 150–154.

8 Nanduri K.R., Hirich A., Salehi M., Saadat S., Jacobsen S.E. Quinoa: A New Crop for Harsh Environments // *Sabkha Ecosystems*. Switzerland. 2019. P. 301–333.

9 Gomez Cahuata J.F., Rosas-Quina Y.E., Pachari Vera E. Cañihua (*Chenopodium pallidicaule* Aellen) a promising superfood in food industry: a review // *Nutrition & Food Science*. 2022. Vol. 52. No. 6 P. 917–928. URL: <https://doi.org/10.1108/NFS-09-2021-0277>

10 Егорова С.В., Утюшева Е.М., Козлегинова М.М., Ростегаев Р.С. Киноа – растительный продукт будущего // *Advanced science: Сборник статей III Международной научно-практической конференции*. – 2018. – С. 138–141.

11 Nosi C., Zollo L., Rialt R., Ciappe C. Sustainable consumption in organic food buying behavior: the case of quinoa // *British Food Journal*. 2020. Vol. 122. No. 3. P. 976–994. URL: <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2019-0745>

12 Li G., Zhu F. Molecular structure of quinoa starch // *Carbohydrate Polymers*. 2017. Vol. 158. P. 124–132. URL: <https://doi.org/10.1016/j.carbpol.2016.12.001>

13 Орлова Т.В. Сапонины квиноа (*chenopodium quinoa willd*): строение, очистка, биоактивная роль и применение в пищевой промышленности, обзор // *Ползуновский вестник*. – 2020. – № 3. – С. 16–23. URL: [doi: 10.25712/ASTU.2072-8921.2020.03.003](https://doi.org/10.25712/ASTU.2072-8921.2020.03.003)

14 Крупа киноа для космонавтов // *Строим дом*. URL: <https://stroyboks.ru/interesno/krupa-kinoa-dlya-kosmonavtov.html>. (дата обращения: 21.10.2023)

15 Исматова Ш.Н., Исабаев И.Б., Эргашева Х.Б. Альтернативные источники сырья для производства кормовых продуктов // *Universum: Технические науки. Электронный научный журнал*. – 2019. – № 12(69). – С. 18–23.

16 Алтухов А.И. Зерновые источники альтернативного топлива // *Вестник Орловского государственного аграрного университета*. – 2007. – № 2. – Т. 2. – С. 4–9.

- 17 Исанова Г.Т., Абудувай Ц., Мамутов Ж.У., Калдыбаев А.А., Сапаров Г.А., Базарбаева Т.А. Отраслевые проблемы освоения засушливых земель засоленные почвы и определение провинции соленакопления на территории Казахстана // *Аридные экосистемы*. – 2017. – Т. 23. – №. 4(73). – С. 35–43.
- 18 Terletskaia N.V., Erbay M., Zorbekova A.N., Prokofieva M.Y., Saidova L.T., Mamirova A. Influence of osmotic, salt, and combined stress on morphophysiological parameters of chenopodium quinoa photosynthetic organs // *Agriculture*. 2023. Vol. 13. No. 1. P. 1–17. URL: <https://doi.org/10.3390/agriculture13010001>
- 19 Uses of Quinoa 2022 // FAO. URL: <https://www.fao.org/quinoa> (дата обращения: 20.10.2023)
- 20 Борбасова З.Н., Гельмле А.М. Кластерный потенциал развития зерновой отрасли Казахстана // *Экономика региона*. – 2011. – № 4. – С. 262–267. URL: <http://www.cfn.ru/manage-ment/strategy>.

REFERENCES

- 1 Ob utverzhdenii Plana obespechenija prodovol'stvennoj bezopasnosti Respubliki Kazahstan na 2022–2024 gody // *Postanovlenie Pravitel'stva RK*. No. 178. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2200000178>. (data obrashhenija: 27.11.2023). (In Russian).
- 2 Tokaev K.-Zh. Nuzhno kardinal'no reshit' vopros obespechenija prodovol'stvennoj bezopasnosti strany // *Nur.Kz. Politika i Jekonomika*. URL: <https://www.nur.kz/politics/kazakhstan-economy/1950488-tokaev-nuzhno-kardinalno-reshit-vopros-obespecheniya-prodovolstvennoj-bezopasnosti-strany/> (data obrashhenija: 20.11.2023). (In Russian).
- 3 Filho A.M., Pirozi M.R., Da Silva Borges J.T. (2017) Quinoa: nutritional, functional and antinutritional aspects // *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*. Vol. 57. No. 8. P. 1618–1630. (In English).
- 4 Bajumi Ahmed Adel' Ahmed Sajed. Razrabotka tehnologii nizkokalorijnyh mjasnyh rublenyh polufabrikatov s ispol'zovaniem rastitel'nogo syr'ja (tigrovyh orehov i kinoa) / *Dis. ... kand. tehn. nauk*: 05.18.045. M., 2021. 177 p. (In Russian).
- 5 Tang Y., Tsao R. (2017) Phytochemicals in quinoa and amaranth grains and their antioxidant, anti-inflammatory, and potential health beneficial effects: a review // *Molecular Nutrition & Food Research*. Vol. 61. No. 7. P. 1–16. (In English).
- 6 Asher A., Galili, S., Whitney T., Rubinovich, L. (2020) The Potential of Quinoa (*Chenopodium quinoa*) cultivation in israel as a dual-purpose crop for grain production and livestock feed // *Scientia Horticulturae*. Vol. 272. P. 109534. (In English).
- 7 Merkulova N.Ju., Nalivajko D.S., Tohirijon B. (2017) Issledovanie himicheskogo sostava semjan kinoa v svjazi s funkcional'nym naznacheniem // *Innovacionnye tehnologii v pishhevoj promyshlennosti i obshhestvennom pitanii: Materialy Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii, priurochennoj k jubileju zaslužennogo dejatelja nauki RF V.M. Poznjakovskogo*. M., P. 150–154. (In Russian).
- 8 Nanduri K.R., Hirich A., Salehi M., Saadat S., Jacobsen S.E. (2019) Quinoa: A New Crop for Harsh Environments // *Sabkha Ecosystems*. Switzerland. P. 301–333. (In English).
- 9 Gomez Cahuata J.F., Rosas-Quina Y.E., Pachari Vera E. (2022) Cañihua (*Chenopodium pallidicaule* Aellen) a promising superfood in food industry: a review // *Nutrition & Food Science*. Vol. 52. No. 6. P. 917–928. URL: <https://doi.org/10.1108/NFS-09-2021-0277>. (In English).
- 10 Egorova S.V., Utjusheva E.M., Kozletinova M.M., Rostegaev R.S. (2018) Kinoa – rastitel'nyj produkt budushhego // *Advanced science: Sbornik statej III Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii*. P. 138–141. (In Russian). (In English).
- 11 Nosi C., Zollo L., Rialt R., Ciappe C. (2020) Sustainable consumption in organic food buying behavior: the case of quinoa // *British Food Journal*. Vol. 122. No. 3. P. 976–994. URL: <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2019-0745>. (In English).
- 12 Li G., Zhu F. (2017) Molecular structure of quinoa starch // *Carbohydrate Polymers*. Vol. 158. P. 124–132. URL: <https://doi.org/10.1016/j.carbpol.2016.12.001>. (In English).
- 13 Orlova T.V. (2020) Saponiny kvinoa (*chenopodium quinoa* willd): stroenie, ochistka, bioaktivnaja rol' i primenenie v pishhevoj promyshlennosti, obzor // *Polzunovskij vestnik*. No. 3. P. 16–23. URL: doi: 10.25712/ASTU.2072-8921.2020.03.003. (In Russian).
- 14 Krupa kinoa dlja kosmonavtov // *Stroim dom*. URL: <https://stroyboks.ru/interesno/krupa-kinoa-dlja-kosmonavtov.html>. (data obrashhenija: 21.10.2023). (In Russian).
- 15 Ismatova Sh.N., Isabaev I.B., Jergasheva H.B. (2019) Al'ternativnye istochniki syr'ja dlja proizvodstva kormovyh produktov // *Universum: Tehnicheskie nauki. Jelektronnyj nauchnyj zhurnal*. No. 12(69). P. 18–23. (In Russian).

16 Altuhov A.I. (2007) Zernovye istochniki al'ternativnogo topliva // Vestnik Orlovskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. No. 2. V. 2. P. 4–9. (In Russian).

17 Isanova G.T., Abuduvai C., Mamutov Zh.U., Kaldybaev A.A., Saparov G.A., Bazarbaeva T.A. (2017) Otrasleyve problemy osvoenija zasushlivykh zemel' zasolennye pochvy i opredelenie provincii solenakoplenija na territorii Kazahstana // Aridnye jekosistemy. V. 23. No. 4(73). P. 35–43. (In Russian).

18 Terletskaya N.V., Erbay M., Zorbekova A.N., Prokofieva M.Y., Saidova L.T., Mamirova A. (2023) Influence of osmotic, salt, and combined stress on morphophysiological parameters of chenopodium quinoa photosynthetic organs // Agriculture. Vol. 13. No. 1. P. 1–17. URL: <https://doi.org/10.3390/agriculture13010001>. (In English).

19 Uses of Quinoa 2022 // FAO. URL: <https://www.fao.org/quinoa> (data obrashhenija: 20.10.2023). (In Russian).

20 Borbasova Z.N., Gel'mle A.M. (2011) Klasternyj potencial razvitija zernovoj otrasli Kazahstana // Jekonomika regiona. No. 4. P. 262–267. URL: <http://www.cfin.ru/manage-ment/strategy>. (In Russian).

ГРИДНЕВА Е.Е.,^{1*}

Э.Ф.К., доцент.

*e-mail: elengred@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-3279-2036

ҚАЛИАҚПАРОВА Г.Ш.,¹

PhD, доцент.

e-mail: GK_2003@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-1859-9774

¹Каспий қоғамдық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАНДА КИНОА КЛАСТЕРІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ҰЙЫМДАСТЫРУ-ЭКОНОМИКАЛЫҚ АСПЕКТІ

Андатпа

Киноа – салыстырмалы түрде аз танымал, бірегей шөп тәрізді өсімдік, ол көптеген экономикалық мәселелерді шешуге көмектеседі, атап айтатын болсақ, елдің азық-түлік қауіпсіздігі мәселелерін шешу, ауыл шаруашылығы өндірісінің форматын кеңейту, киноаны ұлттық экономиканың әртүрлі салаларында пайдалану. Мақаланы жазу кезінде аналитикалық, статистикалық, монографиялық, позитивті және нормативтік зерттеу әдістері қолданылды. Авторлармен келесідей мақсатты анықталды: елімізде киноаны өсірудің маңыздылығын ашу, оның әртүрлі салаларда дамуының артықшылықтары мен пайдасын көрсету, сонымен қатар мақаланың негізгі идеясы - қысқа мерзімде нақты нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік беретін киноа кластерін дамыту болып табылады. Ол ұзақ мерзімді болашақта да қызығушылық тудырады. Дәнді дақыл ретінде киноа күрделі агроэкологиялық жағдайларда өте оңай тамыр алады. Қазақстан Республикасында ауыл шаруашылығына қолайлы жерлерден басқа құрғақ аймақтар, сондай-ақ сортаңдау аймақтар бар, сәйкесінше олар төмен ауыспалы егіс айналымын береді. Сондықтан авторлар аймақты дамыту және одан әр түрлі өнімдер шығару мақсатында Арал өңірінде Қазақстан жағынан киноа өсіру және өңдеу кластерін орналастыруды ұсынып отыр. Бұл ұсыныс ірі инновациялық жобаларды жүзеге асырудың ұйымдастырушылық және қаржылық мәселелерін шешуге көмектеседі. Мақалада ұсынылған кластер ғылыми, қаржы институттарымен және мемлекеттік органдармен тығыз байланыста жұмыс істейтін кәсіпорындардың бірлестігі болып табылады. Кластерді дамыту барлық ресурстарды неғұрлым толық пайдалануға, «жасыл экономиканың» мүмкіндіктерін ашуға, ресурстарды ұтымды пайдалануға, технологиялар трансфертіне және бәсекеге қабілетті өнім өндіруді қамтамасыз етуге мүмкіндік беруі тиіс.

Тірек сөздер: аграрлық өнеркәсіптік кешен, киноа (квиноа), органикалық өндіріс, кластер, қалдықсыз өндіріс, ұтымды пайдалану, ресурстар, азық-түлік қауіпсіздігі.

GRIDNEVA YE.E.,^{1*}

c.e.s., associate professor.

*e-mail: elengred@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-3279-2036

KALIAKPAROVA G.SH.,¹

PhD, associate professor.

e-mail: GK_2003@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-1859-9774

¹Caspian Public University,
Almaty, Kazakhstan

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASPECT OF FORMING A QUINOA CLUSTER IN KAZAKHSTAN

Abstract

Quinoa is relatively unpopular, unique herbaceous plant which can help with the solution of many economic problems such as: resolving food safety of the country, expanding the format of agricultural production, appliance of quinoa in various sectors of the national economy. In the course of writing this article, analytical, statistical, monographic, positive and normative research methods were applied. The authors define the following purposes: to elaborate the importance of growing quinoa in our country, to show advantages and possible benefits of its development in various sectors and the main idea of the article is cluster development which should help in achieving tangible results in the shortest time span. Long-term prospects raise interest. Quinoa as a grain crop takes root very easily in difficult agro-ecological conditions. The Republic of Kazakhstan, in addition to lands favorable for agriculture, has arid areas, as well as areas with saline soils; accordingly, they are subject to low crop rotation. The authors propose to place a cluster in the Aral Sea region on the Kazakh side for growing and processing quinoa with the aim of developing the region and producing a variety of related products from it. This proposal will help to solve organizational and financial issues of implementing large innovative projects. The proposed cluster in the article comprises enterprises which closely cooperate with scientific, financial institutions and government authorities. The development of the cluster has to make possible to use all resources more fully, reveal the possibilities of the “green economy”, rational use of resources, technology transfer and ensure the production of competitive products.

Key words: agro-industrial complex, quinoa (kenwa), organic production, cluster, waste-free production, rational use, resources, food security.

Дата поступления статьи в редакцию: 01.07.2024

FTAXP 06.71.07
ЭОЖ 330:336.14
JEL Q01. Q14

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-49-61>

ЖУНУСОВА Р.М.,^{1*}

Э.Ф.К., доцент.

*e-mail: ubs_51@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-0018-8424

АХМЕТОВА Д.Т.,¹

Э.Ф.К., доцент.

e-mail: dinra09@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6107-6565

УТИБАЕВА Г.Б.,¹

Э.Ф.К., қауымдастырылған профессор.

e-mail: gulzhan_79@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-6799-0502

ӘБДІҒҰЛ Г.Қ.,¹

докторант.

e-mail: zhaukanai_ak@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8216-4695

С. Сейфуллин атындағы

¹Қазақ агротехникалық зерттеу университеті,

Астана қ., Қазақстан

ҚАРЖЫЛЫҚ КӨМЕК АЛУШЫЛАРДЫҢ ЖӘНЕ АУЫЛДЫҚ НЕСИЕ СЕРІКТЕСТІГІ ҚЫЗМЕТІНІҢ ТИІМДІЛІГІ

Аңдатпа

Мақалада ауыл шаруашылығы өндірісін қаржылық қолдау үшін ресурстарды шоғырландырудың әр түрлі тәсілдері қолданатыны атап өтілген. Тәжірибеде ауылдық несиелік серіктестері кіретін «Аграрлық несиелік корпорациясы» АҚ-ның несиелік жүйесі арқылы жүзеге асырылады. Мақалада несиелік серіктестіктер арқылы ауыл шаруашылық тауар өндірушілерге мемлекеттік қаржылық қолдау көрсетудің мәселелері қарастырылып, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді несиелендірудің жағдайы баяндалған. Ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының өндірістік және қаржылық қызметінің нәтижелері арасындағы, атап айтқанда «Целиноградское» Несиелік серіктестік» ЖШС-нен алынған несиелер көлемімен «Ен-Дала» ЖШС-нің өзара байланысы көрсетілген. Экономикалық тұрғыдан ауыл шаруашылығының жалпы өнім өндірудің өсуін қамтамасыз ету кәсіпорындарды несиелік қамтамасыз етумен байланысты. Қарастырылған серіктестіктің делдалдық қызметі бірнеше жылдық динамикада қатысушы саны, бағыттар бойынша берілген несиелердің көлемі, оларды қайтару көрсеткіштері негізінде талданып, оның қызметінің оң нәтижесі ретінде динамикада ауыл шаруашылық тауар өндірушілерге берілетін несиелер көлемінің өсу тенденциясы анықталған. Ал, несиелік серіктестіктің қызметінің тиімділігі қатысушылардың алған несиелері арқылы өздерінің өндірістік және қаржылық көрсеткіштерін жақсартуымен дәлелденген. Ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерді несиелік серіктестіктер арқылы несиелендіру механизмін әрі қарай дамыту, сол серіктестік мүшелерінің өндірістік және қаржылық қызметтерінің нәтижелері мен олардың көлемдерін есепке ала отырып іске асыруы, яғни несиелерді ең алдымен ойдағыдай іс-әрекет жүргізуші кәсіпорындар алуы тиіс.

Тірек сөздер: мемлекеттік қаржылық институттар, несиелік серіктестер, қаржылық қолдау, ауыл шаруашылық тауар өндірушілер, несиелендіру, субсидиялау, іс-әрекет тиімділігі, салыстырмалы бағалау.

Кіріспе

Мемлекет тарапынан ауыл шаруашылығы өндірісіне республикалық, жергілікті бюджеттерден және бюджеттен тыс көздерден тікелей және жанама қаржылық қолдау көрсетілетіні баршаға аян. Сондай-ақ тұрақты мемлекеттік қаржылық қолдаудың қажеттілігі ауыл шаруашылығы өндірісінің маусымдық сипатына, табиғи-климаттық жағдайларға жоғары тәуелділікке,

тұрақты кіріс алуға тәуекелдерге және ауыл шаруашылығы өнімдерін жұмсалған шығындар мен кірістер арасындағы айтарлықтай уақыт алшақтығына байланысты.

Көрсетілген факторлар, сондай-ақ басқа да бірқатар объективті себептер, сайып келгенде, ауыл шаруашылығы өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігінің төмендігіне және ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің қажетті рентабельділік деңгейін сақтай алмайтындығына әкеледі. Осыған байланысты мемлекет тарапынан қаржылық қолдау – аграрлық саясаттың қажетті құралы және маңызды құрамдас бөлігі.

Ауыл шаруашылығы өндірісін қаржылық қолдау үшін мемлекеттік және коммерциялық құрылымдар ресурстарды жұмылдырудың әртүрлі әдістерін қолданады. Олар тек қана қосымша қаржы-несие ресурстарын беру шарттары мен субъектілері бойынша өзара негізінен бір-бірінен айырмашылығы бар несие және сақтандыру жүйесі арқылы тәжірибеде жүзеге асырылады. Бұл ретте коммерциялық, тауарлық және банктік несиелерді, инвестицияларды, лизинг пен факторингті, сондай-ақ вексельдік несиелеуді, несиелік кооперацияны, сақтандыру жүйесін қамтамасыз ету тетіктері қолданылады [1, 2].

Алайда, қазіргі уақытта агроөнеркәсіп кешенін мемлекеттік қаржылық реттеудің қолданыстағы жүйесінің жағдайы, әсіресе жиі қолданылатын субсидиялар, дотациялар мен өтемақылар әлі де болса экономикалық көрсеткіштерге айтарлықтай әсер етпейтіндіктен, олардың жеткіліксіз тиімділігін көрсетеді. Олардың үлесі азайып, біразы облыстық деңгейге ауыстырылады. Осылайша, республикалық бюджетте тек минералды тыңайтқыштарды сатып алуға жұмсалған шығындардың және химиялық өсімдіктерді қорғау құралдарының бір бөлігін өтеу қарастырылған.

Сонымен қатар, қаржылық қолдаудың көлемінің өсу қарқыны және жалпы өнімнің өсу қарқынының арақатынасының индексі бойынша, яғни мұндай қолдаудың тиімділік деңгейін сипаттайтын көрсеткіш ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді мемлекеттік қаржыландыру және несиелеу әлі де тиімсіз болып қалып отыр.

Экономикалық әдебиеттерде экономиканың аграрлық секторының көптеген зерттеушілері бүкіл қаржылық қолдау жүйесі қызмет ететін қағидаттарға үлкен көңіл бөледі.

Көптеген қағидаттардың ішінде бірқатар ғалымдардың пікірінше, мемлекет қаржысын тиімді және ұтымды пайдалану; қаржылық көмектің бағдарламалық-мақсаттық сипаты; тікелей және жанама мемлекеттік қолдау құралдарының оңтайлы үлесін анықтау; республикалық шараларды саралау және аймақтық қолдау есептелінеді [5, 6].

Ғылыми жарияланымдардың мазмұнын зерделеу жүріп жатқан жаһандану процестері ауыл шаруашылығын қаржыландырудың бағыттары мен нәтижелерін теориялық, әдіснамалық және практикалық тұрғыдан түсіну жағынан жаңа сұрақтар туғызатынын атап өтуге мүмкіндік береді [7, 8].

Басқа да белгілі қаржыгерлер айтылған қағидаттарды келесі мазмұнмен толықтыруды ұсынады: ауыл шаруашылығы мен өнеркәсіп арасындағы айырбастың баламалылығын қамтамасыз ету; тікелей ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерден түсетін табыстардың теңдігі мен реттелуі; индикативті және директивті тәсілдерді қолдану [9].

Экономикалық әдебиеттерді зерттеу, ең маңызды қағидаттардың бірі – ең алдымен ұлттық, мемлекеттік және қоғамдық мүдделерді есепке алу екенін көрсетті.

Басқа да маңызды қағидаттарға мемлекеттік қолдаудың үздіксіздігі, ғылыми негізділігі, кешенді сипаты, сондай-ақ мемлекет тарапынан тиімді қаржылық қолдау көрсетуден экономикалық, әлеуметтік және экологиялық әсерге қол жеткізу жатады.

Әртүрлі деңгейдегі бюджеттердің қаражатын пайдалана отырып, қаржылық көмек көрсету шараларын саралау сияқты тағы бір маңызды қағидатты атап өту қажет [10]. Осыларды жүзеге асыру қағидаты аймақтардың мүдделерін, олардың ерекшеліктерін ескере отырып, саланы басқару деңгейлері арасындағы функцияларды нақты бөлуді қарастырады, бұл ретте әлі де тәжірибелік мүмкіндіктер жеткіліксіз.

Дегенмен, қазіргі жағдайда жұмыс істейтін қаржы құралдары мен ықпал ету тұтқалары әлі де болса аграрлық сектордың тұрақты өсуі мен дамуын қамтамасыз ете алмайды. Ең алдымен, мемлекеттік қаржылық қолдаудың негізгі нысаны болып табылатын ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді жеңілдетілген несиелеу жүйесі туралы айту қажет. Мұндай қолдау қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді несиелерді пайдалану үшін субсидияланған пайыздық мөлшерлеме болып табылады [11].

Ауыл шаруашылығы субъектілері атап өткендей, мемлекеттік тарапынан субсидиялар әлі де жеткіліксіз. Сонымен қатар, субсидия беру шарттарын да әлі де болса жетілдіру қажет.

Осылайша, аграрлық сектордың өсуі мен дамуын қамтамасыз ету үшін мемлекеттік қаржылық қолдаудың жаңа нысандары, түрлері мен бағыттары қажет және де қолданыстағы қаржы құралдары мен тұтқаларын жетілдіру керек. Сонымен бірге бұл мәселелерді шешу жолдарын өңірлік деңгейде анықтау қажет. Бұл аймақтық деңгейде, мемлекет тарапынан тиімді қаржылық қолдау көрсету ерекшеліктері мен жергілікті жағдайларға бағдарлануы тиіс.

Материалдар мен әдістер

Бастапқы материалдар ауыл шаруашылығы кәсіпорындарын жеңілдікпен несиелеу және ауыл шаруашылығы өндірісі мен материалдық-техникалық ресурстарды субсидиялау сияқты негізгі нысандарды пайдалану арқылы жүзеге асырылатын Қазақстан экономикасының аграрлық секторын мемлекеттік қаржылық қолдаудың қазіргі заманғы жүйесі болып табылады.

Қаржылық қолдаудың бұл нысандары мақалада «Целиноградское» Несиелік серіктестігі ЖШС қызметінің мысалында бірқатар жылдардағы нақты деректерді пайдалана отырып қарастырылды. Ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің қызметін талдауға арналған материалдар мен бастапқы деректер Кредиттік серіктестік (әрі қарай КС) арқылы қаржыландырылатын кәсіпорындардың бірқатар жылдардағы негізгі экономикалық көрсеткіштері.

Объектілердің жай-күйі мен қызметтерінің тиімділігін зерттеу кезінде КС есебінен қаржыландырылатын ауыл шаруашылығы бөлімшелерінің өндірістік-қаржылық қызметін және кредиттік серіктестіктің өзінің қызметін өзара салыстыру динамикасы, экономикалық және статистикалық әдістері, абстрактілі-логикалық әдістер мен нәтижелерді талдау және жалпылау әдістерге негізделген салыстырмалы бағалау әдісі қолданылды.

Аграрлық секторға мемлекет тарапынан көрсетілетін қаржылық көмек мемлекеттік реттеудің маңызды құрамдас бөлігі ретінде қарастырылады. Мемлекет тарапынан мұндай қолдау ауыл шаруашылығының өсуін қамтамасыз ету мақсатында оның дамуына экономикалық әсер етудің әртүрлі құралдары мен формаларының жиынтығын қамтиды. Экономикалық әдебиеттерде авторлардың көпшілігі аграрлық секторды мемлекеттік қолдау түсінігін ауыл шаруашылығы кәсіпорындары тегін негізде немесе мемлекеттен жеңілдетілген шарттарда тікелей алатын қаржылық ресурстар мен экономикалық тиімділіктердің жиынтығымен байланыстырады [3, 4]. Дамыған елдерде аграрлық бағалар мен фермерлердің кірістері қадағаланады. Ол үшін, мысалы, ЕО елдерінде мамандандырылған шаруашылықтар бойынша өндіріс шығындары, ал АҚШ-да өндіріс бойынша шығындар бақыланады. Осыны негізге ала отырып, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге қаржылық көмек көрсету немесе қолдау қазіргі кезеңдегі мемлекет қызметінің негізгі бағыттарының бірі деген қорытынды жасауға болады.

Тауар өндірушілерге тікелей тиімді қаржылық қолдау көрсету үшін мемлекет ең алдымен нақты міндеттер мен оларды шешудің бағыттарын белгілеуі қажет; моделін негіздеу және мемлекеттік аграрлық саясаттың басымдықтарын анықтау және ықпал ету әдістері мен формалары, жүйесі түріндегі қаржылық көмектің экономикалық механизмін әзірлеу керек.

Мемлекет тарапынан көрсетілетін қаржылық көмектің негізгі нысаны ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруге қажетті шикізат пен материалдардың қымбат түрлерін сатып алу үшін әртүрлі субсидиялар беру, сондай-ақ олардың инвестициялық несиеленуін субсидиялау болып табылады. Осындай субсидиялар және несиелер әр түрлі қаржылық институттар, оның ішінде несиелік серіктестіктер арқылы беріледі.

Жанама қолдауға келетін болсақ, ол мемлекет тарапынан оның қажеттіліктері үшін азық-түлік пен ауыл шаруашылығы шикізатын сатып алу, экономикалық мүдделерді қорғау және экспортты қолдауды қамтамасыз етеді.

Ауыл шаруашылығына мемлекеттік жанама қолдау көрсету, осы салада бизнесті жүргізу үшін қолайлы ұйымдық-экономикалық жағдайлар жасауға ықпал ететін бірқатар шараларды қамтиды. Кейбір жанама мемлекеттік қолдау ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының бюджетке, бюджеттен тыс қорларға, шикізатты жеткізушілерге төлемдер бойынша берешегін қайта құрылымдауға байланысты іс-шараларды қамтуы тиіс; «ҚазАгроҚаржы» АҚ, «Аграрлық несиелік корпорациясы» АҚ және т.б. сияқты қаржы институттарының жарғылық капиталын бюджет қаражаты есебінен толықтырады.

Соңғы жылдары мемлекет аграрлық сектордағы ғылымды дамытуға белсенді түрде қолдау көрсетуде. Осы қолдау желісі арқылы саланың мүддесін қамтамасыз ету мақсатында сатып алу бағасы, ауыл шаруашылығы өнімдерінің импорты мен экспорты реттеледі, жеңілдіктер белгіленеді, сонымен қатар бірқатар шектеулер мен тыйымдар белгіленеді.

Нәтижелер мен талқылау

Қазақстан Республикасында 2001 ж. бастап «Аграрлық несиелік корпорациясы» АҚ, ауыл шаруашылық тауар өндірушілеріне негізінен несиелік серіктестер арқылы қаржылық қолдау көрсететін даму институты болып табылады. Егер 2017 ж. берілген несиенің жалпы сомасы 160 млрд теңгеден асса, 2022 ж. 726 млрд теңгеге жетті. 2022 ж. 2021 ж. салыстырғанда активтер 1,3 ретке, меншікті капитал 1,5 ретке өскен немесе 1013,6 млрд теңге және 404,3 млрд теңге құраған, 34%-дан жоғары немесе 11,5 млрд теңге таза пайда алынған.

«Аграрлық несиелік корпорациясы» АҚ-да ауыл тұрғындарына жеңілдетілген несиелер берудің тиімді құралдарының бірі ауылдық жерлердің 98%-ын қамтитын несиелік серіктестерді қаржыландыру болып табылады. КС қаражатының басым бөлігі «Кең дала», «Агробизнес» және «Іскер» бағдарламалары аясында бөлінген.

«Кең дала» негізгі бағдарламасы бойынша ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер мен АӨК субъектілері көктемгі егіс және егін жинау жұмыстарын жүргізуге несиеленеді. Осы бағдарлама бойынша қаржы ұйымдарын несиелеудің белгіленген мерзімі – келесі жылдың көктемінің басына дейін жылдық 1,5% сыйақы мөлшерлемесі бойынша, жылдық 1,5%-дан басталатын тиімді сыйақы мөлшерлемесімен жүзеге асырылады. 2022 ж. осы бағдарлама шеңберінде 4,0 мыңнан астам фермер жалпы сомасы 140 млрд теңге құрайтын жеңілдетілген кредиттер алды, ал тұқым себілген егіс алаңдарының ауданы 5,1 млн гектардан асты.

«Агробизнес» бағдарламасы – кредиттік серіктестерге, ауыл шаруашылық тауар өндірушілерге айналым қаражатын толықтыруға, негізгі құралдарды сатып алуға, оның ішінде объектілерді жаңғыртуға, құрылыс-монтаждау жұмыстарына және реконструкциялауға несиеленеді. 2022 ж. 3 906 фермерге 171,1 млрд теңге несиеленді. Осы қаражатқа 51,9 мыңнан астам ірі қара мал басы, 176,2 мың бас ұсақ мал, 73 мың жылқы, 1,6 мың түйе және 3,5 мыңға жуық бірлік ауылшаруашылық техникасы мен жабдықтары сатып алынды.

«Іскер» бағдарламасы – ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруге және өндеуге; ауыл шаруашылығы кооперативтеріне ет, сүт және жеміс-көкөніс өнімдері бойынша сервистік-дайындау қызметтерін ұйымдастыруға, ауылдық жерлерде ауыл шаруашылығы емес бизнесті дамытуды несиелеу. Осы бағдарлама бойынша 2022 ж. 45,6 млрд теңге сомасына қарыздар берілді.

Сонымен қатар, көптеген бағыттар мемлекет тарапынан субсидияланады. Осылайша, несиелер бойынша пайыздық мөлшерлемелер келесідей субсидияланады:

- ◆ айналым құралдарын толықтыруға мемлекет 5% мөлшерімен субсидиялайды, егер жылдық мөлшерлеме 17% болса (соның ішінде КС маржасы 4%-дан аспайтын), онда соңғы қарыз алушы тек 12% төлейді;

- ◆ техникалар және негізгі құралдарды сатып алуға мемлекет тарапынан 10% субсидияланады, яғни жылдық 14% мөлшерлеменен, соңғы қарыз алушы 4% ғана төлейді

«Аграрлық несиелік корпорациясы» АҚ-ның негізгі қызметі әр түрлі қарыз алушыларға несиелер беру, яғни кірістің 99% осы қызмет түрінен алады [12]. Оны 1-кестеден көруге болады.

Кесте 1 – «Аграрлық несиелік корпорациясы» АҚ-ның кірістерінің динамикасы, млрд теңге

Көрсеткіштер	2018 ж.	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.	2023 ж.
Кірістер, барлығы	37,2	55,2	69,6	78,3	118	151,2
оның ішінде						
Негізгі қызметтен түскен кірістер	37	55	69,6	78,3	118	151,2
басқа да операциялық кірістер	0,2	0,2	-	-		-
Ескертпе: АҚ-ның қаржылық есептілігі негізінде авторлар құрастырған.						

1-кесте мәліметтерінен АҚ-ның кірістері жылдар бойынша өскенін байқауға болады, яғни 2018 ж. 37,2 млрд теңге болса, 2023 ж. 151,2 млрд теңгеге немесе 4,1 есе өскен, ал 2023 ж. 2022 ж. салыстырсақ кірістер 27,9%-ға өскен. Кірістердің жалпы сомасы 99,5–100% негізгі қызметтен, ауыл шаруашылығы кәсіпорындарынан немесе әр түрлі қарыз алушыларға берілген несиелерден алынған.

Жалпы алғанда АҚ дамудың оң динамикасын қадағалап, ауыл шаруашылық өндірістік кешенінің субъектілерін қаржыландырудың қолжетімділігін қамтамасыз етіп, несиелік серіктестіктер жүйесінің дамуына үлес қосып отыр. Осындай несие серіктестіктерінің бірі – «Целиноградское» Несиелік серіктестік» ЖШС.

«Целиноградское» Несиелік серіктестік» атты жауапкершілігі шектеулі серіктестігі Қазақстан Республикасы Ауыл шаруашылығы министрлігінің бұйрығы бойынша 2003 ж. 18 желтоқсандағы № 641, әділет органдарында 2004 ж. 1 наурыздағы № 15698-1901-ЖШС ретінде ұйымдастырылған. 2005 ж. КС құрамына «Аграрлық несие Корпорациясы» АҚ-мен бірге, Целиноград ауданының 23 ауыл шаруашылығы құрылымдары кірді. КС жарғылық капиталы 55,4 млн теңге сомасында қалыптасты, оның ішінде «Аграрлық несие корпорациясы» АҚ үлесі 8,7 млн теңге немесе 15,6%-ды құрады.

«Целиноградское» Несиелік серіктестік» жауапкершілігі шектеулі серіктестігінің қызметі Жарғымен және қатысушылардың жалпы жиналысында бекітілген ережелермен жүзеге асырылады және реттеледі. Жарғыға сәйкес қатысушылардың жалпы жиналысы КС Басқармасының, несиелік комитеттің және аудитордың жеке құрамын бекітеді. Бүгінгі таңда «Целиноградское» Несиелік серіктестік» ЖШС дамуында айтарлықтай өзгерістер бар, мәселен, ол құрылған кезде тек 23 шаруа қожалығы ғана қатысушы болып, несиелендіру лимиті 99 млн теңгеден сәл артық болды, ал 2022 ж. 31 желтоқсандағы жағдай бойынша КС қатысушыларының саны – 56, оның 28-і заңды тұлғалар, 28-і заңды тұлға құрмайтын жеке тұлғалар (ЖТ/ШҚ). КС жарғылық капиталы 368 263 242 теңге сомасында қалыптасты [12]. Жыл ішінде жалпы сомасы 4 393 519 371 теңгеге 73 займ берілді, жоспар бойынша 2 234 898 943 теңге болатын, яғни жоспардан тыс 96,6%-ға орындалды.

Несиелік серіктестіктің 2004–2022 жж. аралығында жұмыс істеген кезеңінде 31 444 825 054 теңге сомасында несие ресурстары берілді. Өтелген несие ресурстары 22 060 319 603 теңге. 2022 ж. барлығы 2 838 141 012 теңге несие ресурстары қайтарылды. Несие берудің барлық кезеңінде ЖШС қатысушылары 8 436 293 298 теңгеге негізгі құралдар, оның ішінде 2022 ж. шаруа қожалықтары 1 067 728 104 теңгеге негізгі құралдар сатып алды.

Енді Ақмола облысы «Целиноградское» Кредиттік серіктестік» ЖШС қызметінің дамуы мен нәтижелерін сипаттайтын негізгі көрсеткіштерге толығырақ тоқталайық (2-кесте).

Кесте 2 – «Целиноградское» Несиелік серіктестік» ЖШС қызметінің қаржылық нәтижелері, мың теңге

Көрсеткіштер	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.	2023 ж.	Өзгерістердің тізбекті қарқыны, %	
					2022 ж.	2023 ж.
Барлық қаржыландыру кірісі	506 683	631 726	802 969	935 753	127,1	116,5
Барлық қаржыландыру шығындары	491 287	619 088	780 794	848 387	126,1	108,7
Жалғастырылған қызметтен алынған кезеңдегі пайда (залал)	15 396	12 638	22 175	87 366	175,5	3,9 есе
Корпоративтік табыс салығы бойынша шығыстар	4 113	3 314	5 430	14 276	163,9	2,6 есе
Кезеңдегі жалпы пайда (жалпы шығын)	11 283	9 324	16 745	73 090	179,6	4,4 есе
Ескертпе: ЖШС-нің қаржылық есептілігі негізінде авторлар құрастырған.						

2-кесте мәліметтері бойынша 2023 ж. 2022 ж. салыстырғанда барлық қаржыландыру кірісі 132 784 мың теңгеге немесе 16,5 пайызға, қаржыландыру шығындары 67 593 мың теңгеге немесе 8,7 пайызға өскен. Корпоративтік табыс салығы бойынша шығыстар 8 846 мың теңгеге немесе 2,6 есе өскен. 2022 ж. ЖШС-тің қаржыландыру шығындары 26,1 пайызға өскен, ал 2023 ж. қаржыландыру шығындары 8,7 пайызға өскенмен кезеңдегі таза пайда 3,9 есе өскен, оның негізгі факторы серіктестіктің әкімшілік шығындарының жыл сайынғы айтарлықтай төмендеуі болып табылады деп қорытынды жасауға болады.

Ауыл шаруашылығы тауар өндірушілеріне берілген несиелер мен займдар көлемінің динамикасын қарастырайық (3-кесте). Айта кету керек, кредиттік желілерді ашу туралы шешімдер жыл сайын қатысушылар мен өтініш берушілер ұсынған несиелеу жобалары негізінде серіктестіктің кредиттік комитетінің отырысында қабылданады.

Кесте 3 – «Целиноградское» Несиелік серіктестігі» ЖШС ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерін несиелендіру және берілген субсидия көлемі, млн теңге

Көрсеткіштер	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.	2023 ж.
Несие алған КС қатысушыларының саны	56	54	54	56	60
Берілген несиелер, барлығы	2 550,8	3 639,4	3 307	4 393,6	5 272,3
оның ішінде					
айналым қаражатын толықтыруға арналған несиелер	1 478	2 404	1 255	3 165	3 798,0
негізгі қорларды сатып алуға және басқа мақсаттарға арналған несиелер	1 072,8	1 235,4	2 052	1 228,6	1 474,3
Орташа алғанда бір қатысушыға берілген несие	45,6	67,4	61,2	78,5	87,9
Несиелік ресурстарды қайтару	1 217,9	1 120,4	1 633,8	3 288	3 945,6
несиені өтеу, %	47,7	30,8	49,4	74,8	74,8
Алынған субсидиялар	205,2	229,2	311,0	487,7	585,2
Аударылған субсидиялар	203,2	229,0	309,6	487,5	585,1
Бюджетке қайтарылған субсидиялар	2,0	0,2	1,4	0,2	0,1
Бюджетке қайтарылған субсидиялар, %	1,0	0,1	0,4	0,03	0,02
Ескертпе: ЖШС-нің қаржылық есептілігі негізінде авторлар құрастырған.					

3-кестеде келтірілген ауылшаруашылық тауар өндірушілерін несиелендірудің жай-күйі туралы деректер 1 қатысушыға шаққандағы берілген несиелердің орташа мөлшерлемесіне қарағанда, қарастырылып отырған кезеңде жалпы алғанда несиелеу көлемі оң динамиканың байқалатынын көрсетеді.

Жалпы алғанда, несие алушылардың саны мен олардың жалпы көлемі жыл сайын өзгеріп отырады. Мәселен, 2019 ж. берілген несие көлемі 2550,8 млн теңге болса, 2023 ж. бұл сома 5 272,3 млн теңгені құраған. 2023 ж. 2022 ж. салыстырсақ несиеге қатысушылардың, яғни несие алушылардың саны 7,1 пайызға өскен, ал берілген несиелер 19,9 пайызға айналым қаражатын толықтыруға арналған несиелер 20 пайызға өскен, ал негізгі қорларды сатып алуға және басқа мақсаттарға арналған несиелер 20 пайызға азайған. Орташа алғанда бір қатысушыға берілген несие 16,4 пайызға, ал несиелік ресурстарды қайтару 20 пайызға артқан.

Бұл «Целиноградское» Несиелік серіктестігі» жауапкершілігі шектеулі серіктестігінің дамуының және оның қызметінің тиімділігінің дәлелі. Берілген несиелерді өтеу бойынша да қанағаттанарлық көрініс қалыптасты, өйткені несиені өтеу деңгейі айтарлықтай жоғары.

Берілген несиелердің құрылымын оларды пайдалану бағыттары бойынша бағалайтын болсақ, онда 2022 ж. жалпы көлемнің 72%-ы айналым қаражатын толықтыруға, ал қалған 28%-ы негізгі капиталды сатып алуға және басқа да мақсаттарға алынған. 2021 ж. деңгеймен салыстырғанда негізгі капиталды сатып алуға берілген несиелер үлесінің шамалы өсуі байқалады (сол жылы бұл мақсаттарға 38% және 62% алынған).

Дегенмен, жалпы алғанда инвестицияның төмен үлесі бар екенін атап өтеміз, яғни бұл ұзақ мерзімді несиелердің әлі де шағын үлесі бар дегенді білдіреді. Негізінде ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің өз активтерін ұлғайту үшін несиелік ресурстардың көбірек көлемін бағыттауы олардың одан әрі дамуына ықпал етер еді, бұл ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіру мен өткізу көлемін ұлғайту, технологияны жетілдіру және қызмет бағыттарын кеңейту үшін қажетті негізгі қорларды жаңартуды көрсетеді [13]. Серіктестіктің «Инвестиция салу кезінде ауыл шаруашылығы субъектілері шеккен шығындардың бір бөлігін өтеуді субсидиялау» бағдарламасын жүзеге асыруға қатысқаны туралы айта кеткен жөн болар еді. Бұл бағдарлама ауыл шаруашылығы техникалары мен жабдықтар паркін жаңартуды ынталандыруға бағытталған. Мәселен, бағдарламаны жүзеге асыру кезеңінде 7 ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілер жалпы сомасы 34 785 280 теңге субсидия алды.

Осы бағдарламамен қатар КС алынған займдар бойынша пайыздық мөлшерлемелерді субсидиялау бағдарламасын жүзеге асыруда. Несиелер бойынша пайыздық мөлшерлемелерді субсидиялаудың, сондай-ақ технологиялық жабдықтар мен ауыл шаруашылығы техникасын лизингке берудің негізгі мақсаты ауыл шаруашылығы субъектілеріне қаржылық қызметтердің қолжетімділігін арттыру болып табылады.

3-кестедегі деректер 2019 ж. қорытындысы бойынша алынған субсидиялардың жалпы сомасы 205,2 млн теңгені құраса, КС қарыз алушыларына аударылғаны – 203,2 млн теңгені құрағанын көрсетеді. Субсидияланған несиелер мерзімінен бұрын өтелуіне байланысты 2,0 млн теңге айырма бюджетке қайтарылды.

2020 ж. субсидиялар көлемі 2019 ж. деңгейден 11,7% асып, 229,2 млн теңгені құрады, бюджетке 0,16 млн теңге қайтарылды.

2021 ж. субсидиялар көлемі 2020 ж. деңгейден 35,7%-ға асып, 311 млн теңгені құрады, 309,6 млн теңге немесе 99,6% аударылды, демек, субсидиялардың бюджетке қайтарылу пайызы 35,2%-ға өсті.

2022 ж. субсидия көлемі 2021 ж. деңгейден 56,8%-ға асып, 487,7 млн теңгені құрады, 487,5 млн теңге аударылды, бюджетке 0,15 млн теңге қайтарылды. Бюджетке субсидия қайтарымы 35,2%-ға өсті.

2023 ж. субсидия көлемі 2022 ж. деңгейден 19,2%-ға асып, 585,2 млн теңгені құрады, 585,1 млн теңге аударылды, бюджетке 0,1 млн теңге қайтарылды. Бюджетке субсидия қайтарымы 20%-ға өсті.

Талдау ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге берілген несиелердің көлемі және алынған несиелер бойынша субсидияланатын сыйақы мөлшерлемесі несиелік серіктестікке қатысушылардың көпшілігінің өндірістік және қаржылық көрсеткіштерін айтарлықтай жақсартуға мүмкіндік бергенін көрсетті. КС-нің барлық қатысушылары өсімдік шаруашылығы өнімдерін (астық және мал азықтық дақылдарды өсіру), мал шаруашылығын (ет-сүт), сондай-ақ ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеумен (ұн, макарон, қымыз, сүт және ашытылған сүт өнімдерін) өндірумен және сатумен (жартылай фабрикаттар) айналысады.

«Целиноградское» Несиелік серіктестігі» ЖШС бес жылдық кезеңдегі қызметін талдау, несие серіктестігі республиканың барлық ауылдық несиелік серіктестіктер сияқты ауыл шаруашылығын қаржылық қолдаудың мемлекеттік бағдарламаларын іске асыруға, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді тікелей несиелеуге атсалысатынын қорытындылауға мүмкіндік береді. Бұл ретте несиелік серіктестік өз қызметінің нәтижесінде өз активтерін, меншікті және заемдық капиталын пайдалану бойынша табыстылық коэффициенттерінің жеткілікті жоғары деңгейін, сондай-ақ өз шығындары бойынша табыстылықтың қолайлы деңгейін қамтамасыз етеді.

Басқаша айтқанда, несиелік серіктестіктер республикалық бюджеттен бөлінген несие ресурстарын бөлуде делдалдық көмек көрсете отырып, өзінің қаржылық тұрақтылығын және қызметінің тиімділігін көрсетеді. Сонымен қатар, ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге берілетін несиелердің көлемін ұлғайту және алынған несиелер бойынша пайыздық мөлшерлемелерді субсидиялау арқылы серіктестік несиелік серіктестікке қатысушылардың көпшілігінің өндірістік және қаржылық көрсеткіштерінің айтарлықтай жақсаруына ықпал етеді [15, 16].

Алынған несиелерді пайдалану тиімділігінің деңгейін, ең бастысы, олардың ауыл шаруашылығының жалпы өнімін өндіруге қалай әсер еткенін серіктестікке қатысушылардың бірі, атап айтқанда, негізгі өндіріс «Ен-Дала» ЖШС қызметінің нәтижелері және экономикалық көрсеткіштері бойынша бағалауға болады (4-кесте).

Ең алдымен, бұл кәсіпорынның өндірістік-қаржылық қызметінде нәтижеге жету үшін жыл сайын қысқа мерзімді несиелер тартып отырғанын атап өту қажет. Сонымен бірге, «Целиноградское» Несиелік серіктестік» ЖШС бұл кәсіпорынға өзінің меншікті қаражаттары есебінен «Сенім» бағдарлама арқылы қосымша несие бөліп отырады.

Кесте 4 – «Ен-Дала» ЖШС-нің өндірістік қызметінің негізгі көрсеткіштері

Көрсеткіштер	2021 ж.		2022 ж.		2023 ж.		Өзгерістердің тізбекті қарқыны, %			
	бидай	арпа	бидай	арпа	бидай	арпа	2022 ж.		2023 ж.	
							бидай	арпа	бидай	арпа
Егістік алқабы, га	9 063	2 457	9 289	3 803	10 000	2 804	102,5	154,8	107,7	73,7
Өнімділік, ц/га	8,1	8,5	9,2	10,4	5	5	113,6	122,4	54,3	48,1
Жалпы өнім, т	7 867	2 091	10 335	3 944	5 000	1 402	131,4	188,6	48,4	35,5
Өткізу көлемі, т	10 332	692	10 844	3 287	7 227	57	105,0	4,7 есе	66,6	1,7
1 тонна астықтың өзіндік құны, тг	103 236	94 495	96 971	62 976	162 538	148 971	93,9	66,6	167,6	2,3 есе
1 тонна астықтың сату бағасы, тг	97 962	96 497	117 145	96 914	80 939	103 603	119,6	100,4	69,1	106,9
Барлық өткізілген өнімнің өзіндік құны, мың тг	1 066 634	65 391	1 051 554	207 002	1 174 618	8 521	98,6	3,2 есе	111,7	4,1
Кіріс, мың тг	1 012 139	66 776	1 270 325	318 557	584 927	5 926	125,5	4,8 есе	46,0	1,9
Қаржылық нәтиже, мың тг	-54 495	1 385	218 771	111 554	-589 691	-2595	-	80,5 есе	-	-

Ескертпе: «Ен-Дала» ЖШС-нің қаржылық есептілігі негізінде авторлар құрастырған.

4-кестедегі деректер 2021 ж. қоспағанда бидай сатудан 55 млн теңгеге жуық шығынды құраған, осы саладағы ЖШС қызметі тиімді екенін көрсетеді [13]. Бұл 1 тонна бидайдың өзіндік құнының (103 236 теңге) сату бағасынан (97 962 мың теңге) асып кетуіне байланысты болды. 2022 ж. 218 771 мың теңге көлемінде пайда алынды. 2023 ж. пайданың төмендеуін бидай өндіру шығындарының 67,6%-ға өсуі ғана түсіндіреді. Сонымен қатар, бидай өнімділігі – 45,7%-ға, оның жалпы өнімі – 51,6%-ға, осыдан сату – 33,4%-ға күрт төмендеді Мұндай көрсеткіштердің төмендеуіне қарамастан, ЖШС қызметі табыспен сипатталады.

2022 ж. арпаға арналған егістік алқабы 1,5 есеге және оның өнімділігі 22,4%-ға өскен, ал жалпы өнім көлемі 1,9 есеге ұлғайған Кәсіпорынның мұндай қадамын оңынан бағалауға болады, өйткені қаржылық нәтиже осы өнім түрінен көбірек түскен. Арпа бұл кәсіпорынға мал шаруашылығын дамытуға жем-азық ретінде қажет. Сондықтан, егістік алқаптың көлемін бидайдан гөрі арпаны өсіруге арнаған дұрыс болады деп есептейміз.

5-кестеде «Ен-Дала» ЖШС қызметінің қаржылық нәтижесі келтірілген.

5-кестеден 2022 ж. 2021 ж. салыстырғанда өнімді өткізуден түскен түсім 68,7%, ал шығындар көлемі 5,4% өскен, сол себептен жалпы пайда көлемі 3,3 есеге өсіп, 1,5 млрд теңгеден астам құраған. Бірақта, таза пайда көлемі 2,9 есеге өскен, себебі қаржыландыру шығындары 36,4% артып отыр. Оның өсу факторы ретінде алынған несиелердің пайыздық мөлшерінің жоғары деңгейі болуын айтуға болады. Сонымен қатар, бөлініп отырған субсидиялар көлемінің азаюын да (19,3%) ескеруге болады.

Кесте 5 – «Ен-Дала» ЖШС қызметінің қаржылық нәтижесі, мың теңге

Көрсеткіштер	2021 ж.	2022 ж.	2023 ж.	Өзгерістердің тізбекті қарқыны, %	
				2022 ж.	2023 ж.
Өнімді өткізуден түскен түсім	1 674 892	2 824 769,2	1 641 534,6	168,7	58,1
Өткізілген өнімнің өзіндік құны	1 216 781	1 282 163,0	1 325 043,9	105,4	103,3
Жалпы пайда	458 111	1 542 606,2	316 490,7	3,3 есе	20,5
Қаржыландырудан түскен табыс	1411	11370,9	3564,0	8,1 есе	31,3
Басқа да табыс	573 068	462 586,0	488 099,0	80,7	105,5
Өнімді өткізу шығындары	37 841	8 467,4	2 615,0	22,4	30,9
Әкімшілік шығындар	195 680	273 510,7	193 726,0	139,8	70,8
Қаржыландыру шығындары	260 098	354 902,0	370 706,0	136,4	104,5
Басқа да шығындар	91 977	149 716,2	87 735,0	162,8	58,6
Жалғастырылған қызметтен алынған кезеңдегі пайда	446 995	1 229 966,8	153 371,7	2,7 есе	12,5
Салық салуға дейінгі пайда (залал).	446 995	1 229 966,8	153 371,7	2,7 есе	12,5
КТС шығыстары	33 410	22 202,0	27 158,8	66,5	122,3
Кезеңдегі жалпы пайда (зиян)	413 584	1 207 764,8	126 212,9	2,9 есе	10,5
Ескертпе: «Ен-Дала»ЖШС-нің қаржылық есептілігі негізінде авторлар құрастырған.					

Қорытынды

Қорытындылай келе, «Аграрлық несиелік компаниясы» АҚ-ның негізгі қызметі әр түрлі қарыз алушыларға несиелік беру, яғни оның кірісінің 99% осы қызмет түрінен алынады.

АҚ-ның талданып отырған мерзімдегі кіріс көлемі 3 еседен артық өскен, сол себептен және ауыл шаруашылығындағы қазіргі экономикалық жағдайды ескере отырып, біздің ойымызша, беріліп отырған несиелердің пайыздық мөлшерлемелерін біршама төмендету қажет.

Тағы бір айтып кететін жәйт – ол осындай қаржылық институттарға көрсетіп отырған қызметтеріне тек қана қысқа мерзімді несиелер беру ғана емес, осыған қоса ұзақ мерзімді несиелердің үлес салмағын ұлғайту қажет.

Ал енді несиелерді пайдалану тиімділігін қарасақ, мысалы, жеке шаруа қожалықтарының бірі, атап айтқанда, «Ен-Дала» ЖШС дамуындағы прогрессивті жетістіктер жалпы алғанда несиелік тартудың тиімділігін көрсетеді деп айта аламыз.

Мұндай кәсіпорындардың тәжірибесі ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерге берілетін қаржы-несиелік ресурстардың басқа да жағдайларды ескере отырып, өнім көлемінің өсуіне ықпал ететінін дәлелдеуге негіз береді.

Қаржылық көмек ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілердің қызмет етуінде де, қаржылық қолдауында да қиын жағдайларға қарамастан берулері мүмкін. Оның үстіне, талдау көрсеткендей, бұл шаруашылықтардың жұмыс істеуін ұйымдастыру тәжірибесінде материалдық шығындардың салыстырмалы түрде жоғары болуының мысалдары бар екенін байқаймыз. Сол себептен, шетел тәжірибесіне сүйене отырып аграрлық бағалар мен фермерлердің кірістерін қадағалаған жөн деп санаймыз.

Дегенмен, соған қарамастан ресурстарды ұтымды пайдалану, мұндай кәсіпорындарда ұйымдастыру мен басқарудың жоғары деңгейі мен өндірістің жоғары деңгейін және өндірілген өнімнің төмен құнын қамтамасыз етеді.

Сонымен қатар, «Целиноградское» «Несиелік серіктестігі» ЖШС-нен несиелік негізгі алушылар ауыл шаруашылығы өнімдерінің, әсіресе өсімдік шаруашылығында оның өсімін қамтамасыз еткен ірі ауыл шаруашылығы кәсіпорындары екенін атап өтеміз. Бірақ, шаруа қожалықтарының несиелік, әсіресе ауыл шаруашылығы техникасын сатып алуға ұзақ мерзімді

несие алу мүмкіндігі әлі жоқ, өйткені алынған несиелерді қамтамасыз ету бойынша қол жеткізілген өндірістік көрсеткіштер айтарлықтай төмен болып отыр.

Осыны негізге ала отырып, біздің ойымызша, біріншіден, ауыл шаруашылығы субъектілерін несиелік серіктестіктер жүйесі арқылы несиелендіру тетігін одан әрі дамыту өндірістік-қаржылық қызметтің көлемі мен нәтижелеріне байланысты болуы тиіс. Екіншіден, ауыл шаруашылығы субъектілерінің шаруашылық жүргізу құқығындағы серіктестіктердің даму келешегін ескере отырып жүзеге асыру қажет. Басқаша айтқанда, несиені ең алдымен табысты жұмыс істеп тұрған ауыл шаруашылығы кәсіпорындары алуы керек.

Меншік пен шаруашылық жүргізудің барлық нысандарындағы ауыл шаруашылығы құрылымдарын қамту, біз көріп отырғандай, агроөнеркәсіп кешеніндегі кәсіпорындардың ағымдағы және инвестициялық қызметін қаржыландырудың қосымша көздері арқылы мүмкін болады. Осы көздердің бірі ауыл шаруашылығы кәсіпорындары мен инвестицияланған тауарларды (жұмыстарды, қызметтерді) жеткізушілердің өтімділігін арттырудың және қаржылық тәуекелін төмендетудің тиімді нысанына байланысты факторингтік операцияларды дамыту болуы мүмкін.

Ауыл шаруашылығы субъектілері үшін факторингтік операциялардың негізгі бөлігін, көріп отырғанымыздай, мемлекеттің қатысуымен құрылған арнайы қаржы институты – мамандандырылған ауыл шаруашылығы банкі жүйесі арқылы жүзеге асыруға болар еді. Мұндай институттар капиталы мен операцияларының көлемі бойынша ірі банктердің қатарына кіретін әлемнің көптеген елдерінде табысты жұмыс істейді. Мысалы, Голландиядағы Rabobank, Германиядағы Raiffeisen Bank, Франциядағы Credit Agricole Bank, American Farm Credit System [17].

Ірі мамандандырылған ауыл шаруашылығы банкінің болуы, ең алдымен, ауыл шаруашылығы тауар өндірушілерінің негізгі капиталын толықтыруға бағытталған ұзақ мерзімді инвестициялық несиелендіруді жеңілдететін еді.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Попова О.В., Сидорин А.А. Развитие методологических подходов к прямой государственной поддержке аграрных товаропроизводителей // Экономика и предпринимательство. – 2015. – С. 1134–1139.
- 2 Сигарев М.И., Нуркужаев З.М., Нурғалиева Р.О., Алшембаева Л.Т. Механизм государственной поддержки сельскохозяйственного производства в странах единого экономического пространства // Biosciences Biotechnology Research Asia. – 2015. – № 12(2). – С. 1287–1296.
- 3 Тажибаева Р.М. Государственная поддержка аграрного сектора Казахстана // Проблемы агро-рынка. – 2021. – № 1. – С. 44–50.
- 4 Сигарев М.И., Нарынбаева А.С. Совершенствование государственной поддержки сельскохозяйственного производства в условиях интеграции стран ЕАЭС // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2017. – № 2(58). – С. 155–164.
- 5 Неганова В.П., Дудник А.В. Совершенствование государственной поддержки АПК региона // Экономика региона. – 2018. – Т. 14. – Вып. 2. – С. 651–662.
- 6 Денисов В.И. Ускорение развития аграрного сектора экономики России на основе повышения эффективности государственной поддержки сельских товаропроизводителей // Проблемы прогнозирования. – 2019. – № 1. – С. 95–105.
- 7 Кудрявцев А.А. Проблемы программно-целевого планирования и финансирования бюджетных инвестиций // Финансы и кредит. – 2019. – № 9(345). – С. 29–35.
- 8 Полонский В.В. Финансирование государственных программ – задача специализированного института развития // Белорусский экономический журнал. – 2018. – № 4. – С. 104–110.
- 9 Аймурзина Б.Т., Каменова М.Ж., Батай М. Роль аграрного сектора Казахстана в обеспечении продовольственной безопасности // Проблемы агро-рынка. – 2019. – № 2. – С. 20–27.
- 10 Рахметова А., Калкабаева Г., Курманалина А., Серикова Г., Аймурзина Б. Финансово-кредитный и инновационный секторы экономики: оценка макроэкономических эффектов регулирования взаимодействия секторов // Проблемы предпринимательства и устойчивого развития. – 2020. – № 8(1). – С. 1224–1237.

- 11 Сигарев М.И., Кантарбаева С.М., Мейманкулова З.З. и др. Кредитование сельскохозяйственно-го производства в Казахстане // *Life Science Journal*. 2014. No. 11 (9 спец. выпуск). P. 299–302.
- 12 Официальный сайт Аграрной кредитной корпорации. URL: [https:// agrokredit.kz](https://agrokredit.kz)
- 13 Официальный сайт ТОО «Кредитное товарищество «Целиноградское». URL: <https://statsnet.co/companies/kz/25578515>
- 14 Aimurzina B., Kamenova M., Omarova A., Karipova A., Auelbekova A. The economic nature of financial leverage of agricultural production // *Journal of Applied Economic Sciences*. 2018. Volume 13. Issue 8. P. 2394–2405.
- 15 Финансовая отчетность ТОО «Ен Дала» за 2020–2022 гг.
- 16 Lukhmanova G. Innovative development of the agricultural sector of the Republic of Kazakhstan // *Revista Espacios*. 2019. No. 32. P. 6.
- 17 Байкадамов Н.Т. и др. Меры государственной поддержки агропромышленного производства Республики Казахстан // *Проблемы агрорынка*. – 2020. – № 3. – С. 51–59.

REFERENCES

- 1 Popova O.V., Sidorin A.A. (2015) Razvitie metodologicheskikh podhodov k prjamoj gosudarstvennoj pod-derzhke agrarnyh tovaroproizvoditelej // *Jekonomika i predprinimatel'stvo*. P. 1134–1139. (In Russian).
- 2 Sigarev M.I., Nurkuzhaev Z.M., Nurgalieva R.O., Alshembaeva L.T. (2015) Mehanizm gosudarstvennoj podderzhki sel'skohoz'jajstvennogo proizvodstva v stranah edinogo jekonomicheskogo prostranstva // *Biosciences Biotechnology Research Asia*. No. 12(2). P. 1287–1296. (In Russian).
- 3 Tazhibaeva R.M. (2021) Gosudarstvennaja podderzhka agrarnogo sektora Kazahstana // *Problemy agro-rynka*. No. 1. P. 44–50. (In Russian).
- 4 Sigarev M.I., Narynbaeva A.S. (2017) Sovershenstvovanie gosudarstvennoj podderzhki sel'sko- hoz'jajstvennogo proizvodstva v uslovijah integracii stran EAJeS // *Vestnik Omskogo universiteta*. Serija «Jekonomika». No. 2(58). P. 155–164. (In Russian).
- 5 Neganova V.P., Dudnik A.V. (2018) Sovershenstvovanie gosudarstvennoj podderzhki APK regiona // *Jekonomika regiona*. V. 14. Vyp. 2. P. 651–662. (In Russian).
- 6 Denisov V.I. (2019) Uskorenie razvitija agrarnogo sektora jekonomiki Rossii na osnove povyshenijajeffektivnosti gosudarstvennoj podderzhki sel'skih tovaroproizvoditelej // *Problemy progno- zirovanija*. No. 1. P. 95–105. (In Russian).
- 7 Kudrjavcev A.A. (2019) Problemy programmno-celevogo planirovanija i finansirovanija bjudzhetnyh investicij // *Finansy i kredit*. No. 9(345). P. 29–35. (In Russian).
- 8 Polonskij V.V. (2018) Finansirovanie gosudarstvennyh programm – zadacha specializirovannogo instituta razvitija // *Belorusskij jekonomicheskij zhurnal*. No. 4. P. 104–110. (In Russian).
- 9 Ajmurzina B.T., Kamenova M.Zh., Bataj M. (2019) Rol' agrarnogo sektora Kazahstana v obespechenii prodovol'stvennoj bezopasnosti // *Problemy agrorynka*. No. 2. P. 20–27. (In Russian).
- 10 Rahmetova A., Kalkabaeva G., Kurmanalina A., Serikova G., Ajmurzina B. (2020) Finansovo-kreditnyj i innovacionnyj sektory jekonomiki: ocenka makrojekonomicheskikh jeffektov regulirovanija ivzaimodejstvija sektorov // *Problemy predprinimatel'stva i ustojchivogo razvitija*. No. 8(1). P. 1224–1237. (In Russian).
- 11 Sigarev M.I., Kantarbaeva S.M., Mejmankulova Z.Z. i dr. (2014) Kreditovanie sel'skohoz'jajstvennogo proizvodstva v Kazahstane // *Life Science Journal*. No. 11 (9 spec. vypusk). P. 299–302. (In Russian).
- 12 Oficial'nyj sajt Agrarnoj kreditnoj korporacii. URL: <https:// agrokredit.kz>. (In Russian).
- 13 Oficial'nyj sajt ТОО «Kreditnoe tovarishhestvo «Celinogradskoe». URL: <https://statsnet.co/companies/kz/25578515>. (In Russian).
- 14 Aimurzina B., Kamenova M., Omarova A., Karipova A., Auelbekova A. (2018) The economic nature of financial leverage of agricultural production // *Journal of Applied Economic Sciences*. . Volume 13. Issue 8. P. 2394–2405. (In English).
- 15 Finansovaja otchetnost' ТОО «En Dala» за 2020–2022 гг. (In Russian).
- 16 Lukhmanova G. (2019) Innovative development of the agricultural sector of the Republic of Kazakhstan // *Revista Espacios*. No. 32. P. 6. (In English).
- 17 Bajkadamov N.T. i dr. (2020) Mery gosudarstvennoj podderzhki agropromyshlennogo proizvodstva Respubliki Kazahstan // *Problemy agrorynka*. No. 3. P. 51–59. (In Russian).

ЖУНУСОВА Р.М.,*¹

к.э.н., доцент.

*e-mail: ubs_51@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-0018-8424

АХМЕТОВА Д.Т.,¹

к.э.н., доцент.

e-mail: dinra09@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6107-6565

УТИБАЕВА Г.Б.,¹

к.э.н., ассоциированный профессор.

e-mail: gulzhan_79@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-6799-0502

АБДИГУЛ Г.Қ.,¹

докторант.

e-mail: zhaukanai_ak@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8216-4695

¹Казахский агротехнический исследовательский университет им. С. Сейфуллина, г. Астана, Казахстан

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ ПОМОЩИ И СЕЛЬСКИХ КРЕДИТНЫХ ТОВАРИЩЕСТВ

Аннотация

В статье отмечено, что для финансовой поддержки сельскохозяйственного производства используются различные способы мобилизации ресурсов. Они реализуются на практике через систему кредитования по линии АО «Аграрная кредитная корпорация», в состав которой входят сельские кредитные товарищества. В статье рассмотрены вопросы государственной финансовой поддержки сельхозтоваропроизводителей посредством их кредитования через сельские кредитные товарищества. Показана взаимосвязь результатов производственной и финансовой деятельности сельхозформирований и кредитного товарищества, обоснованная приведенными конкретными данными участников, которые за счет полученных кредитов улучшили свои производственные и финансовые показатели. Изучена эффективность деятельности кредитных товариществ (КТ) на примере ТОО «КТ «Целиноградское», которое предоставляет услуги кредитования и субсидирования по ставкам вознаграждения значительно ниже рыночных. Отмечена результативность деятельности кредитного товарищества, которая обеспечивается ежегодным мониторингом со стороны КТ целевого использования банковских кредитов и займов, финансового состояния субъекта хозяйствования, а также их залогового обеспечения. Обобщено, что КТ, оказывая посредническую помощь в распределении кредитных ресурсов, выделенных из республиканского бюджета, в целом показывают свою финансовую устойчивость и эффективность деятельности. Вместе с тем, увеличивая объемы выданных кредитов сельхозтоваропроизводителям, субсидируя ставки вознаграждения по полученным займам, КТ способствуют значительному улучшению показателей производственной и финансовой деятельности большинства участников кредитных товариществ.

Ключевые слова: государственные финансовые институты, кредитные товарищества, финансовая поддержка, сельхозтоваропроизводители, кредитование, субсидирование, эффективность деятельности, сравнительная оценка.

ZHUNUSOVA R.M.,*¹

c.e.s., associate professor.

*e-mail: ubs_51@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-0018-8424

AKHMETOVA D.T.,¹

c.e.s., associate professor.

e-mail: dinra09@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6107-6565

UTIBAEVA G.B.,¹

c.e.s., associate professor.

e-mail: gulzhan_79@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-6799-0502

ABDIGUL G.K.,¹

PhD student.

e-mail: zhaukanai_ak@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8216-4695

¹Kazakh Agrotechnical Research
University named after S. Seifullin,
Astana, Kazakhstan

EFFECTIVENESS OF ACTIVITIES OF FINANCIAL ASSISTANCE RECIPIENTS AND RURAL CREDIT PARTNERSHIP

Abstract

The article notes that various methods of resource mobilization are used to financially support agricultural production. They are mainly implemented in practice through the lending system through JSC Agrarian Credit Corporation, which includes rural credit partnerships. The article discusses issues of state financial support for agricultural producers through their lending through rural credit partnerships. The relationship between the results of production and financial activities of agricultural entities and the credit partnership is shown, justified by the specific data provided by the participants who, through the loans received, improved their production and financial performance. The efficiency of the activities of credit partnerships (CPs) was studied using the example of CT Tselinogradskoye LLP, which provides lending and subsidizing services at interest rates significantly lower than market ones. The effectiveness of the credit partnership's activities is noted, which is ensured by annual monitoring by the CT of the targeted use of bank loans and borrowings, the financial condition of the business entity, as well as their collateral. It is generalized that CTs, by providing intermediary assistance in the distribution of credit resources allocated from the republican budget, generally demonstrate their financial stability and the effectiveness of their activities. At the same time, by increasing the volume of loans issued to agricultural producers and subsidizing interest rates on loans received, credit unions contribute to a significant improvement in the production and financial performance of the majority of participants in credit partnerships.

Key words: state financial institutions, credit associations, financial support, agricultural producers, crediting, subsidizing, efficiency of activity, comparative assessment.

Article submission date: 03.01.2024

FTAXP 06.73.55

ӘОЖ 336.71

JEL L621

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-62-74>

БЕРТАЕВА К.Ж.,*¹

Э.ғ.д., профессор.

*e-mail: kul.bert@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5878-3966

ОНАЛТАЕВ Д.О.,²

Э.ғ.к., профессор.

e-mail: darkhano@inbox.ru

ORCID ID: 0000-0002-4247-5288

АКИМБАЕВА К.Т.,²

докторант.

e-mail: karla74@inbox.ru

ORCID ID: 0009-0001-1793-178X

ИСАЕВА А.Т.,³

Э.ғ.к., доцент.

e-mail: Issaeva_ainur@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8907-8634

¹Алматы гуманитарлы-
экономикалық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

²әл-Фараби атындағы Қазақ

ұлттық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

³Абай атындағы Қазақ ұлттық

педагогикалық университеті

Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАНКТЕРДІ ЦИФРЛАНДЫРУ

Андатпа

Қаржы саласы, оның ішінде банк секторы дәстүрлі түрде өз клиенттері үшін инновациялық технологиялар мен цифрлық сервистерді енгізуде көшбасшы болып табылады. Цифрлық өнімдер мен шешімдер қаржылық қызметтерді тез және ыңғайлы алуға көмектеседі, ал қолжетімді және қолдануға оңай сервистер қазақстандық қаржы институттарының ажырамас бөлігіне айналады. Қазірдің өзінде банктік қызметтерді қашықтан және биометриялық технологияларды қолдана отырып алуға болады. Сонымен қатар, Қазақстанда банктердің «гибридті» клиенттерінің саны өсуде. Қазақстандық банктер банктік шотты онлайн ашу және биометриялық технологияларды (саусақ іздері, дауыс және бетті тану) пайдалану бойынша жаңа шешімдерді енгізуде. Заңды тұлғалардың банктік шотты онлайн ашу және электрондық үкімет порталы арқылы оларды мемлекеттік тіркеу кезеңінде міндетті сақтандыру шартын жасасу үшін сервис іске қосылды, яғни жаңадан құрылатын заңды тұлға бір электрондық рәсім шеңберінде мемлекеттік тіркеуден өте алады, осындай сервисті ұсынатын екінші деңгейдегі банктердің бірінде өз қалауы бойынша банктік шот аша алады. Осылайша, қаржылық қызметтердің жаңа цифрлық жүйесін қалыптастыру процесі белсенді жүріп жатыр. Қазақстанның банк жүйесін цифрландыру процесін зерттеудің ғылыми жаңалығы мынада: авторлар цифрландыру және жаңа ақпараттық өнімдерді қолдануда екінші деңгейдегі қазақстандық банктердің қызметін жетілдіру бойынша нақты ұсынымдар ұсынады. Атап айтқанда: шағын және орта бизнеспен айналысатын компаниялар мен кәсіпорындар үшін нақты цифрлық стратегияны әзірлеу, өйткені қазіргі уақытта олар кибер қауіптерге және жаңа (disruptive) технологиялардың тәуекелдеріне байланысты белгілі бір теріс сын-қатерлер. Цифрландыру процесін тұрақты дамыту үшін ұзақ мерзімді инновациялық даму институттарын құру және нақты сектордағы нақты жобалардан тұратын бағдарламаның прагматикалық басталуын қамтамасыз етеді. Зерттеудің практикалық маңыздылығы екінші деңгейдегі қазақстандық банктерге Open API және Open Banking және т.б. сияқты жаңа ақпараттық өнімдерді енгізуді жалғастыруға бағытталған. Авторлар қазақстандық

банк жүйесіндегі ағымдағы ахуалды талдау негізінде ғылыми зерттеудің негізгі мақсаты болып табылатын және оның нәтижелерінің тәжірибелік маңыздылығын көрсететін банктік шотты онлайн ашу бойынша жаңа шешімдерді белсенді түрде енгізуді ұсынады.

Тірек сөздер: банк секторы, цифрлық қаржы, банктерді цифрландыру, интернет-банкінг, мобильді банктік қосымшалар, цифрлық банкінг.

Кіріспе

Қазіргі уақытта Қазақстанда клиенттерге қашықтықтан банктік қызмет көрсету – интернет-банкінг қызметтері, мобильді банктік қосымшалар қарқынды дамып келеді, олар арқылы төлемдерді қашықтан жүргізуге, қызметтерге ақы төлеуге және екінші деңгейдегі банктердің өзге де сұранысқа ие өнімдеріне қол жеткізуге болады. Бұл жүйелерде 9 миллионнан астам қолданушы тіркелген, олардың шамамен 30%-ы үнемі операцияларды жүргізеді. Интернет және мобильді банкінг жүйелері арқылы операциялардың көлемі қазір POS-терминалдар арқылы қолма-қол ақшасыз төлемдердің көлемінен асып түсті. Күн сайын елімізде цифрлық банкінг жүйелері арқылы 6 млрд. теңгеге жуық сомаға халықтың 400 мыңнан астам қолма-қол ақшасыз транзакциялары жүргізіледі, бизнес субъектілерінің қаржылық транзакцияларының 70%-ы электрондық банк сервистері арқылы да жүргізіледі [1].

Қазақстан Республикасы Ұлттық банкі екінші деңгейдегі банктермен бірлесіп қаржы секторын одан әрі цифрландыру мақсатында жаңа заманауи мүмкіндіктерге жауап беретін бірнеше жобаны іске асыру бойынша жұмыстар жүргізуде. Бұл қаржылық және мемлекеттік қызметтерді көрсету процесін автоматтандыру үшін қаржы ұйымдарының мемлекеттік органдармен электрондық өзара іс-қимылына көшу, клиенттерді қашықтықтан сәйкестендіру тетігін енгізу, жедел төлемдер үшін инфрақұрылым құру және басқа да бірқатар инфрақұрылымдық шаралар, соның ішінде перспективада электрондық қаржылық қызметтердің ашық экожүйесін құруға бағытталған [2].

Ағымдағы сәтте барлық қазақстандық банктер тарапынан мемлекеттік органдарға бюджетке қабылданған төлемдер туралы хабарламаларды жолдау бойынша төлем басталған сәттен бастап 15 минут ішінде сервис іске асырылды, бұл қажетті мемлекеттік қызметтер көрсетуді жеделдетуге мүмкіндік береді. Төлемдерді автоматты есепке алуды және орындауды іске асыру үшін банктердің әкімшілік айыппұлдар, салықтық берешек және әлеуметтік төлемдер бойынша берешек және мемлекеттік органдар жүйелеріндегі өзге де ақпарат туралы ақпаратқа қол жеткізуін іске асыру бойынша бірқатар интеграциялық процестер іске асырылады.

Материалдар мен әдістер

Қазақстандағы клиенттерге банктік қызмет көрсету үдерістерінің цифрлық трансформациясын қамтамасыз ету мақсатында зерттеушілер қазіргі уақытта банктік қызмет көрсетудің негізгі үлгілерін зерделеу мәселелеріне көп көңіл бөлмейді. Цифрлық банктік қызмет көрсетудің теориялық дерекқорының жеткіліксіз пысықталуы қазақстандық банк қызметінің контурлық және тиімді дамуын қолдайды. Осыған байланысты Цифрлық банктік қызмет көрсету моделіне параметрлерді бөлу мақсатында ұсынылған іс-шаралар қазақстандық және ресейлік авторлардың ғылыми және практикалық еңбектерін зерттеуге негізделді. Мысалы, қазақстандық ғалым Г.С. Маргацкая банктер клиенттері мен нарықтың басқа да қатысушыларын қашықтан қосу тетіктерінің дамуын айқындайтын инновациялық сервистер мен жаңа цифрлық қаржы құралдарын зерттеді, қаржы нарығының қалыптасқан архитектурасына талдау жүргізді және оның дамуындағы қаржылық технологиялар компанияларының ролін анықтады.

Басқа қазақстандық авторлар Г.М. Дүйсен, Д.А. Айтжанова өздерінің ғылыми еңбектерінде цифрлық қоғамды дамыту, цифрлық банктік қызмет көрсету және халықтың сауаттылығын арттыру үшін салалық бөліністе ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласындағы мамандар мен басқарушы кадрлар қажет деп мәлімдейді.

Қазіргі жағдайда банктік қызметтерді цифрландыру жөніндегі жобаларда басымдықтарды таңдау мәселелері, сондай-ақ шағын және орта бизнеспен айналысатын компаниялар мен кәсіпорындар үшін цифрлық стратегияны әзірлеуге байланысты мәселелерді қазақстандық ғалым-экономистер мен практиктер зерттеді: Макыш С.Б., Бертаева К.Ж., Исакова З.Д., Крупина Е.М., Кабдулшарипова А.М. және т.б.

Қазақстанда банк саласындағы цифрлық технологиялардың дамуы мен интеграциясына ықпал ететін факторлар сияқты түрлі іс-шаралар белсенді түрде өткізілуде. Мұндай іс-шаралар әзірлеушілер, кәсіпкерлер және сарапшылар арасындағы инновациялар мен ынтымақтастыққа, мәселелерді шешуге және цифрлық шешімдерді қолдана отырып, жаңа тәсілдерді табуға мүмкіндік береді. Мұны ресейлік сарапшы, «СКМ» Ашық акционерлік қоғамының Ақпараттық технологиялар департаментінің директоры А. Родионов растады.

Сонымен қатар, зерттелетін мәселенің әдіснамалық мәселелерін негіздеу және шешу кезінде авторлар қазіргі экономикалық теория мен қаржылық доктриналардың іргелі ережелеріне сүйенгенін атап өту керек. Зерттеу жүйелік талдауға негізделді, нақты мәселелерді шешуге салыстырмалы, статистикалық және графикалық талдау, рейтингілеу, топтау әдістерін қолдану арқылы қол жеткізілді.

Нәтижелер мен талқылау

Ғылыми мақаланың авторлары қазақстандық банк жүйесінде цифрландыру процесінің дамуын талдау негізінде таяу болашақта Қазақстанда және оның өңірлерінде екінші деңгейдегі банктер бөлімшелерінің санының күрт төмендеуі күтілетінін анықтады. Екінші деңгейдегі қазақстандық банктер үшін бұл операциялық шығыстардың төмендеуіне айналады, клиент үшін – жалпыға бірдей цифрландыру қарыз қаражатының қолжетімділігін және ең алдымен, пайыздық мөлшерлемені арттыруы тиіс.

Екінші деңгейдегі қазақстандық банктерді цифрландыру процесінің жай-күйіне талдау жүргізбес бұрын, әлемдік тәжірибеге жүгінейік, бұл ғылыми мақала авторларына белгілі бір қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, қазіргі уақытта Әлемдік банк жүйесі цифрлық трансформацияға байланысты үлкен өзгерістерге ұшырауда және цифрлық болашақта үнемі бәсекеге қабілетті болуға ұмтылатын дәстүрлі банктер жаңа цифрлық технологияларды іздеуде үлкен күш салуда, бұл оларға өз клиенттерінің қажеттіліктерін қанағаттандыруда серпінді, жедел және тиімді болуға мүмкіндік береді. Қаржы технологияларының қарқынды дамуы жаңа буын банктерінің – цифрлық банктердің пайда болуына әкеледі, олардың көпшілігі бөлшек клиенттерге бағытталған. Цифрлық банктер фронт-офистерсіз (бөлімшелерсіз) форматқа ие, қызметтерді көрсету үшін мобильді қосымшалар мен сайттар пайдаланылады. Оларды көбінесе онлайн-банктер немесе тікелей банктер деп атайды, мысалы, Ұлыбританияда олар challenger banks деп аталады, бұл «үміткер банк» дегенді білдіреді [3]. Жаңа цифрлық банктер ұсынатын банктік қызметтердің тізімі әр түрлі және қаржылық технологиялар компанияларының қызметтеріне ұқсас: шоттар бойынша операциялар, несие беру, инвестициялар, депозиттермен жұмыс. Ең танымал жаңа цифрлық банктердің қатарына Citibank, Atom, Monza және Revolut (Ұлыбритания), number 26 және Fidor Bank (Германия), Saxo Bank (Дания), Moven (АҚШ), Nemea (Мальта), WeBank және MyBank (Қытай), Tinkoff Bank (Ресей), Ferratum (Финляндия), Morning (Франция) [4] (1-сурет).

Цифрлық банкінгі дамытудың халықаралық тәжірибесін зерделеу цифрлық банк тұтынушы, инвестор және банктің өзі тұрғысынан қаржылық мүмкіндіктердің заманауи жиынтығына ие банк екенін көрсетеді, бұл 1-ші суретте көрсетілген. Бұл аталған фактіні қазақстандық екінші деңгейдегі банктер де қабылдауы керек.

Әлемдік банк жүйесіндегі жаңа цифрлық банктердің негізгі артықшылықтарынан басқа, атап айтқанда: – клиент жер шарының кез келген жерінен 24/7 режимінде банк қызметтеріне қол жеткізе алады; бөлімшелерді тарату шығындарды азайтады, ал операциялық шығындарды азайту банк қызметтерінің құнын төмендетеді; клиенттердің уақыты үнемделеді, олар барлық операцияларды үйде және ыңғайлы уақытта орындайды, сонымен бірге интернет желісі

арқылы клиенттердің аумақтық қолжетімділігі кеңейеде; қызмет көрсетудің ыңғайлы деңгейін ұсынатын заманауи технологиялық дамыған ұйым ретінде банктің имиджі қалыптасады, яғни мұның басты артықшылығы – олардың төмен тарифтерін белгілеу, қызмет көрсету жылдамдығы мен қауіпсіздігін арттыру, клиент үшін операцияларды орындау мерзімдерін барынша азайту мүмкіндігінде. Цифрлық банктердің тағы бір ерекшелігі – әлеуметтік желілерге интеграциялау және оларға негізделген цифрлық маркетинг [6] (2-сурет).



Сурет 1 – Цифрлық банкинг мүмкіндіктерінің негізгі жиынтығы

Ескертпе: [5] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылды.



Сурет 2 – Дәстүрлі банктердің цифрлық трансформациясының негізгі бағыттары

Ескертпе: [7] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылды.

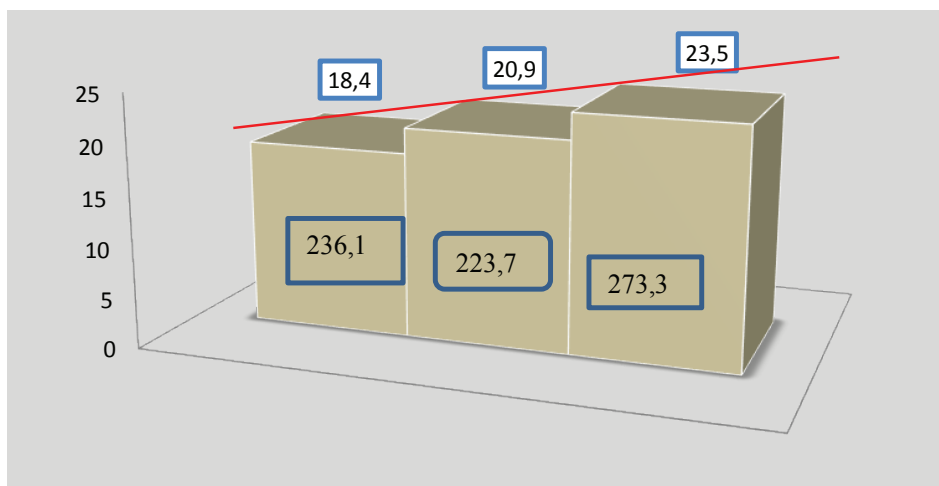
Бірақ цифрлық банкинг енді тұтынушымен цифрлық байланыс арналары ғана емес, бұл тұтынушылардың сұраныстарын тәулік бойы қанағаттандыратын цифрлық өнімдер болып табылады. Ал, бұған қатысушылар жаңа және жетілдірілген тұтынушы тәжірибесін және қызметтер мен қызмет көрсетулерді жылдамырақ, әрі тиімдірек ұсынады. Банктік қызмет көрсетудің цифрлық моделінің күшіне ену кезеңі ұялы телефондағы банктің веб-қосымшасы арқылы байланыстың кері нысаны, әлеуметтік медиа алаңдары, сондай-ақ сату орындарында, бөлімшелерде және өзіне-өзі қызмет көрсету құрылғыларында клиентпен интерактивті бейне байланыс сияқты байланыс әдістерінің пайда болуымен сипатталады.

Жетекші әлемдік рейтингтік агенттіктердің болжамы бойынша, 2025 жылға қарай әлемдік экономиканың төрттен бірінен астамы цифрлы болады және мемлекетке, бизнеске және қоғамға тиімді өзара іс-қимыл жасауға мүмкіндік беретін банк жүйесін цифрландыру техноло-

гияларын енгізу барған сайын ауқымды және серпінді үдеріске айналуға. Әлемнің 15-тен астам елі банк жүйесін цифрландырудың ұлттық бағдарламаларын жүзеге асырады: Дания, Норвегия, Ұлыбритания, Канада, Германия, Сауд Арабиясы. Сандық банктік трансформация технологиялары, краудсорсинг, жедел онлайн несиелеу, қашықтан сәйкестендіру, электрондық төлем жүйелері және басқа да цифрлық банктік қызмет көрсетулер Үндістанда, Ресейде, Қытайда, Оңтүстік Кореяда, Малайзияда, Сингапурда, Австралияда, Жаңа Зеландияда және т.б. елдерде енгізілген [8].

Банк қызметтері нарығын цифрландыру банктердің инвестициялық және бизнес-процестерін өзгертеді және олардың клиенттерге қызмет көрсету тәсілдерін де жақсартады, өйткені цифрлық банкті құру бұл – процестерді оңтайландыру, жаңа ұйымдастырушылық мәдениет және банк және қаржы өнімдерін нарыққа шығару жылдамдығын, сонымен қатар ұсыныстарды жекелендіруді қолдауға мүмкіндік беретін икемді ақпараттық технологиялар шешімдері болып табылады. Цифрландыру міндеттері жаңа цифрлық экономиканың сын-қатерлеріне жауап беретін бірыңғай банктік платформа шеңберінде жинақталады. Қазіргі уақытта әлемдік тәжірибеде банктер «цифрлық банк» бизнес-моделін дамытуға үлкен инвестициялар салуда. Әлемде қазірдің өзінде жұмыс істеп тұрған цифрлық банктер өз өнімдері мен қызметтерінің көп бөлігін цифрлық арналарды пайдалана отырып цифрлық түрде ұсынады. Мұндай банктердің инфрақұрылымы цифрлық коммуникациялар үшін оңтайландырылған және технологиялардың тез өзгеруіне дайын болып келеді.

Технологиялар ұзақ уақыт бойы қаржы секторын дамытудың ажырамас бөлігіне айналды және банк құрылымдары тарапынан оларға деген көзқарас біртіндеп өзгеруде. Бірнеше жыл бұрын банктің өзі үшін осы немесе басқа қызметтің пайдасы туралы мәселе бірінші орынға шыққан еді. Бүгінгі таңда банктер мен технологиялық компаниялар арасындағы шекаралар анық емес болып отыр, көптеген цифрлық қызметтердің функционалдығы барған сайын бірдей бола бастаған кезде клиент үшін құндылық мәселесі бірінші орынға шығады. Алайда, бұл салада қаржылық құрылымдар бірқатар алға жылжуларға ұмтылуы тиіс. Мысалы, зерттеушілердің 2023–2027 жылдарға арналған нарықтық болжамдарына сәйкес 2027 жылға қарай open banking төлем операцияларының әлемдік көлемі 2023 жылмен салыстырғанда 57 млрд АҚШ долларынан 330 млрд АҚШ долларына өскенін байқаймыз. Ал, алдағы төрт жылда open banking пайдалануы бойынша 470%-ға өседі, бұл ретте ашық банктер арқылы жасалатын API (қолданбаларды бағдарламалау интерфейсі) қоңырауларының саны 2023 ж. 102 млрд АҚШ долларынан 2027 жылға қарай 580 млрд АҚШ долларын жетуі көзделген (3-сурет).



Сурет 3 – Банкаралық ақша аудару жүйесі және банкаралық клиринг жүйесі арқылы транзакциялар

Ескертпе: ҚР-сы Ұлттық банкі мәліметтері негізінде авторлармен құрастырылды.

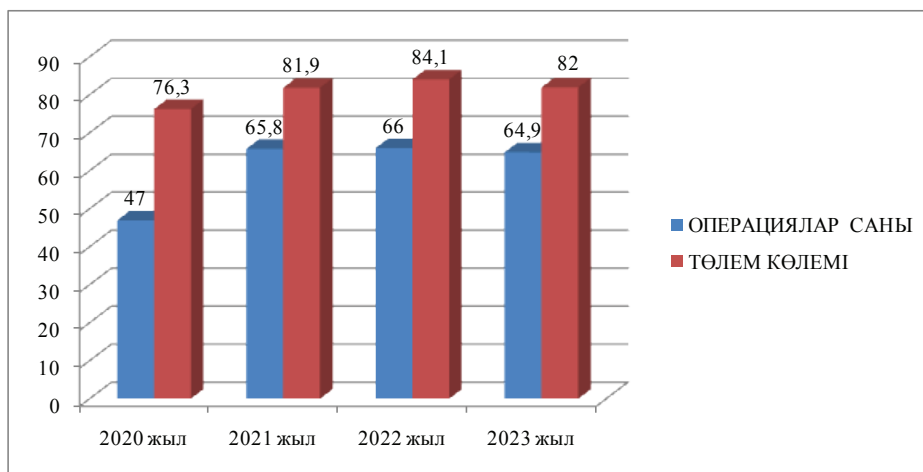
Клиенттің жаңа қызметке бейімделуі неғұрлым оңай және жылдам болса, соғұрлым жоғары адалдыққа сенуге болады. Жақында Алматыда өткен Profit Finance Day конференциясында айтылған мәліметтерге сәйкес, 2035 жылға қарай онлайн-сервистерді пайдалана отырып, барлық транзакциялардың 90%-ы жүзеге асырылатын болады, қаржы қаражатының 30%-ы онлайн-сервистердің көмегімен бөлінетін болады және банктердің міндеті құбылмалы кезеңде өз орнын табуға икемделу болып табылады [9]. Бүгінгі таңда Қытайда қаржылық инновациялардың ену деңгейі 69%, Ресейде – 43%, Қазақстанда – 21% құрайды, сондықтан банктер мен басқа да қаржы институттарын цифрландыру процесінің одан әрі өсуінің елеулі әлеуеті туралы айтуға болады. Мәселе осы әлеуеттің қаншалықты тиімді және дұрыс іске асырылатындығында [10].

Сонымен қатар, авторлар банк секторын ауқымды цифрландырудың кері жағы да бар екенін, яғни цифрлық сервистерді жүзеге асыру және цифрлық банк өнімдерін ұсыну кезінде қауіпсіздікті қамтамасыз ету қажеттілігімен байланысты үлкен проблема туындайтынын атап өтті. Баршаға белгілі болғандай киберқылмыскерлер жыл сайын әлемге клиенттердің банктік шоттары мен қаржы институттарының дерекқорларына қол жеткізудің ондаған жаңа тәсілдерін ойлап табуда.

ApplePay-дің іске қосылуы күтілетін оқиғалардың бірі болуда және бұл өз кезегінде дәстүрлі қаржы нарығына қиындықтар туғызады. Қазақстанда ApplePay енгізілгеннен кейін осы функцияны пайдалана бастаған клиенттер арасында қолма-қол ақшасыз операциялардың саны мен көлемі 2 есеге өсті. Нарықтың кейбір қатысушылары Apple-дің одан әрі кенеюіне қауіп төндіреді, ол өзінің виртуалды картасын шығаруға және қаржылық технологиялар сегментіндегі позицияны нығайтуға ниет білдіруде. Басқалары QR төлемдері енуінің өсуі, ApplePay негізінен early adopters (жаңа өнімді немесе технологияны басқалардан бұрын қолданатын адамдар, біздің жағдайда жаңа банктік өнімдер) деп аталады, олар бұрын қолма-қол ақшасыз төлемдерді таңдаған. Жаһандық мағынада банктер де, жаңа форма факторлары да кәшпен күресудің ортақ мақсатын көздейді, яғни оларға жылдам қол жеткізу үшін уақытша немесе жиі қолданылатын файлдарды сақтайды.

Жедел төлемдер жүйесін ұйымдастыру үшін банктердің әртүрлі қашықтықтан қызмет көрсету арналарын пайдалана отырып, жеңілдетілген идентификатор – ұялы телефон нөмірі бойынша жылдам режимде әртүрлі банктердің клиенттері арасында төлемдер мен ақша аударымдарын жүргізуді қамтамасыз ету бөлігінде банктер үшін жаңа есеп айырысу, яғни клирингтік тетік енгізілуде. Бұл қаржы ұйымдары көрсететін цифрлық қызметтер спектрін кеңейтуге, оның ішінде осындай қызметтерді ұсынатын банктердің мобильді қосымшаларын пайдаланудың өсуіне, бүкіл қаржы секторы қызметтерінің қолжетімділігі мен сапасын арттыруға ықпал етеді.

Аталған жобаларды іске асыру қаржы секторындағы сервистер деңгейін сапалы арттыру үшін интеграцияланған цифрлық ортаны, қаржы институттарының, клиенттер мен мемлекеттік органдардың тиімді өзара іс-қимылын құруға негіз болады (4-сурет).



Сурет 4 – Онлайн-банкінг арқылы қолма-қол ақшасыз операциялардың үлесі, %

Ескертпе: ҚР-сы Ұлттық банкі мәліметтері негізінде авторлармен құрастырылды.

Айта кету керек, жыл сайын әлем елдері сияқты Қазақстанның алдында белгілі бір сын-қатерлер орын алуда. Олардың ішінде киберқауіптер мен жаңа технологиялардың тәуекелдері (disruptive) негізгі орындардың бірін алады. Сондықтан шағын және орта бизнес өкілдері нақты цифрлық стратегияны құруы керек. Компаниялардың қазіргі қаржылық және нарықтық ортадағы орны осыған байланысты болады. Жаңа инновациялық өнімдер мен қызметтерді құрудағы және ВІ құралдарын енгізудегі жоғары басымдықты шамамен 53% компаниялар көрсетіп отыр [11].

Жаңа технологияларға деген қызығушылыққа келер болсақ, қазақстандық компаниялар бірінші кезекте келесілерді атап өтеді: Big Data (75%), бұлтты технологиялар (45%), блокчейн (40%) және заттар интернеті (30%) [12].

Экономиканың қаржы және банк секторларындағы соңғы жылдардағы ең маңызды тренд интернет және мобильді қосымшалар арқылы онлайн-қызметтерді ұсыну келіп шығады. Бүгінгі таңда Қазақстанның барлық банктерінде қашықтан банкинг жүйесі енгізілді. Мобильді банкинг қызметтерін банктердің 60%-ы ұсынады, олар банктердің барлық клиенттік базасының 90%-ы қызмет етеді. Бұл жүйелерде шамамен 10 миллион қолданушы тіркелген, олардың шамамен 30%-ы тұрақты түрде операциялар жүргізеді [13].

Күн сайын халық цифрлық банкинг арқылы 6 миллиард теңге сомасына 400 мың транзакция жүргізеді. Бизнес субъектілерінің қаржылық операцияларының жетпіс пайызы қашықтықтан қызмет көрсету арқылы жүргізіледі.

Клиенттерге қызмет көрсетуді оңтайландыру үшін мемлекеттік органдармен электрондық өзара іс-қимылға көшу іске асырылуда. Бүгінгі күні мемлекеттік органдармен өзара іс-қимыл жасай отырып, банктердің бірқатар жаңа сервистері енгізілді, оған мыналар кіреді: Мемлекеттік қызметтерді жедел көрсету үшін төлем басталған сәттен бастап 15 минут ішінде банктердің бюджетке қабылданған төлемдер туралы ақпаратты мемлекеттік органдарға беруі; заңды тұлғаларға электрондық үкімет порталы арқылы мемлекеттік тіркеу кезеңінде банктік шот онлайн ашу, қазіргі уақытта 4 банк осы сервис арқылы қаржылық қызметтер көрсетеді, сондай-ақ әкімшілік айыппұлдар, салық берешегі бойынша ақпаратқа жедел қол жеткізу үшін банктерді мемлекеттік органдар жүйелерімен интеграциялау бойынша жұмыстар жалғасуда.

Қаржы және банк секторлары үшін ең өзекті мәселе клиенттерге қаржылық қызмет көрсету кезінде талап етілетін қағаз анықтамаларды алып тастау болып қала береді. Қазақстан азаматтары қазір қаржы ұйымдарына анықтамалар мен мәліметтердің 40-қа жуық түрін қағаз жүзінде ұсынады. Бұл ақпараттың барлығы мемлекеттік органдардың жүйелерінде бар және қаржы ұйымдары оларды тікелей мемлекеттік базалардан ала алады.

ҚР-сы Ұлттық банкі жаңа технологияларды енгізуге байланысты жобаларды да іске асыруда. Баршаға белгілі болғандай, 2018 жылдың наурыз айының соңында блокчейн технологиясы негізінде «Invest Online» жүйесі іске қосылды. Осы платформаның көмегімен клиенттер Ұлттық банктің бағалы қағаздарына онлайн-режимде қаражат салады. Бүгінгі таңда осы жүйеде сатылған бағалы қағаздардың көлемі 145 миллион теңгеден асты [14].

Бағдарламаны әзірлеу кезінде Үкімет Қазақстан экономикасы үшін цифрлық дәуірдің жаһандық сын-қатерлері мен мүмкіндіктерін ескерді. Осыған байланысты екі бағыт анықталды: цифрландыру процесін тұрақты дамыту үшін ұзақ мерзімді инновациялық даму институттарын құру және нақты сектордағы нақты жобалардан тұратын бағдарламаның прагматикалық басталуын қамтамасыз ету.

Бүгінгі таңда заңды тұлғалардың барлық төлемдерінің 70%-дан астамы және еліміздегі жеке тұлғалардың барлық төлемдерінің 50%-ы қашықтықтан байланыс арналары арқылы жүргізіледі. Интернет-банкинг жүйесі түріндегі өз әзірлемелерінде екінші деңгейдегі барлық қазақстандық банк бар. Осылайша, олардың клиенттері әлемнің кез келген жерінде, интернетке қосылған жерде өз қаржысына қашықтан қол жеткізе алады. Жалпы, бизнестің де, жалпы қаржы секторының да жетістік критерийлері басқа санаттармен өлшенеді. Мемлекет бұл жаңа ойын ережелері мен цифрландырудағы жетістіктерді банк саласы әрқашан жетекші орынға ие екендігімен келісе отырып мойындайды.

Қазақстандағы мобильді банкинг елдің бүкіл қаржы жүйесінің ажырамас бөлігіне айналғаны белгілі. Көптеген отандық банктер әртүрлі уақыт кезеңдерінде өздерінің мобильді қо-

сымшаларын іске қосты. Біз негізінен Қазақстанның клиенттік базасының 75%-ын қамтыған ірі ойыншылар туралы айтып отырмыз. Қазіргі уақытта 2 миллионнан астам қазақстандықтардың смартфондарында мобильді банкингі үнемі қолдануы ешкімді таң қалдырмайды. 2022 жылдың қорытындысы бойынша интернет және мобильді құрылғылар арқылы жеке тұлғалардың төлем көлемі 2,3 есеге ұлғайып, 934 млрд. теңгені құрады. 2023 жылдың бірінші жарты жылдығының қорытындысы бойынша банктердің онлайн-сервистерін белсенді пайдаланушылардың саны 22 миллионға дейін өсті.

2023 ж. 1 желтоқсандағы жағдай бойынша Ranking.kz тәуелсіз агенттік өткізген рейтингте бірінші орынды «Kaspi.kz супер қосымшасы» арқылы Kaspi банкі сақтап қалды. Танымалдық рекордынан басқа, Google Play мәліметтері бойынша бұл қосымша 10 миллионнан астам рет жүктелген, бұл да абсолюттік рекордты құрап отыр. Сонымен қатар, қосымшаның балы 5-тен 4,7 баллды құрады, бұл үздік ондықтың ішіндегі ең жақсы көрсеткіш.

Танымалдығы бойынша екінші орында Halyk Kazakhstan қосымшасы бар Halyk банктің мобильді қосымшасы тұр. Ол да барлық уақытта 10 миллионнан астам рет жүктелді, бірақ қосымшаның балы небәрі 2,9 баллды құрады.

Үздік үштікті Bereke Bank АҚ-ның B-Bank қосымшасы алуда. Google Play қосымшасы 4,2 балл алды, жүктеу саны әзірге 500 мыңнан сәл асады.

Әрі қарай, Apple App Store дүкеніндегі ең танымал мобильді қосымшалардың рейтингісін қарастырсақ. Мұнда жағдай алдыңғыға ұқсас келеді. Рейтингте де «Kaspi.kz супер қосымшасы» көш бастап тұр. Сервисті жүктеудің саны туралы ақпаратты бермейді, сонда да қосымшаның балы көрсетілген: 5-тен 4,9 балл, бұл сегменттің қосымшалары арасындағы максималды көрсеткішті құрайды.

Halyk Kazakhstan 3 баллмен екінші орынды иеленді. Үздік 3-тікті B-bank 4,5 баллмен жабады. Ал, бірінші бестікке BCC.KZ және Jusan мобильді қосымшалары енеді [15].

Банктердің клиенттермен қарым-қатынасы соңғы жылдары жаңа деңгейге көтерілді. Қаржы институттары біртіндеп 24/7/365 форматында онлайн режимінде клиенттерге қызмет көрсетуге көшуде. «Банк-клиент» жұбындағы осы ынтымақтастықтың шарттары соңғысын белгілейді. Қазақстан әлемдік трендтерге сәйкес келешекте елордада және өңірлерде екінші деңгейдегі банктер бөлімшелерінің санының күрт төмендеуін күтуде. Екінші деңгейдегі қазақстандық банктер үшін бұл операциялық шығыстардың төмендеуіне айналады, клиент үшін – жалпыға бірдей цифрландыру қарыз қаражатының қолжетімділігін және пайыздық мөлшерлемені арттыруы тиіс.

Банк секторын ауқымды цифрландырудың да кемшілігі бар. Электрондық төлемдердің оң қырларының артында көптеген жылдар бойы келе жатқан бір үлкен мәселе бар – қауіпсіздік. Киберқылмыскерлер жыл сайын әлемге клиенттердің банктік шоттары мен қаржы институттарының дерекқорларына қол жеткізудің ондаған жаңа тәсілдерін көрсетуде.

Ашық мәліметтерге сәйкес, 2022 ж. әлем интернетте 12,5 трлн сағаттан астам уақыт өткізді. Орташа пайдаланушы интернетке күніне жеті сағат жұмсаса, оның бесеуі ұялы телефонда болуда. Банктер өз клиенттерінің соңынан ереді деген жалпы сөз тіркесіне сүйене отырып, осы ретте банк секторы тез цифрлануда.

Қазақстанда цифрландыру қатар жүруде. Төменгі деңгейде екінші деңгейдегі қазақстандық банктер мобильді банкингі көбірек пайдаланады, ал жоғарғы деңгейде ҚР-сы Ұлттық банкі бұл процесті батыл түрде жеделдетуде. 2023 ж. ақпанында ҚР-сы Ұлттық банкі мен Қаржы нарығын реттеу және дамыту агенттігі Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігінің қатысуымен 2023–2025 жылдарға арналған Open API және open banking даму тұжырымдамасын бекітті [16].

Open Banking (ашық банктік қызметтер) бұл – банктерге өз клиенттерінің деректеріне үшінші тараптарға соңғысының келісімімен қол жеткізуге мүмкіндік беретін идеологияның бір түрі. Open banking-ті іске асыру open API технологиясын қолдануға негізделген – банктер мен үшінші тұлғалар, көбінесе қаржы және техникалық компаниялар арасында ақпарат алмасудың халықаралық танылған хаттамасымен жүзеге асырылады. Ашық банкингінің стратегиялық мақсаты – банк жүйесінде бәсекеге қабілетті және инновациялық ортаны құру болып табылады. Техникалық тұрғыдан алғанда, бұл қаржы институттары мен жеке тұлғалар үшін біртұтас

желіге айналатын мүлдем жаңа қызметтерді құру. Ашық банкинг тұжырымдамасындағы API технологиясының негізгі мүмкіндіктері шоттарды біріктіру, жеке қаржыны басқару, несиелік тәуекелді жылдам бағалау, жазылымдарды басқару, жаңа шоттарды ашу және т.б. клиенттердің әрекеттерін талдау арқылы банктер мен қаржылық және техникалық компаниялар оны тез жеткізу үшін банктік өнімге деген мүмкіндіктерін болжай алады.

Қорытынды

Екінші деңгейдегі қазақстандық банктердің қызметіне жүргізілген талдау олардың дайын болмауының, open API-дің шектеулі немесе тестілік дамуының себептері заңнамалық шектеулер, ақпараттық қауіпсіздік тәуекелдері, тиісті инфрақұрылымның жоқтығы болып табылатынын көрсетті. Реттеушілер тарапынан open API-ді қолдау және дамыту ретінде клиенттерді сәйкестендіру және шарттарға қол қою рәсімдерін жеңілдету, бағдарламалық қамтамасыз етуге қойылатын талаптардың міндетті ерекшелігін енгізу, open banking-ті және сынақ ортасын енгізу үшін технологиялық инфрақұрылым құру, сондай-ақ ақпараттық қауіпсіздік жөніндегі талаптарды ресімдеу ұсынылады.

Сондай-ақ, Қазақстанның қаржы жүйесінің кибер тұрақтылығын қамтамасыз етудің негізгі элементтері ҚР-сы Ұлттық банкі тарапынан реттеуші, киберқауіпсіздік жөніндегі үйлестіру орталығы, қаржы-банк жүйесінің қатысушылары және кибершабуылдарға қарсы іс-қимылда жинақталған тәжірибесі бар шетелдік әріптестер болып табылатынын атап өткен жөн. Бұл ретте құзыретті және құқық қорғау органдарының қатысуы да қажетті шарт болып табылады.

1. Біздің ойымызша, белсенді түрде дамып келе жатқан онлайн-банкинг бағытындағы тағы да тұжырымдама ол цифрлық кеңсе болып табылады. Банктер цифрлық қызметті клиентпен өзара әрекеттесудің негізгі арнасы ретінде қарастырады. Өз кезегінде, клиенттер филиалдарға бармай-ақ цифрлық технологиялар арқылы банктермен көбірек қарым-қатынас жасайды. Бірақ заңнамалық шектеулерге байланысты жақын арада банктік қызметтерді цифрландырудың толық процесі күтілмейді. Сондықтан, күрделі банктік өнімдер бойынша кеңес алу үшін клиенттер әлі де кеңсеге жүгінуді жөн көреді.

2. Шағын және орта бизнеспен айналысатын компаниялар мен кәсіпорындар үшін нақты цифрлық стратегияны әзірлеу қажет, өйткені қазіргі уақытта кибер тәуекелдер мен жаңа (disruptive) технологиялардың тәуекелдеріне байланысты белгілі бір теріс сын-қатерлер орын алуда.

3. Екінші деңгейдегі қазақстандық банктер, әдетте, банктік қызметтерді цифрландыру жөніндегі жобаларды таңдауда өте сақ болғандықтан, цифрлық дәуірдің Қазақстан экономикасы үшін көтеріп отырған жаһандық сын-қатерлері мен мүмкіндіктері ескерілуде. Осыған байланысты екі бағыт анықталады: цифрландыру процесін тұрақты дамыту үшін ұзақ мерзімді инновациялық даму институттарын құру және нақты сектордағы нақты жобалардан тұратын бағдарламаның прагматикалық басталуын қамтамасыз ету.

4. Әлемдік тәжірибеге сүйене отырып, Қазақстанда ашық банкингті енгізуді орталықтандыру бағдарламасын әзірлеу қажет және ол өз кезегінде оң нәтиже беруі тиіс. Осылайша, 2027 ж. Еуропадағы API-дің үлесі жалпы әлемдік мөлшердің 70%-ын құрайды деп болжануда. Еуропа барлық аймақтардағы API байланыстарының ең тиімді реттелген жиынтығына ие, өйткені ол open API-ді заңнамалық деңгейде стандарты түрде енгізді. Қазіргі уақытта оны жүзеге асыру жетілдірілуде және несие карталары мен ипотека сияқты банктік қызметтердің көбірек санын қамтиды, бұл олардың провайдерлері үшін жаңа қызметтерді зерттеуге айтарлықтай мүмкіндіктер туғызады.

5. Технологиялылықты қамтамасыз етуге және тұтынушылардың құқықтарын қорғауға баса назар аударып отырып, банк секторын цифрлық трансформациялауды жүйелі және кезең-кезеңімен дамытуды жалғастыру мақсатында біздің ойымызша, банк клиентіне көптеген шоттарды басқаруға және тұрақты төлемдер мен аударымдар жүргізуге, қаржылық есептілікті оңтайландыруға, кірістер мен шығыстарды талдауға, банк клиентіне тұрақты төлемдер мен аударымдар жүргізуге мүмкіндік беретін Open API және Open Banking сияқты жаңа ақпараттық өнімдерді енгізуді жалғастыру қажет.

Сондай-ақ, осындай үлкен деректерді өңдеуді жеделдетуге (Big Data) байланысты жаңа ақпараттық өнімдер ұсынылады, ал бұл өз кезегінде клиенттердің мінез-құлқындағы заңдылықтарды уақытылы анықтауға, банктің немесе қаржылық компанияның жұмыс процесінде қателіктер қаупін азайтуға көмектеседі.

Қаржы технологияларындағы омниканалдылық, яғни банк қызметтерін пайдаланушылармен өзара іс-әрекет ету кедергілерінің төмендеуі – Қазақстанның банк жүйесінде тағы да бір жаңашылдықтың туындауын көрсетеді. Бұл клиентпен өзара әрекеттесудің бір арнасынан қарапайым ауысу ғана емес, сонымен қатар банктік және төлем құралдарын әр түрлі құрылғыларда қосымша қиындықтарсыз пайдалану мүмкіндігімен түсіндіріледі.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Благоев В.И., Шустова Е.П. Оценка качества услуг интернет банкинга на примере банков Казахстана // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2022. – № 4. – С. 139–147.
- 2 Асланова Н. Цифровизация в Казахстане: основные проблемы и вызовы. – 2022. – № 3. – С. 12–16.
- 3 Ковалев М.М., Головенчик Г.Г. От финтех-компаний – к цифровым банкам // Вестник Ассоциации белорусских банков. – 2018. – № 8. – С. 13–24.
- 4 Ernst & Young. Режим доступа: EY Global Banking Outlook 2019. URL: https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Global_Banking_Outlook_2019.
- 5 Семеко Г.В. Технологии финансовых услуг в 2020 году и в дальнейшем: революционные перемены // Pricewater house Coopers. URL: https://www.pwc.ru/ru/banking/publications/_FinTech (дата обращения: 31.03.2020)
- 6 Кронк Дж. Цифровая трансформация финансовых услуг – надёжное вложение в будущее // Cisco. URL: https://www.cisco.com/c/dam/m/ru_ru_Financial_ru.pdf 4
- 7 Семеко Г.В. Технологии финансовых услуг в 2020 году и в дальнейшем: революционные перемены // Pricewater house Coopers. URL: https://www.pwc.ru/ru/banking/publications/_FinTech (дата обращения: 31.03.2020)
- 8 Дьячков А.А. Особенности цифровизации банковской среды: отечественный и зарубежный опыт // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 7. – С. 29–33.
- 9 Жантурина А., Ибрагимов М. Обзор индустрии и цифровой инфраструктуры // Финтех рынок Казахстана. – 2024. – 2-е издание. – С. 8.
- 10 Омельчук Н. Как FinTech меняет мир финансов: исследование EY. URL: <https://etoday.kz/finances/29538-kak-fintech-menyaet-mir-finansov-issledovanie-ey/>
- 11 Финансовая импровизация / Онлайн-конференция об информационных технологиях в финансовом секторе Казахстана. Profit Retail Day. – Алматы, 2021.
- 12 ИКТ-рынок Казахстана. Текущее состояние и прогнозы развития до 2027 года. – 2023. – С. 18. URL: https://www.gov.kz/uploads/2024/2/12/0c6500_bbaaa_233b76e0c_1101971415f4_original.8081299
- 13 Энелане Н. Цифровая экономика: банковский сектор делает шаг вперед. URL: <http://informburo>
- 14 «Invest Online» – удобное инвестирование в ценные бумаги через мобильное приложение или веб-сайт. URL: <https://cdb.kz/sistema/novosti/invest-online-udobnoe-investirovanie-v-tsennye-bumagi-cherez-mobilnoe-prilozhenie-ili-veb-sayt>
- 15 Цифровые банки Казахстана: численность активных пользователей онлайн-сервисов банков перевалила за 22 миллиона. URL: <https://www.banker.kz/news/tsifrovye-banki-kazakhstan-chislennost-aktivnykh>
- 16 О развитии Open API и Open Banking в Казахстане на 2023–2025 годы. URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/informacionnye-soobshcheniya/14684>

REFERENCES

- 1 Blagoev V.I., Shustova E.P. (2022) Ocenka kachestva uslug internet bankinga na primere bankov Kazahstana // Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovanija. No. 4. P. 139–147. (In Russian).
- 2 Aslanova N. (2022) Cifrovizacija v Kazahstane: osnovnye problemy i vyzovy. No. 3. P. 12–16. (In Russian).
- 3 Kovalev M.M., Golovenchik G.G. (2018) Ot finteh-kompanij – k cifrovym bankam // Vestnik Associacii belorusskih bankov. No. 8. P. 13–24. (In Russian).
- 4 Ernst & Young. Rezhim dostupa: EY Global Banking Outlook 2019. URL: https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Global_Banking_Outlook_2019. (In English).
- 5 Semeko G.V. Tehnologii finansovyh uslug v 2020 godu i v dal'nejshem: revoljucionnye peremeny // Pricewater house Coopers. URL: https://www.pwc.ru/ru/banking/publications/_FinTech (data obrashhenija: 31.03.2020). (In Russian).
- 6 Kronk Dzh. Cifrovaja transformacija finansovyh uslug – nadjozhnoe vlozhenie v budushhee // Cisco. URL: https://www.cisco.com/c/dam/m/ru_ru_Financial_ru.pdf 4. (In Russian).
- 7 Semeko G.V. Tehnologii finansovyh uslug v 2020 godu i v dal'nejshem: revoljucionnye peremeny // Pricewater house Coopers. URL: https://www.pwc.ru/ru/banking/publications/_FinTech (data obrashhenija: 31.03.2020). (In Russian).
- 8 D'jachkov A.A. (2019) Osobennosti cifrovizacii bankovskoj sredy: otechestvennyj i zarubezhnyj opyt // Jekonomika i biznes: teorija i praktika. No. 7. P. 29–33. (In Russian).
- 9 Zhanturina A., Ibragimov M. (2024) Obzor industrii i cifrovoj infrastruktury // Finteh rynek Kazahstana. 2-e izdanie. P. 8. (In Russian).
- 10 Omel'chuk N. Kak FinTech menjaet mir finansov: issledovanie EY. URL: <https://etoday.kz/finances/29538-kak-fintech-menyaet-mir-finansov-issledovanie-ey/>. (In Russian).
- 11 Finansovaja improvizacija / Onlajn-konferencija ob informacionnyh tehnologijah v finansovom sektore Kazahstana. Profit Retail Day. Almaty, 2021. (In Russian).
- 12 IKT-rynek Kazahstana. Tekushhee sostojanie i prognozy razvitija do 2027 goda. 2023. P. 18. URL: https://www.gov.kz/uploads/2024/2/12/0c6500_bbaaa_233b76e0c_1101971415f4_original.8081299. (In Russian).
- 13 Jenelane N. Cifrovaja jekonomika: bankovskij sektor delaet shag vpered. URL: <http://informburo>. (In Russian).
- 14 «Invest Online» – udobnoe investirovanie v cennye bumagi cherez mobil'noe prilozhenie ili veb-sajt. URL: <https://cdb.kz/sistema/novosti/invest-online-udobnoe-investirovanie-v-tsennye-bumagi-cherez-mobilnoe-prilozhenie-ili-veb-sajt>. (In Russian).
- 15 Cifrovye banki Kazahstana: chislennost' aktivnyh pol'zovatelej onlajn-servisov bankov perevalila za 22 milliona. URL: <https://www.banker.kz/news/tsifrovye-banki-kazahstana-chislennost-aktivnykh>. (In Russian).
- 16 O razvitii Open API i Open Banking v Kazahstane na 2023–2025 gody. URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/informacionnye-soobshcheniya/14684>. (In Russian).

БЕРТАЕВА К.Ж.,*¹

д.э.н., профессор.

*e-mail: kul.bert@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5878-3966

ОНАЛТАЕВ Д.О.,²

к.э.н., профессор.

e-mail: darkhano@inbox.ru

ORCID ID: 0000-0002-4247-5288

АКИМБАЕВА К.Т.,²

докторант.

e-mail: karla74@inbox.ru

ORCID ID: 0009-0001-1793-178X

ИСАЕВА А.Т.,³

к.э.н., доцент.

e-mail: Issaeva_ainur@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8907-8634

¹Алматинский гуманитарно-экономический университет,

г. Алматы, Казахстан

²Казахский национальный университет им. аль-Фараби,

г. Алматы, Казахстан

³Казахский национальный педагогический университет им. Абая
г. Алматы, Казахстан

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАЗАХСТАНСКИХ БАНКОВ

Аннотация

Финансовая отрасль, в том числе и банковский сектор, традиционно выступают лидерами во внедрении инновационных технологий и цифровых сервисов для своих клиентов. Цифровые продукты и решения помогают быстро и удобно получать финансовые услуги, а доступные и простые в применении сервисы становятся неотъемлемой частью казахстанских финансовых институтов. Уже сейчас можно получать банковские услуги дистанционно и с использованием биометрических технологий. Также в Казахстане растет число «гибридных» клиентов банков. Казахские банки внедряют новые решения по онлайн-открытию банковского счета и использованию биометрических технологий (отпечатки пальцев, голос и распознавание лица). Запущен сервис для онлайн-открытия юридическими лицами банковского счета и заключения договора обязательного страхования на этапе их государственной регистрации через портал электронного правительства, то есть вновь создаваемое юридическое лицо в рамках одной электронной процедуры может пройти государственную регистрацию, открыть банковский счет по своему усмотрению в одном из банков второго уровня, предлагающем такой сервис, и застраховать своих работников. Таким образом, активно идет процесс формирования новой цифровой системы финансовых услуг. Научная новизна исследования заключается в том, что авторы статьи предлагают конкретные рекомендации по совершенствованию деятельности казахстанских банков второго уровня по использованию цифровизации и новых информационных продуктов. В частности: разработка четкой цифровой стратегии для малых и средних компаний и предприятий, поскольку в настоящее время они сталкиваются с определенными негативными проблемами из-за киберугроз и рисков новых технологий. Он обеспечивает эффективный старт программе, состоящей из создания долгосрочных институтов инновационного развития и конкретных проектов в конкретных секторах для устойчивого развития процесса цифровизации. Практическая значимость исследования заключается в том, что Open API и Open Banking и др. направлены на продолжение внедрения новых информационных продуктов, доступных казахстанским банкам второго уровня. Авторы на основе проведенного анализа текущей ситуации в казахстанской банковской системе предлагают активно внедрять новые решения по онлайн-открытию банковского счета, что является основной целью исследования и отражает практическую значимость его результатов.

Ключевые слова: банковский сектор, цифровые финансы, цифровизация банков, интернет-банкинг, мобильные банковские приложения, цифровой банкинг.

BERTAYEVA K.ZH.,*¹

d.e.s., professor.

*e-mail: kul.bert@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5878-3966

ONALTAYEV D.O.,²

c.e.s., professor.

e-mail: darkhano@inbox.ru

ORCID ID: 0000-0002-4247-5288

AKIMBAYEVAK.T.,²

PhD student.

e-mail: karla74@inbox.ru

ORCID ID: 0009-0001-1793-178X

ISSAEVA A.T.,³

c.e.s., associate professor.

e-mail: Issaeva_ainur@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8907-8634

¹Almaty University of

Humanities and Economics,

Almaty, Kazakhstan

²Al-Farabi Kazakh National University,

Almaty, Kazakhstan

³Kazakh National

Pedagogical University named after Abai

Almaty, Kazakhstan

DIGITALIZATION OF KAZAKHSTANI BANKS

Abstract

The financial industry, including the banking sector, has traditionally been a leader in introducing innovative technologies and digital services to its customers. Digital products and solutions help to receive financial services quickly and conveniently, and affordable and easy-to-use services are becoming an integral part of Kazakhstani financial institutions. It is already possible to receive banking services remotely and using biometric technologies. At the same time, the number of «hybrid» bank customers is growing in Kazakhstan. Kazakhstani banks are introducing new solutions for online bank account opening and the use of biometric technologies (fingerprints, voice and face recognition). A service has been launched for online opening of a bank account by legal entities and concluding a compulsory insurance contract at the stage of their state registration through the e-government portal, that is, a newly created legal entity can undergo state registration within the framework of one electronic procedure, open a bank account at its discretion in one of the second-tier banks offering such a service, and insure its employees. Thus, the process of forming a new digital financial services system is actively underway. Scientific novelty of the study lies in the fact that the authors of the article offer specific recommendations to improve the activities of Kazakhstan's second-tier banks on the use of digitalisation and new information products. In particular: the development of a clear digital strategy for small and medium-sized companies and enterprises, as they currently face certain negative problems due to cyber threats and risks of new technologies. It provides an effective start to a programme consisting of the creation of long-term innovation development institutions and specific projects in specific sectors for the sustainable development of the digitalisation process. The practical significance of the study lies in the fact that Open API and Open Banking, etc. are aimed at continuing the introduction of new information products available to Kazakhstan's second-tier banks. The authors, based on the analysis of the current situation in the Kazakh banking system, propose to actively implement new solutions for online bank account opening, which is the main objective of the study and reflects the practical significance of its results.

Key words: banking sector, digital finance, digitalization of banks, internet banking, mobile banking applications, digital banking.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 11.04.2024

FTAXP 06.35.31
ЭОЖ 657.6
JEL M42

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-75-89>

КАЛИБАЕВ М.К.,*¹

PhD, доцент.

*e-mail: kalibayev@mail.ru

ORCID ID: 0009-0002-5136-5969

ҚАСЫМБЕКОВА Г.Р.,²

PhD, қауымдастырылған профессор.

e-mail: gulzhahan@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5411-1297

ЕРКАБОВ А.,³

PhD,

e-mail: alisher.erkaboev@henley.ac.uk

ORCID ID: 0000-0003-3899-0815

¹Кенжеғали Сағадиев атындағы
халықаралық бизнес университеті,

Алматы қ., Қазақстан

²«Тұран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

³Рединг университеті,

Рединг қ., Ұлыбритания

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚАРЖЫЛЫҚ БАҚЫЛАУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ МЕМЛЕКЕТТІК АУДИТТІҢ ОРНЫ

Андатпа

Бұл мақала Қазақстандағы қаржылық бақылау жүйесіндегі мемлекеттік аудиттің рөлі мен маңыздылығын талқылайды. Мемлекеттік аудит – мемлекеттік қаржы ресурстарын басқарудағы ашықтық пен есептілікті қамтамасыз етудің негізгі құралы, сондай-ақ елдің экономикалық қауіпсіздігін сақтаудың маңызды элементі. Зерттеудің мақсаты – Қазақстанның қаржылық бақылау жүйесіндегі мемлекеттік аудиттің орнын, функциялары мен міндеттерін анықтау, сонымен қатар оның экономикалық қауіпсіздік пен мемлекеттік ресурстарды басқаруға тигізетін әсерін талдау. Зерттеудің негізгі бағыттарына мемлекеттік аудиттің құрылымы мен ұйымдастырылуын, оның негізгі функцияларын зерделеу, осы жүйенің өзекті мәселелерін және даму перспективаларын анықтау жатқызылады. Жұмыстың ғылыми маңыздылығы Қазақстандағы мемлекеттік аудит туралы білімді жүйелеу мен оның елдің қаржы жүйесіне ықпалын кешенді талдау болып табылады. Тәжірибелік маңыздылығы мемлекеттік аудит жүйесі алдында тұрған нақты мәселелерді анықтап, оларды шешу бойынша ұсыныстар беру. Зерттеудің құндылығы мемлекеттік аудиттің функциялары мен міндеттерін терең зерделеумен және оның мемлекеттік ресурстарды басқару мен экономикалық қауіпсіздікке әсерін анықтаумен айқындалады.

Тірек сөздер: қаржылық бақылау, мемлекеттік аудит, қаржылық есептілік, мақсатты пайдалану, оңтайландыру.

Кіріспе

Зерттеудің ғылыми жаңалығы Қазақстандағы қаржылық бақылау жүйесіндегі мемлекеттік аудиттің орнын, рөлін және оның тиімділігін зерттеу барысында төмендегідей ғылыми жаңалықтар айқындалады: Мемлекеттік аудиттің экономикалық қауіпсіздікке әсері, яғни Қазақстанда мемлекеттік аудиттің тек қаржылық ресурстарды бақылау функциясынан басқа, экономикалық қауіпсіздікті сақтау және дамыту тұрғысынан да маңызды рөлі бар екендігі көрсетілді. Бұл зерттеу экономикалық қауіпсіздікке бағытталған мемлекеттік аудиттің нақты нәтижелерін талдай отырып, оның еліміздің экономикалық дамуы мен қаржылық тұрақтылығына әсерін жүйелі түрде бағалауды алғаш рет ұсынады. Сонымен қатар, қаржылық ба-

қылаудың мемлекеттік жүйесінің даму перспективалары, Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің қазіргі даму жағдайын ғана емес, сонымен қатар оның болашақтағы даму бағыттарын да қарастырады. Мақалада көрсетілген жаңа ұсыныстар мен мемлекеттік аудиттің тиімділігін арттыру үшін қажет кадрлық және технологиялық өзгерістерді енгізу туралы тұжырымдар, еліміздің қаржылық бақылау жүйесін дамыту үшін жаңа көзқарас қалыптастырады.

Мемлекеттік аудит органдарының құрылымы мен ұйымдастырылуына қатысты нақты зерттеу жүргізу нәтижесінде Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің құрылымдық мәселелері мен кемшіліктері анықталып, оларды тиімді түрде жетілдіруге бағытталған жаңаша көзқарастар мен ұсыныстар жасалды. Бұл зерттеу мемлекеттік аудиттің жұмысын ұйымдастыруда қолданылатын жаңа тәсілдер мен әдістерді ұсынуды мақсат етеді. Мемлекеттік аудиттің сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес аясындағы тиімділігі. Мемлекеттік аудиттің еліміздегі сыбайлас жемқорлықты азайтуға әсер етуі бойынша зерттеу жүргізіле отырып, осы процестердің өзара байланысы терең талданды. Бұл зерттеу сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрестің тиімділігін арттыру үшін мемлекеттік аудиттің рөлі мен маңыздылығын жаңа қырынан көрсетеді. Зерттеудің жаңа аспектісі ретінде мемлекеттік аудит жүйесіне заманауи ақпараттық технологияларды енгізу мәселесі қарастырылды. Бұл мемлекеттік аудит органдарының деректерді талдау, бақылау жүргізу, есептілікті жақсарту және сыбайлас жемқорлыққа қарсы күреске ықпал ету үшін қажетті құралдар мен әдістерді қолдануды қамтиды.

Сонымен қатар, зерттеу барысында Қазақстандағы мемлекеттік аудит жүйесінің өзекті мәселелері мен даму бағыттары анықталды, сондай-ақ мемлекеттік аудиттің тиімділігін арттыру үшін қажетті шаралар ұсынылды. Нәтижелердің ғылыми және практикалық маңыздылығы мемлекеттік аудиттің құрылымын, функцияларын және жұмысын жетілдіру бойынша тиімді ұсыныстарды негіздеумен айқындалды. Бұл ұсыныстар мемлекеттік аудит жүйесінің сапасын арттырып, экономикалық қауіпсіздікті нығайтуға, сыбайлас жемқорлықпен күреске және еліміздегі қаржылық бақылаудың ашықтығын қамтамасыз етуге ықпал етеді. Зерттеу нәтижелері мемлекеттік аудит органдарының дербестігін қамтамасыз ету мен кадрлық әлеуетін нығайту қажеттілігін көрсетеді. Әсіресе, мемлекеттік аудит қызметкерлерінің кәсіби білімін арттыру, олардың құқықтық және техникалық даярлығын жетілдіру, заманауи ақпараттық технологияларды қолдану мүмкіндіктері маңызды орын алады. Бұл шаралар мемлекеттік аудиттің сапасын жақсартуға және оны қоғамға тиімді әрі ашық етуге мүмкіндік береді.

Зерттеу барысында Қазақстан Республикасының мемлекеттік аудит саласындағы нормативтік құқықтық актілеріне енгізілген өзгерістердің жетіспеушілігі мен оларды одан әрі жетілдіру қажеттілігі анықталды. Мемлекеттік аудиттің тиімді жұмыс істеуі үшін нормативтік актілер мен заңнамалық базаны үнемі жаңарту, оларды халықаралық тәжірибеге сәйкес келтіру қажет. Бұл өзгерістерді енгізу мемлекеттік аудит жүйесін заманауи талаптарға сай реттеуге мүмкіндік береді. Атап айтқанда, мемлекеттік аудит органдарының дербестігін нығайту және олардың қызметін тиімді үйлестіру үшін заңнамалық деңгейде нақты реформалар жүргізу маңызды.

Зерттеу нәтижелері мемлекеттік аудит жүйесін жетілдіруге арналған бірнеше бағытты қамтиды, оның ішінде кадрлық әлеуетті арттыру, ақпараттық технологияларды енгізу, заңнамалық реформаларды жүзеге асыру және мемлекеттік аудит органдарының дербестігін қамтамасыз ету қажеттілігі анықталды. Аталған шаралар мемлекеттік ресурстарды басқару жүйесінің сапасын арттыруға, экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етуге және сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендетуге елеулі ықпал ететіні сөзсіз. Сонымен қатар, зерттеу нәтижелері Қазақстандағы мемлекеттік аудит жүйесінің тиімділігін арттыруға бағытталған ұсыныстарды әзірлеу мен нормативтік құқықтық актілерді жетілдіру бойынша нақты бағыттарды ұсынады.

Мемлекеттік аудит қаржылық бақылау жүйесінің негізгі элементі ретінде елдің экономикалық тұрақтылығын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Осы саладағы халықаралық стандарттардың енгізілуі мен цифрлық технологиялардың дамуы мемлекеттік аудиттің жаңа деңгейге көтерілуін талап етеді. Қазақстанда мемлекеттік аудиттің функциялары мен әдістерін жетілдіру қажеттігі бүгінгі таңда өзекті мәселе болып табылады. Әлемдік тәжірибеге сүйене отырып, қаржылық бақылау тиімділігін арттыру және ресурстарды тиімді басқару үшін мемлекеттік аудиттің жаңа әдістемелері мен тәсілдерін қолдану қажеттілігі туындап отыр [1].

Зерттеу аясында аңғарғанымыздай, Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің дамуын ғылыми тұрғыда зерттеген жұмыстар аз емес. Дегенмен, көптеген зерттеулерде мемлекеттік аудиттің қаржылық ресурстарды тиімді басқарудағы рөлі мен экономикалық тұрақтылыққа әсері жеткіліксіз қарастырылған. Сонымен қатар, мемлекеттік аудиттің жаңа цифрлық технологияларға бейімделуі мен халықаралық тәжірибеге сәйкестігі толық зерделенбеген.

Ахметов С.Т., Исмагулов Ж.К. өз зерттеулерінде мемлекеттік аудит жүйесінің Қазақстандағы қаржылық бақылаудағы орны мен даму перспективалары талқылаған. Авторлар мемлекеттік аудиттің қаржылық ресурстардың тиімділігі мен ашықтығын арттырудағы рөлін атап көрсеткен [2].

Осыған байланысты, бұл зерттеу Қазақстандағы мемлекеттік аудит жүйесінің құрылымы мен функцияларын терең талдауға және оны жетілдіру жолдарын анықтауға бағытталған. Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің тиімділігін арттыру – елдің қаржылық тұрақтылығы мен ашықтығын қамтамасыз етудің басты шарты, себебі мемлекеттік қаржының тиімді пайдаланылуын бақылау, сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендету және ресурстардың әділ бөлінуін қамтамасыз ету қажеттілігі мемлекеттік аудиттің өзектілігін арттырады. Қараев Н.Ж. мақалада Қазақстанның мемлекеттік аудит саласындағы реформаларының әсерін қарастырған. Мемлекеттік аудиттің нормативтік-құқықтық базасының жетілдірілуі және оның қаржылық бақылауға ықпалын зерттеген [3].

Бұл ғылыми зерттеу жұмысында Қазақстандағы мемлекеттік аудит жүйесін, оның құрылымы мен әдістерін жетілдіруді, сонымен қатар мемлекеттік аудиттің қаржылық бақылау жүйесіндегі орны мен оның тиімділігін арттыру жолдары қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің қаржылық бақылау жүйесіндегі рөлін зерттеп, оның тиімділігін арттыру жолдарын ұсыну болып табылады. Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттер қойылды:

- ◆ мемлекеттік аудиттің құрылымы мен ұйымдастырылуын талдау;
- ◆ Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің нормативтік-құқықтық базасын зерттеу;
- ◆ халықаралық стандарттар мен тәжірибелерді қарастырып, оларды Қазақстан жағдайына бейімдеу;
- ◆ мемлекеттік аудиттің тиімділігін арттыруға бағытталған ұсыныстар әзірлеу.

Зерттеу барысында жүйелік талдау, салыстырмалы талдау, статистикалық әдістер, сондай-ақ нормативтік құжаттарға контент-талдау әдістері қолданылды. Сонымен қатар, мемлекеттік аудиттің тиімділігін бағалауға арналған регрессиондық және корреляциялық талдау жүргізілді. Нұрғалиев Ә.А. ғылыми мақалада Мемлекеттік аудиттің бюджеттік тиімділікті арттыру және сыбайлас жемқорлықты азайтудағы маңызы қарастырылған. Автор мемлекеттік аудиттің этикалық принциптерін қолданудың рөліне терең тоқталған [4].

Зерттеу гипотезасы – мемлекеттік аудит жүйесінің тиімділігін арттыру мемлекеттік ресурстарды басқару сапасын жақсартып, сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендетеді және экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз етеді. Зерттеу нәтижелері мемлекеттік аудит жүйесін жетілдіруге және Қазақстанның қаржылық бақылау жүйесінің тиімділігін арттыруға бағытталады. Ұсынылған әдістер мен тәсілдер мемлекеттік аудит органдарының жұмысын жақсартуға, олардың дербестігін қамтамасыз етуге, сондай-ақ кадрлық әлеуетті арттыруға мүмкіндік береді деп есептейміз. Әлжанов С.Т. автор мемлекеттік аудиттің халықаралық стандарттарға сәйкестігін зерттеп, Қазақстандағы мемлекеттік аудит қызметін жетілдіру қажеттігін атап көрсеткен. Бұл жұмыс Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің даму перспективасын көрсетеді [5].

Бұл зерттеу мемлекеттік аудиттің халықаралық тәжірибелер мен стандарттарға сәйкестігін зерттеуге және оны Қазақстан жағдайында жетілдіруге бағытталған кешенді талдаудың негізін қалайды.

Материалдар мен әдістер

Зерттеуде Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің қаржылық бақылау жүйесіндегі рөлі мен оның тиімділігін арттыру жолдарын талдау үшін жүйелі және кешенді әдістер қолданылды. Қолданылған әдістердің сенімділігі мен олардың зерттеу нәтижелеріне әсері мұқият бағаланып

қарастырылды. Зерттеу әдістері зерттеу мақсатына сәйкестендіріліп таңдалды және олардың әрқайсысы зерттеу нәтижелерінің нақтылығын қамтамасыз етуге бағытталды. Тасмағамбетов Қ.Б. мақалада мемлекеттік аудиттің қазіргі кездегі проблемалары мен оларды шешу жолдарын қарастырған. Автор аудитті цифрландырудың қажеттілігін атап өтіп, оның тиімділігін арттыру жолдарын ұсынады [6].

Зерттеу үдерісінің жоспары мен дәйектілігін анықтау бойынша Қазақстандағы мемлекеттік аудит жүйесінің тиімділігін арттыру жолдарын талдау қарастырылып, келесідей деректер жиналды: Мемлекеттік аудит туралы Қазақстанның нормативтік-құқықтық базасын зерттеу; Қазақстанның қаржы министрлігі мен аудит органдарының ресми есептерін талдау; INTOSAI және OECD сияқты халықаралық ұйымдардың стандарттары мен ұсынымдарын қарастыру. Сонымен қатар салыстырмалы талдау жүргізу, яғни Қазақстанның мемлекеттік аудит жүйесін басқа елдердің тәжірибесімен салыстыру (мысалы, Ресей, OECD елдері). Қолданылған әдістер арқылы алынған нәтижелерді жүйелеу және нақты ұсыныстар әзірлеу қарастырылды. Иванов П.А., Смирнов Л.А. ғылыми зерттеулерінде Ресейдегі мемлекеттік аудиттің рөлін және оның қаржылық бақылау жүйесіндегі маңыздылығын талдаған. Авторлар мемлекеттік аудитті цифрландыру арқылы бюджеттік басқару тиімділігін арттыру қажеттілігін негіздейді [7].

Зерттеу материалдары бойынша негізгі дереккөздер алынды, олар: Қазақстан Республикасының қаржы министрлігінің 2019–2023 жылдарға арналған мемлекеттік аудит туралы ресми деректері; INTOSAI мен OECD стандарттары; мемлекеттік аудитке қатысты халықаралық және ұлттық әдебиеттер. Сондай-ақ, деректерді талдау үшін Python бағдарламалық қамтамасыз етуі және MS Excel; нормативтік құжаттарға контент-талдау жүргізу үшін NVivo бағдарламасы пайдаланылды. Петрова Н.В. ғылыми мақалада бюджеттік аудиттің мемлекеттік қаржыларды тиімді басқарудағы рөлі талдаған. Бұл зерттеу Қазақстанда қолдануға болатын бюджеттік аудит тәжірибесін сипаттайды [8].

Мақаланы жазу барысында келесідей ғылыми әдістер қолданылды: Талдау және синтездеу, бұл әдістер бойынша мемлекеттік аудит жүйесінің құрылымы мен функцияларын зерттеу қарастырылды. Салыстыру әдісі негізінде Қазақстанның мемлекеттік аудит жүйесін халықаралық тәжірибелермен салыстыру жүргізу, ал индукция және дедукция әдістері бойынша мемлекеттік аудит тиімділігінің жалпы және нақты көрсеткіштерін анықтау, көлденең және тік талдау әдістері бойынша аудиттің қаржылық есептерге әсерін бағалау, ал коэффициенттік талдау әдісі негізінде мемлекеттік аудиттің экономикалық тиімділігін сандық бағалау, сонымен қатар корреляциялық және регрессиондық талдау әдістері бойынша мемлекеттік аудит көрсеткіштері мен қаржылық бақылаудың нәтижелері арасындағы байланыстарды анықтау, контент-талдау әдісті бойынша мемлекеттік аудитке қатысты заңнамалар мен стандарттардың мәтіндік құрылымын зерттеу қарастырылды. Кузнецова М.И. зерттеуде мемлекеттік аудитті жетілдіру және оның мемлекеттік қаржыларды басқарудағы орнын қарастырған. Автор жұмысында Ресей мен Қазақстан үшін ортақ шешімдерді ұсынады [9].

Нәтижелерді бағалау әдістемесі бойынша сенімділік бағасы қарастырылды, яғни қолданылған әдістердің дұрыстығын тексеру үшін бірнеше дереккөздер негізінде алынған мәліметтерді салыстырылды. Ал дәлдік негізінде сандық деректерді өңдеуде кателіктерді болдырмау үшін бағдарламалық құралдар қолданылды (Python және MS Excel). Шынайылық әдістемесі бойынша нәтижелердің практикалық маңыздылығын тексеру үшін халықаралық стандарттармен сәйкестік бағаланды. Эксперимент әдістемесі ретінде мемлекеттік аудиттің әртүрлі көрсеткіштерінің елдің экономикалық тұрақтылығына әсерін бағалау қолданылды, атап айтқанда экологиялық көрсеткіштерді талдау, бұл талдау жүргізу негізінде мемлекеттік аудиттің экологиялық стандарттардың сақталуына әсері зерттелді. Сонымен қатар, әлеуметтік көрсеткіштерді талдау көзделді, яғни әлеуметтік бағдарламаларға бөлінген қаржының тиімділігін бақылау. Экономикалық көрсеткіштерді талдау бойынша қаржылық ресурстарды тиімді басқару және бюджеттік тәртіптің сақталуын қамтамасыз ету қарастырылды. Сергеев Д.Н. автор мемлекеттік аудиттің ашықтықты арттырудағы және қоғамдық сенімділікті қалыптастырудағы маңыздылығын көрсетеді. Бұл зерттеу мемлекеттік аудиттің әлеуметтік аспектілерін терең түсінуге мүмкіндік береді [10].

Зерттеу гипотезасын тексеру үшін алынған нәтижелердің мемлекеттік ресурстарды басқару сапасын арттыруға және сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендетуге әсері бағаланды. Әрбір қолданылған әдіс осы гипотезаны растауға бағытталды. Григорьев А.А. мақалада мемлекеттік аудит құралдарының жаңа тәсілдері мен олардың қаржылық бақылау жүйесіндегі орны қарастырылған. Бұл зерттеу мемлекеттік аудиттің инновациялық құралдарын енгізудің практикалық жақтарын зерттейді [11].

Мемлекеттік аудит Қазақстанның қаржылық бақылау жүйесінде бюджетті басқарудың тиімділігін және қаржылық тәртіптің сақталуын қамтамасыз етуде негізгі рөл атқарады. INTOSAI мемлекеттік аудиттің халықаралық стандарттары (ISSAI) мемлекеттік қаржылық бақылау жүйесін жетілдіру үшін негіз болып табылады. Стандарттар аудиттің ашықтығы мен есептілігін арттыруға бағытталған [12]. OECD зерттеулерінде мемлекеттік қаржыларды басқарудағы аудиттің халықаралық тәжірибелері мен ұсыныстары көрсетілген. Қазақстан үшін бұл зерттеу мемлекеттік аудиттің тиімділігін арттырудың құралдарын анықтауға мүмкіндік береді [13]. Gendron Y., Barrett M. авторлар өз зерттеулерінде мемлекеттік аудиттің тәуелсіздігі мен есептілігін арттыру мәселелерін талқылайды. Олардың зерттеулері аудиттің сапасын арттыруда маңызды факторларды анықтайды [14]. Power M. The audit society кітабында аудиттің әлеуметтік рөлі мен оның есеп беру процестеріне ықпалы зерттелген. Бұл жұмыс мемлекеттік аудиттің теориялық негіздерін терең түсіндіреді [15]. Morales C., Roszkowska S. мақалада мемлекеттік аудиттің қаржылық тұрақтылық пен жауапкершілікке ықпалы қарастырылған. Зерттеулерінде халықаралық және ұлттық деңгейде салыстырмалы талдау жасалған [16]. Dye K.M., Stapenhurst R. Improving Public Sector Financial Management кітабында мемлекеттік қаржыларды басқаруда аудиттің рөліне баса назар аударылған. Бұл жұмыс мемлекеттік қаржылық бақылаудың тәжірибелік аспектілерін зерттеуге мүмкіндік береді [17]. Van der Stede W.A. бұл мақалада автор мемлекеттік аудиттің тиімділігін бағалауға арналған жаңа әдістерді ұсынады. Бұл зерттеу аудитті практикалық тұрғыда жетілдірудің жолдарын көрсетеді [18]. GRI Standards GRI стандарттары мемлекеттік және жеке сектордағы есеп беру процестерін жетілдіруде маңызды рөл атқарады [19]. Transparency International жемқорлыққа қарсы аудиттің мемлекеттік қаржылардағы рөлі зерттелген. Зерттеу мемлекеттік қаржылардың ашықтығы мен есептілігін арттыруға бағытталған [20]. UNCTAD зерттеулері мемлекеттік аудитті институционализациялаудың құралдары мен әдістерін ұсынады [21].

Pollitt C., Summa H. авторлар бұл мақалада мемлекеттік аудиттің тиімділігі мен оның мемлекеттік басқаруды реформалаудағы рөлін талқылаған [22]. Lonsdale J., Wilkins P., Ling T. авторлар мемлекеттік аудиттің есеп берушілік пен демократиялық басқарудағы маңыздылығын зерттеген [23]. Morin D. мақалада тиімділік аудитінің мемлекеттік басқару органдарына әсері қарастырылған [24]. Gendron Y., Cooper D.J., Townley B. бұл зерттеуде авторлар мемлекеттік қызметтің тиімділігін өлшеуде аудит мамандарының рөліне көбірек назар аударған [25].

Нәтижелер мен талқылау

Зерттеу барысында Қазақстандағы мемлекеттік аудит жүйесінің тиімділігін бағалау және оны жетілдіру жолдарын анықтау үшін бірнеше маңызды көрсеткіштер талданды. Алынған нәтижелер кестелер мен графиктер арқылы көрсетілді. Мемлекеттік аудит тиімділігі бойынша көрсеткіштер төмендегі кестеде қарастырылған.

Кесте 1 – Мемлекеттік аудиттің негізгі көрсеткіштері (2019–2023 жж.)

Жыл	Анықталған бұзушылықтар саны (мың)	Қайтарылған қаражат көлемі (млрд тг.)	Аудит сапасы (өсу пайызы)
2019	12	45	3%
2020	15	52	5%
2021	14	60	7%
2022	18	70	10%
2023	21	85	12%

Ескертпе: Авторлармен [26] дереккөз негізінде құрастырылған.

Кестеден көрініп тұрғандай, мемлекеттік аудиттің негізгі көрсеткіштері 2019 жылдан 2023 жылға дейін тұрақты өсу тенденциясын көрсетеді. Атап айтқанда, анықталған бұзушылықтардың саны 2019 жылы 12 мыңнан 2023 жылы 21 мыңға дейін өсті. Өсу қарқынын пайызбен есептеу үшін келесі формуланы қолданамыз:

$$\text{Өсу қарқыны (\%)} = (\text{Соңғы көрсеткіш} - \text{Бастапқы көрсеткіш}) / \text{Бастапқы көрсеткіш} \times 100; \quad (1)$$

Яғни, өсу қарқынын формулаға қойып есептегенде, мынаған тең болады:

$$\text{Өсу қарқыны} = ((21 - 12) / 12) \times 100 = (9 / 12) \times 100 = 75\%$$

Аудит барысында анықталған бұзушылықтардың саны 2019 жылдан бастап 75%-ға өсті. Бұл өсімді бірнеше факторлармен түсіндіруге болады, атап айтқанда:

- ◆ Қаржылық бақылау құралдарының жақсаруы;
- ◆ Аудиторлық қызметтің күшеюі;
- ◆ Қаржылық операциялардағы ашықтық деңгейінің артуы.

Анықталған бұзушылықтар санының өсуі мемлекеттік бақылаудың күшейгенін және заң бұзушылықтардың ашық түрде тіркелуін көрсетеді.

Қайтарылған қаражат көлемі 2019 ж. 45 млрд теңгеден 2023 ж. 85 млрд теңгеге дейін өскендігін көруімізге болады, яғни бұл көрсеткіш жыл сайын тұрақты өсімді көрсетеді.

Қайтарылған қаражат көлемі 2019 ж. 45 млрд теңгеден 2023 ж. 85 млрд теңгеге дейін өсті, бұл көрсеткіш жыл сайын тұрақты өсімді көрсетеді.

$$\text{Өсу қарқыны} = ((85 - 45) / 45) \times 100 = (40 / 45) \times 100 = 88,9\%$$

Қайтарылған қаражат көлемі 2019–2023 жж. аралығында 88,9%-ға өсті. Бұл нәтижелер аудиторлардың кәсіби деңгейінің артуынан; мемлекеттік ресурстарды тиімді басқаруға бағытталған шаралардың күшеюінен және Халықаралық стандарттардың енгізілуінен болып отыр. Қайтарылған қаражаттың артуы қаржылық ресурстарды тиімді басқару нәтижелерін көрсетеді және мемлекеттік аудиттің экономикалық тиімділігін дәлелдейді.

Сонымен қатар, аудит сапасының өсу пайызы 2019 ж. 3%-ды көрсетсе, 2023 ж. бұл көрсеткіш 12%-ға жетті.

$$\text{Өсу қарқыны} = ((12 - 3) / 3) \times 100 = (9 / 3) \times 100 = 300\%$$

Кестеден байқап отырғандай, аудит сапасының 300%-ға өсуі халықаралық стандарттардың, соның ішінде ISSAI-дің енгізілуімен, сондай-ақ аудиторлардың кәсіби біліктілігінің артуымен байланысты, яғни бұл өсім мемлекеттік аудиттің сапасын жақсартудағы стратегиялық қадамдардың тиімділігін дәлелдейді. Аудит сапасының өсуі жүйелі реформалардың, стандарттау мен оқыту бағдарламаларының оң әсерін көрсетеді.

Кестеде 2019 жылдан 2023 жылға дейін қайтарылған қаражат көлемінің тұрақты өсуі көрсетілген. Жалпы деректерге сүйенсек, мемлекеттік аудиттің Қазақстандағы қаржылық бақылау жүйесін жетілдіруде маңызды рөл атқаратынын көрсетеді. Нәтижелер мемлекеттік ресурстарды тиімді басқарудың оң динамикасын, қаржылық ашықтықтың артуын және аудит қызметінің сапасының жоғарылағанын дәлелдейді. Алдағы уақытта бұл трендтер аудиттің одан әрі тиімділігін қамтамасыз ететін жаңа стратегияларды әзірлеуге негіз бола алады деп айтуға негіз бар.

Мемлекеттік аудиттің нәтижелері және олардың тиімділігі, анықталған кемшіліктер мен даму бағыттары 1-кестеде көрініп тұрғандай, мемлекеттік аудиттің негізгі көрсеткіштері 2019 жылдан 2023 жылға дейін тұрақты өсу тенденциясын көрсетіп отыр. Бұл көрсеткіштер тек аудит көлемінің өсуін ғана емес, сонымен қатар мемлекеттік аудит жүйесінің әсерін де айқындайды. Алайда, бұзушылықтардың санының өсуі мен аудит сапасының артуы арасында кейбір кемшіліктер мен сәйкессіздіктердің бары байқалады. Анықталған бұзушылықтардың

саны 75%-ға өсіп, 2023 ж. 21 мыңға жетті. Бұл өсім, бір жағынан, мемлекеттік бақылаудың күшеюін және заң бұзушылықтардың ашық түрде тіркелуін көрсетсе, екінші жағынан, жүйелі проблемалар мен мемлекеттік сектордағы бухгалтерлік есеп жүргізудің, ішкі аудит пен мемлекеттік аудитті ұйымдастырудың тиімсіз тұстарын аңғартады. Бұзушылықтардың өсуі тек бақылау деңгейінің артқанын білдірмейді, сонымен қатар көптеген мемлекеттік кәсіпорындардың заңнамалық талаптарды орындамау, қаржылық есептерін дұрыс жүргізбеу және аудит нәтижелерін түсінбеу сияқты кемшіліктерінің бар екенін көрсетеді.

Бұл орайда мемлекеттік аудиттің тиімділігі тек бұзушылықтардың анықталуымен өлшенбейді. Егер анықталған бұзушылықтар тек тіркеліп, кейіннен шешімдер мен шаралар қабылданбайтын болса, аудиттің әсері әлсіз болады. Сонымен қатар, барлық мемлекеттік кәсіпорындарға аудит нәтижелері жетпей қалуы мүмкін немесе олардың заңнамалық талаптар мен стандарттарды толықтай түсінбеуі жағдайында аудиттің нәтижелері өз мақсатында іске аспайды. Бұл жағдайда, аудиторлық тексерулердің нәтижелерін тек нақты қаржылық реттеуіш ретінде емес, сондай-ақ басқару процесіне қатысты кешенді құрал ретінде қабылдау қажет. Қайтарылған қаражат көлемі 45 млрд теңгеден 85 млрд теңгеге дейін өсіп, мемлекеттік аудиттің экономикалық тиімділігін дәлелдейді. Бұл көрсеткіш мемлекеттік ресурстарды тиімді басқару мен бюджет қаражатының мақсатты пайдаланылуына бағытталған шаралардың нәтижесі болып табылады. Бірақ, қайтарылған қаражаттың артуы, өз кезегінде, анықталған бұзушылықтардың артуымен байланысты болғандықтан, бұл мәселенің терең талдауды қажет ететінін көрсетеді. Бұл ретте, бұзушылықтардың алдын алу, тек олардың салдарын жою емес, жүйелі түрде бақылауды күшейту қажет екені айқын.

Аудит сапасының өсуі де назар аударатын маңызды көрсеткіш болып табылады. 2019 ж. аудит сапасы 3%-ды көрсетсе, 2023 ж. бұл көрсеткіш 12%-ға жетті, яғни сапаның 300%-ға артқаны байқалады. Бұл, сөзсіз, халықаралық стандарттардың енгізілуі, аудиторлардың кәсіби деңгейінің артуы және арнайы оқыту бағдарламаларының оң әсерін көрсетеді. Бірақ, сапаның өсуі тек құралдар мен әдістемелердің жетілдірілуімен шектелмей, аудит жұмысының нақты іске асырылуын қамтамасыз ету үшін барлық деңгейде қаржылық есептілік пен аудит талаптарының орындалуын қатаң бақылау керек.

Мемлекеттік аудиттің тиімділігін арттыру үшін бірнеше маңызды шараларды жүзеге асыру қажет:

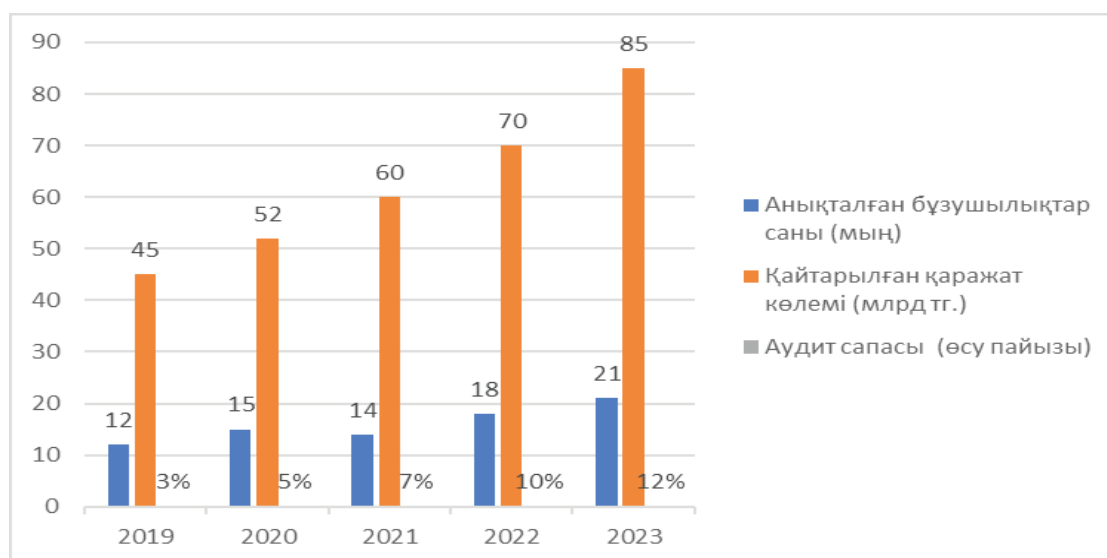
Нормативтік құқықтық базаны жетілдіру – Мемлекеттік аудиттің нәтижелерінің тиімділігін арттыру үшін, заңнамалық талаптарды барлық мемлекеттік кәсіпорындар арасында бірдей қолдану, олардың қаржылық есептілік, ішкі аудит және мемлекеттік аудит туралы нормативтік құжаттарды толық түсінулерін қамтамасыз ету маңызды;

Аудиттің қатысу аясын кеңейту – Мемлекеттік сектордың барлық кәсіпорындарына аудиттің тиімді нәтижелері мен ұтымды шешімдер жетпеген жағдайда, аудиттің тек тексеру функциясынан басқа, алдын алу және кеңес беру сияқты қосымша рөлдері болуы қажет;

Кадрлық әлеуетті нығайту – Аудиторлардың кәсіби біліктілігін арттыру және жаңа технологиялар мен әдістерді енгізу арқылы аудит сапасын көтеру қажет. Әсіресе, мемлекеттік аудиттің тиімділігін қамтамасыз ету үшін кадрлық саясатты қайта қарау және білікті мамандарды тарту қажет;

Ақпараттық технологияларды енгізу – Заманауи ақпараттық жүйелер мен бағдарламалық қамтамасыз етуді пайдалану мемлекеттік аудиттің нәтижелілігін арттыруға мүмкіндік береді. Бұл, сонымен қатар, сыбайлас жемқорлықты төмендетуге және қаржылық ашықтықты қамтамасыз етуге ықпал етеді.

Зерттеу нәтижелері мемлекеттік аудиттің тұрақты өсу көрсеткіштері мен оң динамикасын көрсете отырып, кейбір кемшіліктердің де бар екенін айқындады. Мемлекеттік аудит жүйесінің тиімділігін арттыру үшін тек бұзушылықтарды анықтау емес, оларды алдын алу, сондай-ақ аудиттің нәтижелерін тиімді қолдану маңызды. Бұл үшін нормативтік құқықтық актілердің жетілдірілуі, аудит сапасының артуы және барлық мемлекеттік кәсіпорындар үшін қаржылық бақылау мен есептілікті күшейту қажет.



Сурет 1 – Аудит барысында қайтарылған қаражат, млрд тг.

Ескертпе: Авторлар есептеулері негізінде құрастырылған.

Диаграммаға сәйкес, 2019 жылдан 2023 жылға дейін мемлекеттік аудит барысында анықталған бұзушылықтар санының тұрақты өсуі байқалады, 2019 ж. бұл көрсеткіш 12 мың болса, 2023 ж. 21 мыңға жеткен. Бұл 75%-ға өсу көрсеткішін білдіреді. Бұзушылықтардың артуы мемлекеттік аудиттің тиімділігінің артуымен және бақылау құралдарының жетілдірілуімен тікелей байланысты. Сонымен қатар, бұл аудит процестерінің ауқымының кеңеюін және қаржылық басқарудағы олқылықтарды анықтаудың жоғарылағанын көрсетеді. Диаграммдан қайтарылған қаражат көлемінің жыл сайын тұрақты өсуі айқын көрінеді, 2019 ж. 45 млрд тг қайтарылса, 2023 ж. бұл көрсеткіш 85 млрд тг-ге жеткен. Бұл 89%-ға өсу көрсеткіші мемлекеттік ресурстарды тиімді басқаруда аудиттің рөлін көрсетеді. Қайтарылған қаражат көлемінің өсуі мемлекеттік аудиттің сапасының артуымен және қаржылық бұзушылықтарды уақытында анықтау қабілетінің күшеюімен байланысты.

Аудит сапасының жақсарғаны пайыздық көрсеткіштерден байқалады: 2019 жылғы 3%-дан 2023 ж. 12%-ға дейін өскен. Бұл көрсеткіш аудит процесінде халықаралық стандарттардың енгізілуімен, мамандардың кәсіби біліктілігінің артуымен және аудит әдістерінің жаңғыртылуымен түсіндіріледі. Сонымен қатар, бұл аудит нәтижелерінің дәлдігі мен тиімділігін арттыруға ықпал еткен технологиялық шешімдердің рөлін аңғартады. Бұл диаграмма мемлекеттік аудиттің тиімділігінің артып келе жатқанын көрсетеді. Аудит барысында анықталған бұзушылықтардың санының өсуі қаржылық бақылаудың ауқымы кеңейгенін білдіреді, ал қайтарылған қаражат көлемі аудит сапасының артқанын көрсетеді. Сонымен қатар, аудит сапасының өсу қарқыны мемлекеттік басқару процестерінің ашықтығы мен есептілігін арттыруда мемлекеттік аудиттің маңызды рөл атқаратынын дәлелдейді.

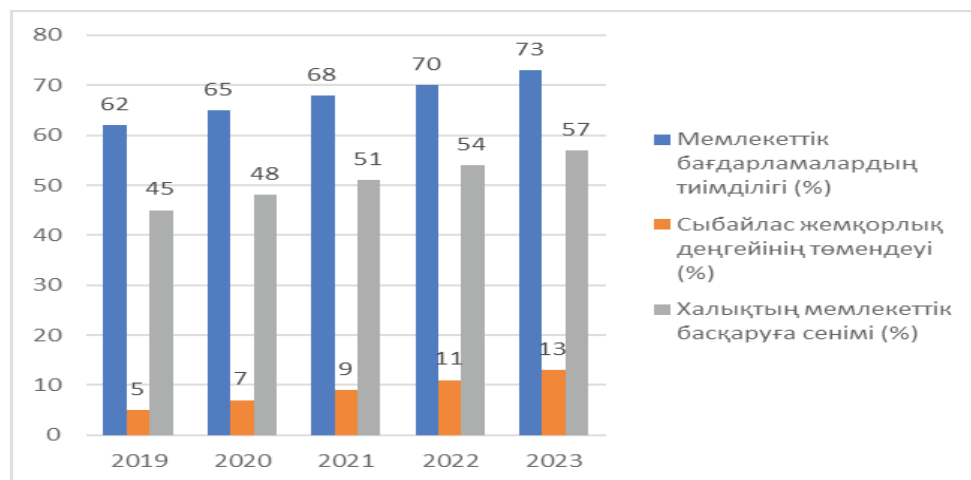
Біздің ұсынысымыз, алдағы уақытта мемлекеттік аудиттің тиімділігін одан әрі арттыру үшін цифрлық технологияларды кеңінен енгізу және аудит процестерін автоматтандыру қажет. Сондай-ақ, мемлекеттік аудиттің халықаралық тәжірибеге сәйкестігін арттыруға бағытталған реформаларды жалғастыру маңызды. Мемлекеттік аудиттің әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерге әсері келесі кестеде көрсетілген.

Кесте 2 – Мемлекеттік аудиттің әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерге әсері

Көрсеткіштер	2019	2020	2021	2022	2023
Мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігі (%)	62	65	68	70	73
Сыбайлас жемқорлық деңгейінің төмендеуі (%)	5	7	9	11	13
Халықтың мемлекеттік басқаруға сенімі (%)	45	48	51	54	57

Ескертпе: Авторлармен [27] дереккөз негізінде құрастырылған.

Кесте мәліметтерінен көріп отырғандай, мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігі артты, бұл аудиттің тиімді жоспарлануымен байланысты болғандығын көрсетеді. Сыбайлас жемқорлық деңгейінің төмендеуі аудит сапасының жақсаруымен және бақылаудың күшеюімен қамтамасыз етілді. Ал халықтың сенімі тұрақты өсім көрсетті, бұл мемлекеттік аудиттің ашықтығы мен есептілігіне негізделгендігін аңғартады. Халықаралық стандарттарға сәйкестік келесі кестеде көрсетілген.



Сурет 2 – Мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігі динамикасы

Ескертпе: Авторлар есептеулер негізінде құрастырылған.

Диаграмма көрсетіп отырғандай, мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігі 2019 жылдан бастап тұрақты өсу қарқынын көрсетуде, 2019 ж. тиімділік көрсеткіші 62% деңгейінде болса, 2023 жылға қарай бұл көрсеткіш 73%-ға жетті. Бұл өсім мемлекеттік аудиттің сапасын жақсартумен, аудит процестерін жоспарлаудағы тиімділікпен және халықаралық стандарттардың енгізілуімен тікелей байланысты деп айтуға болады. Сыбайлас жемқорлық деңгейінің азаюы бойынша оң динамика байқалады, 2019 жылғы 5%-дан бастап, бұл көрсеткіш 2023 ж. 13%-ға дейін жетті. Бұл жетістіктер мемлекеттік аудит барысында бақылау және есеп беру механизмдерінің күшеюімен және есептілікті арттырумен түсіндіріледі. Сонымен қатар, аудит процестеріне ашықтықты енгізу сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендетуде маңызды рөл атқарғаны анық көрініп тұр. Халықтың мемлекеттік басқаруға деген сенімі 2019 жылы 45% болса, 2023 ж. бұл көрсеткіш 57%-ға дейін өскен. Бұл өсім мемлекеттік аудиттің ашықтығын қамтамасыз етумен және тиімді қаржылық бақылау процестерін жүзеге асырумен байланысты. Аудит нәтижелерінің айқын жариялануы мен тиімділікті дәлелдеу азаматтардың сенімін арттырып отырғаны сөзсіз.

Жалпы диаграммада көрсетілген деректер мемлекеттік аудиттің әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерге оң әсер еткенін айқын көрсетеді. Мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігі артып, сыбайлас жемқорлық деңгейі азайып, халықтың сенімі артқан. Бұл нәтижелер мемлекеттік аудит процестерін жетілдірудің тиімділігі мен қажеттілігін дәлелдейді. Алдағы жылдары осы көрсеткіштерді жақсарту үшін аудит әдістерін жаңғырту және технологиялық құралдарды енгізу қажет деп ойлаймыз.

Кесте 3 – Мемлекеттік аудиттің халықаралық стандарттарға сәйкестігі

Стандарттар	2019	2020	2021	2022	2023
ISSAI стандарттарына сәйкестік (%)	60	65	70	75	80
Қызметкерлердің халықаралық сертификаттары (%)	10	12	15	18	22

Ескертпе: Авторлармен [26, 27] дереккөздер негізінде құрастырылған.

Кестедегі мәліметтерден көріп тұрғандай, ISSAI стандарттарына сәйкестік деңгейі 2019 жылдан бастап тұрақты өсім көрсеткендігін байқауымызға болады. Қызметкерлердің халықаралық сертификаттарға ие болуы кәсіби деңгейдің артуына ықпал еткендігін көрсетеді.

Аудит тиімділігінің артуы қайтарылған қаражат көлемінің өсуіне және мемлекеттік бағдарламалардың нәтижелілігін жақсартуға ықпал етті деп айтуға болады. Халықаралық стандарттарға бейімделу мемлекеттік аудит сапасын жақсартып, сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылды күшейтті. Біздің пікірімізше, аудиттің тиімділігіне әсер ететін негізгі кедергілердің бірі – мәліметтерге қол жеткізудегі шектеулер, сонымен қатар Халықаралық стандарттарға толық сәйкес келмеу мен қызметкерлердің жеткілікті кәсіби біліктілігінің болмауы.

Мемлекеттік аудит жүйесінің жетілдірілуі мемлекеттік ресурстарды басқарудың тиімділігін арттыруға, сыбайлас жемқорлық деңгейін төмендетуге және экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз етуге ықпал етеді. Сыбайлас жемқорлық деңгейінің төмендеуі қарқыны жоғары болғанымен, белгілі бір өңірлерде бұл көрсеткіште айырмашылықтар байқалды. Бұл жергілікті деңгейдегі бақылау жүйесінің әлсіздігімен байланысты болуы мүмкін.

Зерттеу нәтижелері мемлекеттік аудиттің Қазақстандағы қаржылық бақылау жүйесін жетілдіру үшін маңызды құрал екенін көрсетті. Әлеуметтік және экономикалық тиімділікті арттыру бойынша жұмыс жалғасуда, ал халықаралық стандарттарға сәйкестік аудит сапасын одан әрі жақсартуға мүмкіндік береді.



Сурет 3 – Мемлекеттік аудиттің стандарттарға сәйкестігі мен кәсіби деңгейінің динамикасы

Ескертпе: Авторлар есептеулер негізінде құрастырылған.

Динамикада ISSAI стандарттарына сәйкестіктің динамикасы 2019 ж. 60%-дан басталып, 2023 ж. 80%-ға жеткенін көрсетіп тұр. Бұл 5 жыл ішінде сәйкестіктің 20 пайыздық өсімін білдіреді. Аталған өсім мемлекеттік аудит қызметінің халықаралық стандарттарға сәйкес келуін жақсарту бойынша жүргізілген жұмыстардың табысты жүзеге асырылғанын көрсетеді. Сонымен қатар, бұл өсім мемлекеттік аудиттің тиімділігі мен сенімділігін арттыруға және оның әлемдік тәжірибемен сәйкестендірілуіне айтарлықтай үлес қосқанын білдіреді деп айтуға негіз бар.

Қызметкерлердің халықаралық сертификаттарға ие болуы 2019 жылғы 10%-дан 2023 ж. 22%-ға дейін өскен. Бұл көрсеткіш мемлекеттік аудит қызметкерлерінің кәсіби біліктілігін арттыру үшін халықаралық деңгейдегі сертификаттау процестерінің енгізілгенін көрсетеді. Сертификаттаудың артуы аудиттің сапасын жақсартып, күрделі қаржылық және басқару процестерін тиімді бақылауға мүмкіндік береді. Диаграммадағы деректер мемлекеттік аудиттің стандарттарға сәйкестігі мен кәсіби деңгейінің артқанын айқын көрсетеді. ISSAI стандарттарына сәйкестіктің артуы халықаралық тәжірибенің енгізілуімен және қызметкерлердің біліктілігін

арттыруға арналған бағдарламалардың іске асырылуымен байланысты. Бұл өзгерістер мемлекеттік аудиттің тиімділігін арттыруда маңызды рөл атқарады деп санаймыз.

Осыған байланысты, біздер мынадай ұсыныс жасаймыз: ISSAI стандарттарына сәйкестікті арттыру мақсатында мемлекеттік аудиттің процестерін одан әрі автоматтандыру қажет; қызметкерлердің кәсіби деңгейін көтеру үшін халықаралық сертификаттау бағдарламаларына қатысуын кеңейту керек; аудит стандарттарының санынан гөрі сапасына баса назар аудару, стандарттарды жаңарту және жетілдіруді жалғастыру қажет.

Қорытынды

Бұл зерттеуде Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің қаржылық бақылау жүйесіндегі орны мен рөлі талданды. Зерттеу нәтижелері мемлекеттік аудиттің мемлекеттік қаржы ресурстарын тиімді басқаруда және ашықтықты қамтамасыз етуде шешуші құрал болып табылатынын көрсетті. Мемлекеттік аудиттің тиімділігі оның халықаралық стандарттарға сәйкестігімен және аудит процесінде заманауи технологияларды қолдану деңгейімен тікелей байланысты екенін дәлелдеді.

Талдау жұмыстары 2019–2023 жж. аралығын қамтыды, талдау нәтижесі бойынша қайтарылған қаражат көлемінің тұрақты өсуі және сыбайлас жемқорлық деңгейінің төмендегені анықталды. Бұл аудит сапасының артуымен және халықаралық стандарттарға сәйкестігінің жақсаруымен байланысты. Атап айтқанда, ISSAI стандарттарына сәйкестік 2019 жылғы 60%-дан 2023 ж. 80%-ға дейін өскен, бұл Қазақстандағы мемлекеттік аудиттің сапасын арттыруда айтарлықтай жетістіктерге қол жеткізілгенін көрсетеді. Сонымен қатар, мемлекеттік аудиттің әлеуметтік әсері де анықталды. Мемлекеттік бағдарламалардың тиімділігі мен халықтың мемлекеттік басқаруға деген сенімі айтарлықтай жақсарған. Бұл нәтижелер мемлекеттік аудиттің тек қаржылық бақылау ғана емес, сонымен қатар мемлекеттік басқарудың сапасын арттырудағы рөлін көрсетеді.

Тақырыпқа қатысты жүргізілген зерттеу бойынша келесідей ұсыныстар жасауға болады: мемлекеттік аудит қызметін дамыту үшін ISSAI стандарттарын енгізуді жалғастыру және олардың қолданылу аясын кеңейту қажет; мемлекеттік аудит кадрларының кәсіби сертификаттау деңгейін арттыру, оларға халықаралық тәжірибе алмасу мүмкіндіктерін ұсыну маңызды деп санаймыз; заманауи технологиялар мен жасанды интеллект құралдарын пайдалану аудиттің тиімділігі мен нәтижелілігін арттырады; мемлекеттік аудиттің ашықтығын қамтамасыз ету және оның нәтижелерін қоғамға жеткізу жүйесін жетілдіру арқылы халықтың мемлекеттік басқаруға деген сенімін нығайту қажет деп есептейміз.

ӘДЕБИЕТТЕР

1 «Мемлекеттік аудит және қаржылық бақылау туралы» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 12 қарашадағы № 392-V заңы (09.01.2024 берілген өзгерістер мен толықтырулар).

2 Ахметов С.Т., Исагулов Ж.К. Мемлекеттік аудит жүйесінің Қазақстандағы қаржылық бақылаудағы орны мен даму перспективалары // Қаржы және аудит журналы. – 2022. – № 15(4). – 45–58 б.

3 Қараев Н.Ж. Қазақстанның мемлекеттік аудит саласындағы реформалары және олардың экономикалық әсері // Экономика және басқару. – 2021. – № 10(3). – 70–83 б.

4 Нұрғалиев Ә.А. Мемлекеттік аудиттің сыбайлас жемқорлықты азайтудағы рөлі // Қаржылық зерттеулер журналы. – 2021. – № 8(2). – 25–37 б.

5 Әлжанов С.Т. Қазақстандағы мемлекеттік аудит қызметінің халықаралық стандарттарға сәйкестігі // Экономика және құқық мәселелері. – 2019. – № 12(5). – 78–90 б.

6 Тасмағамбетов Қ.Б. Мемлекеттік аудиттің цифрландыру арқылы тиімділігін арттыру мәселелері // Қаржы және экономика журналы. – 2023. – № 19(1). – 15–29 б.

7 Иванов П.А., Смирнов Л.А. Роль государственного аудита в повышении эффективности бюджетного управления в России // Финансы и кредит. – 2021. – № 27(8). – С. 85–99.

- 8 Петрова Н.В. Значение бюджетного аудита в финансовом управлении // Система аудита и контроля. – 2020. – № 14(6). – С. 112–123.
- 9 Кузнецова М.И. Место аудита в управлении государственными финансами // Экономика и менеджмент. – 2019. – № 9(4). – С. 68–79.
- 10 Сергеев Д.Н. Роль государственного аудита в повышении прозрачности // Журнал аудиторских исследований. – 2022. – № 18(7). – С. 92–105.
- 11 Григорьев А.А. Пути совершенствования инструментов государственного аудита // Журнал экономических исследований. – 2023. – № 20 (2). – С. 30–45.
- 12 INTOSAI Мемлекеттік аудиттің халықаралық стандарттары (ISSAI) // INTOSAI журналы. – 2019. – № 2(5). – 1–18 б.
- 13 OECD Мемлекеттік қаржыларды басқарудағы аудиттің халықаралық тәжірибелері // OECD Research Papers. – 2020. – № 5(3). – 23–35 б.
- 14 Gendron Y., Barrett M. Enhancing public sector audit independence and accountability // Journal of Public Finance and Auditing. 2021. No. 15(2). P. 45–59. URL: <https://doi.org/10.1000/j.jpfa.2021.02.004>
- 15 Power M. The Audit Society: Rituals of Verification (2nd ed.) // Oxford University Press. 2019. P. 325. URL: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198845800.001.0001>
- 16 Morales C., Roszkowska S. State audit's role in financial stability and accountability // Comparative Auditing Practices Journal. 2022. No. 9(4). P. 75–89. URL: <https://doi.org/10.1000/j.capj.2022.04.007>
- 17 Dye K. M., Stapenhurst R. Improving Public Sector Financial Management // World Bank Publications. 2020, p. 250. URL: <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1532-3>
- 18 Van der Stede W.A. Advanced methods in public sector audit efficiency evaluation // International Auditing Journal. 2021. No. 18(3). P. 112–127. URL: <https://doi.org/10.1000/j.iaj.2021.03.005>
- 19 GRI Standards. Global standards for reporting and transparency // GRI Guidelines Journal. 2023. No. 3(1). P. 5–25. URL: <https://doi.org/10.1000/j.ggj.2023.01.001>
- 20 Transparency International // Jemqorlyqqa qarsy auditтің рөлі. Transparency Report. 2022. No. 11(2). P. 32–48. URL: <https://doi.org/10.1000/j.tr.2022.02.003>
- 21 UNCTAD Tools and techniques for institutionalizing state audit // UNCTAD Papers on Finance. 2021. No. 8(5). P. 90–108. URL: <https://doi.org/10.1000/j.upf.2021.05.006>
- 22 Pollitt C., Summa H. Performance Audit and Public Management Reform // Public Policy and Administration. 1997. No. 12(2). P. 1–16. URL: <https://doi.org/10.1177/095207679701200201>
- 23 Lonsdale J., Wilkins P., Ling, T. Performance Auditing: Contributing to Accountability in Democratic Government // Edward Elgar Publishing. 2011. URL: <https://doi.org/10.4337/9780857931801>
- 24 Morin D. Influence of Value for Money Audit on Public Administrations: Looking Beyond Appearances // Financial Accountability & Management. 2001. No. 17(2). P. 99–170. URL: <https://doi.org/10.1111/1468-0408.00123>
- 25 Gendron Y., Cooper D.J., Townley B. The Construction of Auditing Expertise in Measuring Government Performance // Accounting, Organizations and Society. 2007. No. 32(1–2). P. 101–129. URL: <https://doi.org/10.1016/j.aos.2006.03.005>
- 26 Электрондық ресурс: Қаржы министрлігінің 2019–2023 жылдар аралығындағы жылдық есептері (ҚР Қаржы министрлігі, 2023). URL: <http://www.gov.kz/memleket/entities/minfin?lang=kk>
- 27 Электрондық ресурс: Мемлекеттік аудитке қатысты халықаралық стандарттар ISSAI (International Standards of Supreme Audit Institutions). URL: <http://www.issai.org>

REFERENCES

- 1 «Мемлекеттік аудит және қаржылық бақылау туралы» Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 12 қарашадағы No. 392-V заңы (09.01.2024 берілген өзгерістер мен толықтырулар). (In Kazakh).
- 2 Ahmetov S.T., İsmagulov J.K. (2022) Memlekettik audit jüiesininің Qazaqstandaғы qarjylyq baqylaudaғы orny men damu perspektivalary // Qarjy және audit jürnaly. No. 15(4). 45–58 p. (In Kazakh).
- 3 Qaraev N.J. (2021) Qazaqstannyñ memlekettik audit salasyndaғы reformalary және olardyñ ekonomikalыq әseri // Ekonomika және basqaru. No. 10(3). 70–83 p. (In Kazakh).
- 4 Nürğaliev Ä.A. (2021) Memlekettik auditтіñ sybailas jemqorlyqty azaitudaғы röli // Qarjylyq zertteuler jurnaly. No. 8(2). 25–37 p. (In Kazakh).

- 5 Äljanov S.T. (2019) Qazaqstandaғы memleketтік audit qyzmetiniñ halyqaralyq standarttarğa säikestigi // *Ekonomika және qūyq мәseleleri*. No. 12(5). 78–90 p. (In Kazakh).
- 6 Tasmağambetov Q.B. (2023) Memleketтік audittiñ sifrlandyru arqyly tiimdiligin arttyru мәseleleri // *Qarjy және ekonomika jurnaly*. No. 19(1). 15–29 p. (In Kazakh).
- 7 Ivanov P.A., Smirnov L.A. (2021) Rol' gosudarstvennogo audita v povyshenii jeffektivnosti bjudzhetnogo upravlenija v Rossii // *Finansy i kredit*. No. 27(8). P. 85–99. (In Russian).
- 8 Petrova N.V. (2020) Znachenie bjudzhetnogo audita v finansovom upravlenii // *Sistema audita i kontrolja*. No. 14(6). P. 112–123. (In Russian).
- 9 Kuznecova M.I. (2019) Mesto audita v upravlenii gosudarstvennymi finansami // *Jekonomika i menedzhment*. No. 9(4). P. 68–79. (In Russian).
- 10 Sergeev D.N. (2022) Rol' gosudarstvennogo audita v povyshenii prozrachnosti // *Zhurnal auditorskih issledovaniy*. No. 18(7). P. 92–105. (In Russian).
- 11 Grigor'ev A.A. (2023) Puti sovershenstvovaniya instrumentov gosudarstvennogo audita // *Zhurnal jekonomicheskikh issledovaniy*. No. 20 (2). P. 30–45. (In Russian).
- 12 INTOSAI Memleketтік audittiñ halyqaralyq standarttary (ISSAI) // *INTOSAI jurnaly*. 2019. No. 2(5). 1–18 p. (In Kazakh).
- 13 OECD Memleketтік qarjylardy basqarudaғы audittiñ halyqaralyq täjiribeleri // *OECD Research Papers*. 2020. No. 5(3). 23–35 p. (In Kazakh).
- 14 Gendron Y., Barrett M. (2021) Enhancing public sector audit independence and accountability // *Journal of Public Finance and Auditing*. No. 15(2). P. 45–59. URL: <https://doi.org/10.1000/j.jpf.2021.02.004>. (In English).
- 15 Power M. (2019) *The Audit Society: Rituals of Verification* (2nd ed.) // Oxford University Press. P. 325. URL: <https://doi.org/10.1093/oso/9780198845800.001.0001>. (In English).
- 16 Morales C., Roszkowska S. (2022) State audit's role in financial stability and accountability // *Comparative Auditing Practices Journal*. No. 9(4). P. 75–89. URL: <https://doi.org/10.1000/j.capj.2022.04.007>. (In English).
- 17 Dye K. M., Stapenhurst R. (2020) *Improving Public Sector Financial Management* // World Bank Publications, p. 250. URL: <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1532-3>. (In English).
- 18 Van der Stede W.A. (2021) Advanced methods in public sector audit efficiency evaluation // *International Auditing Journal*. No. 18(3). P. 112–127. URL: <https://doi.org/10.1000/j.iaj.2021.03.005>. (In English).
- 19 GRI Standards. Global standards for reporting and transparency // *GRI Guidelines Journal*. 2023. No. 3(1). P. 5–25. URL: <https://doi.org/10.1000/j.ggj.2023.01.001>. (In English).
- 20 Transparency International // *Jemqorlyqqa qarsy audittiñ röli*. Transparency Report. 2022. No. 11(2). P. 32–48. URL: <https://doi.org/10.1000/j.tr.2022.02.003>. (In English).
- 21 UNCTAD Tools and techniques for institutionalizing state audit // *UNCTAD Papers on Finance*. 2021. No. 8(5). P. 90–108. URL: <https://doi.org/10.1000/j.upf.2021.05.006>. (In English).
- 22 Pollitt C., Summa H. (1997) *Performance Audit and Public Management Reform* // *Public Policy and Administration*. No. 12(2). P. 1–16. URL: <https://doi.org/10.1177/095207679701200201>. (In English).
- 23 Lonsdale J., Wilkins P., Ling T. (2011) *Performance Auditing: Contributing to Accountability in Democratic Government* // Edward Elgar Publishing. URL: <https://doi.org/10.4337/9780857931801>. (In English).
- 24 Morin D. (2001) Influence of Value for Money Audit on Public Administrations: Looking Beyond Appearances // *Financial Accountability & Management*. No. 17(2). P. 99–170. URL: <https://doi.org/10.1111/1468-0408.00123>. (In English).
- 25 Gendron Y., Cooper D.J., Townley B. (2007) The Construction of Auditing Expertise in Measuring Government Performance // *Accounting, Organizations and Society*. No. 32(1–2). P. 101–129. URL: <https://doi.org/10.1016/j.aos.2006.03.005>. (In English).
- 26 *Elektrondyq resurs: Qarjy ministrліginiñ 2019–2023 jyldar aralyғыndaғы jyldyq esepteri* (QR Qarjy ministrліgi, 2023). URL: <http://www.gov.kz/memleket/entities/minfin?lang=kk> (In Kazakh).
- 27 *Elektrondyq resurs: Memleketтік auditke qatysty halyqaralyq standarttar ISSAI* (International Standards of Supreme Audit Institutions). URL: <http://www.issai.org> (In Kazakh).

КАЛИБАЕВ М.К.,*¹

PhD, доцент.

*e-mail: kalibayev@mail.ru

ORCID ID: 0009-0002-5136-5969

КАСЫМБЕКОВА Г.Р.,²

PhD, ассоциированный профессор.

e-mail: gulzhahan_@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5411-1297

ЕРКАБОВ А.,³

PhD.

e-mail: alisher.erkaboev@henley.ac.uk

ORCID ID: 0000-0003-3899-0815

¹Университет международного
бизнеса имени Кенжегали Сагадиева,

г. Алматы, Казахстан

²Университет «Туран»,

г. Алматы, Казахстан

³Университет Рединга,

г. Рединг, Великобритания

МЕСТО ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В данной статье обсуждается роль и значение государственного аудита в системе финансового контроля в Казахстане. Государственный аудит – основной инструмент обеспечения прозрачности и подотчетности в управлении государственными финансовыми ресурсами, а также важный элемент поддержания экономической безопасности страны. Цель исследования – определить место, функции и задачи государственного аудита в системе финансового контроля Казахстана, а также проанализировать его влияние на экономическую безопасность и управление государственными ресурсами. К основным направлениям исследования относятся изучение структуры и организации государственного аудита, его основных функций, выявление актуальных проблем и перспектив развития данной системы. Научная значимость работы заключается в систематизации знаний о государственном аудите в Казахстане и комплексном анализе его влияния на финансовую систему страны. Практическая значимость состоит в том, чтобы выявить конкретные проблемы, стоящие перед системой государственного аудита, и дать рекомендации по их решению. Ценность исследования определяется глубоким изучением функций и задач государственного аудита и выявлением его влияния на управление государственными ресурсами и экономическую безопасность. Результаты исследования могут стать основой по совершенствованию системы государственного аудита. Практическая значимость результатов заключается в выработке конкретных предложений по повышению эффективности органов государственного аудита, обеспечению их самостоятельности, укреплению кадрового потенциала и внедрению современных технологий. Эти меры будут способствовать повышению качества управления государственными ресурсами и снижению уровня коррупции в Казахстане.

Ключевые слова: финансовый контроль, государственный аудит, финансовая отчетность, целевое использование, оптимизация.

KALIBAYEV M.K.,*¹

PhD, associate professor.

*e-mail: kalibayev@mail.ru

ORCID ID: 0009-0002-5136-5969

KASSYMBEKOVA G.R.,²

PhD, associate professor.

e-mail: gulzhahan_@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5411-1297

ERKABOEV A.,³

PhD.

e-mail: alisher.erkaboev@henley.ac.uk

ORCID ID: 0000-0003-3899-0815

¹Kenzhegali Sagadiev University

of International Business,

Almaty, Kazakhstan

²Turan University,

Almaty, Kazakhstan

³Reading University,

Reading, United Kingdom

THE PLACE OF PUBLIC AUDIT IN THE SYSTEM OF FINANCIAL CONTROL IN KAZAKHSTAN

Abstract

This article discusses the role and importance of public audit in the system of financial control in Kazakhstan. Public audit is the main tool for ensuring transparency and accountability in the management of public financial resources, as well as an important element of maintaining economic security of the country. The purpose of the study is to determine the place, functions and tasks of public audit in the system of financial control of Kazakhstan, as well as to analyse its impact on economic security and management of public resources. The main directions of the study include the study of the structure and organisation of public audit, its main functions, identification of current problems and prospects for the development of this system. The scientific significance of the work lies in the systematisation of knowledge about public audit in Kazakhstan and a comprehensive analysis of its impact on the financial system of the country. Practical significance is to identify specific problems facing the public audit system and provide recommendations for their solution. The value of the study is determined by an in-depth study of the functions and tasks of public audit and identification of its impact on the management of public resources and economic security. The results of the study can become the basis for improving the public audit system. The practical significance of the results lies in the development of specific proposals to improve the efficiency of public audit bodies, ensure their independence, strengthen human resources and introduce modern technologies. These measures will contribute to improving the quality of public resource management and reducing corruption in Kazakhstan.

Key words: financial control, state audit, financial reporting, target use, optimisation.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 03.10.2024

FTAXP 06.61.33
ӘОЖ 330
JEL R10

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-90-101>

КАЙДАРОВА С.Е.,¹

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор.
e-mail: kaidarova_saida@mail.ru
ORCID ID: 0000-0001-5397-5870

БАЙБАШ Г.К.,^{*2}

PhD, қауымдастырылған профессор.
*e-mail: 7765060@bk.ru
ORCID ID: 0000-0002-3213-2281

АБДИЛЬДИНОВА Н.Е.,²

PhD, қауымдастырылған профессор.
e-mail: nailya_abdildinova@mail.ru
ORCID ID: 0000-0002-6486-3281

ОКУТАЕВА С.Т.,²

PhD, қауымдастырылған профессор.
e-mail: saulesha_okutaeva@mail.ru
ORCID ID: 0000-0002-9442-8416

¹Торайғыров университеті,
Павлодар қ., Қазақстан

²Астана халықаралық университеті,
Астана қ., Қазақстан

ӨНІРЛІК СТРАТЕГИЯЛЫҚ ДАМУ ҚҰРАЛЫ РЕТİNДЕ ӨНІРДІҢ ИМИДЖІН МЕМЛЕКЕТТІК БАСҚАРУ

Аңдатпа

Өңірдің имиджін мемлекеттік басқару аумақтардың стратегиялық дамуында шешуші рөл атқарады. Өңірдің имиджі көптеген факторлардың, соның ішінде экономикалық көрсеткіштердің, әлеуметтік жағдайлардың, экологиялық жағдайдың, мәдени мұраның және ақпараттық саясаттың әсерінен қалыптасады. Бұл мақалада зерттеу объектісі-Павлодар облысы, оның дамуын басқару құралы ретінде имиджді қалыптастыру тұрғысынан қарастырылады. Өңірдің инвестициялық тартымдылығын арттыруға және оң имиджін қалыптастыруға ықпал ететін саяси ықпал ету факторлары мен ақпараттық қамтамасыз ету тетіктері талданады. Павлодар өңірі айтарлықтай табиғи ресурстарға және дамыған өнеркәсіптік, көліктік инфрақұрылымға ие, бұл экономикалық өсу үшін негіз жасайды. Бұл артықшылықтарды тиімді пайдалану үшін ұзақ мерзімді стратегияларға бағытталған мақсатты имиджді басқару қажет. Жүргізілген социологиялық сауалнама аймақтың күшті және әлсіз жақтарын анықтады. Авторлар аймақтың имиджіне әртүрлі факторлар, соның ішінде табиғи ресурстар, экономикалық инфрақұрылымның дамуы, мәдени мұра және халықтың өмір сүру сапасы әсер ететінін анықтады. Өңірдің оң имиджін нығайтуға және ілгерілетуге бағытталған мемлекеттік органдардың қызметі маңызды рөл атқарады. Туристік және инвестициялық тартымдылықты дамытуға, қалалық ортаны жетілдіруге, жергілікті кәсіпкерлікті қолдауға және әлеуметтік инфрақұрылымды нығайтуға бағытталған кешенді стратегиялар өңірдің тұрақты, қолайлы имиджін қалыптастыруды және халықаралық аренада бәсекеге қабілеттілігін арттыруды қамтамасыз етеді. Қазақстан экономикасының цифрлық трансформациясы жағдайында өңірдің имиджін арттыру мақсатында авторлар цифрлық интеграция, көп арналы, тұрақты позициялау, бренд-экожүйе, интерактивтілік сияқты заманауи модельдер мен тәсілдерді пайдалануды талап ететін өңірдің брендингті мен позициялануын оңтайландыруды ұсынады. Бұл тәсілдер брендингті жаңа цифрлық жағдайларға бейімдеуге және аймақтың ұлттық және халықаралық аренада болуын арттыруға көмектеседі.

Тірек сөздер: өңірдің имиджі, өңірдің инвестициялық тартымдылығы, туристік әлеует, экологиялық ахуал, экономикалық өсу, маркетингтік қызмет, өмір сапасы.

Кіріспе

Қазіргі әлемде өңірлердің бәсекеге қабілеттілігі олардың тұрақты дамуы мен экономикалық өсуінің негізгі факторы болып табылады. Жаһандану және цифрландыру жағдайында өңірдің имиджі инвестициялар тартуға, туризмді дамытуға, халықтың өмір сүру сапасын арттыруға және әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштерді жақсартуға әсер ететін маңызды элементке айналады. Сондықтан өңірдің имиджін мемлекеттік басқару өңірлік стратегиялық даму құралы ретінде ерекше маңызға ие болады.

Қазіргі жағдайлар мемлекеттік органдардан өңірдің имиджін басқаруға жүйелі көзқарасты талап етеді. Бұл имидждің барлық құрамдас бөліктерін жақсартуға, өңірді ішкі және халықаралық деңгейде тиімді ілгерілетуге, сондай-ақ қоғамдық пікірді бақылау мен талдауға бағытталған стратегияларды әзірлеуді қамтиды. Өңірдің имиджі оның экономикалық дамуына тікелей әсер ететінін атап өту маңызды, өйткені аймақты оң қабылдау инвестицияларды тартуға, туризмді дамытуға және халықтың жалпы өмір сүру сапасын жақсартуға ықпал етеді.

Бұл мақаланың мақсаты-өңір имиджін қалыптастыруға әсер ететін негізгі факторларды анықтау, сондай-ақ өңір имиджін стратегиялық басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар беру. Мысал ретінде ағымдағы тәжірибелерді талдау және оларды жақсарту жолдарын анықтау үшін Павлодар облысының тәжірибесі қаралатын болады.

Тақырыптың өзектілігі қазіргі жағдайда өңірлердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру қажеттілігіне байланысты, бұл барлық қол жетімді құралдарды, соның ішінде имиджді басқаруды тиімді пайдалануды талап етеді. Өңірдің оң имиджін қалыптастыру орнықты дамудың маңызды элементі болып табылады және өңірлік деңгейде стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуге ықпал етеді.

Өңірдің имиджі-бұл аумақ белгілі бір өңірді білдіретін аумақтың имиджі ұғымынан туындайтын тұжырымдама. Демек, аумақ имиджінің мәні туралы пайымдау өңірдің имиджіне де қолданылуы мүмкін. Сонымен қатар, бұл тұжырымдамаға әртүрлі көзқарастар бар.

Атап айтқанда, дүниежүзілік туризм ұйымы аумақтың имиджін аумақтың әртүрлі сипаттамаларын, жеке тұлғалардың жеке тәжірибесін және белгілі бір қабылдауды қалыптастыруға әсер ететін ақпаратты салыстыру нәтижесінде пайда болатын эмоционалды және ұтымды идеялар жиынтығы ретінде анықтайды [1]. Важенина И.С. және Важенин С.Г. бұл құбылыстың қисынсыз сипатын атап көрсетіп, келесі анықтаманы ұсынады: аумақтың имиджі-бұл табиғи климаттық, тарихи, этнографиялық, әлеуметтік-экономикалық, саяси, моральдық-психологиялық және осы аумақтың басқа да ерекшеліктеріне байланысты қалыптасатын адамдардың қабылдауы мен бейнелі, эмоционалды боялған идеяларының жиынтығы [2]. В. Кирдиннің пікірінше, өңірдің имиджі аумақтың ерекшеліктері мен бірегейлігінің, оның қоғамдық пікірде қалыптасқан беделінің символдық көрінісі болып табылады [3]. Д. Замятин аумақтық имиджді бір-біріне белгілі бір тәуелділікте болатын бейнелердің (геомәдени, геосаяси және т.б.) жиынтығы ретінде түсінеді. Құрылымға «тармақталуды», сондай-ақ қайталама және «қолдаушы кескіндерді» қамтитын негізгі бейнесі кіреді. Бұл тәсіл өңірді өзінің сапалық сипаттамаларымен, ерекше тарихи-географиялық бейнесі бар ерекше географиялық кеңістік ретінде орналастыруды білдіреді [4].

Ф. Котлер аумақтың имиджін адамдардың аумақ туралы сенімдері, идеялары мен әсерлерінің жиынтығы ретінде ұсынады. Имидж аумақты жеке қабылдауды көрсетеді және адамдар арасында әр түрлі болуы мүмкін. Сонымен қатар, олар бір аумақтың әртүрлі имидждерін дамыта алады немесе оған әр түрлі көзқараспен бірдей имиджге ие бола алады. Осылайша, бұл тәсіл аумақтық имидж құбылысын қабылдаудың субъективтілігіне баса назар аударады [5].

Соңғы жылдары аумақтың имиджі мәселесі, әсіресе аймақтың экономикалық тартымдылығын зерттеу аясында өзектілігін арттыруда. Инвесторларды тарту мақсатында жергілікті билік органдары өз аймағының жалпы келбетін жақсартуға күш салуда.

Маркетинг тұрғысынан аумақтың имиджіне, яғни бәсекеге қабілеттілік пен тұтынушылық құндылыққа деген көзқарасты ерекше атап өткен жөн. Тиісті анықтаманы И.В. Логунцова және зерттеушілер тобы аумақтың имиджін белгілі бір құндылық сипаттамалары бар және аумақтың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету және оған қосымша ресурстарды тарту мақсатында

тұтынушыларға әсер етуге арналған белгілі бір аумақтың мақсатты түрде қалыптасқан бейнесі ретінде деп түсіндіреді [6].

Түсіндірме сөздікте «имидж» ұғымы келесі анықтамаға ие: (ағылшын тілінен image, лат. imago-бейне, түр)-танымал ету, жарнама және т.б. мақсатында біреуге эмоционалды-психологиялық әсер етуге арналған мақсатты түрде қалыптасқан (қандай да бір тұлға, құбылыс, объект) имидж [7].

Қоғамдық дипломатия тұрғысынан көптеген үкіметтердің заңдылығы енді тек ішкі факторларға ғана емес, сонымен бірге олардың басқа субъектілермен өзара әрекеттесуіне де байланысты. Халықаралық ықпалын нығайтуға және әлемдік қоғамдық дискурста имидж мен тануды жақсартуға ұмтылатын елдер үшін беделді халықаралық желілерге қатысу шешуші фактор болуы мүмкін [8].

Питер Ван Хамның ілімдеріне сәйкес, ол имиджді маңызды қозғаушы күш деп санайды, келесі тұжырымдарға келді, имидж басқарылатын категория болып табылады. түзетулер енгізу, толықтыру және өзгерту мүмкіндігі, сондай-ақ ел имиджі өзінің баға ұсынысымен нақты мәселелерді шешудің тетігі ретінде әрекет ете алады [9].

А. Фишер неғұрлым тән сипаттайды: «...имидж – бұл саналы түрде құрылған психологиялық көріністен басқа ештеңе емес, ол қандай да бір нақты мақсаттармен жасалады» [10]. Бұл ғалымдар өңірдің имиджін зерттеуге айтарлықтай үлес қосты, оны бағалау мен жетілдірудің әртүрлі тәсілдері мен әдістерін ұсынды. Олардың жұмыстары өңірлердің имиджін басқару стратегияларын әрі қарай зерттеу және практикалық іске асыру үшін маңызды ақпарат көзі болып табылады.

Материалдар мен әдістер

Павлодар облысының имиджінің қазіргі жай-күйінің проблемалары сараптамалық сауалнама әдісі негізінде анықталды. Сауалнамаға 200 респондент: мемлекеттік және жергілікті басқару басшылары мен менеджерлері, банк қызметкерлері, кәсіпкерлер және облыс халқы қатысты.

Сауалнама Google Forms жасалған және ұсынылған интернет сілтемесі арқылы жіберілген сауалнаманы қолдану арқылы жүргізілді. Сауалнамаға 16 сұрақтан тұратын үш блок кірді.

Тәсіл ретінде кешенді тәсіл қолданылды, ол Павлодар облысының имиджінің жай-күйі мәселелерін анықтауға және бағалауға және өңірдің имиджін арттыру үрдістерін анықтауға мүмкіндік берді.

Зерттеу барысында қарастырылып отырған мәселенің мәнін ашуға және зерттеудің мақсаты мен міндеттеріне қол жеткізуге мүмкіндік беретін талдау, жалпылау және құрылымдау әдісі қолданылды.

Жүргізілген сараптамалық сауалнаманың нәтижелері, сондай-ақ Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің ұлттық статистика бюросының жарияланатын материалдары эмпирикалық деректер болды.

Нәтижелер мен талқылау

«Аумақтың имиджі» ұғымы кешенділіктің жоғары деңгейімен сипатталады және келесі құрылымдық элементтерді қамтиды: география, климат, табиғи жағдайлар, өндірілген тауарлар, саяси және қоғамдық құрылым, жергілікті атақты адамдар, халық, тарих, мәдениет, техника, инфрақұрылым және т.б. [11]. Олардың барлығы белгілі бір имидждің қалыптасуына тікелей немесе жанама әсер етеді. Құрылымдық элементтерді бөлуден басқа, аумақтың имиджінің тұжырымдамасын макро және микро деңгейде елдік және мемлекетаралық деңгейден қалалық деңгейге дейін қарастыруға болады.

Макродеңгейдегі «аумақтың имиджі» ұғымы «елдің имиджі» немесе «елдік имидж», «ұлттық имидж» ретінде әрекет етеді – бұл сөз тіркестерін синоним ретінде пайдалану заңды деп санаймыз.

«Аумақтың имиджі» және «елдің имиджі» ұғымдары тип пен түрге (аумақтық имидждердің жіктелуінде) немесе түр мен формаға (имидждердің жіктелуінде) байланысты.

Елдік имидж келесі элементтерді бағалау арқылы қалыптасады: ел саясаты (саяси көшбасшылар, үкіметтің беделі, дипломатия және соғыс әрекеттері және т.б.), экономика (қаржылық күш, ЖІӨ ерекшеліктері және оның қасиеттері, табыс және т.б.), әлеуметтік сала (әлеуметтік келісім, қауіпсіздік және тұрақтылық, ұлттық сана, ұлттық сипат және т.б. мәдениеттер (технологиялық қуаттыдық, білім деңгейі, мәдени мұра, әдет-ғұрыптар, құндылықтар және т.б.), географиялық (географиялық орта, табиғи ресурстар, халық саны және т.б.) және т.б. [12].

Қазақстандағы әрбір өңірдің өзіндік қайталанбас табиғаты, бірегей ұлттық мәдениеті, бай тарихы, экономикалық кешенінің ерекшеліктері, өзіне тән сәулеті және өзге де ерекшеліктері бар. Бұл көп қырлы сипат әр өңірдің ерекше келбетін қалыптастырады. Әр өңір ерекше имидж жасай отырып, өздерінің бірегейлігін атап өтуге тырысады. Қазіргі қоғам сонымен қатар өңірдің жалпы имиджін қалыптастыруға әсер ететін халықаралық жарыстар, фестивальдар, көрмелер және басқа да іс-шаралар сияқты әртүрлі іс-шараларды ұйымдастыру және өткізу үшін әр аумақтың бірегей мүмкіндіктерінің маңыздылығын атап көрсетеді.

Соңғы жылдары аумақтың имиджі мәселесі, әсіресе өңірдің экономикалық тартымдылығын зерттеу аясында өзектілігін арттыруда. Инвесторларды тарту мақсатында жергілікті билік органдары өз аймағының жалпы келбетін жақсартуға күш салуда.

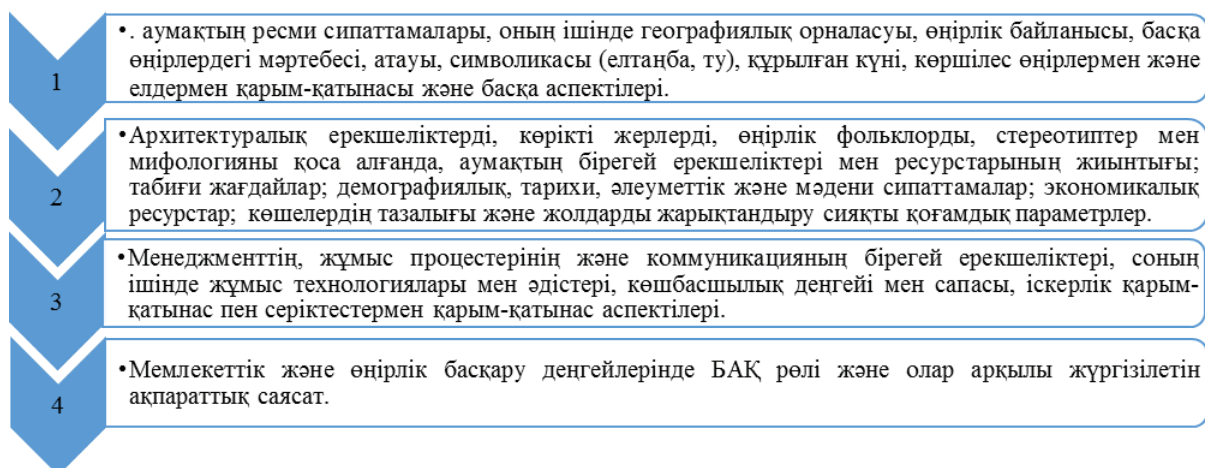
Аумақтың имиджі бойынша жұмыс – бұл нақты мақсаттарға жетуге бағытталған көп уақытты қажет ететін және көп қырлы процесс, оның негізгісі, әдетте, өңірдің туристік немесе инвестициялық тартымдылығын жақсарту болып табылады [13]. Осы себепті қазіргі уақытта имиджді стратегиялық басқару сияқты қызмет түрі дамуда, оның негізгі міндеттерінің қатарына мыналар жатады: мақсатты топтарды анықтау және сегменттеу, әртүрлі аудиторияларда қалыптасатын имиджді бақылау, қалаған имиджді сақтау мақсатында аумақтың көрікті жерлері туралы ақпаратты орналастыру және тарату. Имиджді стратегиялық басқару шеңберінде аумақтың брендингі және өңірлік маркетинг сияқты аумақтың имиджін қалыптастыру тәсілдері іске асырылады [14].

Осылайша, өңірдің қолайлы және тартымды имиджін құру көбінесе өңірдің және тұтастай елдің дамуының саяси, экономикалық және әлеуметтік факторларына байланысты деген қорытынды жасауға болады. Өңірдегі тұрақты саяси жағдайдың болуы оның имиджін қалыптастыруға жағымды әсер етеді. Өңіраралық бәсекелестік сонымен қатар өңірдің орналасуын анықтайды және оның мемлекет ауқымындағы бәсекеге қабілеттілік деңгейін анықтайды, бұл өз кезегінде өңірдің оң имиджін қалыптастыруға ықпал етеді. Өңірдің экономикалық тұрақтылығы мен республикалық субсидиялардан тәуелсіздігі оның имиджіне де оң әсер етеді. Өңір экономикасының тұрақты дамуы оның тартымдылығын тек мемлекет ауқымында ғана емес, сонымен қатар халықаралық аренада да анықтайды. Өңірдегі әлеуметтік жағдай халықтың өмір сүру деңгейі мен сапасын көрсетеді. Сондай-ақ, өңір тұрғындары өңір туралы ақпараттың тікелей тасымалдаушысы болып табылатындығын, осылайша оның белгілі бір бейнесін жасайтындығын, сондықтан әлеуметтік саланың тұрақты дамуы өңірдің рейтингіне жағымды әсер етіп, оған жағымды имидж қалыптастыратынын атап өткен жөн.

Бүгінгі таңда өңірдің имиджі тұрақты әлеуметтік-экономикалық дамудың ресурсына айнала отырып, қаланың/өңірдің /елдің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға елеулі әсер етеді, нәтижесінде маңызды сипаттамалар мақсатты және басқарушылық бағыт, мән беру, атаулы сипаты, маңыздылық, тұтастық, кешенділік, көп деңгейлі болып табылады [15].

Өңірлік маркетинг пен өңірлік әлеуметтану контекстіндегі өңірлік имиджді талдау ерекше маңызды, өйткені ол бірегейлік, саралау идеяларын, сондай-ақ жағымды имиджді жүйелі түрде қалыптастыру мен ілгерілетуді ескеруі керек. Өңірдің ұлттық және халықаралық нарықтар деңгейінде тиімді бәсекелесуге мүмкіндік беретін өзінің бірегей ерекшеліктері мен артықшылықтарымен ерекшеленуі маңызды. Имиджді құру мен ілгерілетудің стратегиялық тәсілі өмір сүру сапасын жақсарту, инфрақұрылымды дамыту, мәдени және туристік бастамалар, сондай-ақ қоғаммен және медиамен белсенді өзара іс-қимыл жөніндегі іс-шараларды қамтуы тиіс.

Бүгінгі таңда саяси ықпал факторларын, инвестициялық тартымдылықтың – Павлодар облысының оң имиджін қалыптастырудағы ақпараттық қамтамасыз ету тетіктерін зерделеу қажет. Өңір имиджін қалыптастырудың негізі имидждің төрт негізгі құрамдас бөлігі болып табылады (1-сурет):



Сурет 1 – Имидждің негізгі компоненттері

Ескертпе: Авторлармен жасалған.

Осылайша, имидж – бұл басқару субъектілері жоспарлаған және жариялаған идеалды күйі, аумақтың бейнесі. Өңірді дамыту, инвесторларды тарту, туристер санын ұлғайту және реттелетін көші-қон үшін бұл стратегиялық маңызды көрсеткіштер орташадан жоғары болуы қажет, содан кейін олар аумақтың оң имиджін жасай алады, аумақтың маркетингтік құралын қалыптастыра алады. Сыртқы және ішкі тұтынушылар үшін бұл жалпы оң көрініс аумақтың тұрақты брендiне айналуы мүмкін.

Жоғарғыда айтылғандай, өңірдің имиджі оның әлеуметтік-экономикалық дамуында шешуші рөл атқарады, бұл инвестицияларды, туристерді және жаңа тұрғындарды тартуға әсер етеді. Павлодар облысы Қазақстанның ірі өңірлерінің бірі болып табылады, өзінің бай табиғи ресурстарының, дамыған өнеркәсіп пен инфрақұрылымының арқасында айтарлықтай әлеуетке ие. Алайда, өңір имиджінің қазіргі жағдайы екіұшты және оны қабылдауға әсер ететін әртүрлі аспектілерді талдауды қажет етеді.

Экономикалық аспект. Павлодар облысының экономикасы көмір, алюминий және ферроқорытпалар сияқты табиғи ресурстарды өндіруге және өңдеуге негізделген. Ірі өнеркәсіптік кәсіпорындардың болуы өңірді Қазақстанның маңызды экономикалық орталығына айналдырады. Алайда, шикізат салаларына жоғары тәуелділік әлемдік ресурстар бағасының өзгеруіне байланысты белгілі бір тәуекелдерді тудырады. Экономиканы әртараптандыру және жоғары технологиялық және инновациялық секторларға инвестициялар тарту өңірдің экономикалық тұрақтылығы мен тартымдылығын едәуір жақсарта алады.

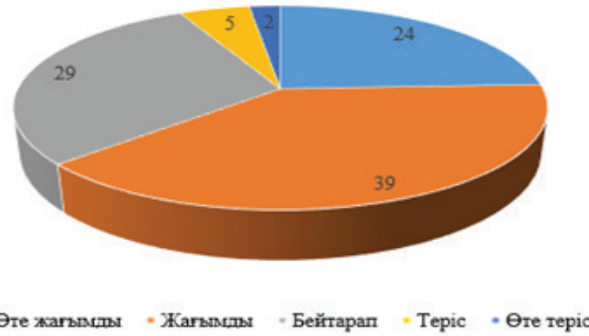
Әлеуметтік аспект. Павлодар облысындағы әлеуметтік жағдайлар өңірдің имиджін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Дамыған инфрақұрылымның болуына қарамастан, өңірде медициналық қызметтердің, білім берудің және әлеуметтік қорғаудың жеткіліксіз сапасы сияқты бірқатар проблемалар бар. Бұл салалардың жақсаруы халықтың өмір сүру деңгейін арттыруға және өңірді өмір сүруге ыңғайлы орын ретінде оң қабылдауға ықпал етеді.

Экологиялық аспект. Павлодар облысының экологиялық жағдайы белгілі бір алаңдаушылық туғызады. Өнеркәсіптік кәсіпорындардың жоғары концентрациясы қоршаған ортаның айтарлықтай ластануына әкеледі. Экологиялық жағдайды жақсарту қалдықтарды тазарту мен қайта өңдеудің заманауи технологияларын енгізуді, сондай-ақ қоршаған ортаны қорғау бағдарламаларын іске асыруды талап етеді. Өңірдің экологиялық тұрақтылығы тұрғындар арасында да, әлеуетті инвесторлар мен туристер арасында да оның имиджіне тікелей әсер етеді.

Мәдени аспект. Павлодар облысының мәдени мұрасы мен туристік әлеуеті бағаланбаған күйінде қалып отыр. Өңірдің бай тарихы мен мәдени дәстүрлері ішкі және халықаралық туризмді дамыту үшін маңызды ресурс болып табылады. Туристік инфрақұрылымды дамыту, мәдени іс-шараларды өткізу және бірегей көрікті жерлерді ілгерілету өңірдің оң имиджін қалыптастыруға ықпал етеді.

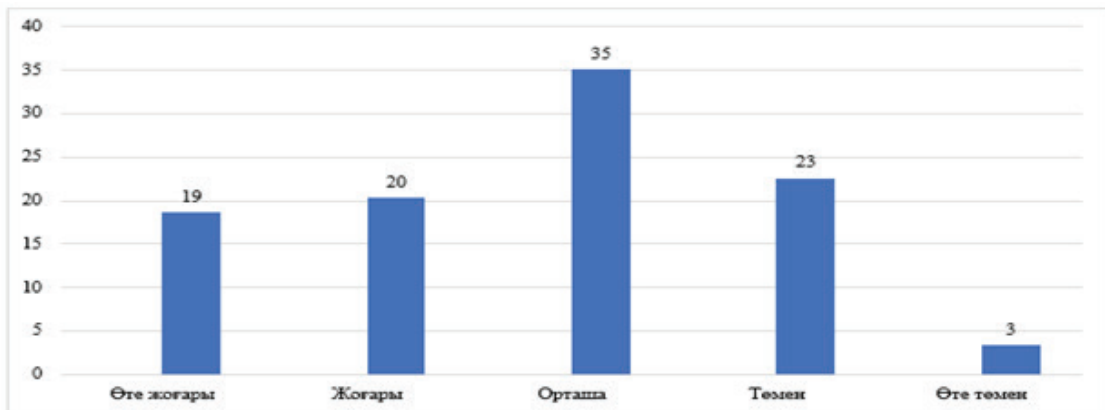
Ақпараттық саясат. Ақпараттық саясат өңір имиджін қалыптастыруда шешуші рөл атқарады. Павлодар облысының БАҚ пен әлеуметтік желілердегі жетістіктерін белсенді түрде жариялау, сондай-ақ халықпен және инвесторлармен қарым-қатынасты жақсарту жөніндегі жұмыс өңірдің оң қабылдауын айтарлықтай арттыра алады. Өңірдің даму жоспарлары мен жетістіктері туралы ақпараттың ашықтығы мен қолжетімділігі сенім мен тартымдылықты қалыптастырудың маңызды элементтері болып табылады.

Павлодар облысының имиджінің қазіргі жағдайына талдау жүргізу үшін біз «Павлодар өңірінің имиджіне» әлеуметтік сауалнама жүргіздік, оның қорытындысы 2-6 суреттерде көрсетілген.



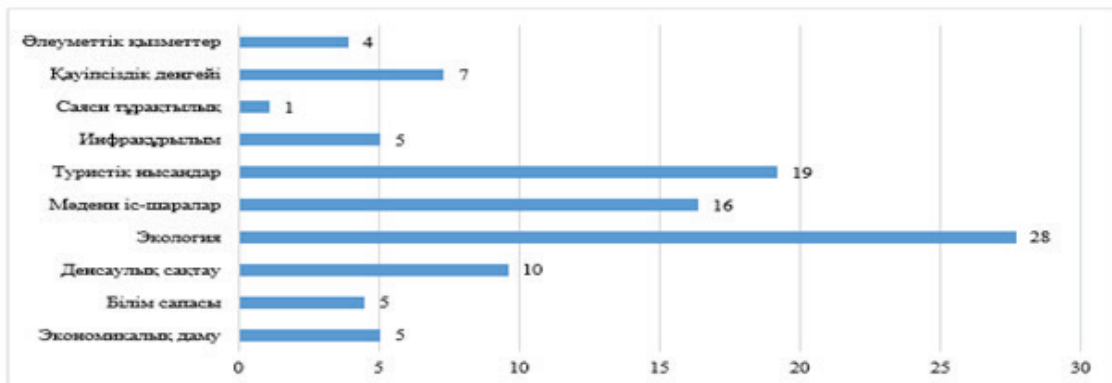
Сурет 2 – Павлодар облысының имиджін жалпы қалай бағалайсыз, %

Ескертпе: Жүргізілген сауалнама негізінде авторлармен жасалған.



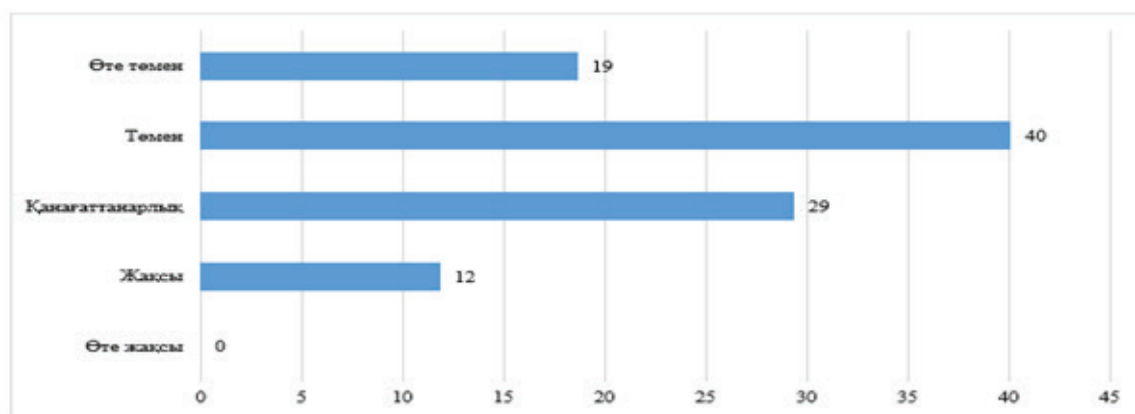
Сурет 3 – Павлодар облысындағы мәдени өмір деңгейін қалай бағалайсыз, %

Ескертпе: Жүргізілген сауалнама негізінде авторлармен жасалған.



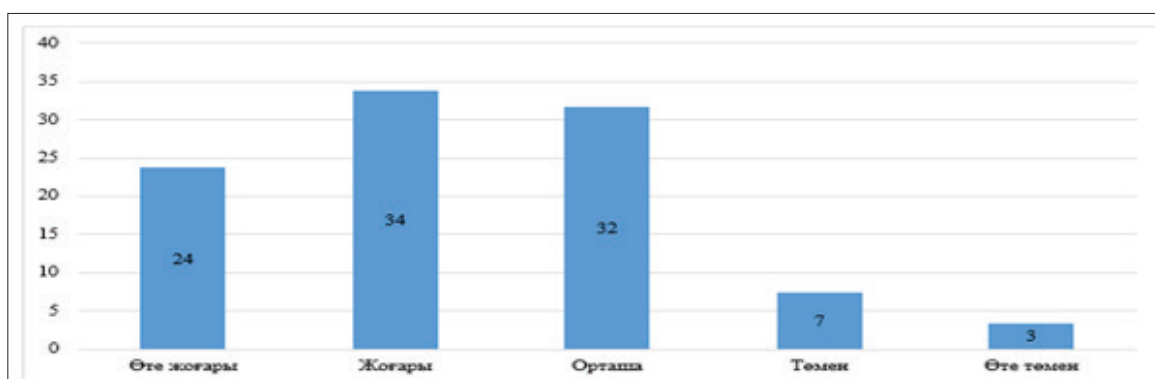
Сурет 4 – Сіздің ойыңызша, Павлодар облысында оның имиджін арттыру үшін нені жақсарту қажет, %

Ескертпе: Жүргізілген сауалнама негізінде авторлармен жасалған.



Сурет 5 – Павлодар облысындағы экологияның жай күйін қалай бағалайсыз, %

Ескертпе: Жүргізілген сауалнама негізінде авторлармен жасалған.



Сурет 6 – Павлодар облысының экономикалық дамуын қалай бағалайсыз %

Ескертпе: Жүргізілген сауалнама негізінде авторлармен жасалған.

Талдау көрсеткендей, Павлодар өңірі имиджінің қазіргі жағдайы шешуді талап ететін елеулі артықшылықтардың да, бірқатар проблемалардың да болуымен сипатталады. Бай табиғи ресурстар мен дамыған инфрақұрылым экономикалық өсуге негіз жасайды, алайда өңірдің инвестициялық және туристік тартымдылығын арттыру үшін экологиялық ахуалды, әлеуметтік жағдайларды жақсарту және мәдени мұраны белсенді ілгерілету қажет. Тиімді ақпараттық саясат пен стратегиялық жоспарлау Павлодар облысының дамуы мен өркендеуіне ықпал ете отырып, оның оң және тұрақты имиджін қалыптастыруға көмектеседі.

Цифрландыру ғасырында өңірдің оң имиджі ресурстар үшін бәсекелестіктің шешуші факторы бола алады. Сондықтан өңірдің имиджін жақсарту жөніндегі стратегияларды әзірлеу және іске асыру өңірлік билік пен жалпы қоғам үшін маңызды міндет болып табылады.

Өңірдің имиджін жақсарту жолындағы алғашқы қадамдардың бірі оның экономикалық әлеуетін дамыту болып табылады. Инвестицияларды тарту, шағын және орта бизнесті қолдау, сондай-ақ инновациялық кластерлерді дамыту жаңа жұмыс орындарын ашады және халықтың өмір сүру деңгейін арттырады. Мысалы, жоғары технологиялық компаниялар үшін қолайлы жағдайлар жасау өңірге білікті мамандар мен инновациялық технологияларды тартады, бұл оның имиджіне оң әсер етеді. Өңірдегі экологиялық жағдай оның имиджін қалыптастыруда да маңызды рөл атқарады. Экологиялық таза технологияларды енгізу, аумақтарды көгалдандыру және абаттандыру, сондай-ақ халықтың экологиялық хабардарлық деңгейін арттыру өз азаматтарының болашағы мен қоршаған ортаға қамқорлық жасайтын өңірдің бейнесін жасауға көмектеседі. Таза ауа, жасыл аймақтар және дамыған инфрақұрылым өңірді өмір сүруге және демалуға тартымды етеді.

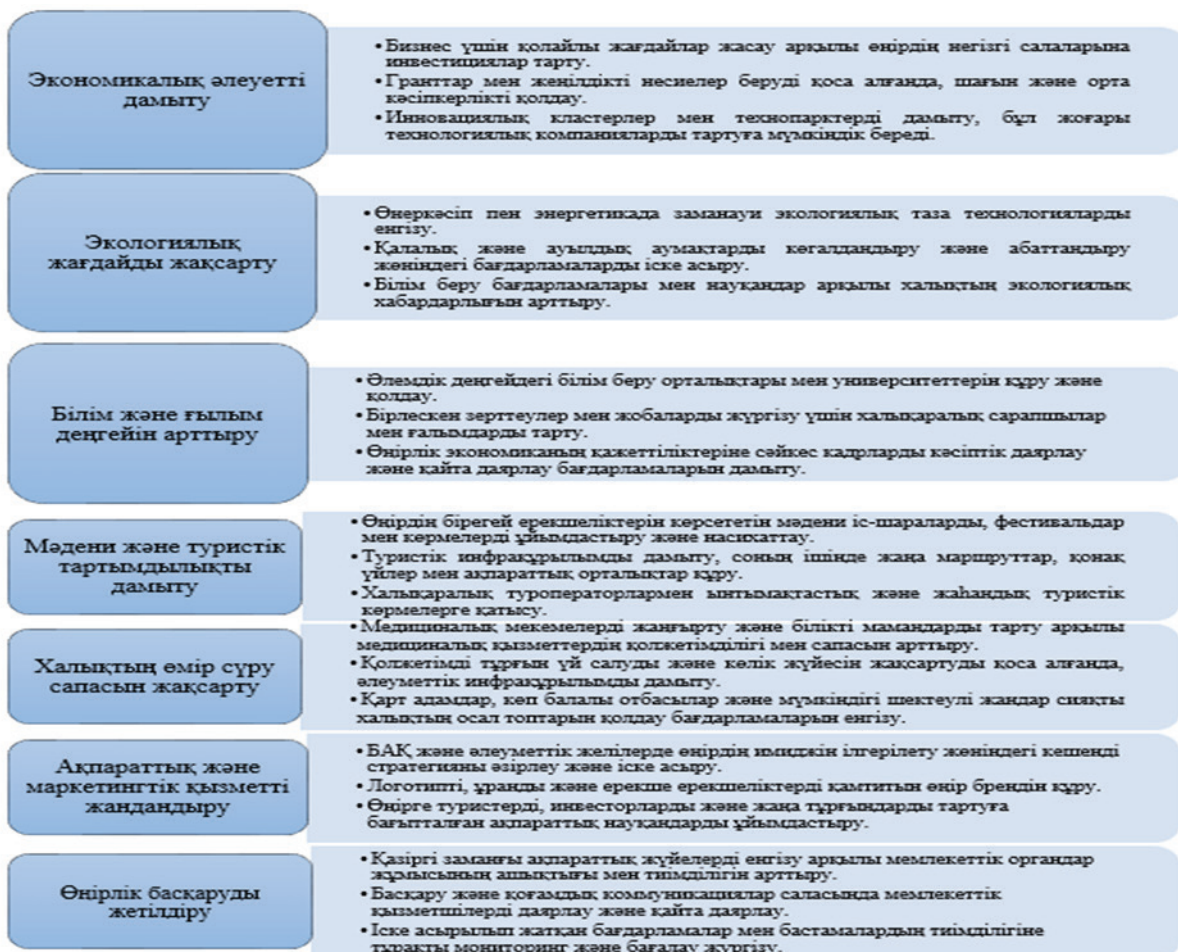
Өңірдегі білім мен ғылым деңгейі оның имиджіне де айтарлықтай әсер етеді. Әлемдік деңгейдегі білім беру орталықтары мен университеттерін құру және қолдау, халықаралық

сарапшылар мен ғалымдарды тарту, сондай-ақ кадрларды кәсіби даярлау және қайта даярлау бағдарламаларын дамыту өңірдің тұрақты дамуы үшін зияткерлік негіз жасайды. Білім берудің жоғары деңгейі студенттер мен зерттеушілерді өңірге тартады, бұл оның имиджіне оң әсер етеді.

Өңірдің мәдени және туристік тартымдылығы оның имиджінің тағы бір маңызды аспектісі болып табылады. Мәдени іс-шараларды ұйымдастыру, туристік инфрақұрылымды дамыту, халықаралық туроператорлармен ынтымақтастық және жаһандық туристік көрмелерге қатысу өңірдің халықаралық аренада оң имиджін қалыптастыруға көмектеседі. Өңірдің мәдени әртүрлілігі мен бай тарихи мұрасы оны бірегей туристік бағыт ретінде ілгерілетуге негіз бола алады. Халықтың өмір сүру сапасын жақсарту да маңызды. Медициналық қызметтердің қолжетімділігі мен сапасы, әлеуметтік инфрақұрылымды дамыту, халықтың осал санаттарын қолдау-осының барлығы өңірдің өмір сүруге қолайлы және қауіпсіз орын ретіндегі оң имиджін қалыптастыруға ықпал етеді. Өз азаматтарына қамқорлық жасайтын өңір әрқашан жаңа тұрғындар мен инвесторлар үшін тартымды болады.

Белсенді ақпараттық және маркетингтік қызмет өңірдің имиджін ілгерілетуде шешуші рөл атқарады. Бұқаралық ақпарат құралдарында және әлеуметтік желілерде өңірді жылжытудың кешенді стратегиясын әзірлеу, оның брендін құру, ақпараттық науқандарды ұйымдастыру – мұның бәрі өңірдің жағымды жақтарын кең аудиторияға жеткізуге көмектеседі. Заманауи коммуникациялық технологияларды тиімді пайдалану өңірдің оң имиджін тез және тиімді қалыптастыруға және сақтауға мүмкіндік береді.

Қоғамдық бастамаларды қолдау және дамыту өңірдің имиджін жақсартуға да ықпал етеді. Қоғамдық белсенділікті ынталандыру, форумдар мен дөңгелек үстелдер ұйымдастыру, халықты шешім қабылдау процесіне қосу азаматтардың оның дамуына ықпал ету мүмкіндігі бар өңірдің бейнесін жасауға көмектеседі. Мұндай өңір демократиялық және ашық деп қабылданады, бұл оның имиджіне оң әсер етеді (7-сурет).



Сурет 7 – Өңір имиджін жақсарту стратегиялары

Ескертпе: Авторлармен жасалған.

Ақырында, өңірлік басқаруды жетілдіру өңірдің имиджін тұрақты жақсарту үшін қажетті шарт болып табылады. Мемлекеттік органдар жұмысының ашықтығы мен тиімділігін арттыру, мемлекеттік қызметшілерді даярлау және қайта даярлау, іске асырылатын бағдарламалардың тиімділігіне тұрақты мониторинг жүргізу және бағалау – осының бәрі тиімді және жауапты басқарумен өңірдің бейнесін жасауға ықпал етеді. Осылайша, өңірдің имиджін жақсарту стратегиялары жан-жақты болуы керек және оның әлеуметтік-экономикалық дамуының барлық аспектілерін қамтуы керек. Экономикалық дамуды, экологияны жақсартуды, білім мен ғылымды дамытуды, мәдени және туристік тартымдылықты, өмір сүру сапасын жақсартуды, белсенді ақпараттық және маркетингтік қызметті, қоғамдық бастамаларды қолдауды және өңірлік басқаруды жетілдіруді қамтитын интеграцияланған тәсіл ғана өңірдің оң және тұрақты имиджін қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Қорытынды

Өңірдің имиджін мемлекеттік басқару аумақтың бәсекеге қабілеттілігі мен тартымдылығын арттыруға ықпал ететін стратегиялық дамудың маңызды құралы болып табылады. Жаһандану жағдайында және инвестициялар, адами ресурстар және туристік ағындар үшін өңірлер арасындағы бәсекелестіктің артуы жағдайында имиджді тиімді басқару тұрақты экономикалық және әлеуметтік өсудің негізгі факторына айналады.

Өңірдің имиджі көптеген факторлардың, соның ішінде табиғи ресурстардың, экономикалық инфрақұрылымның, мәдени мұраның және халықтың өмір сүру деңгейінің негізінде қалыптасады. Бұл тұрғыда өңірдің оң имиджін жақсартуға және ілгерілетуге бағытталған мемлекеттік органдардың мақсатты қызметі маңызды рөл атқарады. Туристік тартымдылықты дамытуға, қалалық ортаның сапасын жақсартуға, жергілікті бизнесті қолдауға және әлеуметтік саланы нығайтуға бағытталған кешенді бағдарламалар мен стратегиялар қолайлы имиджді қалыптастыруға негіз болады.

Заманауи технологиялар мен цифрландыру өңірдің имиджін басқару үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. Цифрлық платформаларды, әлеуметтік желілерді және онлайн-компанияларды пайдалану ақпаратты тиімді таратуға ғана емес, сонымен қатар мақсатты аудиториямен белсенді қарым-қатынас жасауға, сын-қатерлерге жедел жауап беруге және стратегиялық басымдықтарды түзетуге мүмкіндік береді.

Қорытындылай келе, өңірдің имиджін сәтті басқару биліктің, бизнестің және қоғамның әртүрлі деңгейлерінің үйлестірілген күш-жігерін қажет ететінін атап өткен жөн. Тек бірлескен іс-қимылдар арқылы ғана халықтың жоғары өмір сүру сапасын және халықаралық аренадағы аумақтың тартымдылығын қамтамасыз ете отырып, өңірдің тұрақты және теңгерімді дамуына қол жеткізуге болады.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Панкрухин А.П. Маркетинг территории: учеб.пособие. – СПб., 2016. – 416 с.
- 2 Важенина И.С., Важенин С.Г. Имидж и репутация как стратегические составляющие нематериальных активов территории // Экономика региона. – 2015. – № 3. – С. 95–103.
- 3 Кирдин В. Имидж регионов: базовые определения // Publicity. – 2016. – № 1. – С. 12–15.
- 4 Замятин Д.Н. Географическое пространство и ментальность: генезис и модификации географических образов // Независимая газета. – 2015. – № 210. – С. 9–19.
- 5 Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2015. – 390 с.
- 6 Логунцова И.В. Имидж российских территорий как объект управления // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 21. – 2015. – № 1. – С. 30–36.
- 7 Гавра Д.П. Категория имиджа: основные характеристики // Имидж государства/региона в современном информационном пространстве. Материалы симпозиума. – СПб.: Роза мира, 2010. – С. 25–29.
- 8 Judith A., McHale U.S. Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs // Remarks to Vilnius University Press. Vilnius, 2020. No. 6. 15 p.

- 9 Van Ham P. The Rise of the Brand State: The Postmodern Politics of Image and Reputation // The Phil Taylor's pages. Philadelphia, 2018. P. 23–30.
- 10 Fisher A. Music for the Jilted Generation: Open-Source Public Diplomacy // The Hague Journal of Diplomacy. Hague, 2018. P. 1–24.
- 11 Balina T., Stolbov V., Chekmeneva L., Melnikov E. Image of the territory: questions of conceptual and terminological systematization and formation. 2020. P. 473–483. URL: <https://doi.org/10.35634/2412-9518-2020-30-4-473-483>
- 12 Chaulagain S., Wiitala J., Fu X. The impact of country image and destination image on US tourists' travel intention // Journal of Destination Marketing & Management. 2019. URL: <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2019.01.005>.
- 13 Valitova Z., Хафизовна В., Yessimova A., Бегеновна Е. Territorial images of Kazakhstan in the perception of the student youth // RUDN Journal of Sociology. 2021. URL: <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-3-543-556>.
- 14 Malancea I. Competitive strategies for creating the company's image. *Economica*. 2022. URL: <https://doi.org/10.53486/econ.2022.121.062>.
- 15 Tkacheva T., Suprunchuk I. Intraregional analysis of images of a territory in the discourse of social media (a case study of the north Caucasus federal district) // Географический Вестник. Geographical bulletin. 2022. URL: <https://doi.org/10.17072/2079-7877-2022-1-119-135>.

REFERENCES

- 1 Pankruhin A.P. (2016) Marketing territorii: ucheb.posobie. SPb., 416 p. (In Russian).
- 2 Vazhenina I.S., Vazhenin S.G. (2015) Imidzh i reputacija kak strategicheskie sostavljajushhie nematerial'nyh aktivov territorii // *Jekonomika regiona*. No. 3. P. 95–103. (In Russian).
- 3 Kirdin V. (2016) Imidzh regionov: bazovye opredelenija // *Publicity*. No. 1. P. 12–15. (In Russian).
- 4 Zamjatin D.N. (2015) Geograficheskoe prostranstvo i mental'nost': genezis i modifikacii geograficheskikh obrazov // *Nezavisimaja gazeta*. No. 210. P. 9–19. (In Russian).
- 5 Kotler F., Asplund K., Rejn I., Hajder D. (2015) Marketing mest. Privlechenie investicij, predpriyatij i turistov v goroda, kommuny, regiony i strany Evropy. – SPb.: Stokgol'mskaja shkola jekonomiki v Sankt-Peterburge, 390 p. (In Russian).
- 6 Loguncova I.V. (2015) Imidzh rossijskih territorij kak ob#ekt upravlenija // *Vestnik Mosk. un-ta*. Ser. 21. No. 1. P. 30–36. (In Russian).
- 7 Gavra D.P. (2010) Kategorija imidzha: osnovnye harakteristiki // *Imidzh gosudarstva/regiona v sovremennom informacionnom prostranstve*. Materialy simpoziuma. SPb.: Roza mira. P. 25–29. (In Russian).
- 8 Judith A., McHale U.S. (2020) Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs // *Remarks to Vilnius University Press*. Vilnius. No. 6. 15 p. (In English)
- 9 Van Ham P. (2018) The Rise of the Brand State: The Postmodern Politics of Image and Reputation // The Phil Taylor's pages. Philadelphia. P. 23–30. (In English)
- 10 Fisher A. (2018) Music for the Jilted Generation: Open-Source Public Diplomacy // *The Hague Journal of Diplomacy*. Hague. P. 1–24. (In English)
- 11 Balina T., Stolbov V., Chekmeneva L., Melnikov E. (2020) Image of the territory: questions of conceptual and terminological systematization and formation. P. 473–483. URL: <https://doi.org/10.35634/2412-9518-2020-30-4-473-483>. (In English)
- 12 Chaulagain S., Wiitala J., Fu X. (2019) The impact of country image and destination image on US tourists' travel intention // *Journal of Destination Marketing & Management*. URL: <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2019.01.005>. (In English)
- 13 Valitova Z., Hafizovna V., Yessimova A., Begenovna E. (2021) Territorial images of Kazakhstan in the perception of the student youth // *RUDN Journal of Sociology*. URL: <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-3-543-556>. (In English)
- 14 Malancea I. (2022) Competitive strategies for creating the company's image. *Economica*. URL: <https://doi.org/10.53486/econ.2022.121.062>. (In English)
- 15 Tkacheva T., Suprunchuk I. (2022) Intraregional analysis of images of a territory in the discourse of social media (a case study of the north Caucasus federal district) // *Geograficheskij Vestnik*. Geographical bulletin. URL: <https://doi.org/10.17072/2079-7877-2022-1-119-135>. (In English)

КАЙДАРОВА С.Е.,¹

к.э.н., ассоциированный профессор.

e-mail: kaidarova_saida@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5397-5870

БАЙБАШ Г.К.,*²

PhD, ассоциированный профессор.

*e-mail: 7765060@bk.ru

ORCID ID: 0000-0002-3213-2281

АБДИЛЬДИНОВА Н.Е.,²

PhD, ассоциированный профессор.

e-mail: nailya_abdildinova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6486-3281

ОКУТАЕВА С.Т.,²

PhD, ассоциированный профессор.

e-mail: saulesha_okutaeva@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9442-8416

¹Торайгыров университет,

г. Павлодар, Казахстан

²Международный университет Астана,

г. Астана, Казахстан

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ РЕГИОНА КАК ИНСТРУМЕНТА РЕГИОНАЛЬНОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация

Государственное управление имиджем региона играет ключевую роль в стратегическом развитии территорий. Имидж региона формируется под воздействием множества факторов, включая экономические показатели, социальные условия, экологическое состояние, культурное наследие и информационную политику. В данной статье объект исследования – Павлодарская область, рассматриваемая с точки зрения формирования имиджа как инструмента управления ее развитием. Анализируются факторы политического влияния и механизмы информационного обеспечения, способствующие созданию позитивного имиджа и повышению инвестиционной привлекательности региона. Павлодарский регион обладает значительными природными ресурсами и развитой промышленной, транспортной инфраструктурой, что создает базу для экономического роста. Для эффективного использования этих преимуществ необходимо целенаправленное управление имиджем, ориентированное на долгосрочные стратегии. Проведенный социологический опрос выявил сильные и слабые стороны региона. Авторы определили, что имидж региона создается под влиянием различных факторов, включая природные ресурсы, развитость экономической инфраструктуры, культурное наследие и качество жизни населения. Важную роль играет деятельность государственных органов, направленная на укрепление и продвижение положительного образа региона. Комплексные стратегии, направленные на развитие туристической и инвестиционной привлекательности, совершенствование городской среды, поддержку местного предпринимательства и укрепление социальной инфраструктуры, обеспечивают формирование устойчивого, благоприятного имиджа и повышение конкурентоспособности региона на международной арене. В условиях цифровой трансформации экономики Казахстана в целях повышения имиджа региона авторами предлагается оптимизация брендинга и позиционирования региона, требующая использования современных моделей и подходов, таких как цифровая интеграция, омниканальность, устойчивое позиционирование, бренд-экосистема, интерактивность. Эти подходы помогают адаптировать брендинг к новым цифровым условиям и усилить присутствие региона на национальной и международной арене.

Ключевые слова: имидж региона, инвестиционная привлекательность региона, туристический потенциал, экологическая ситуация, экономический рост, маркетинговая деятельность, качество жизни.

KAIDAROVA S.E.,¹

PhD, associate professor.

e-mail: kaidarova_saida@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5397-5870

BAIBASH G.K.,*²

PhD, associate professor.

*e-mail: 7765060@bk.ru

ORCID ID: 0000-0002-3213-2281

ABDILDINOVA N.E.,²

PhD, associate professor.

e-mail: nailya_abdildinova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6486-3281

OKUTAEVA S.T.,²

PhD, associate professor.

e-mail: saulesha_okutaeva@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9442-8416

¹Toraighyrov University,

Pavlodar, Kazakhstan

²Astana International University,

Astana, Kazakhstan

STATE MANAGEMENT OF THE REGIONAL IMAGE AS A TOOL OF REGIONAL STRATEGIES DEVELOPMENT

Abstract

State management of the region's image plays a key role in the strategic development of territories. The image of a region is formed under the influence of many factors, including economic indicators, social conditions, environmental conditions, cultural heritage and information policy. In this article, the object of research is the Pavlodar region, considered from the point of view of image formation. The factors of political influence and mechanisms of information support that contribute to the creation of a positive image and increase in the investment attractiveness of the region are analyzed. The Pavlodar region has significant natural resources and developed industrial and transport infrastructure, which creates the basis for economic growth. In order to leverage these advantages, it is necessary to target image management focused on long-term strategies. The conducted sociological survey revealed the strengths and weaknesses of the region. The authors determined that the image of a region is influenced by various factors, including natural resources, development of economic infrastructure, cultural heritage and quality of life of the population. The activities of government agencies aimed at strengthening and promoting a positive image of the region play an important role. Comprehensive strategies aimed at developing tourism and investment attractiveness, improving the urban environment, supporting local entrepreneurship and strengthening social infrastructure ensure the formation of a sustainable, favourable image and increasing the region's competitiveness in the international arena. In the context of the digital transformation of the economy of Kazakhstan, in order to improve the image of the region, the authors propose optimizing the branding and positioning of the region, which requires the use of modern models and approaches, such as: digital integration, omnichannel, sustainable positioning, brand ecosystem, interactivity. These approaches help adapt branding to new digital conditions and strengthen the presence of the region in the national and international arenas.

Key words: image of the region, investment attractiveness of the region, tourism potential, environmental situation, economic growth, marketing activities, quality of life.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 02.07.2024

IRSTI 06.71.07
UDC 330.1: 338.43: 630: 332.3
JEL Q10, C 21, D24

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-102-115>

YESBOLOVA A.YE.,¹

PhD, postdoctoral researcher.

e-mail: yesbolova@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-9503-9482

ABDIKERIMOVA G.I.,*¹

d.e.s., professor.

*e-mail: abdikerimova71@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2495-1209

ELENA DE LA POZA PLAZA,²

PhD, associate professor.

e-mail: yesbolova@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-2303-0811

BERESHEV S.KH.,³

d.e.s., professor.

e-mail: niitruda@inbox.ru

ORCID ID: 0000-0001-4503-1278

¹M. Auezov South Kazakhstan

Research University,

Shymkent, Kazakhstan.

²Polytechnic University of Valencia,

Valencia, Spain

³LLP “Kazakh Research Institute of Labor”,

Almaty, Kazakhstan

ECONOMIC ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE STRUCTURE OF COMMODITY PRODUCERS ON THE EFFICIENCY OF AGRICULTURE IN TURKESTAN REGION

Abstract

The purpose of research is to determine the impact of various forms of farming on the efficiency of agriculture in Turkestan region using econometric models, which will make it possible to formulate proposals for improving agricultural policy in the region. Research hypothesis. It is assumed that the structure of commodity producers has a significant impact on the efficiency of agriculture in Turkestan region. In particular, larger agrarian enterprises show high productivity and economic efficiency due to the scale of production and access to better technologies. At the same time, farmers and smallholders can make important contributions to the diversity of production and sustainability of the agrarian economy, but their efficiency may be limited by insufficient access to financial and technical resources. In the course of the study, the authors used methods of literature review of domestic and foreign researchers, statistical method, economic and mathematical method, modelling, etc. The result of the study is the development of proposals to optimise the structure of agriculture in the region, including measures to support small and medium-sized farms to improve their competitiveness, as well as the development of cooperation between producers to improve their access to resources and technology.

Key words: econometric analysis, structure of commodity producers, cooperation, agro-enterprises, farms, livestock farming, agriculture.

Introduction

As part of food security and changing economic conditions, attention is paid to improving the efficiency of agricultural production, where one of the important factors is the structure of commodity producers. It should be noted that together with large agrarian enterprises, farms and individual entrepreneurs are actively functioning, which creates a multi-layered agrarian economy in the region. Econometric analysis allows to identify patterns and determine the quantitative impact of the structure

of commodity producers on key indicators of agricultural production efficiency, such as yield, cost of production, level of profitability and use of resources. The study of these indicators using modern econometric methods helps to better understand the mechanisms that affect the productivity of various categories of farms, as well as to develop recommendations for optimizing the agricultural structure.

Studying the impact of the structure of producers on the efficiency of agriculture, it is advisable to refer to the work of researchers J. Allen, P. Lawrence [1], where in their research “Economies of scale in agricultural production: a comparative study of large-scale and small-scale farming systems” noted that large agricultural enterprises with access to large investments and financial resources, and as a result, to the latest technologies, have a great advantage over small enterprises, farms and personal subsidiary plots. Thus, agricultural enterprises show high productivity and at the same time a low level of costs in production through economies of scale.

Fuglie K., Williams R. [2] in a study on: “Technological change and agricultural productivity in developing countries: A Meta-Analysis. World Development” highlighted that large agricultural enterprises are more resistant to changes in market conditions and can quickly adapt to changes in agricultural policy and the external environment. Thus, the authors Ostrom E., Hess C. [3] indicate that despite the lack of economic and financial resources of farms, they are more mobile and flexible to external factors, and in case of force majeure situations, farms can quickly reorient themselves to new markets compared to large enterprises.

Researchers such as Mueller C., Wade M. [4] actively discuss the impact of the structure of commodity producers on agricultural efficiency in their work “Agrarian structures in developing economies: The role of small-scale farms in agricultural development. Agricultural systems”, where it is noted that it is necessary to study in detail the structure of multifaceted in agriculture through economic and mathematical tools. Their econometric analysis showed that a more diverse structure of producers contributes to improving the overall productivity of the agricultural sector, since small farms operating in highly specialized markets or producing organic products can fill niches inaccessible to large enterprises.

The approach of Foster A., Rosenblum T. [5] is important, where the researchers emphasize that in the region where large agricultural enterprises are located, there is modernization in all areas of the region, from education to large-scale production, and as a result, infrastructure development. Under these conditions, farms may face difficulties in competition, which requires special support measures from the state.

Interest in the influence of the structure of commodity producers on agricultural efficiency was shown by Hannington G., Brown T. [6] in their research “Cooperatives and smallholder farmers: enhancing access to markets and resources”. In this work, the researchers noted that through cooperative models, small farms can access good conditions for obtaining resources and selling their products. Also in their study, the authors cited cases where the development of cooperation in various countries led to the full development of agriculture.

Jones D., Miller S. [7] note that cooperatives have more positive aspects than negative ones. In their opinion, the level of transaction costs is reduced through cooperative associations. For the development of cooperative structures, support from the state is needed. For example, Dorothe M., Clement R. [8] in their research “The impact of government support programs on agricultural productivity and sustainability: Cross-country analysis” shows that subsidies and government rural development programs can significantly affect productivity gains for both large and small producers [9]. Thus, having studied the materials of the literary review, we can conclude that the structure of producers plays a key role in determining the effectiveness of agriculture. Econometric analysis allows a deeper understanding of the patterns associated with the influence of the structure on the productivity, profitability and sustainability of the sector [10, 11]. Key findings from the studies show that large enterprises have benefits through scale and access to resources, while smallholders retain an important role in sustainable development and food security.

The relevance of increasing the efficiency of agriculture in Turkestan region is becoming especially important against the background of growing requirements for sustainable development and food security in Kazakhstan. This region has significant agro-industrial potential, but the structure of producers in agriculture, characterized by a high proportion of personal subsidiary farms, small farm and medium-sized agricultural enterprises, has a different impact on economic productivity, innovative development and sector sustainability in a modern market economy.

The structure of commodity producers in agriculture plays a decisive role in shaping the efficiency and competitiveness of the agricultural sector. Small and medium-sized agricultural producers often face difficulties in accessing innovative technologies, financial resources and markets, which hinders their growth and reduces opportunities for increasing productivity. Large farms, on the contrary, have great access to investment and can introduce advanced technologies, but their number remains limited in Turkestan region. To understand how different types of economic actors affect the overall level of productivity, an in-depth study of the econometric relationships between the structure of commodity producers and performance indicators in the region's agriculture is needed. In this regard, special attention is paid to policies aimed at supporting a diversified agricultural economy and stimulating cooperation between producers.

The purpose of research is to conduct an econometric analysis of the impact of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in Turkestan region. Based on this methodology, it is planned to determine what changes in the structure of producers can contribute to improving economic efficiency indicators, as well as identify factors that create barriers to sustainable growth.

Materials and methods

The methodology for forecasting agricultural development is based on the practice of its wide application in the field of public and economic management based on economic and mathematical methods, including trend, correlation-regression, balance and simulation modeling, using modern approaches to constructing scenarios. The main approaches used in forecasting livestock development parameters are target, resource, dynamic and factor, the synthesis of which allows taking into account, on the one hand, the internal resource capabilities of industries to achieve the targets defined in state program documents, and on the other, external limiting conditions and factors. Two approaches are currently being applied to assess performance in the livestock industry. One of them: based on methods of comparative analysis of a comprehensive system of indicators of animal husbandry efficiency, presented in dynamics, which makes it possible to assess the pace of sectoral development. The second is based on the formation of indices that determine the position of an individual business entity relative to others, with the construction of a rating system based on the results of their assessment using a group of indicators reflecting the conditions for the development of animal husbandry industries and performance. It makes it possible to quantify the level of efficiency of animal husbandry in each specific economic entity. Comparison with the reference value allows us to assess the actual state of affairs in animal husbandry, the failure to achieve which signals the presence of certain problems (threats) that require adoption appropriate management decisions to increase a system's efficiency.

The methodological and information base of the study was made up of scientific research by foreign and domestic authors, data from the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of Kazakhstan.

During the study, the authors used the methods of literary review of domestic and foreign researchers, the statistical method, and the economic and mathematical method.

Results and discussion

Agriculture in Turkestan region is one of the main sectors of economy, contributing to both food security and employment. Rich natural resources, favorable climatic conditions and the availability of irrigated land create the basis for the cultivation of various crops and the development of livestock. Cereals, melons, vegetables, fruits, as well as meat and dairy products are actively produced in the region.

Agriculture of Turkestan region is at the stage of active development and modernization aimed at increasing the productivity and sustainability of the agricultural sector. State support and the introduction of innovative solutions to overcome existing challenges are important. State programs to support agriculture in the Republic of Kazakhstan have a significant positive impact on agri-industrial complex, contributing to its modernization, sustainable growth and increased competitiveness in international markets. Region has a high potential for increasing efficiency through the introduction of innovative agricultural technologies and modernization of farms, which can contribute to sustainable growth and increase the competitiveness of the agricultural sector in the region.

The main agricultural indicators of Turkestan region from 2019 to 2023 are shown in table 1.

Table 1 – The main agricultural indicators of Turkestan region for the period 2019–2023

Title	2019	2020	2021	2022	2023	2023 to 2019 growth rate, %
Gross output of products (services) of agriculture, forestry and fisheries, billion tenge	616,8	729,7	936,7	932,3	971,9	157,6
Agricultural products	614,1	726,9	931	926	963,5	156,9
including:						
Gross crop production	342,2	422,8	567,6	648,4	637,6	186,3
Gross livestock production	270,9	303,3	362,2	276,2	325,2	120,0
Agricultural services	1,0	0,8	1,2	1,4	0,7	70,0
Index of physical volume of gross agricultural output (services), %	104,9	105,1	101,6	100,7	101,2	-
Note: Compiled by the authors based on reference [14].						

From the data of the table 1, it follows that the gross agricultural output of Turkestan region increased by 355,1 billion tenge, or an increase – 57,6% for the period 2019–2023. Including, gross crop production increased – 295,4 billion tenge, livestock – 54,3 billion tenge for the same period. However, the index of physical volume of gross agricultural output decreased by 3,7% over the period under review. The reason is the increase in prices for fuel, fertilizers, seeds and other resources, which influenced the decrease in the overall profitability of agricultural production in Turkestan region.

The structure of producers in agriculture is uneven. Table 2 shows the number of agricultural formations and their share as a percentage in the development of the agro-industrial complex.

Table 2 – Share of agricultural producers of Kazakhstan, 2023

Name	Headcount/%	Agriculture output		
		Total output	Production (livestock)	Production (crop)
Total	17 917 / 100%	-	-	-
Agricultural Enterprises	55 / 0,3%	29%	36%	18%
Farms	281 / 1,6%	35%	43%	19%
Households	17 581 / 98,1 %	39%	23%	66%
Note: Compiled by the authors based on reference [14, 15].				

Indicators of table 2 show that the largest share in the production is occupied by the households. The share of households in the total structure – 98,1% or 17 581 units and produces agricultural products – 39%, including in the crop industry – 66% and in the livestock industry – 23%. The second place in agricultural production among agricultural groups is occupied by farms. The share of farms – 1,6% in 2023, agricultural products were produced – 35%, including: crop production – 43%, animal husbandry – 19,0%. The third place is occupied by agricultural enterprises, their share was less than 1%, their total production – 29%. It should be noted that large agricultural enterprises, despite the fact that they have the opportunity to purchase equipment and machinery, and increase the productivity of their products compared to farms and households, face debt problems. The level of debt obligations is influenced by price volatility and instability of agricultural yields due to weather conditions in the country.

In table 2, the products produced by agricultural groups in the Republic of Kazakhstan for 2023 were studied. For a more detailed analysis, we will study the indicators of gross production produced by agricultural formations of the Turkestan region over the past five years (table 3).

Table 3 – The share of products in GDP produced by agricultural formations of the Turkestan region in 2019–2023, %

Title	2019	2020	2021	2022	2023
Agricultural enterprises					
Republic of Kazakhstan	24,6	26,4	25,2	29,3	28,7
Turkestan region	9,9	10,7	9,8	10,3	10,1
Peasant farms and individual entrepreneurs					
Republic of Kazakhstan	31,2	32,1	32,2	32,7	33,5
Turkestan region	37,6	39,2	41,7	42,6	43,4
Households					
Republic of Kazakhstan	44,2	41,5	42,6	38,0	37,8
Turkestan region	52,5	50,1	48,4	47,1	46,5
Note: Compiled by the authors based on reference [13].					

The indicators of the table 3 show that the share of agricultural production by agricultural enterprises of Turkestan region in the GDP structure amounted to 10,1% in 2023. The share of farms – 43,4% and households – 46,5%. It should be noted that there is a slight increase in agricultural production by less than 1%, and farms showed a significant increase of 5,8% from 2019 to 2023. Also, the largest share of agricultural production in the GDP structure of Turkestan region is occupied by households, their share – 46,5%. However, the share of households decreased by 6,0% over the same period.

As emphasized above, households account for the bulk of agricultural output. They usually work informally as self-employed. This situation results in households being largely outside the scope of government programs. Because their activities are informal, they are limited in accessing government support measures that are received mainly by large agricultural producers, and the lack of appropriate public services means that they have little external incentive to improve their production model or practices.

Table 4 shows the level of profitability or unprofitability of agricultural production in agricultural enterprises in the Republic of Kazakhstan and Turkestan region.

Table 4 – Level of profitability (loss-making) of agricultural production in agricultural enterprises for the period 2019–2023, %

Title	2019	2020	2021	2022	2023
Republic of Kazakhstan	34,2	30,0	37,8	44,9	24,9
Turkestan region	15,1	15,4	19,2	18,4	19,3
Note: Compiled by the authors based on reference [14].					

It follows from the table 4 that the level of profitability of agricultural production in agricultural enterprises in Kazakhstan has decreased and has a decline trend or an decrease – 9,3% from 2019 to 2023. The reason for the decline in profitability – instability of prices for agricultural products in world markets, competition with imported products, as well as between local producers, lack of capital for modernization and expansion of production and unpredictability of weather conditions, natural disasters. However, the level of profitability of agricultural production in agricultural enterprises of Turkestan region increased by 4,2% over the same period. Despite the positive dynamics of profitability, the Turkestan region has a number of problems for the development of agriculture as a whole.

The development of agriculture in Turkestan region is faced with a number of problems that require an integrated approach to solve them. The main problems are:

- ♦ Turkestan region, like many other regions of Central Asia, is faced with the problem of lack of water resources for irrigation;
- ♦ Improper use of land and lack of compliance with agricultural standards leads to soil degradation, which reduces their fertility;

- ♦ low level of technological equipment. For example, many farmers use outdated methods and equipment, which reduces production efficiency;
- ♦ lack of qualified personnel. Agriculture often has a shortage of specialists and skilled labor;
- ♦ Lack of investment and difficulty in accessing credit hinders agricultural development;

Climate change has a negative impact on crop yields and the sustainability of agricultural systems.

Having studied the main problems of agricultural development, we recommend applying the following solutions: 1. The introduction of modern irrigation technologies, such as drip irrigation and water management systems, can significantly reduce water consumption and increase yields. 2. The application of conservation farming techniques such as crop rotation, cover planting and minimal tillage can improve soil health. 3. The introduction of new technologies and the modernization of agricultural machinery can significantly increase the efficiency and productivity of agricultural work. 4. Organizing training programs and courses for farmers and professionals can help increase knowledge and skills in agriculture. 5. Government support, the creation of favorable conditions for investors and improved access to financial resources can stimulate the development of agriculture. 6. Developing and implementing climate-resilient plant varieties and agricultural practices will help reduce the negative impacts of climate change.

The experience of developed countries in the field of agriculture is shown by examples of successful practices: 1) creation of cooperatives, linking farmers into cooperatives can improve access to resources and technology, as well as improve competitiveness in the market; 2) development of agritourism, agritourism can become an additional source of income for rural residents and contribute to the development of infrastructure.

For the effective development of agriculture in Turkestan region, an integrated approach is needed, including both state support and active participation of the private sector and local communities. Innovation, education and sustainable resource management can be key factors in the successful development of the region.

The need for this study is due to the importance of identifying factors affecting the efficiency of agricultural production in Turkestan region, where the agricultural sector is the main source of employment and income for a significant part of the population. The current structure of commodity producers in the region, including large agricultural holdings, farms and personal subsidiary plots, significantly affects productivity, innovative activity and agricultural sustainability. However, the influence of various types of economic entities on the effectiveness of the agricultural sector remains poorly understood and requires systematic analysis.

Econometric analysis that quantifies the relationship between the structure of commodity producers and agricultural performance indicators can help identify optimal ways to increase productivity and sustainable sector growth. This study is also important for identifying factors that limit the ability of small and medium-sized producers to access resources and innovation, which can be useful in shaping government policies to support and develop the agricultural sector in the region. The results of the analysis will provide scientifically based recommendations for the transformation of the structure of producers aimed at increasing the economic efficiency and competitiveness of agriculture in the Turkestan region.

Effective livestock production in the context of ensuring national food security in the context of imbalances in available resources and needs, as well as increased influence of external factors, involves the use of forecasting tools for industry development parameters. The considered methodological aspects of forecasting livestock industries in modern conditions indicate the presence of a variety of scientific approaches to the formation of forecast parameters for the development of the industry. Modern forecasting methods make it possible to take into account the influence of determining factors of the internal environment (in terms of the types of available resources) and external restrictions (for example, internal and external demand for products), to determine a number of tasks and directions for increasing the efficiency of animal husbandry and the competitiveness of industry products. In this connection, research is relevant aimed at building models that reflect the most important structural characteristics of enterprises and industries [12]. Within the framework of this study, a methodology for analyzing the impact of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in the region was built, which is a set of sequence of econometric models logically built to achieve the task.

The results of the application of the principal scheme of the methodology for analyzing the impact of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in the Turkestan region will provide a deep understanding of the relationship between the type of economic entities and the economic productivity of the agricultural sector of the region. Figure 1 shows a diagram of the methodology for analyzing the impact of the structure of producers on the efficiency of agriculture in Turkestan region.

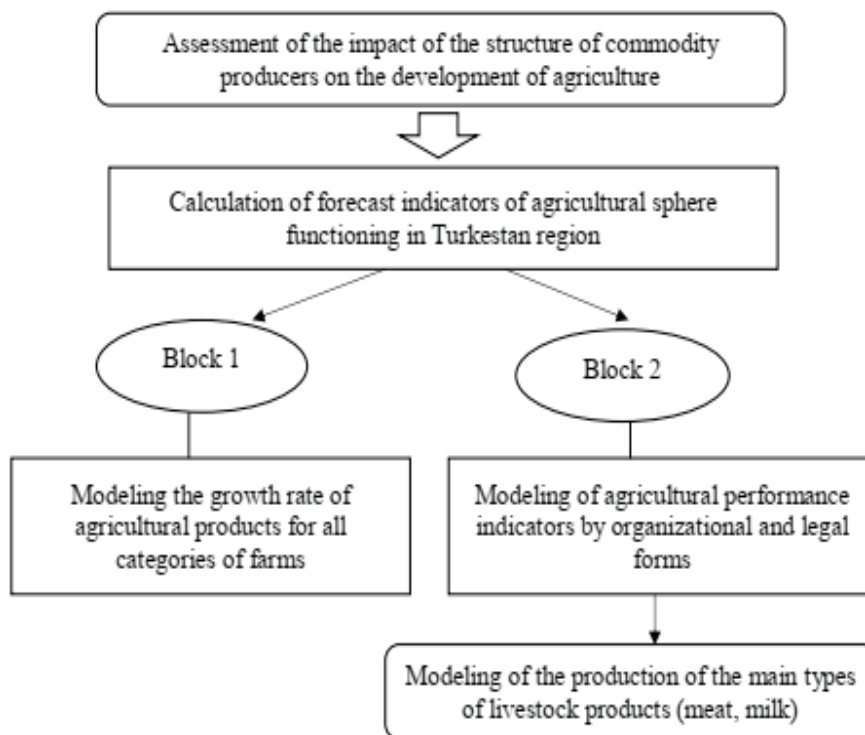


Figure 1 – Schematic diagram of the methodology for analyzing the impact of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in Turkestan region

Note: Compiled by the authors based on reference [14, 16].

It follows from Figure 1 that structurally the method consists of 2 blocks. The first block is modeling of indicators reflecting the efficiency of agriculture in all categories of farms in the region: a) model of agricultural production growth rate depending on growth rates of crop and livestock production; b) model of the growth rate of crop production depending on the growth rate of grain, potato and vegetable yields; c) model of the growth rate of livestock production depending on the growth rate of the average annual milk yield in agricultural enterprises (per cow) and the volume of livestock and poultry meat production. The second block is modeling of indicators characterizing the efficiency of the agricultural sphere in the context of agricultural enterprises: models of milk and meat production, etc.

It should be noted that the study of a set of indicators for assessing structural shifts (based on economic and mathematical models) makes it possible to determine the degree of change in advantages or threats in agricultural structures of the economy. The results of such an assessment can be used to optimize the agrarian structure in order to create new competitive advantages for agricultural products, agricultural producers, and rural areas.

Implementation of the first block of the methodology (using the example of agricultural enterprises of Turkestan region of the Republic of Kazakhstan in the period 2013–2023) [13], made it possible to build 3 models of dependence of the growth rate of agricultural products, including livestock, on the indicators of technological efficiency of industries (the average annual milk yield per cow in agricultural organizations and the volume of livestock and poultry meat produced per slaughter weight – for the livestock industry). Table 5 shows the growth rate model of livestock production in the study region.

Table 5 – Model of growth rate of livestock production in Turkestan region

Model	Correlation coefficient	Coefficient of determination	Average approximation error,%
Model 1: $Y = -43,895 + 0,0592x_1 + 0,41x_2 - 6,7x_3 - 0,226x_4 - 0,743x_5 - 0,18x_6$ where Y - livestock production growth rate (% y-o-y); x_1 - average annual milk yield per dairy cow in agricultural enterprises (per cow), kg; x_2 - average annual yield of eggs per laying hen, pieces; x_3 - average annual wool cut per sheep, kg; x_4 - average weight of one cattle head, kg; x_5 - average live weight of one head of sheep and goats, kg; x_6 - volume of livestock and poultry meat production, thousand tons.	0,879	0,775	23,68
Note: Compiled by the authors based on reference [15, 16].			

It follows from table 5 that the correlation coefficient of the growth rate of livestock production – 0,879, the coefficient of determination – 0,775, and as a result, the average approximation error – 23,68% [14].

The implementation of the second block of the methodology for analyzing the impact of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in Turkestan region is aimed at solving the problem of taking into account both the sectoral features inherent in agricultural production and the type of organizational and legal form of management [15]. As part of the testing of the proposed methodology, we have built econometric models in which the most correlating factors in animal husbandry are connected – the volume of production of a certain type of animal products and the number of livestock. Table 6 shows the production model of the main types of livestock products.

Table 6 – Production models of the main types of livestock products

Model	Correlation coefficient	Coefficient of determination	Average approximation error,%
Model 2: $Y = 438,29 + 0,46x$ where Y - amount of milk produced per year, thousand tons; x - average annual number of dairy herd cows, thousand heads;	0,98	0,91	1,43
Model 3: $Y = 361,005 + 2,098x$ где Y - number of cattle, thousand heads; x - number of calves, thousand heads;	0,87	0,78	5,76
Model 4: $Y = 255,98 - 0,009x$ где Y - eggs, million pieces; x - laying hens, thousand heads;	0,71	0,51	14,87

Continuation of table 6

Model 5: $Y = 15,95 + 2,7x$ где Y - number of horses, thousand heads; X - number of foals, thousand heads;	0,97	0,94	2,76
Model 6: $Y = 403,07 + 3,575x$ где Y - number of sheep and goats, thousand heads; X - number of lambs and kids, thousand heads	0,96	0,93	2,02
Note: Compiled by the authors based on reference [14, 16].			

It follows from table 6 that the obtained models reflect the dependence of the volume of production on the volume of resources put into production for agricultural enterprises of Turkestan region characteristic of the time interval under consideration. The array of initial information is built on the basis of data from annual reports of selected sets of agricultural enterprises of Turkestan region. Correlation coefficients R of the obtained models are contained in the interval correlation coefficients – [0,6 and 0,9], which indicates a strong relationship between the selected features.

Thus, the found correlation relationships quite accurately reflect real data, i.e. their further use in the method of analyzing the influence of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture will allow to obtain an adequate reflection of the process of production and economic activity of most farms belonging to the agricultural sector of Turkestan region. This will allow not only to give an objective assessment of the state of the economy at the time of the study, but also to analyze the ways of its possible development, assuming the adoption of some new structural strategy or adjustment of the old one.

The model of profitability of agricultural production for enterprises in the region should be built in the form of a multiplicative model of the form [16]:

$$B = a_0 \cdot K^{a_1} \cdot L^{a_2} \cdot S^{a_3} \tag{1}$$

where B - level of profitability of livestock production, %;

K - investments in fixed assets of agriculture, mln tenge;

L - average annual number of employees, person;

S - arable land area, ha.

Using the MS Excel analysis package, we obtain estimates of unknown parameters for the model of the form. The calculation results are summarized in table 7.

Table 7 – Summary of the multiplier model of the level of profitability of livestock production in agricultural enterprises of Turkestan region

Model	Correlation coefficient	Coefficient of determination	Average approximation error,%
Model 7: $B = 0,000017 \cdot K^{0,009} \cdot L^{0,398} \cdot S^{2,49}$	0,9	0,87	8,48
Note: Compiled by the authors based on reference [15, 16].			

It follows from the table 7 that the developed multiplier model of the profitability level of livestock production in the region has a correlation coefficient – 0,9, a determination coefficient – 0,87 and an average approximation error – 8,48%.

Thus, firstly, we have formed a set of models that adequately reflect the significant resulting indicators of agricultural enterprises of Turkestan region, and, therefore, suitable for forecasting and

assessing the development of the agrarian structure depending on the variation of the input parameters of the constructed models. Secondly, the proposed methodology for analyzing the impact of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in the region makes it possible to assess their potential and real opportunities in the context of solving the problem of increasing the efficiency of the regional agricultural sector, and, therefore, can be used as one of the tools for forming goals, objectives and priority areas of agricultural structural policy at the meso level [17, 18].

During the study, commodity producers were divided into large agricultural holdings, farms and personal subsidiary plots, which revealed the unique characteristics and influence of each group on key performance indicators. The application of econometric models yielded the following results: 1) large agricultural holdings showed high productivity and profitability indicators, due to access to modern technologies, investments and opportunities for diversification. Their presence contributes to the modernization of the sector, but their influence is limited due to a small share in the overall structure of producers; 2) medium-scale farms have growth potential but face challenges in accessing credit resources and innovative technologies, which constrains their contribution to the overall economic outcome. Econometric analysis revealed a positive relationship between increased access to subsidies and productivity growth in this group; 3) personal subsidiary farms remain a significant source of production and employment, but their low productivity and limited resources reduce the overall level of agricultural efficiency. Supporting cooperation and optimizing resource availability can increase their contribution to the economy [19].

In addition, the analysis showed that support structures and forms of government support, such as subsidies and loans, have a significant impact on improving productivity in small and medium-sized farms [20]. Based on the data obtained, recommendations have been developed to change the structure of support for producers, which will increase the sustainability and competitiveness of agriculture in Turkestan region.

Conclusion

An econometric analysis of the impact of the structure of commodity producers on the efficiency of agriculture in Turkestan region showed that the nature and scale of economic entities have a significant impact on productivity, innovative development and sustainability of the agricultural sector. The study revealed that each group of producers - large agricultural holdings, medium-sized farms and personal subsidiary plots – has its own characteristics and limiting factors that affect the economic indicators of the region in different ways. Agricultural holdings, thanks to access to investment and modern technologies, demonstrate high productivity and sustainable growth. However, their share in the structure of producers remains relatively low, which limits their overall contribution to the development of the sector. Medium-scale farms, despite their potential for growth, face challenges in accessing finance and technology, limiting their competitiveness and hindering development. Personal subsidiary plots, which make up a significant part of the region's agricultural producers, are characterized by low productivity and limited opportunities for modernization, which requires active assistance and support from the state.

The main conclusions of the study indicate the need for an integrated approach to the transformation of the structure of producers in order to increase the efficiency of agriculture in Turkestan region. One key recommendation is to expand support measures for farms and personal subsidiary farms, including improved access to subsidies, credit and training in innovative practices. These measures can strengthen the position of small and medium-sized producers and increase their contribution to the sustainable development of agriculture in the region. The introduction of cooperation programs and the promotion of the integration of small farms can also significantly increase their economic effect and reduce the burden on the financial system of the region.

Thus, the results of this study emphasize the importance of a diversified approach to agricultural development, which takes into account the characteristics and needs of each type of commodity producer. Econometric analysis confirmed that a change in the structure of producers towards a more balanced distribution between large, medium and small producers will contribute to an increase in the overall productivity and stability of the agricultural sector of Turkestan region.

Funding information. This research was funded by the Science Committee of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan (Grant AP22687247 – “Study of the process of formation and implementation of effective innovative milk processing cooperatives based on cooperation of personal subsidiary farms in Kazakhstan”).

REFERENCES

- 1 Allen J., Lawrence P. Economies of scale in agricultural production: a comparative study of large-scale and small-scale farming systems // *Journal of Agricultural Economics*. 2017, vol. 58(2), pp. 237–251. URL: <https://www.pnas.org/doi/pdf/10.1073/pnas.1101419108>
- 2 Fuglie K., Williams R. Technological change and agricultural productivity in developing countries: a meta-analysis // *World Development*. 2021, vol. 39(4), pp. 573–582. URL: <http://www.journals.elsevier.com/world-development/>
- 3 Ostrom E., Hess C. Understanding agricultural commons: small-scale farming and sustainable resource management // *International Journal of the Commons*. 2019, vol. 3(1), pp. 50–70.
- 4 Mueller C., Wade M. Agrarian structures in developing economies: the role of small-scale farms in agricultural development // *Agricultural Systems*. 2016, vol. 142, pp.51–62.
- 5 Foster A., Rosenblum T. Large-scale agricultural enterprises and their role in advancing technological change // *Food Policy*. 2018, vol. 74, pp. 176–185. URL: <https://www.journals.elsevier.com/renewable-and-sustainable-energy-reviews>
- 6 Hannington G., Brown T. Cooperatives and smallholder farmers: enhancing access to markets and resources // *Agricultural Economics Review*. 2014, vol. 26(1), pp. 33–49.
- 7 Jones D., Miller S. The role of agricultural cooperatives in improving farm income and productivity: evidence from case studies // *Journal of Rural Studies*. 2015, vol. 39, pp. 193–202.
- 8 Doroth M., Clement R. The impact of government support programs on agricultural productivity and sustainability: a cross-country analysis // *Food and Agriculture Organization Journal*. 2020, vol. 45(3), pp. 105–124.
- 9 Dabyltayeva N.E., Nurtayeva A. State and prospects of agricultural cooperation development in Kazakhstan // *Bulletin of “Turan” University*. 2022, vol. 1, pp. 36–41. URL: <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2022-1-1-36-41>
- 10 Alavoine-Mornas F., Madelrieux S. Dairy cooperatives: what factors contribute to maintaining mountain dairy farming? // *Journal of Alpine Research Revue de géographie alpine*. 2019, vol. 2, pp. 103–109. URL: <https://doi.org/10.4000/rga.2718>
- 11 Key N., McBride W. Production Contracts and Productivity in the U.S. Hog Sector // *American Journal of Agricultural Economics*. 2003, vol. 85(1), pp. 121–133. URL: <https://doi.org/10.1111/1467-8276.00106>
- 12 Alho E. Farmers’ self-reported value of cooperative membership: evidence from heterogeneous business and organization structures // *Agricultural and Food Economics*. 2015, vol. 3(1), pp. 1–22.
- 13 Bijman J., Hu D. The Role of Cooperatives in Supply Chain Development. // *Agricultural Economics*. 2011, vol. 42(3), pp. 379–391.
- 14 Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК. Сельское, лесное и рыбное хозяйство в Республике Казахстан / Статистический сборник за 2018–2023 гг. URL: [https://stat.gov.kz/upload/iblock/abd/udf6kzz1gsd908awrgpzcv2fnn9itgx/C-06-%D0%93%20\(%D1%80%D1%83%D1%81\).pdf](https://stat.gov.kz/upload/iblock/abd/udf6kzz1gsd908awrgpzcv2fnn9itgx/C-06-%D0%93%20(%D1%80%D1%83%D1%81).pdf)
- 15 Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК. Казахстана в 2023 году. URL: [https://stat.gov.kz/upload/iblock/816/9ocab37r10c0s2csi6h4z6y3tgsnfps8/%D0%95-03-%D0%93%20\(%D1%80%D1%83%D1%81\).pdf](https://stat.gov.kz/upload/iblock/816/9ocab37r10c0s2csi6h4z6y3tgsnfps8/%D0%95-03-%D0%93%20(%D1%80%D1%83%D1%81).pdf)
- 16 Хайруллина О.И., Баянова О.В. Эконометрика: базовый курс: учебник. – Пермь: ИПЦ «Прокрость», 2019. – 176 с.
- 17 Akbari M., Foroudi P., Shahmoradi M., Padash H., Parizi Z., Khosravani A. The Evolution of Food Security: Where are we now, where should we go next? // *Sustainability*. 2022, vol. 14(6), pp. 3634–3654. URL: <https://doi.org/10.3390/su14063634>
- 18 Ansell C., Sørensen E., Torfing J. Co-creation for sustainability: The UN SDGs and the Power of Local Partnership // *Agriculture*. 2022, vol. 4(1), pp. 228–241. URL: <https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/9781839828782> ISBN: 978-180043798-2; 978-180043801-9. URL: <https://doi.org/10.1108/9781800437982>

19 Behl A., Jayawardena N., Bhardwaj S., Pereira V., del Giudice M., Zhang J. Examining the failure of gamification in implementing innovation from the perspective of problematization in the retail sectors of emerging economies // *Technovation*. 2024, vol. 2, pp. 129–138. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/journal/01664972> DOI:10.1016/j.technovation.2023.102902

20 Kumari S., Bharti N., Tripathy K.K. Strengthening Agriculture Value Chain through Collectives: Comparative Case Analysis // *International Journal of Rural Management*. 2024, vol. 17(2), pp. 40–68. URL: <https://doi.org/10.1177/0973005221991438>

REFERENCES

1 Allen J., Lawrence P. (2017) Economies of scale in agricultural production: a comparative study of large-scale and small-scale farming systems // *Journal of Agricultural Economics*, vol. 58(2), pp. 237–251. URL: <https://www.pnas.org/doi/pdf/10.1073/pnas.1101419108>. (In English).

2 Fuglie K., Williams R. (2021) Technological change and agricultural productivity in developing countries: a meta-analysis // *World Development*, vol. 39(4), pp. 573–582. URL: <http://www.journals.elsevier.com/world-development/>. (In English).

3 Ostrom E., Hess C. (2019) Understanding agricultural commons: small-scale farming and sustainable resource management // *International Journal of the Commons*, vol. 3(1), pp. 50–70. (In English).

4 Mueller C., Wade M. (2016) Agrarian structures in developing economies: the role of small-scale farms in agricultural development // *Agricultural Systems*, vol. 142, pp.51–62. (In English).

5 Foster A., Rosenblum T. (2018) Large-scale agricultural enterprises and their role in advancing technological change // *Food Policy*, vol. 74, pp. 176–185. URL: <https://www.journals.elsevier.com/renewable-and-sustainable-energy-reviews>. (In English).

6 Hannington G., Brown T. (2014) Cooperatives and smallholder farmers: enhancing access to markets and resources // *Agricultural Economics Review*, vol. 26(1), pp. 33–49. (In English).

7 Jones D., Miller S. (2015) The role of agricultural cooperatives in improving farm income and productivity: evidence from case studies // *Journal of Rural Studies*, vol. 39, pp. 193–202. (In English).

8 Doroth M., Clement R. (2020) The impact of government support programs on agricultural productivity and sustainability: a cross-country analysis // *Food and Agriculture Organization Journal*, vol. 45(3), pp. 105–124. (In English).

9 Dabylytayeva N.E., Nurtayeva A. (2022) State and prospects of agricultural cooperation development in Kazakhstan // *Bulletin of “Turan” University*, vol. 1, pp. 36–41. URL: <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2022-1-1-36-41>. (In English).

10 Alavoine-Mornas F., Madelrieux S. (2019) Dairy cooperatives: what factors contribute to maintaining mountain dairy farming? // *Journal of Alpine Research Revue de géographie alpine*, vol. 2, pp. 103–109. URL: <https://doi.org/10.4000/rga.2718>. (In English).

11 Key N., McBride W. (2003) Production Contracts and Productivity in the U.S. Hog Sector // *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 85(1), pp. 121–133. URL: <https://doi.org/10.1111/1467-8276.00106>. (In English).

12 Alho E. (2015) Farmers' self-reported value of cooperative membership: evidence from heterogeneous business and organization structures // *Agricultural and Food Economics*, vol. 3(1), pp. 1–22. (In English).

13 Bijman J., Hu D. (2011) The Role of Cooperatives in Supply Chain Development. // *Agricultural Economics*, vol. 42(3), pp. 379–391. (In English).

14 Oficial'nyj sajt Bjuro nacional'noj statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam RK. Sel'skoe, lesnoe i rybnoe hozjajstvo v Respublike Kazahstan / Statisticheskij sbornik za 2018–2023 gg. URL: [https://stat.gov.kz/upload/iblock/abd/udf6kzz1gsd908awrgpzcve2fnn9itgx/C-06-%D0%93%20\(%D1%80%D1%83%D1%81\).pdf](https://stat.gov.kz/upload/iblock/abd/udf6kzz1gsd908awrgpzcve2fnn9itgx/C-06-%D0%93%20(%D1%80%D1%83%D1%81).pdf). (In Russian).

15 Oficial'nyj sajt Bjuro nacional'noj statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam RK. Kazahstana v 2023 godu. URL: [https://stat.gov.kz/upload/iblock/816/9ocab37rl0c0s2csi6h4z6y3tgsnfnps8/%D0%95-03-%D0%93%20\(%D1%80%D1%83%D1%81\).pdf](https://stat.gov.kz/upload/iblock/816/9ocab37rl0c0s2csi6h4z6y3tgsnfnps8/%D0%95-03-%D0%93%20(%D1%80%D1%83%D1%81).pdf). (In Russian).

16 Hajrullina O.I., Bajanova O.V. (2019) Jekonometrika: bazovyj kurs: uchebnik. Perm': IPC «Prokrost#», 176 p. (In Russian).

17 Akbari M., Foroudi P., Shahmoradi M., Padash H., Parizi Z., Khosravani A. (2022) The Evolution of Food Security: Where are we now, where should we go next? // *Sustainability*, vol. 14(6), pp. 3634–3654. URL: <https://doi.org/10.3390/su14063634>. (In English).

18 Ansell C., Sørensen E., Torfing J. (2022) Co-creation for sustainability: The UN SDGs and the Power of Local Partnership // *Agriculture*, vol. 4(1), pp. 228–241. URL: <https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/9781839828782> ISBN: 978-180043798-2; 978-180043801-9. URL: <https://doi.org/10.1108/9781800437982>. (In English).

19 Behl A., Jayawardena N., Bhardwaj S., Pereira V., del Giudice M., Zhang J. (2024) Examining the failure of gamification in implementing innovation from the perspective of problematization in the retail sectors of emerging economies // *Technovation*, vol. 2, pp. 129–138. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/journal/01664972> DOI:10.1016/j.technovation.2023.102902. (In English).

20 Kumari S., Bharti N., Tripathy K.K. (2024) Strengthening Agriculture Value Chain through Collectives: Comparative Case Analysis // *International Journal of Rural Management*, vol. 17(2), pp. 40–68. URL: <https://doi.org/10.1177/0973005221991438>. (In English).

ЕСБОЛОВА А.Е.,¹

PhD, постдокторант.

e-mail: yesbolova@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-9503-9482

АБДИКЕРИМОВА Г.И.,*¹

э.ғ.д., профессор.

*e-mail: abdikerimova71@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2495-1209

ДЕ ЛА ПОЗА ПЛАЗА Е.,²

PhD, қауымдастырылған профессор.

e-mail: yesbolova@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-2303-0811

БЕРЕШЕВ С.Х.,³

э.ғ.д., профессор.

e-mail: niitruda@inbox.ru

ORCID ID: 0000-0001-4503-1278

¹М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан зерттеу университеті,

Шымкент қ., Қазақстан

²Валенсия Политехникалық университеті,

Валенсия қ., Испания

³«Қазақ ғылыми-зерттеу еңбек институты» ЖШС,

Алматы қ., Қазақстан

ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНЫҢ АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ТИІМДІЛІГІНЕ ТАУАР ӨНДІРУШІЛЕР ҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ ӘСЕРІН ЭКОНОМЕТРИКАЛЫҚ ТАЛДАУ

Андатпа

Бұл зерттеудің мақсаты – өңірдегі аграрлық саясатты жақсарту бойынша ұсыныстарды тұжырымдауға мүмкіндік беретін эконометрикалық модельдерді пайдалана отырып, Түркістан облысының ауыл шаруашылығының тиімділігіне шаруашылықтың әртүрлі нысандарының әсерін анықтау. Зерттеу гипотезасы. Тауар өндірушілердің құрылымы Түркістан облысының ауыл шаруашылығының тиімділігіне айтарлықтай әсер етеді деп болжануда. Атап айтқанда, ірі аграрлық кәсіпорындар өндіріс ауқымы мен жетілдірілген технологияларға қол жетімділіктің арқасында жоғары өнімділік пен экономикалық тиімділікті көрсетеді. Сонымен қатар, фермерлер мен шағын шаруашылықтар өндірістің әртүрлілігіне және аграрлық экономиканың тұрақтылығына маңызды үлес қоса алады, бірақ олардың тиімділігі қаржылық және техникалық ресурстарға жеткіліксіз қол жетімділікпен шектелуі мүмкін. Зерттеу барысында авторлар отандық және шетелдік зерттеушілердің әдеби шолу әдістерін, статистикалық әдісті, экономикалық-математикалық әдісті, модельдеуді және т.б. қолданды. Зерттеудің нәтижесі шағын және орта шаруашылықтарды олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін қолдау шараларын қоса алғанда, өңірдің ауыл шаруашылығы құрылымын оңтайландыру жөніндегі ұсыныстарды әзірлеу, сондай-ақ тауар өндірушілер арасындағы ресурстар мен технологияларға қолжетімділігін жақсарту үшін кооперацияны дамыту болып табылады.

Тірек сөздер: эконометрикалық талдау, тауар өндірушілердің құрылымы, кооперация, агроөнеркәсіп, фермерлік шаруашылықтар, мал шаруашылығы, ауыл шаруашылығы.

ЕСБОЛОВА А.Е.,¹

PhD, постдокторант.

e-mail: yesbolova@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-9503-9482

АБДИКЕРИМОВА Г.И.,*¹

д.э.н., профессор.

*e-mail: abdikerimova71@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2495-1209

ДЕ ЛА ПОЗА ПЛАЗА Е.,²

PhD, ассоциированный профессор.

e-mail: yesbolova@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-2303-0811

БЕРЕШЕВ С.Х.,³

д.э.н., профессор.

e-mail: niitruda@inbox.ru

ORCID ID: 0000-0001-4503-1278

¹Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова,
г. Шымкент, Казахстан

²Политехнический университет Валенсии,
г. Валенсия, Испания

³ТОО «Казахский научно-исследовательский институт труда»,
г. Алматы, Казахстан

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СТРУКТУРЫ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

Цель данного исследования – определить влияние различных форм хозяйствования на эффективность сельского хозяйства Туркестанской области, используя эконометрические модели, что позволит сформулировать предложения по улучшению аграрной политики в регионе. Гипотеза исследования. Предполагается, что структура товаропроизводителей оказывает значительное влияние на эффективность сельского хозяйства Туркестанской области. В частности, более крупные аграрные предприятия демонстрируют высокую производительность и экономическую эффективность благодаря масштабам производства и доступу к более совершенным технологиям. В то же время фермерские и мелкие хозяйства могут вносить важный вклад в разнообразие производства и устойчивость аграрной экономики, однако их эффективность может быть ограничена недостаточным доступом к финансовым и техническим ресурсам. В ходе исследования авторы использовали методы литературного обзора отечественных и зарубежных исследователей, статистический метод, экономико-математический метод, моделирование и др. Результатом исследования является разработка предложений по оптимизации структуры сельского хозяйства региона, включая меры поддержки мелких и средних хозяйств для повышения их конкурентоспособности, а также развитие кооперации между товаропроизводителями для улучшения их доступа к ресурсам и технологиям.

Ключевые слова: эконометрический анализ, структура товаропроизводителей, кооперация, агропредприятия, фермерские хозяйства, животноводство, сельское хозяйство.

МРНТИ 06.65.13
УДК 33
JEL O10,Z11,R11

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-116-128>

ЯЛКУНОВ М.У.,¹

докторант.

e-mail: 23241048@turana-edu.kz

ORCID ID: 0009-0006-8753-847X

ХАДЖИЕВА Г.У.,*¹

к.э.н., профессор-исследователь.

*e-mail: g.khajiyeva@turana-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-8889-543X

КАРАБЧУК Т.С.,²

PhD, ассоциированный профессор.

e-mail: tkarabchuk@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5794-0421

¹Университет «Туран»,

г. Алматы, Казахстан

²Университет ОАЭ,

г. Абу-Даби, ОАЭ

ФАКТОРЫ РОСТА КРЕАТИВНОГО СЕКТОРА: ОБЗОР КОНЦЕПЦИЙ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ КАЗАХСТАНА И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Аннотация

Статья посвящена исследованию предпосылок и выявлению потенциала развития креативного сектора экономики в Казахстане. Основная цель работы – определить ключевые факторы, способствующие устойчивому росту креативных индустрий, посредством сравнительного анализа государственной программы Казахстана «Концепция развития креативных индустрий на 2021–2025 гг.» и британской программы Creative Industries Sector Deal. В исследовании используются методы систематического литературного обзора, сравнительного и критического анализа оценки таких факторов, как государственная поддержка, инвестиционная активность, инфраструктурные проекты и подготовка кадров. Научная значимость исследования заключается в систематизации и оценке влияния экономических, социальных и институциональных факторов на рост креативного сектора в Казахстане. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных результатов для разработки стратегий, направленных на развитие креативного сектора, что позволит увеличить его вклад в экономику и повысить международную конкурентоспособность Казахстана. Результаты исследования могут быть использованы для подготовки нового раздела учебного курса по инновационной экономике, а также представляют определенную ценность для экспертов в области креативной экономики.

Ключевые слова: креативная экономика, экономический рост, инвестиции, конкурентоспособность, интеллектуальный капитал, государственная поддержка, инфраструктура.

Введение

Креативные индустрии способствуют созданию новых рабочих мест, внедрению новых технологий, увеличению экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью, преодолению региональных и демографических диспропорций, сохранению уникальной национальной культуры, укреплению национальной идентичности, что в целом значительно повышает международную конкурентоспособность страны. Креативная экономика создается на основе взаимодействия между творчеством, культурой, экономикой и технологиями. Многие страны, учитывая позитивное влияние креативных индустрий на решение важных социально-экономических проблем, на государственном уровне разрабатывают стратегии и программы стимулирования креативного сектора экономики. В 2020 г. в Казахстане в креативных индустриях

было занято 95 тыс. человек, инвестиции в основной капитал составляли 33,3 млрд тенге, а количество действующих предпринимателей составляло 32 тыс. единиц. Вклад креативных индустрий в экономику Казахстана составлял около 2,7%. По данному показателю, а также по доле в структуре занятости наблюдается значительное отставание от уровня зарубежных стран. За счет запланированных мер по стимулированию креативного бизнеса к 2025 г. намечено увеличить вклад креативных индустрий в экономику страны до 5%, а количество субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) – до 80 тыс. В 2022 г. эти показатели составляли 3,6% и 55,1 тыс. соответственно [1]. Неоднократно главой государства Касым-Жомартом Токаевым отмечалась необходимость активного развития креативной экономики. Так, в Послании от 1 сентября 2023 г. «Экономический курс справедливого Казахстана» он обозначил креативные индустрии как точку роста экономики и занятости [2].

Зарубежный опыт показывает, что лидерами в этой сфере являются страны с передовыми экономиками, такие как США, Великобритания и Южная Корея. Например, в 2022 г. креативные индустрии Великобритании принесли экономике более 100 миллиардов фунтов стерлингов, что составило около 6% ВВП страны [3]. В США этот сектор также демонстрирует значительный вклад в экономику, обеспечивая около 4,2% ВВП и создавая миллионы рабочих мест [4]. Южная Корея достигла впечатляющих успехов в области креативных индустрий благодаря сильной поддержке государства и внедрению передовых технологий. В 2022 г. объем экспорта корейской культуры и развлечений, включая К-поп, кино и видеоигры, превысил 10 млрд долларов, что стало важным источником доходов для страны [5].

Цель настоящего исследования – определить основные факторы, способствующие росту креативного сектора в Казахстане. Методология исследования включает в себя сравнительный анализ действующих управленческих стратегических документов: Концепции развития креативных индустрий на 2021–2025 гг. Республики Казахстан (далее – Концепция) и программы «Creative industries sector deal» Великобритании как ведущей страны по развитию креативного сектора. В ходе исследования используются общенаучные методы, такие как анализ и синтез, индукция и дедукция. Эти методы помогают систематизировать информацию и выявить основные тенденции и проблемы, с которыми сталкиваются креативные индустрии. Сравнительный анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны государственных программ, а также факторы, способствующие успешному развитию креативной экономики в других странах. Методология оценки результатов включает критический анализ литературы, что позволяет не только собрать информацию о существующих инициативах, но и определить их значимость для развития креативного сектора в Казахстане.

Материалы и методы

В настоящем исследовании применяются методы систематического литературного обзора и сравнительного анализа для выявления ключевых факторов, способствующих росту креативных индустрий в Казахстане. Исследование основывается на анализе существующих публикаций, включая научные статьи, отчеты международных организаций и документы государственных программ, таких как «Концепция развития креативных индустрий на 2021–2025 гг.». Использованные материалы позволяют глубже понять текущее состояние креативного сектора в Казахстане и сравнить его с международным опытом, например, с британской программой «Creative Industries Sector Deal». В ходе исследования используются общенаучные методы, такие как анализ и синтез, индукция и дедукция. Эти методы помогают систематизировать информацию и выявить основные тенденции и проблемы, с которыми сталкиваются креативные индустрии. Сравнительный анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны государственных программ, а также факторы, способствующие успешному развитию креативной экономики в других странах. Методология оценки результатов включает критический анализ литературы, что позволяет не только собрать информацию о существующих инициативах, но и определить их значимость для развития креативного сектора в Казахстане. Полученные выводы могут быть использованы для формирования рекомендаций по улучшению государственной политики и созданию благоприятных условий для креативных индустрий в стране.

Креативная индустрия традиционно определяется как сектор экономики, который объединяет производство и распространение культурных товаров и услуг. Он включает в себя такие области, как изобразительное искусство, литература, музыка, кино, телевидение, реклама, дизайн, архитектура, видеоигры, мода и другие. Первое упоминание «креативной индустрии» в современном смысле относится к работе Джона Хоука в 1998 г. В его докладе «Креативные индустрии: культура и политика» (The Creative Industries: Culture and Policy), подготовленном по заказу британского правительства, он впервые научно обосновал этот термин и предложил стратегии для развития этого сектора экономики. [6] Ричард Флорид в своем труде «Подъем креативного класса: как он преобразует работу, досуг, общество и повседневную жизнь» [7] обращает внимание на факторы, которые оказывают влияние на развитие креативной индустрии. Он представляет концепцию «креативного класса» и анализирует, как креативные профессионалы способствуют экономическому росту городов и регионов. Автор подчеркивает важность культурного капитала, разнообразия и уровня образования как ключевых факторов, влияющих на рост креативной экономики. В работе Дэвида Тросби «Экономика и культура» (Economics and Culture) [8] обсуждаются экономические аспекты культуры и искусства, а также их вклад в экономику. Автор исследует, как культурная политика и инвестиции в креативные индустрии могут способствовать экономическому росту. В сборнике статей «Руководство Routledge по культурным индустриям» (The Routledge Companion to the Cultural Industries) под редакцией Кейти Окли и Джастина О'Коннора рассматриваются различные аспекты культурных и креативных индустрий, включая государственную политику, рынок труда, цифровую трансформацию и глобализацию. Авторы подчеркивают важность конкурентоспособности и устойчивого развития этих отраслей, а также необходимость адаптации к цифровым изменениям и глобальным вызовам [9]. Отчет «KEA European Affairs: Экономика культуры в Европе» (KEA European Affairs The Economy of Culture in Europe) выявляет экономические и социальные преимущества креативных индустрий в Европе. Доклад подчеркивает важность культурной политики, образования и цифровых технологий как драйверов роста. Авторы отмечают, что развитие креативных индустрий способствует созданию рабочих мест, инновациям и культурному обмену, что делает их важным элементом современной экономики [10]. Таким образом, многочисленные исследования подчеркивают значимость различных факторов, таких как культурный капитал, инновации, государственная поддержка, защита интеллектуальной собственности и цифровизация, в развитии и росте креативной экономики. Эти факторы играют ключевую роль в стимулировании экономического роста, создании рабочих мест и культурном развитии, что делает креативные индустрии важным компонентом современной глобальной экономики.

Результаты и обсуждение

Для определения количественного распределения креативных индустрий Казахстана по направлениям мы опираемся на исследования Жупаровой А. и Мукушевой А., посвященное развитию креативного сектора в Казахстане [11]. В этой работе на первом этапе было проведено анкетирование представителей креативного сектора, в результате которого было получено 345 ответов. Основные виды креативных индустрий, согласно ответам респондентов, включают: программное обеспечение и вычислительные системы (45 ответов), дизайн (68), музыку (45), ремесло (50), кинематографию (20), исполнительские искусства (88), архитектуру (11), телевидение и радио (8) и интерактивные развлекательные программы (10). В креативных индустриях часто отсутствуют централизованные базы данных, содержащие информацию о всех субъектах. Множество малых и независимых компаний, индивидуальных предпринимателей и фрилансеров затрудняет получение полного и актуального списка участников отрасли. Данные о численности и распределении креативных индустрий могут систематически не собираться на уровне национальных или региональных органов, что приводит к нехватке информации для анализа. Креативные индустрии характеризуются высокой динамичностью и изменчивостью, что делает трудным установление стабильных количественных показателей. В связи с выше-

указанными обстоятельствами мы решили применить метод экстраполяции. Для экстраполяции данных из 345 ответов на 32,000 зарегистрированных субъектов креативной индустрии можно использовать метод пропорционального распределения. Основная идея заключается в том, чтобы определить процентное распределение каждого вида креативной индустрии среди респондентов и затем применить эти показатели к общему количеству субъектов. В результате мы получили на рисунке 1 круговую диаграмму, в которой отражено количественное соотношение различных категорий креативных индустрий в Казахстане и представлено распределение зарегистрированных субъектов по ключевым видам. Формула расчета представлена ниже.

$$N_i = \times N_t \quad (1)$$

Где:

N_i – количество субъектов определенной категории креативной индустрии в общей популяции (среди 32,000 зарегистрированных субъектов).

R_i – количество респондентов, относящихся к данной категории креативной индустрии (число респондентов, выбравших эту категорию).

N_r – общее количество респондентов, принявших участие в опросе (345).

N_t – общее количество зарегистрированных субъектов в креативной индустрии (32,000)

Пример расчета: $N_{it-сектор} = \left(\frac{45}{345}\right) \times 32000 = 4174$



Рисунок 1 – Распределение организаций по основным видам креативных индустрий Казахстана

Примечание: Составлено авторами на основе источника [11].

Этот визуальный инструмент иллюстрирует важность креативных секторов для экономического и культурного развития страны. Креативные индустрии охватывают широкий спектр направлений, включая музыку, кино, дизайн, исполнительские искусства и информационные технологии.

Далее, для проведения сравнительного анализа рассмотрим государственную программу Великобритании [12]. На основе применения метода тематического анализа представим в систематизированном виде в таблице 1 основные факторы, которые выступают движущей силой развития креативного сектора экономики, а также повышения доли креативного сектора в ВВП страны.

Таблица 1 – Основные факторы, определяющие стратегии развития креативного сектора экономики Великобритании

Фактор	Определение фактора	Год введения программы	Название программы
Политическая поддержка	Уровень поддержки правительства и законодательные инициативы для стимулирования технологических изменений в промышленности	2009	The UK Government's "Digital Britain" initiative
Инновационная инфраструктура	Создание и развитие инновационной инфраструктуры, включая центры исследований и технологические парки, для содействия развитию индустрии 4.0	2010	National Innovation Plan for Growth
Образование и подготовка кадров	Реформы в системе образования и профессиональной подготовке для обеспечения необходимых навыков для цифровой экономики	2013	UK Industrial Strategy: Building a Britain Fit for the Future
Цифровизация предприятий	Стимулирование предприятий к внедрению цифровых технологий и обновлению производственных процессов	2015	Made smarter Review

Примечание: Составлено авторами на основе источника [3].

Исследование представленных инициатив и стратегий правительства Великобритании позволяет увидеть комплексный подход к стимулированию технологических изменений в креативном секторе экономики.

В целях выявления факторов, ограничивающих развитие креативного сектора, продолжим сравнительный анализ программных документов Казахстана и Великобритании в таблицах 2, 3 и рисунках 2, 3.

Таблица 2 – Факторы, препятствующие развитию креативных индустрий в Казахстане

Фактор	Последствие	Влияние на креативный сектор
Отсутствие законодательно утвержденных понятий креативных индустрий и деятельности субъектов предпринимательства в креативных индустриях	Ограничение доступа к инфраструктурной, имущественной и нефинансовой поддержке для субъектов предпринимательства в креативных индустриях	Ограничение развития и конкурентоспособности субъектов креативного предпринимательства
Проблемы с управлением интеллектуальной собственностью	Сложности с заключением лицензионных договоров, низкая правовая грамотность участников креативных индустрий, нехватка прозрачности деятельности организаций, управляющих имущественными правами на коллективной основе	Угроза нарушения интеллектуальных прав и ограничение возможностей монетизации творческих продуктов
Нехватка и низкое качество человеческих ресурсов	Недостаточное развитие системы обучения и развития кадров, что приводит к сложностям в поиске, найме и развитии персонала, а также к недостаточному формированию креативного мышления	Ограничение качества и потенциала творческого труда в креативных индустриях

Продолжение таблицы 2

Недостаточное финансирование и низкая инвестиционная привлекательность креативных индустрий	Отсутствие подходящих инструментов финансирования, низкая инвестиционная привлекательность из-за высокой рискованности проектов и отсутствия достаточных стимулов для активизации частной предпринимательской инициативы	Ограниченные возможности для развития и масштабирования проектов в креативных индустриях
Отсутствие инфраструктуры развития креативного предпринимательства	Недостаточное количество и качество креативных кластеров, хабов, бизнес-инкубаторов и других инфраструктурных элементов, необходимых для развития креативных индустрий.	Ограниченный доступ к ресурсам и поддержке для субъектов креативного предпринимательства.
Примечание: Составлено авторами на основе источника [1].		

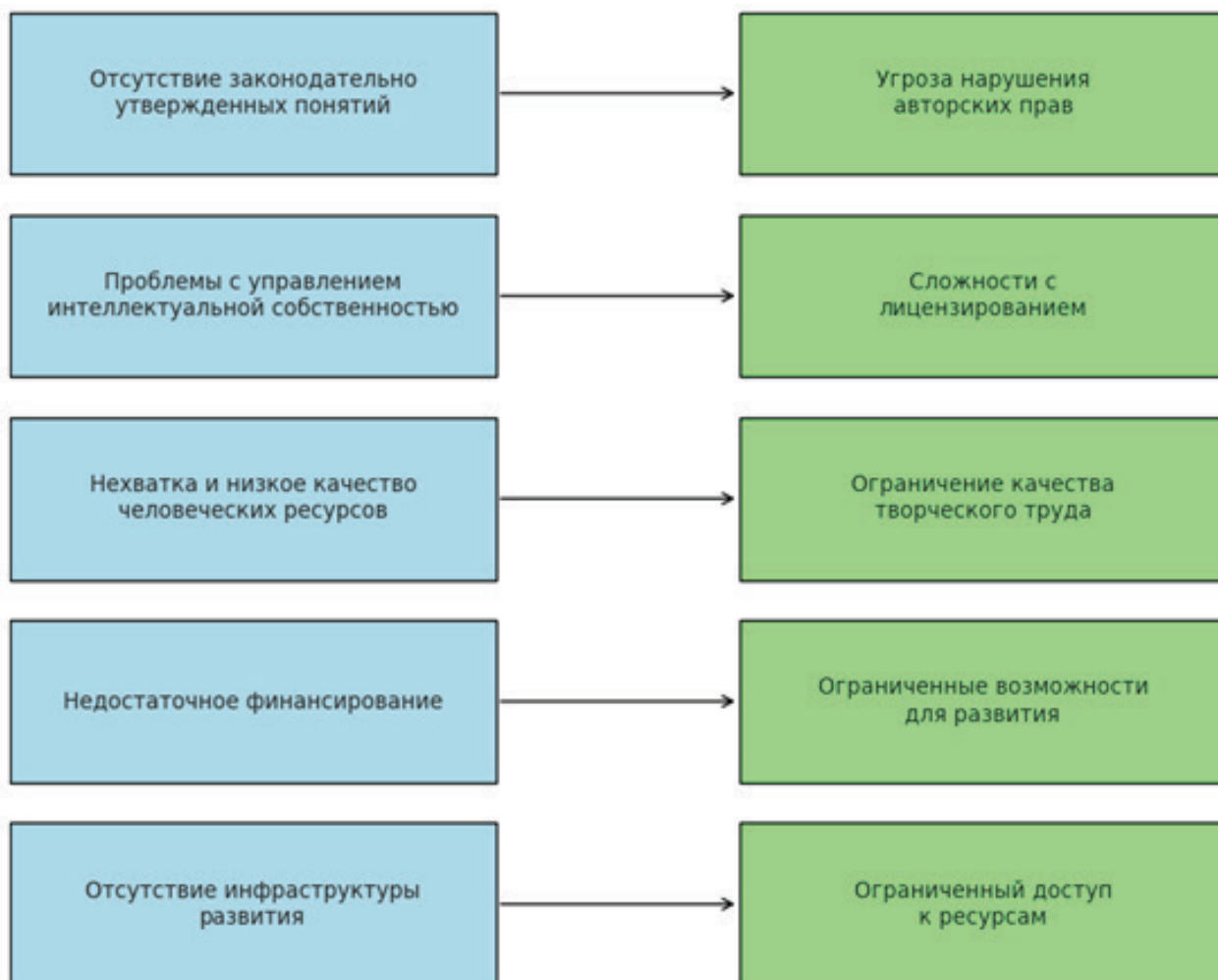


Рисунок 2 – Причинно-следственные связи проблем креативного сектора Казахстана

Примечание: Составлено авторами на основе источника [1].

Из таблицы 2 видно, что креативные индустрии в Казахстане сталкиваются с рядом системных проблем, таких как отсутствие поддержки со стороны государства, недостаточное управление интеллектуальной собственностью, недостаточное финансирование и инвестиционная привлекательность, недостаточное развитие инфраструктуры для креативного предпринимательства, а также недостаточное развитие системы обучения и подготовки кадров, что приводит к сложностям в поиске, найме и развитии персонала, обладающего креативным мышлением.

Таблица 3 – Сравнительный анализ государственных программ Казахстана и Великобритании, направленных на развитие креативного сектора экономики

Индикаторы	Концепция креативных индустрий Казахстана на 2021–2025 гг.	Программа Великобритании «Соглашение о поддержке креативных индустрий» 2018 г.
Цели программы	Увеличение вклада креативных индустрий в экономику страны, создание новых рабочих мест, развитие инфраструктуры	Увеличение вклада креативных индустрий в экономику, поддержка экспорта, создание рабочих мест
Основные направления	Развитие творческих кластеров, поддержка стартапов, совершенствование законодательной базы, обучение и подготовка кадров	Финансирование креативных бизнесов, развитие цифровой инфраструктуры, поддержка экспорта, развитие навыков и образования
Финансирование	Государственное финансирование, международные гранты, частные инвестиции	Государственное финансирование, частные инвестиции, гранты
Механизмы реализации	Создание центров креативных индустрий, грантовые программы, налоговые льготы для креативных предприятий	Развитие креативных кластеров, гранты и кредиты, налоговые стимулы, партнерства между государством и частным сектором
Образование и обучение	Программы переподготовки, новые образовательные курсы, международное сотрудничество	Развитие академических и профессиональных программ
Поддержка стартапов и малого бизнеса	Гранты и кредиты для стартапов, акселерационные программы	Гранты на внедрение инноваций, поддержка стартапов через платформу Tech Nation
Партнерство с частным сектором	Сотрудничество с местными и международными компаниями	Партнерство с крупными корпорациями и частными инвесторами
Региональное развитие	Поддержка креативных проектов в регионах, создание региональных центров	Развитие креативных индустрий в регионах через кластеры и хабы
Мониторинг и оценка	Ежегодные отчеты о прогрессе, оценки эффективности программ	Регулярные отчеты и оценки эффективности, включая независимые аудиты
Примечание: Составлено авторами на основе источников [1] и [12].		

Инфографика, представленная на рисунке 4 в виде горизонтальной столбчатой диаграммы, наглядно отображает направления программ развития креативных индустрий в Казахстане и Великобритании. На горизонтальной оси изображены направления программ, обозначенные значениями 1 и 0. Значение 1 указывает на наличие конкретного направления в программе, тогда как значение 0 – на его отсутствие. Вертикальная ось отображает различные направления, по которым проводилось сравнение. Эти направления охватывают ключевые аспекты развития креативных индустрий, включая цели программы, поддержку стартапов и финансирование. Каждое направление отображено двумя цветными столбцами: синим для Казахстана и зеленым для Великобритании. Диаграмма показывает, что в Казахстане представлено 4 ключевых направления из 8, что свидетельствует о сосредоточении усилий на создании инфраструктуры и поддержке стартапов. Это может указывать на начальную стадию развития креативного сек-

тора, где акцент делается на базовых аспектах. В отличие от этого Великобритания охватывает все направления, что подчеркивает более разносторонний подход к развитию креативных индустрий. Программа Великобритании включает в себя акценты на цифровую инфраструктуру, экспорт и системный мониторинг, что, вероятно, способствует более высокому уровню развития креативного сектора в стране.

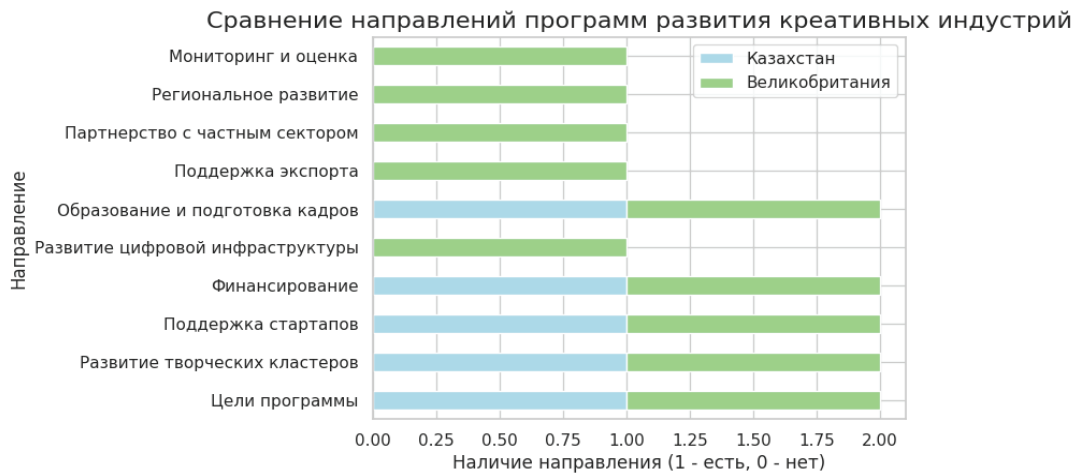


Рисунок 3 – Причинно-следственные связи проблем креативного сектора Казахстана

Примечание: Составлено авторами на основе источника [1].

Таким образом, инфографика позволяет легко увидеть, что Великобритания имеет более диверсифицированный спектр направлений, в то время как Казахстан сосредоточен на отдельных аспектах. Это демонстрирует наличие потенциала для улучшения казахстанских программ через заимствование опыта Великобритании, включая акцент на цифровизацию и экспортно-ориентированность. Устойчивое развитие креативного сектора в Казахстане может быть достигнуто через интеграцию более разнообразных направлений и комплексный подход к их реализации.

В целом программа развития креативных индустрий Казахстана на 2021–2025 гг. и Creative Industries Sector Deal Великобритании имеют сходные цели и направления, однако подходы и механизмы реализации отличаются. Великобритания, имея более развитую инфраструктуру и опыт в поддержке креативных индустрий, предоставляет более обширные возможности для финансирования и развития навыков. В сравнении двух программ можно увидеть, что Creative Industries Sector Deal Великобритании представляет собой более комплексный и системный подход к развитию креативных индустрий. Программа Великобритании включает в себя конкретные меры по финансированию, обеспечению доступа к технологиям, развитию кадрового потенциала и стратегическому планированию. В то время как концепция Казахстана, хоть и представляет важный шаг в развитии креативных индустрий, испытывает определенные сложности в области финансирования, доступа к технологиям, подготовки кадров и стратегического планирования. Для успешного развития креативных индустрий Казахстана необходимо уделить больше внимания устранению этих проблем и внедрению комплексных стратегий, аналогичных тем, которые реализуются в Великобритании.

Наиболее эффективной стратегией будет создание благоприятной инвестиционной и предпринимательской среды, а также активная поддержка со стороны государства через разработку и реализацию целевых программ по развитию креативных индустрий. Такой подход поможет стимулировать инновационное развитие и создание высокоэффективных креативных проектов в стране. В ходе анализа было выявлено, что оба государства уделяют внимание цифровизации и поддержке малого бизнеса, но в Великобритании уже имеется развитая инфраструктура и успешные примеры масштабирования креативных проектов. В Казахстане же наблюдается начальный этап формирования креативного сектора, что требует более глубокого государственного вмешательства и стимулов.

Таким образом, для успешного роста креативной экономики в Казахстане ключевыми факторами являются внедрение инноваций, развитие образовательных программ и создание благоприятной среды для креативного предпринимательства. Анализ программы «Концепция развития креативных индустрий Казахстана на 2021–2025 гг.» выявил ряд проблем, требующих решения. Среди них недостаточное финансирование, ограниченный доступ к современным технологиям, слабая подготовка кадров и недостаточное стратегическое планирование. Эти недостатки могут стать серьезным препятствием на пути к созданию конкурентоспособного креативного сектора. В сравнении с программой Великобритании Creative Industries Sector Deal, которая демонстрирует более системный и комплексный подход, казахстанская инициатива нуждается в усилении. Только через системное улучшение всех аспектов креативного сектора возможно добиться значимого роста и увеличения вклада этого сектора в экономику страны.

Креативная экономика считается важным драйвером экономического роста, особенно в странах, стремящихся диверсифицировать свои экономики и поддерживать инновации. На основе проведенного анализа мы выделили ключевые факторы, которые способствуют развитию креативного сектора с учетом глобальных тенденций и опыта различных стран. Ниже остановимся на обосновании факторов, являющихся критически важными, с использованием статистических данных и экономических показателей.

1. Государственная поддержка и регулирование. Государственная поддержка в форме правовых механизмов, налоговых стимулов, субсидий и создания благоприятной регуляторной среды является фундаментом для роста креативной экономики.

♦ Почему это важно: создание законодательной базы для поддержки креативных индустрий и защиты прав интеллектуальной собственности позволяет бизнесу безопасно внедрять инновации и наращивать капитал. Страны, которые внедряют благоприятные налоговые режимы и поддерживают малый и средний бизнес через гранты и кредиты, показывают лучшие результаты в креативном секторе.

♦ Экономические показатели: по данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), государства, которые внедряют правовые механизмы для поддержки креативного сектора, увеличивают его вклад в ВВП в среднем на 1–2% ежегодно [13].

2. Инвестиции и финансовая поддержка. Финансирование, как государственное, так и частное, является важным фактором для роста креативных индустрий. Страны, которые создают механизмы для привлечения частного капитала, показывают значительно более высокие темпы роста креативного сектора.

♦ Почему это важно: инвестиции в креативные индустрии позволяют бизнесу расширяться, внедрять новые технологии и привлекать новые таланты. Гранты, венчурные инвестиции и частные фонды могут дать значительный стимул росту стартапов в креативных секторах, таких как цифровая экономика, искусство, киноиндустрия и мода.

♦ Экономические показатели: по данным Всемирного банка, в странах с высоким уровнем частных инвестиций креативные индустрии показывают рост в 3–4 раза быстрее, чем в странах с низким уровнем частных вложений. В среднем увеличение инвестиций на 10% в креативный сектор приводит к росту ВВП на 1,2% [14].

3. Цифровизация и инновации. Инновации и цифровые технологии являются важнейшими факторами, которые позволяют креативным индустриям быть более конкурентоспособными на глобальном уровне.

♦ Почему это важно: цифровизация открывает доступ к новым рынкам, делает креативные продукты доступными для глобальной аудитории и снижает барьеры для входа на рынок для стартапов. Технологии, такие как искусственный интеллект, дополненная реальность и блокчейн, становятся неотъемлемой частью креативной экономики.

♦ Экономические показатели: по данным Международного валютного фонда (МВФ), страны, которые активно внедряют цифровые технологии, могут увеличить экспорт креативных продуктов на 15% в течение 5 лет. В 2022 г. глобальный экспорт креативных услуг составил \$1,4 трлн, а экспорт креативных товаров – \$713 млрд. Это означает рост на 29% и 19% соответственно по сравнению с 2017 г., что указывает на значительное увеличение влияния креативных индустрий на экономику [15]. Кроме того, цифровизация способствует созданию новых рабочих мест в таких областях, как разработка видеоигр, производство цифрового контента и управление медиа.

4. Развитие человеческого капитала и образования. Квалифицированные кадры являются одним из главных ресурсов для успешного развития креативного сектора. Развитие образовательных программ, создание центров переподготовки и совершенствование системы образования являются ключевыми факторами для роста креативной экономики.

♦ Почему это важно: креативные индустрии требуют высококвалифицированных специалистов, обладающих знаниями в области технологий, дизайна, медиа и управления. В странах с развитыми образовательными системами существует тесная связь между университетами и креативными предприятиями, что способствует росту инноваций и конкурентоспособности на глобальной арене.

♦ Экономические показатели: по данным ЮНЕСКО, каждая страна, увеличивающая свои инвестиции в образование и подготовку специалистов для креативного сектора на 1%, может увеличить занятость в этом секторе на 5% в течение следующих трех лет [16].

5. Развитие инфраструктуры и создание креативных кластеров. Создание физической и виртуальной инфраструктуры, таких как креативные хабы, парки инноваций и кластеры, является важной основой для поддержки креативных предпринимателей.

♦ Почему это важно: инфраструктура играет важную роль в создании возможностей для стартапов и малого бизнеса, предоставляя им доступ к ресурсам, поддержке и финансированию. Кластеры креативных индустрий могут стимулировать сотрудничество между компаниями, университетами и правительственными структурами, создавая условия для более быстрого роста и расширения.

♦ Экономические показатели: по данным Всемирного банка, креативные кластеры могут способствовать росту ВВП на 1,5–2% в странах с развивающейся экономикой, где создаются специализированные зоны для поддержки креативных секторов. Эти кластеры также могут привлечь до 20% больше международных инвестиций [17].

Заключение

Исследование факторов, влияющих на развитие креативного сектора экономики Казахстана, показывает, что его успешное развитие зависит от комплекса экономических, социальных, институциональных и политических условий. В частности, ключевыми факторами являются государственная поддержка, наличие квалифицированных кадров, доступ к технологиям и финансовым ресурсам, а также благоприятная инвестиционная среда. Важную роль играет и интеграция креативных индустрий в международные сети, что способствует обмену опытом и технологиями, что может ускорить инновационное развитие сектора. Таким образом, для успешного развития креативного сектора экономики Казахстана необходимо не только устранить выявленные проблемы, но и активно использовать опыт стран-лидеров, таких как Великобритания. Важно отметить, что только через системное улучшение всех аспектов креативной экономики, включая развитие инфраструктуры, внедрение цифровых технологий и создание условий для появления новых креативных бизнесов, возможно достижение значимого экономического роста и увеличения вклада сектора в ВВП страны. Только такой подход обеспечит устойчивое развитие и конкурентоспособность креативных индустрий Казахстана на глобальном уровне.

ЛИТЕРАТУРА

1 Об утверждении Концепции развития креативных индустрий на 2021–2025 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 ноября 2021 года № 860. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860> (дата обращения: 20.08.2024)

2 Корпоративный фонд поддержки креативной индустрии создадут в РК. URL: <https://kapital.kz/economic/114435/korporativnyy-fond-popodderzhke-kreativnoy-industrii-sozhdadut-v-rk.html> (дата обращения: 20.08.2024)

3 UK Government. Creative Industries Economic Estimates. London: UK Government. 2022, p. 50.

4 U.S. Bureau of Economic Analysis. Arts and Cultural Production Satellite Account. Washington, 2022, p. 120.

- 5 Kim S. The Creative Economy in South Korea: Past Successes and Future Prospects. Seoul: Kim. 2022, p. 200.
- 6 Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin Books, 2001, p. 256.
- 7 Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002, p. 432.
- 8 Throsby D. Economics and Culture. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p. 284.
- 9 Oakley K., O'Connor, J. The Routledge Companion to the Cultural Industries. London: Routledge, 2015, p. 432.
- 10 KEA European Affairs. The Economy of Culture in Europe. Brussels: European Commission, 2006, p. 134.
- 11 Жупарова А., Мукушева А. Развитие креативного сектора в Казахстане // Журнал экономических исследований и бизнес-администрирования. – 2021. – № 137(3). – С. 67–76.
- 12 Creative Industries Sector Deal. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal> (accessed: 20.08.2024)
- 13 Kazakhstan steps up creative economy development. URL: <https://astanatimes.com/2023/12/kazakhstan-steps-up-creative-economy-development/> (дата обращения: 07.10.2024)
- 14 Facts and Figures. URL: <https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures> (accessed: 07.10.2024)
- 15 Digital Transformation Profoundly Impacting Production, Consumption of Creative Goods, Services. URL: <https://www.bignewsnetwork.com/news/274452280/digital-transformation-profoundly-impacting-production-consumption-of-creative-goods-services-creative-economy-outlook-2024> (accessed: 07.10.2024)
- 16 Creative Industries Mapping Report. URL: <https://kazakhstan.britishcouncil.org/programmes/arts/creative-industries-mapping-report> (дата обращения: 07.10.2024).
- 17 World Bank – Creative Economy. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/creativity> (accessed: 14.10.2024)

REFERENCES

- 1 Ob utverzhdenii Konceptii razvitija kreativnyh industrij na 2021–2025 gody. Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 30 nojabrja 2021 goda No. 860. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2100000860> (data obrashhenija: 20.08.2024). (In Russian).
- 2 Korporativnyj fond podderzhki kreativnoj industrii sozdatut v RK. URL: <https://kapital.kz/economic/114435/korporativnyy-fond-popodderzhke-kreativnoj-industrii-sozdatut-v-rk.html> (data obrashhenija: 20.08.2024). (In Russian).
- 3 UK Government. Creative Industries Economic Estimates. London: UK Government. 2022, p. 50. (In English).
- 4 U.S. Bureau of Economic Analysis. Arts and Cultural Production Satellite Account. Washington, 2022, p. 120. (In English).
- 5 Kim S. The Creative Economy in South Korea: Past Successes and Future Prospects. Seoul: Kim. 2022, p. 200. (In English).
- 6 Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin Books, 2001, p. 256. (In English).
- 7 Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002, p. 432. (In English).
- 8 Throsby D. Economics and Culture. Cambridge: Cambridge University Press, 2001, p. 284. (In English).
- 9 Oakley K., O'Connor, J. The Routledge Companion to the Cultural Industries. London: Routledge, 2015, p. 432. (In English).
- 10 KEA European Affairs. The Economy of Culture in Europe. Brussels: European Commission, 2006, p. 134. (In English).
- 11 Zhuparova A., Mukusheva A. (2021) Razvitie kreativnogo sektora v Kazahstane // Zhurnal jekonomicheskikh issledovanij i biznes-administrirovaniya. No. 137(3). P. 67–76. (In Russian).
- 12 Creative Industries Sector Deal. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal> (accessed: 20.08.2024). (In English).
- 13 Kazakhstan steps up creative economy development. URL: <https://astanatimes.com/2023/12/kazakhstan-steps-up-creative-economy-development/> (data obrashhenija: 07.10.2024). (In English).

14 Facts and Figures. URL: <https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures> (accessed: 07.10.2024). (In English).

15 Digital Transformation Profoundly Impacting Production, Consumption of Creative Goods, Services. URL: <https://www.bignewsnetwork.com/news/274452280/digital-transformation-profoundly-impacting-production-consumption-of-creative-goods-services-creative-economy-outlook-2024> (accessed: 07.10.2024). (In English).

16 Creative Industries Mapping Report. URL: <https://kazakhstan.britishcouncil.org/programmes/arts/creative-industries-mapping-report> (data obrashhenija: 07.10.2024). (In English).

17 World Bank – Creative Economy. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/creativity> (accessed: 14.10.2024). (In English).

ЯЛКУНОВ М.У.,¹

докторант.

e-mail: 23241048@turan-edu.kz

ORCID ID: 0009-0006-8753-847X

ХАДЖИЕВА Г.У.,*¹

э.ф.к., профессор-зерттеуші.

*e-mail: g.khajiyeva@turan-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-8889-543X

КАРАБЧУК Т.С.,²

PhD, қауымдастырылған профессор.

e-mail: tkarabchuk@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5794-0421

¹«Тұран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

²БАӘ университеті,

Абу-Даби қ., БАӘ

ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ СЕКТОРДЫҢ ӨСУ ФАКТОРЛАРЫ: ҚАЗАҚСТАН МЕН ҰЛЫБРИТАНИЯДАҒЫ ШЫҒАРМАШЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯЛАРДЫ ДАМУ ТУРАСЫНДАҒЫ КОНЦЕПЦИЯЛАРЫН ШОЛУ

Андатпа

Бұл мақала Қазақстандағы шығармашылық экономика секторының даму алғышарттарын зерттеуге және әлеуетін анықтауға арналған. Жұмыстың негізгі мақсаты – креативті индустриялардың тұрақты өсуіне ықпал ететін негізгі факторларды анықтау, Қазақстанның «2021–2025 жылдарға арналған креативті индустрияларды дамыту тұжырымдамасы» мен Британдық «Creative Industries Sector Deal» мемлекеттік бағдарламасының салыстырмалы талдауы арқылы. Зерттеуде мемлекеттік қолдау, инвестициялық белсенділік, инфрақұрылымдық жобалар мен кадрларды даярлау сияқты факторларды бағалаудың жүйелі әдеби шолуы, салыстырмалы және сындарлы талдау әдістері пайдаланылады. Зерттеудің ғылыми маңыздылығы Қазақстандағы креативті сектордың өсуіне әсер ететін экономикалық, әлеуметтік және институционалдық факторлардың жүйеленуі мен бағалануында. Жұмыстың практикалық маңыздылығы алынған нәтижелерді креативті секторды дамытуға бағытталған стратегияларды әзірлеуде қолдану мүмкіндігімен байланысты, бұл оның экономикаға қосқан үлесін арттырып, Қазақстанның халықаралық бәсекеге қабілеттілігін арттыруға көмектеседі. Зерттеу нәтижелері инновациялық экономика пәні бойынша жаңа бөлімді дайындау үшін пайдаланылуы мүмкін, сонымен қатар креативті экономика саласындағы сарапшылар үшін белгілі бір құндылыққа ие.

Тірек сөздер: шығармашылық экономика, өсу факторлары, даму, инвестиция, бәсекеге қабілеттілік, зияткерлік капитал, шығармашылық.

YALKUNOV M.U.,¹

PhD student.

e-mail: 23241048@turanaedu.kz

ORCID ID: 0009-0006-8753-847X

KHADJIEVA G.U.,¹

PhD, research professor.

e-mail: g.khajiyeval@turanaedu.kz

ORCID ID: 0000-0002-8889-543X

KARABCHUK T.S.,²

PhD, associate professor.

e-mail: tkarabchuk@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5794-0421

¹Turan University,

Almaty, Kazakhstan

²UAE University,

Abu Dhabi, UAE

**FACTORS OF GROWTH IN THE CREATIVE SECTOR:
AN OVERVIEW OF THE DEVELOPMENT CONCEPTS
OF CREATIVE INDUSTRIES IN KAZAKHSTAN AND THE UK**

Abstract

The article is dedicated to exploring the prerequisites and identifying the development potential of the creative sector in Kazakhstan. The main objective of the work is to determine the key factors contributing to the sustainable growth of creative industries through a comparative analysis of Kazakhstan's "Concept for the Development of Creative Industries for 2021–2025" and the British "Creative Industries Sector Deal." The study employs methods of systematic literature review, comparative, and critical analysis to assess factors such as government support, investment activity, infrastructure projects, and workforce training. The scientific significance of the research lies in the systematization and evaluation of the impact of economic, social, and institutional factors on the growth of the creative sector in Kazakhstan. The practical significance of the work is associated with the potential use of the findings to develop strategies aimed at advancing the creative sector, which will enhance its contribution to the economy and improve Kazakhstan's international competitiveness. The results of the study may be used to prepare a new section for the course on innovative economics and hold certain value for experts in the field of creative economy.

Key words: creative economy, economic growth, investment, competitiveness, intellectual capital, state support, infrastructure.

IRSTI 06.81.55
UDC 339.972
JEL M3

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-129-143>

KARGABAYEVA S.T.,^{1*}

c.e.s., associate professor.

*e-mail: ksauleshka@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-9932-7676

TOREKULOVA U.,¹

PhD, associate professor.

e-mail: uldana777@mail.ru

ORCID ID: 0009-0000-2900-7319

KENESHBAYEV B.,²

PhD., senior lecturer.

e-mail: keneshbayev_bektur@ayu.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-4504-1418

KARGABAYEVA D.,³

m.t.s., PhD student.

e-mail: kargabaevadinara84@gmail.com

ORCID ID: 0009-0008-4907-3397

¹Turan University,

Almaty, Kazakhstan

²Khoja Akhmet Yassawi

International Kazakh-Turkish University,

Turkestan, Kazakhstan

³Al Faraby Kazakh National University,

Almaty, Kazakhstan

PROBLEMS OF BRAND FORMATION AND DEVELOPMENT IN CASE OF ALMATY CITY

Abstract

The city brand allows creating a special tourist focus and facilitates effective communication with the local community. The objectives of the city brand are to increase the city's recognisability, increase its attractiveness to tourists, attract investment and create a holistic image of the city reflecting cultural values and national identity. The article analyses the problems of formation and development of the city brand of Almaty, the key centre of Kazakhstan, known for its cultural and historical significance. Despite its rich heritage and strategic location, Almaty is facing various challenges in creating an effective brand. The article discusses the main aspects affecting the city's image, such as infrastructural deficiencies, insufficient integration of the local population into the branding processes, as well as competition. branding processes, as well as competition with other cities in the region. On the basis of qualitative and quantitative analyses conducted through surveys and interviews with local residents and tourists, the main barriers to successful brand promotion were identified. The article offers recommendations on improving the city branding strategy, including community engagement, infrastructure development and the use of digital technologies to promote the image of the city. The results of the study may be useful for state and local authorities and all stakeholders seeking to improve the overall perception of Almaty as an attractive place to live and invest.

Key words: city brand, brand identity, brand wheel, tourism, urban development, competitive advantage.

Introduction

In the context of widespread globalization and global crises, every city faces intense competition with major cities worldwide to capture attention, attract tourists, and generate revenue. Research by foreign scholars indicates that a city's brand positively influences its economic and social development, revitalizing the urban environment and drawing in investments [1, 2]. In Kazakhstan, this concept

emerged later; however, Kazakhstani cities have begun to engage in this trend, with city administrations actively working on developing city brands and branding strategies.

Every city possesses its own unique historical and cultural identity, customs, and lifestyle, which should be highlighted when developing a city brand. A city brand establishes a genuine tourist destination and fosters effective communication with the local population. The primary goal of a city brand is to enhance the city's popularity, attract tourists and investments, create a cohesive urban identity, and showcase its cultural values and national consciousness.

The process of developing a city brand involves defining a positive image of the city, conducting thorough research and analysis of various aspects of the city, and ultimately creating the brand itself. City branding conveys the true values, aspirations, and unique identity of the city. This article focuses on the branding efforts of Almaty.

A crucial step in creating a city brand is designing a city logo. Attention must be given to specific graphic symbols that represent the city's unique qualities, as well as to the region's landscape, climate, historical, national, and cultural attributes. This approach leads to a comprehensive understanding of the region and helps identify its distinctive features, resulting in a harmonious overall image.

The logo of Almaty reflects the growth of the city's tourism industry (figure 1). It incorporates historical, natural, cultural, and social characteristics of the region. According to the brand developers, the logo should retain its cultural and historical essence while aligning with modern development trends. The apple at the center symbolizes the core of the city, while the seven surrounding circles represent seven energy pathways. In Kazakh culture, the number seven holds sacred significance, embodying the traditions of the people and their aspirations for a brighter future. The inscription in Latin letters below the logo conveys the metropolis's openness and hospitality towards its visitors [3].



Figure 1 – Logo of Almaty city

Note: Compiled by the authors based on source [3].

The study addressed issues related to regional and city marketing, highlighting challenges in developing an effective city branding strategy. It is essential to involve stakeholders – namely, city administration, businesses, and residents – in this development process. By addressing the identified challenges and enhancing the city's strengths, it is possible to improve the local government's reputation, elevate the quality of life for residents, boost population growth, and positively impact the city's brand image.

Materials and methods

To study the needs and expectations of residents and tourists of Almaty, a survey of local residents and tourists of the city was conducted.

Respondents participated in the survey in person on the street and on phone filled out answers in a Google form. The survey comprised ten questions and was completed by six hundred city residents and guests aged 25 to 50. Among the respondents, 59% were women and 41% men. Since younger residents are often the most active and mobile, 70% of respondents were around the age of 35.

One of the questions asked was, «Do you like the city of Almaty?» The responses to this question are presented in figure 2.

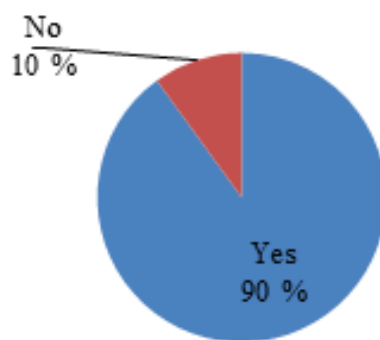


Figure 2 – Do you like the city of Almaty? the answer to the question

Note: Created on the survey results.

Most respondents answered “yes,” indicating a generally positive perception of the city.

Responses to the following questions provided insights into the perceived advantages and disadvantages of Almaty. Table 1 presents the most commonly mentioned pros and cons of the city.

Table 1 – Respondents’ Answers on the Advantages and Disadvantages of Almaty

Advantages	Disadvantages
Natural Environment, beautiful city landscape and surrounding mountains.	Ecological Issues, concerns about air pollution.
Ski Resorts, attractions like Medeu and Shymbulak.	High traffic volume and frequent traffic jams.
Well-developed city infrastructure.	Poor road quality, particularly in suburban areas.
A rich offering of theaters, museums, circuses, and cinemas.	Inadequate garbage collection and city cleanliness.
Known as a «City of Youth.»	Concerns regarding seismic safety.
The city serves as a financial and business center.	Insufficient parking spaces available.
Recreational Areas, includes parks, shopping and entertainment complexes, and restaurants.	Presence of wild markets and fairs.
Educational Opportunities, a high concentration of educational centers.	Few recreational facilities.
Good conditions for pedestrians and city buses, bicycle paths and places for sports have been created.	Insufficient development of infrastructure and transport on the outskirts of the city.
Note: Created on the survey results.	

Residents’ opinions regarding the attractions of Almaty were addressed in the next question of the survey. The responses are presented in table 2.

Notable mentions among the city’s sights included the Tabagan Mountain Ski Resort, Sharyn Gorge, Turgen Waterfall, and Yesik Lake. Additionally, the Almaty Metro was recognized as a positive aspect, with suggestions to expand it by constructing stations in suburban areas with larger populations.

When asked about where they obtain information regarding events and activities in the city, most respondents – predominantly young people – indicated that they rely on the Internet and social media platforms, such as Facebook, Tengri News, Instagram and Tik Tok (figure 3). Furthermore, residents mentioned that they also receive information about the city from friends and relatives.

Table 2 – Common answers from respondents about the sights of Almaty

Place	Main attractions
1	Kok-Tobe Hill, a popular hill with a cable car, a rotating restaurant, and panoramic views of the city.
2	Medeu Ice Rink, a world-renowned high-altitude ice rink, offering opportunities for ice skating and admiring the stunning mountain scenery.
3	Shymbulak Ski Resort with slopes for all levels of skiers and snowboarders, as well as stunning mountain views.
4	Parks, First President Park, Panfilov Park, Republic Square
5	Big Almaty Lake, Charyn Canyon, Kolsai Lakes outside the city
6	Almaty metro, a modern and efficient metro system with unique station designs.
7	Almaty Arena and Halyk Arena sports complexes
8	Theaters and Central State Museum of Kazakhstan
9	Mosques, Zenkov Cathedral
10	Kazakhstan hotel

Note: Created on the survey results.

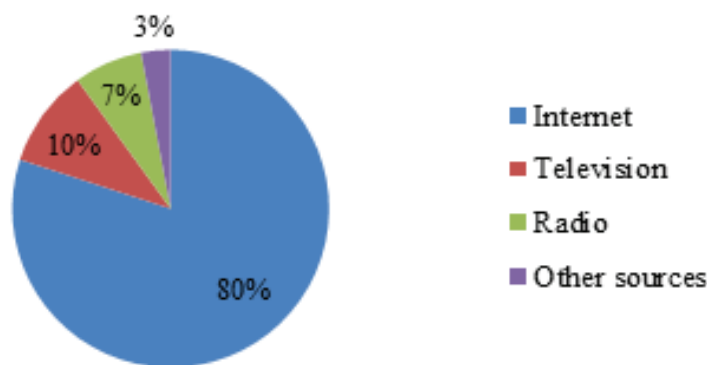


Figure 3 – «Where do you find information about cultural events and activities happening in the city?» responses to the question

Note: Created on the survey results.

In response to the question, “What role does mass media play in building and developing a city’s brand image?” 45% of respondents indicated that it has a negative impact. They noted that the media frequently covers unpleasant events and crime, which can detract from the city’s image. When asked “Is there enough information about the city?” most respondents expressed that there is inadequate information available about the city’s resorts and recreational facilities, and that festive events are not well advertised. They also pointed out the lack of social advertisements highlighting the city’s history and insufficient tourist information.

In the survey question, “What measures should be taken to enhance the attractiveness of the city’s image?” respondents provided the following suggestions:

- ◆ improve the environmental situation;
- ◆ ensure access to sports and recreational facilities for the public;
- ◆ increase public transport availability and create pedestrian-friendly conditions;
- ◆ develop the metro system further;
- ◆ repair roads in smaller areas on the outskirts of the city;
- ◆ construct modern buildings;
- ◆ produce and broadcast videos about Kazakhstan on high-rated foreign channels;
- ◆ host international image-building events;
- ◆ enhance public safety measures;
- ◆ promote city events through media and posters.

At the conclusion of the survey, two related questions were posed regarding residents' willingness to change their place of residence and their reasons for such a decision. The majority of respondents indicated that they do not wish to relocate to another city and offered several suggestions for enhancing the city's aesthetics. Only two individuals expressed a desire to move from Almaty to the suburbs or surrounding regions, citing air pollution as their primary concern.

In summary, the interviews revealed that many aspects of life in Almaty are not satisfactory for its residents. Addressing these shortcomings and amplifying the city's strengths could improve the local government's rating, enhance residents' quality of life, increase the population, and positively influence the city's brand reputation.

Moreover, local mass media should act as a vital link between the governing bodies and the community. They should highlight the issues that concern residents and advocate for solutions, as well as timely communicate plans for upcoming events in the city.

The establishment and evolution of a city brand is a strategic undertaking aimed at creating and promoting a unique and attractive image of the city. In order to analyze a city's brand effectively, it is essential to do a complete analysis of the city, identify strengths, weaknesses, opportunities and threats.

Strengths make the city of Almaty unique and attractive for living, working and relaxing, contributing to its development and prosperity. And weaknesses require attention and an integrated approach to solving in order to ensure sustainable development and improve the quality of life in Almaty.

Table 3 – SWOT analysis of Almaty city

Strengths	Weaknesses
<p>Almaty is surrounded by the picturesque mountains of the Trans-Ili Alatau, making it an ideal destination for lovers of nature and active recreation. Major natural features include: Medeu is a high-mountain sports complex, famous for its skating rink and ski slopes, Shymbulak is popular ski resort, Big Almaty Lake is one of the most beautiful places in the vicinity of the city, attracting tourists and local residents [4].</p> <p>Almaty has a rich cultural heritage and many attractions, such as: Ascension Cathedral is one of the tallest wooden buildings in the world. Central State Museum of the Republic of Kazakhstan is the largest museum in Kazakhstan, where the history and culture of the country is presented. Panfilov and Arbat streets, decorated with murals, create a unique atmosphere for walking.</p> <p>Almaty is an important economic center of Kazakhstan, playing a key role in the financial and business life of the country. The city is home to many banks, international companies and large corporations. A modern transport network, including an international airport, railways and highways, providing excellent connections with other regions and countries [4].</p> <p>Almaty is known for its educational and scientific institutions, and the city is a center for scientific research in various fields.</p> <p>Almaty has a temperate continental climate, with hot summers and mild winters, making it comfortable to live in. Numerous parks and green areas improve the quality of life and create a favorable environment [4].</p> <p>Almaty is a multinational city, which is reflected in its cultural diversity and rich social life. Cultural events, festivals and exhibitions are regularly held here, which help strengthen interethnic ties and mutual understanding.</p>	<p>Almaty faces transport infrastructure problems. The city often suffers from significant traffic jams, especially during rush hours, resulting in long delays and inconvenience for residents. Despite the availability of metro and bus routes, the public transport system is not always efficient enough to cover all areas of the city [4].</p> <p>Environmental issues remain an important issue for Almaty. Due to high levels of vehicular traffic and industrial activity, the city often faces air pollution problems, especially during the winter. The waste management and recycling system in Almaty needs modernization and improvement.</p> <p>Almaty, similar to many other major cities, grapples with the issue of social inequality. There is a significant income gap between different social groups, leading to economic and social tension. Uneven access to quality health, educational and social services in different areas of the city.</p> <p>The city is located in a seismically active zone, which makes it vulnerable to earthquakes: Almaty is at risk of earthquakes, which requires constant attention to building standards and safety measures.</p> <p>Some parts of the city's infrastructure are in need of modernization: in some areas of the city, the water supply and sewerage systems are outdated and require updating. There are problems with the reliability and stability of energy supply, especially during periods of peak consumption.</p>

Continuation of table 3

Opportunities	Threats
<p>Almaty is an important tourist center due to its unique natural and cultural heritage: the Trans-Ili Alatau Mountains, high-altitude Lake Issyk, Charyn Canyon and other natural sites attract tourists all year round. Festivals, exhibitions, concerts and other cultural events contribute to the development of cultural tourism. Medeu and Shymbulak attract winter sports enthusiasts not only from Kazakhstan, but also from other countries.</p> <p>Almaty is the economic center of Kazakhstan with developed financial and business structures. The city is the country's financial hub, with the headquarters of many banks and financial institutions located. Developed infrastructure and support for innovation make Almaty attractive for new businesses and start-ups, especially in the field of IT and technology. Almaty has a favorable geographical location and is an important transit hub between Europe and Asia, which contributes to the development of international trade and investment. The city is known for its educational and scientific institutions, which contribute to the development of intellectual potential.</p> <p>Cultural diversity and diversity contribute to the social and cultural life of the city.</p> <p>Modern infrastructure and opportunities for further urbanization offer prospects for improving the quality of life. A well-developed transport network and the planned expansion of the metro improve connections between different parts of the city and facilitate the movement of residents and visitors. The active development of new residential complexes and the modernization of old areas helps improve living conditions and attract new residents.</p> <p>Opportunities for the development of environmentally friendly technologies and sustainable urbanism. Implementation of programs to reduce air pollution, develop green areas and environmentally friendly transport. Investments in renewable energy projects such as solar and wind.</p>	<p>Almaty, like any large city, faces a number of threats that can hamper its development and the well-being of its residents. Almaty is one of the most polluted cities in Kazakhstan, due to the high concentration of cars and industrial enterprises. Air pollution adversely affects residents' health and diminishes their quality of life. The city is located in a seismic zone, which makes it vulnerable to earthquakes. This requires special attention to building codes and emergency preparedness.</p> <p>Rapid urbanization and migration in Almaty are leading to infrastructure overload, population growth and increasing social inequality. This puts pressure on the healthcare system, education and housing.</p> <p>The city's economy is affected by a variety of factors, including external economic conditions and fluctuations in energy prices. Economic instability can result in job losses and a decline in the population's standard of living. Almaty suffers from significant traffic congestion, which is associated with a high level of motorization and insufficient development of public transport. This leads to wasted time, increased fuel costs and additional air pollution.</p> <p>Deteriorating infrastructure, including roads, water and sewer systems, requires significant investment to upgrade and maintain.</p> <p>Climate change could result in more frequent and severe extreme weather events, including droughts and floods. This could negatively impact agriculture, water resources and the city's overall resilience to natural disasters.</p> <p>Population growth and economic inequality can contribute to increased crime rates, which affects residents' overall sense of safety and can reduce a city's attractiveness for investment and tourism.</p>
<p>Note: Compiled by the authors based on source [4].</p>	

Almaty offers numerous opportunities for growth across various sectors, including tourism, economics, education, culture, and sustainable development. The effective harnessing of these opportunities can foster the city's ongoing prosperity and enhance the quality of life for its residents.

But the city of Almaty with a population of one million faces many threats that require an integrated approach to overcome them. Measures are needed to improve the environmental situation, develop infrastructure, prepare for seismic risks and solve social problems. Sustainable development of the city should include the introduction of innovative technologies and management methods, as well as the active participation of the local community in resolving these issues.

Taking into account the strengths and weaknesses, opportunities and threats of the city of Almaty, we propose to develop a brand wheel for the city of Almaty, which will help clearly define the key elements of the brand that will be used to promote it. We know, the brand wheel includes the core of the brand, its attributes, values, benefits and personality.

Thus, we propose to consider the Almaty city brand wheel from our point of view.

Attributes: Mountains, green parks, clean lakes, ski resorts. Museums, theaters, architectural monuments, traditions. Financial and business center of Kazakhstan, developed infrastructure. Universities, research institutes, international schools. Opportunities for mountain sports, trekking, mountaineering.

Benefits: The pleasure of living and visiting a city rich in cultural events and natural beauty. A sense of belonging to a dynamic and cosmopolitan community. Access to quality urban infrastructure and services. Educational, career and business opportunities in a fast-growing city.

Values: Friendliness and openness of city residents. Support for new technologies and start-ups. Committed to conservation and environmentally friendly solutions. Respect for cultural traditions and diversity.

Personality: Almaty is open to new ideas and people from different countries. The city is constantly developing and modernizing. Almaty successfully combines urban dynamics and natural beauty. The city preserves its unique traditions and culture.

Brand essence: Almaty is a city that combines a rich cultural heritage with dynamic economic development and unique nature. In Almaty you will find harmony between the modern urban rhythm and the beautiful nature of the Trans-Ili Alatau mountains.

Formation and development of the brand Almaty requires a deep understanding of its unique characteristics and capabilities. Using the brand wheel concept will help city officials identify key brand elements and promote them effectively.

To comprehend a city's brand and formulate an effective strategy, it is essential to explore and appreciate the city's culture. This involves examining the factors that have shaped the city and understanding those that influence the values associated with its brand. By gaining insight into the city's culture and way of life, one can highlight the value of the city's brand and strategize for its development. A comprehensive branding strategy for the city must be developed and managed effectively.

A city's brand strategy serves as a model of its reputation, functioning as a strategic tool for embodying the city's values and acting as a catalyst for long-term success. The objective of this strategy is to create value that ensures the best possible living conditions for both residents and visitors. While the city itself may be viewed as an administrative space where people reside, the city brand encapsulates the emotions and psyche of the community.

Brands act as distinct identifiers among competing products and services, helping to reduce market uncertainty and save consumers time in their decision-making processes. Anholt [5] identified the strengths and weaknesses of the country's image according to six key parameters: culture, politics, commercial and human assets, investment potential and tourist attractiveness. Kavaratzis' [6] research highlights the importance of creating a framework that describes the processes of city branding and promotes economic development, investment and tourism, and the resolution of social problems; his approach to solving the problem can help cities strengthen their position in a competitive environment and increase the loyalty and engagement of local residents. When establishing a city brand, it is crucial to develop a strategy that highlights the city's historical evolution while showcasing its culture and traditions.

Branding is the process of identifying and showcasing personal qualities. In the context of city branding, it is essential to highlight the city's uniqueness in comparison to others. External communications should target specific groups, such as tourists or investors.

Government attention towards enhancing the city's value, competitiveness, and appeal to tourists has grown significantly. According to Burgess [7], city marketing focuses on leveraging the city's strengths and promoting it effectively [8]. The researchers provide relevant examples of how social platforms can influence the creation and distribution of branded content to target audiences [9]. Analyzing the interactions and presence of these cities on social media provides insight into how municipalities can more effectively engage with their communities and distribute brand messages, which will allow cities to increase their visibility and attract both tourists and investors. It goes beyond mere promotion for tourist attraction and financial gain; it encompasses the city's reputational value. While a marketing strategy often emphasizes profit from sales and consumption, a branding strategy seeks to establish enduring relationships with its audience.

Kleinova K., Urgeova J. looked at how policies and other government decisions can have both positive and negative effects on overall image, and they emphasized the role of not only government but also cultural and economic factors such as tourist attractiveness, exports, and national labor force in creating a holistic and attractive image of a country [10].

Muteshi K.H., Maina S.M. explore the interesting and increasingly relevant topic of country branding in a competitive global environment, proposing to move beyond a superficial perception of a country brand to a deeper, marketing-mix-based one. Countries are forced to compete not only for the attention of tourists, but also for investors, students, and potential residents [11]. Rather than limiting themselves to beautiful visuals, as most countries do, they emphasize the need for strategic country branding, which requires an understanding of a holistic approach to marketing.

Echattabi H. demonstrate the possibility for regions to independently form their own unique identity and attract investment based on local characteristics; the scientists emphasize the synergistic effect between regionalization and place marketing, which helps regions to attract resources and investment more effectively, thereby improving their economic potential [12].

Shaalán M., Durugbo C. focus on branding concepts and practices that play a key role in shaping positive images of cities and metropolises, highlighting multiple aspects including branding strategies, culture and creativity, identity and quality, which highlights the multifaceted nature of the city branding process [13]. This diversity of concepts provides insight into how different elements interact and influence the success of a city brand in attracting tourists.

Wahdania Suardi and other focus on three processes that urban branding goes through: planning and infrastructure, observation of other places, and brand representation on social media [14]. The use of different media formats, such as websites and social media, highlights the importance of digital platforms in contemporary branding, which is especially relevant in the era of digitalization.

Dejanovic A., Ljubojevic C., Lukic J. emphasize the importance of the city's history and culture, including language, customs, myths, symbols, and values [15]. This approach confirms that successful branding cannot be achieved solely on the basis of statistical data – a deep understanding of local traditions and cultural characteristics is necessary. This is important for creating an authentic brand that reflects the “core” of the city and its uniqueness.

Lukic J. and Dejanovic a note that an important point in the formation of city branding is the characteristics of the local population, their hospitality, friendliness and lifestyle [16]. These aspects form a unique atmosphere of the city, which can significantly affect its attractiveness to tourists and investors. In the digital age, when information about cities is instantly available through social networks and other platforms, local residents become “ambassadors” of their city, influencing its reputation and image. Taking into account the research of the above mentioned scientists, we conducted research on the issue of formation and development of branding of the city of Almaty. Our people are distinguished by hospitality, friendliness, and the city has its own unique way of life.

Results and discussion

Almaty has seen a steady increase in domestic tourism, especially noticeable after 2020. The pandemic has contributed to an increase in the interest of Kazakhstanis in traveling within the country, which has caused an uptick in tourist numbers coming to Almaty [17].

The indicators of domestic tourism in Kazakhstan have been on the rise for the second consecutive year. Official statistics reveal that in the first half of 2022, the number of domestic tourists accommodated in various facilities surged by 26% compared to the same period in 2021, reaching a total of 2.7 million (up from 2.1 million in the second quarter of 2021).

This figure for the first half of 2022 exceeds pre-pandemic levels, surpassing the 2 million recorded in the second quarter of 2019 by 600,000 tourists.

Accommodation establishments provided services amounting to 67.7 billion tenge, marking a 52% increase compared to the first half of 2021, when the figure was 44.6 billion tenge. This amount also surpasses the pre-pandemic level from the second quarter of 2019, which was 50.9 billion tenge.

Additionally, there has been a nearly 2.5-fold increase in the number of foreign tourists accommodated, reaching 292,000 compared to just 123,000 in the first half of 2021. From June 1 to August 8, 2022, over 100,000 foreign tourists from more than 160 countries visited Kazakhstan.

Almaty, in particular, is a major attraction for foreign tourists, as evidenced by the rapid growth in tourist numbers. By the end of 2022, the city welcomed a total of 1.8 million tourists, representing an increase of 588,561 (or 0.7 times) compared to the same period the previous year. Domestic tourists in Almaty rose by 1.4 times to reach 1 million, while the number of foreign tourists soared by 2.8 times to 270,100.

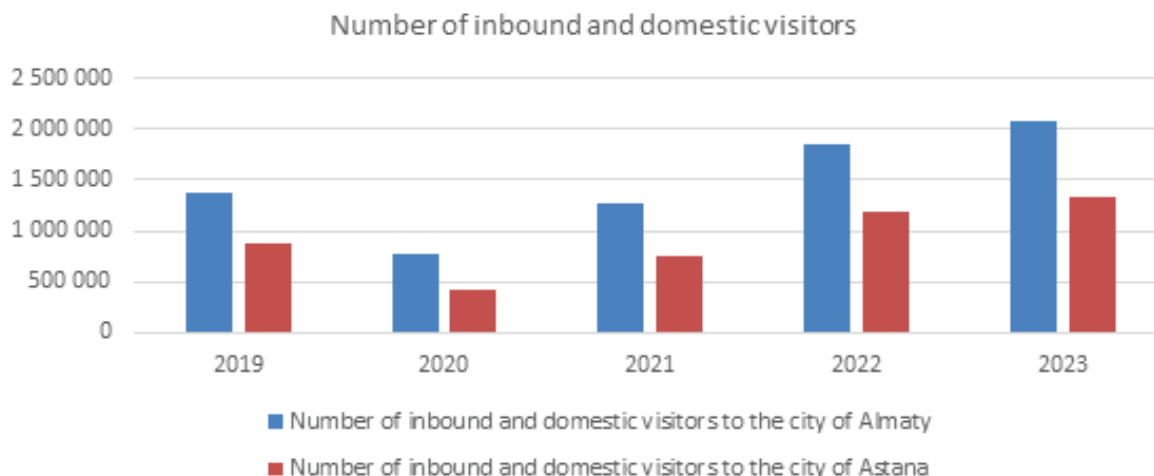


Figure 4 – Visitors to the city of Almaty and Astana

Note: Compiled by the authors based on source [18].

The number of accommodation establishments in Almaty has seen a notable increase of 17%, reaching a total of 383 units. This includes: 5-star hotels: 8 (2% share); 4-star hotels: 17 (4.5% share); 3-star hotels: 6 (1.6% share); uncategorized accommodations (without guest certificates): 238 (62.1% share). Other types (including chalets, houses in resort areas, guest houses, boarding houses, and camps): 114 (29.8% share).

Additionally, the total accommodation capacity in Almaty’s hotels has risen to over 24,300 beds, reflecting a 13.3% increase. The total volume of services provided by these accommodation facilities has reached 37 billion tenge, marking a significant doubling in service volume compared to previous periods.

In recent years, Almaty has been actively developing its tourism infrastructure. New hotels and entertainment complexes are being built, which helps attract tourists. The city also promotes its cultural and historical attractions, such as museums and historical monuments [17].

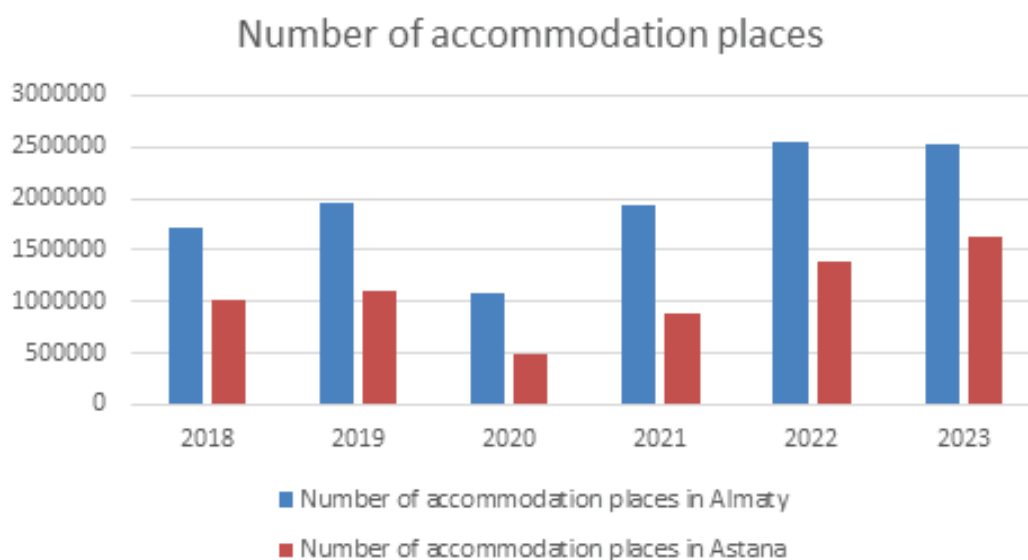


Figure 5 – Number of accommodation places in the city of Almaty and Astana

Note: Compiled by the authors based on source [18].

Almaty attracts significant investment in the tourism industry. For example, from 2019 to 2022, investment in the city's tourism infrastructure increased significantly, which contributed to improving the quality of service and expanding opportunities for tourists. Investments in the tourism sector increased by 47.7%, reaching 106.4 billion tenge or 6% of the total investments in fixed assets. As can be seen from Figure 5, accommodation locations in the city of Almaty have increased every year, this suggests that the flow of tourists into the city is increasing every year and they need to be accommodated in various hotels. Over the past 5 years, 12 hotels with 1,345 rooms have opened in Almaty, including chain hotels (Hilton, Accor and InterContinental) [18]. As you can see, the growth of indicators indicates an increase in the attractiveness of the city of Almaty. The largest number of tourists come to Almaty during the summer months, when the city offers many cultural events and natural beauty. Winter tourism is also developing thanks to ski resorts and other winter activities.

Analyzing the competitive environment of the city of Almaty and the position of other cities in the Central Asian region and on the international stage requires taking into account many factors, including economic development, infrastructure, attractiveness for investors and quality of life. If we consider the main competitors and the position of Almaty in comparison with other large cities in the region, we can identify the competitive advantage of the city of Almaty. Thus, the city of Astana, the capital of Kazakhstan, attracts significant investment due to its status as the political and administrative center of the country. The city is actively developing, including through major infrastructure projects and international events. Astana is known for its modern architecture and developed infrastructure, which makes it attractive for business and tourism. Thanks to planning and investment, Astana offers a high quality of life with modern housing conditions and developed public services.

Tashkent is an important economic, cultural center and capital of Uzbekistan, actively developing thanks to reforms aimed at attracting foreign investment and improving the business climate. Tashkent has a developed transport network, including a metro, and many new projects to improve urban infrastructure. The city offers a good quality of life with access to quality educational and health services. In recent years, various tourist tours have been organized to Tashkent and Samarkand, which are very attractive to residents of Almaty and throughout Kazakhstan.

Bishkek, the capital of Kyrgyzstan, is seeking to attract investment even as it faces economic challenges and political instability. Bishkek is developing its infrastructure, but it requires significant improvements to the transport system and urban environment. The quality of life in Bishkek is lower compared to Almaty and Tashkent due to limited economic opportunities and infrastructural problems.

Almaty has a strong competitive position due to economic development, developed infrastructure and high quality of life, which we noted in the SWOT analysis of the city. We also noted that the city faces a number of challenges, including air pollution and traffic congestion, that require solutions to maintain and strengthen its competitiveness. Comparison with other major cities in the region, such as Astana, Tashkent and Bishkek, shows that Almaty has significant potential for further growth and development, while remaining an attractive location for investment and residence.

The primary concern for the residents of Almaty is the city's ecological state, as highlighted by a survey indicating that Almaty ranks among the top one hundred most environmentally hazardous cities in the world, specifically holding the 95th position. The air quality in the city is severely affected, with a pollution level classified as seventh, compared to a standard level of nine, which is considered high. Notably, 65% of atmospheric pollution is attributed to vehicular emissions, with 11,877 stationary pollution sources recorded. The majority of these pollutants originate from the city's fuel and energy enterprises [17]. To address these pressing issues, a shift towards green energy consumption is imperative to replace traditional fuel-energy sources. The city's pollution problem is exacerbated by traffic congestion, suggesting that the development of metropolitan areas could alleviate both ecological and traffic challenges. Additionally, enhancing recreational facilities and parks accessible to the public could significantly improve the environmental situation.

Almaty also holds considerable potential as a regional tourism hub, particularly in mountain skiing and winter tourism. Ongoing efforts are focused on developing the necessary infrastructure to support this growth. To attract international visitors, it is crucial to produce promotional videos showcasing Almaty and distribute them through renowned international television channels. Social media has emerged as a vital marketing platform, leading city officials to engage foreign bloggers to report on Almaty and its surrounding regions [19].

Despite these initiatives, there seems to be a disconnect between consumers and city branding efforts, as many residents remain unaware of local events and initiatives. To combat this, recent budget allocations have been dedicated to enhancing communication from local authorities regarding state

and central efforts aimed at regional development across various sectors [19], ensuring that residents receive the necessary information about city activities.

Considering the problems branding of the city of Almaty, it is need to enhance strategic approaches to overcome existing challenges and improve the overall image of the city. New parks and green spaces need to be created to combat air pollution. This will not only improve the environmental situation, but also boost the city's appeal for both residents and tourists. Invest in public transport, increase the fleet of electric buses and expand metro networks. Introduce stricter emission standards for industrial enterprises and transport, modernize heating networks. It is necessary to conduct information campaigns among the population about caring for the environment and the importance of environmental responsibility, for example, not leaving garbage behind after vacation. The city administration should also collaborate with non-governmental organizations and universities to carry out environmental initiatives and activities, such as cleaning areas.

To improve the urban environment, it is necessary to develop smart city technologies. The “Smart Almaty” project is operating in the city, it is necessary, within the framework of this project, to develop technologies for managing traffic, lighting, utilities and other aspects of city life. So, in New York, smart trash cans have been developed that report when they are full. Unfortunately, our citizens still don't even sort their garbage.

To strengthen the cultural and historical heritage, it is necessary to create tourist routes around the city and its immediate surroundings, which include the historical and cultural attractions of the city of Almaty. To preserve and promote heritage, investment in the restoration and conservation of historical buildings and monuments is necessary, thereby highlighting the cultural richness of the city. It is also necessary to support museums and galleries, organize exhibitions and cultural events.

Of course, to promote the city's image, it is necessary to use digital marketing, that is, actively use social networks, websites and mobile applications, create interesting content with stories about the unique characteristics of the city and notify about upcoming events.

To improve the image and competitiveness of the city in the international arena, it is essential to make business relations with sister cities, conduct cultural festivals and joint research, joint business forums to attract investment, and exchange experiences in the development of urban infrastructure, which will improve the quality of life in both cities.

Conclusion

The formation and development of the brand of the city of Almaty is a complex and multidimensional process that requires an integrated approach and the active participation of all interested parties. Despite the existing problems, such as insufficient integration of the local population, infrastructure difficulties and competition with other cities, Almaty has significant potential for creating a unique and attractive brand. The application of the proposed recommendations, such as the involvement of citizens in branding processes, the development of infrastructure and the use of modern digital technologies, can significantly improve the image of the city and contribute to its further development. It is important that state bodies, business and local communities work together to achieve this goal, thereby creating a competitive and attractive image of Almaty for both tourists and investors. The future of the Almaty brand depends on joint efforts and sustainable strategies aimed at identifying and promoting the uniqueness of the city.

Thus, the development of the brand of Almaty should be aimed at solving existing problems by the administration and using the strengths and opportunities of the city to create an attractive and sustainable image. Investing in the city's ecology, improving transport infrastructure, managing urbanization, preserving cultural heritage and active marketing efforts will help Almaty become a more competitive and attractive city for residents, tourists and investors.

REFERENCES

- 1 Lucarelli A., Berg P.O. City Branding: A State-of-the-art Review of the Research Domain // Journal of Place Management and Development. 2011. No. 4(1). P. 9–27.
- 2 Hanna S., Rowley J. Place brand practitioners perspectives on the management and evaluation of the brand experience // The Town planning review. 2013. No. 84(4). P. 473–493.
- 3 Тойшибекова А. В Алматы представили туристический бренд города. – 2016 / Kazinform. URL: <https://dixinews.today/articles/zhizn/23856/>

- 4 Абуев А. Туризм в Казахстане: исследование отрасли, проблематика и перспективы. – 2023. URL: <https://optimism.kz/2023/11/22/turizm-v-kazahstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy>
- 5 Anholt S. How the world sees the world: the Anholt nation brands index // *Journal of Advertising Research*. 2005, no. 45(3), pp. 296–304.
- 6 Kavaratzis M. From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands // *Place Branding*. 2004. No. 1.
- 7 Burgess J. Selling places: Environmental images for the executive // *Regional Studies*. 1982. No. 16. P. 11–17.
- 8 Gyeonggi Research Institute. A study on the methodology of developing city brand Identity: cases of cities in Gyeonggi Province. 2007.
- 9 Branding Cities in the Age of Social Media: A Comparative Assessment of Local Government Performance / Efe Sevin in *Social Media and Local Governments*. 2016, pp. 301–320.
- 10 Kleinova K., Urgeova J. Country image and branding of Slovakia // *Zeszyty Naukowe SGGW Polityki Europejskie Finanse i Marketing*. June 2011. P. 50–58.
- 11 Muteshi K.H., Maina S.M. Beyond Nation Branding to Building CountryBrands through Marketing Mix // *The International Journal of business & management*. 2020. Vol 8. Issue 5. P. 11–14.
- 12 Echattabi H. Place branding and marketing and advanced regionalization in Morocco // *An opportunity for strengthening investment attractiveness. Revue Alternatives Managériales Economiques*. 2024. Vol 6. No. 3. P. 100–114.
- 13 Shaalan M., Durugbo C. City branding as innovation for tourism development: systematic review of literature from 2011 to 2023. April 2024. *Management Review Quarterly*.
- 14 Suardi W., Nurmandi A., Mutiarin D., PriyoPurnomo E., Pribadi U., Purwaningsih T., ZarinaZulkifli M., Younus M. A Historical Review for City Branding. Hyper Competition, Challenges, and Improvement Opportunities // *Journal Bina Praja*. March 2023. No. 15(1). P. 85–99.
- 15 Dejanovic A., Ljubojevic C., Lukic J. Defining and managing city brand essence: case study of Vranje // *Marketing*. December 2023. No. 54(2). P. 112–122.
- 16 Lukic J., Dejanovic A. The role and importance of people dimension in city branding in digital age // *Zbornik Mes, Conference: Mediji i ekonomija*. September 2022. No. 1(8).
- 17 Маулетбай С. На пиар Алматы за рубежом в 2021 году планируют потратить более 545 млн тенге. 2020. URL: <https://informburo.kz/novosti/na-piar-almaty-za-rubezhom-v-2021-godu-planiruyut-potratit-bolee-545-mln-tenge.html>
- 18 Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Статистика туризма. Динамические ряды. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (дата обращения: 21.06.2024)
- 19 Алматы стал лидером по количеству прибывших иностранных туристов. URL: <https://ru.sputnik.kz/amp/20240404/almaty-stal-liderom-po-kolichestvu-pribyvshikh-inostrannykh-turistov--43429383.html>

REFERENCES

- 1 Lucarelli A., Berg P.O. (2011) City Branding: A State-of-the-art Review of the Research Domain // *Journal of Place Management and Development*. No. 4(1). P. 9–27. (In English).
- 2 Hanna S., Rowley J. (2013) Place brand practitioners perspectives on the management and evaluation of the brand experience // *The Town planning review*. No. 84(4). P. 473–493. (In English).
- 3 Tojshibekova A. (2016) V Almaty predstavili turistichekij brend goroda. / *Kazinform*. URL: <https://dixinews.today/articles/zhizn/23856/>. (In English).
- 4 Abuev A. (2023) Turizm v Kazahstane: issledovanie otrasli, problematika i perspektivy. . URL: <https://optimism.kz/2023/11/22/turizm-v-kazahstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy>. (In English).
- 5 Anholt S. (2005) How the world sees the world: the Anholt nation brands index // *Journal of Advertising Research*, no. 45(3), pp. 296–304. (In English).
- 6 Kavaratzis M. (2004) From city marketing to city branding: towards a theoretical framework for developing city brands // *Place Branding*. No. 1. (In English).
- 7 Burgess J. (1982) Selling places: Environmental images for the executive // *Regional Studies*. No. 16. P. 11–17. (In English).
- 8 Gyeonggi Research Institute. A study on the methodology of developing city brand Identity: cases of cities in Gyeonggi Province. 2007. (In English).
- 9 Branding Cities in the Age of Social Media: A Comparative Assessment of Local Government Performance / Efe Sevin in *Social Media and Local Governments*. 2016, pp. 301–320. (In English).

- 10 Kleinova K., Urgeova J. (2011) Country image and branding of Slovakia // Zeszyty Naukowe SGGW Polityki Europejskie Finanse i Marketing. P. 50–58. (In English).
- 11 Muteshi K.H., Maina S.M. (2020) Beyond Nation Branding to Building CountryBrands through Marketing Mix // The Internationak Journal of business & management. Vol. 8. Issue 5. P. 11–14. (In English).
- 12 Echattabi H. (2024) Place branding and marketing and advanced regionalization in Morocco // An opportunity for strengthening investment attractiveness. Revue Alternatives Managériales Economiques. Vol. 6. No. 3. P. 100–114. (In English).
- 13 Shaalan M., Durugbo C. (2024) City branding as innovation for tourism development: systematic review of literature from 2011 to 2023. Management Review Quarterly. (In English).
- 14 Suardi W., Nurmandi A., Mutiarin D., PriyoPurnomo E., Pribadi U., Purwaningsih T., ZarinaZulkifli M., Younus M. (2023) A Historical Review for City Branding. Hyper Competition, Challenges, and Improvement Opportunities // Journal Bina Praja. March. No. 15(1). P. 85–99. (In English).
- 15 Dejanovic A., Ljubojevic C., Lukic J. (2023) Defining and managing city brand essence: case study of Vranje // Marketing. No. 54(2). P. 112–122. (In English).
- 16 Lukic J., Dejanovic A. (2022) The role and importance of people dimension in city branding in digital age // Zbornik Mes, Conference: Mediji i ekonomija. No. 1(8). (In Russian).
- 17 Mauletbaj C. Na piar Almaty za rubezhom v 2021 godu planirujut potratit' bolee 545 mln tenge. 2020. URL: <https://informburo.kz/novosti/na-piar-almaty-za-rubezhom-v-2021-godu-planiruyut-potratit-bolee-545-mln-tenge.html>. (In Russian).
- 18 Bjuro nacional'noj statistiki agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan. Statistika turizma. Dinamicheskie rjady. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (data obrashhenija: 21.06.2024). (In Russian).
- 19 Almaty stal liderom po kolichestvu pribyvshih inostrannyh turistov. URL: <https://ru.sputnik.kz/amp/20240404/almaty-stal-liderom-po-kolichestvu-pribyvshikh-inostrannykh-turistov--43429383.html>. (In Russian).

ҚАРҒАБАЕВА С.,*¹

Э.Ф.К., қауымдастырылған профессор.

*e-mail: ksauleshka@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-9932-7676

ТӨРЕКУЛОВА Ұ.,¹

PhD, қауымдастырылған профессор.

e-mail: uldana777@mail.ru

ORCID ID: 0009-0000-2900-7319

КЕНЕШБАЕВ Б.,²

PhD., аға оқытушы.

e-mail: keneshbayev_bektur@ayu.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-4504-1418

ҚАРҒАБАЕВА Д.,³

Т.Ф.М., докторант.

e-mail: kargabaevadinara84@gmail.com

ORCID ID: 0009-0008-4907-3397

¹«Туран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

²Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық

қазақ-түрік университеті,

Түркістан қ., Қазақстан

³әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

АЛМАТЫ ҚАЛАСЫ МЫСАЛЫНДА БРЕНДТІ ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЖӘНЕ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Андатпа

Қала бренді ерекше туристердің назарын аударуға және жергілікті қоғамдастықпен тиімді байланыс ортануға ықпал етеді. Қала брендінің мақсаты қаланың танымалдылығын, туристер үшін қала гартымдылығын

арттыру, инвестицияларды тарту, мәдени құндылықтарын және ұлттық сәйкестігін көрсететін қаланың толық келбетін жасау болып табылады. Мақалада Қазақстанның маңызды орталығының бірі, өзінің мәдени және тарихи маңыздылығымен әйгілі, Алматы қаласы брендінің қалыптасу және даму мәселелері қарастырылған. Алматының бай мұрасына және стратегиялық орналасуына қарамастан, тиімді брендін жасау үдерісінде түрлі қиындықтарға тап болады. Мақалада инфрақұрылымдық кемшіліктер, брендинг үдерсіне жергілікті халықтың жеткіліксіз бірігуі, сондай ақ аймақтың басқа қалалармен бәсекелестік, қала имиджына әсер ететін маңызды аспектілер қарастырылған. Сапалық және сандық талдау негізінде, жергілікті халықтан және туристерден сауаланама жүргізу арқылы брендті табысты жылжыту үшін негізгі кедергілер анықталған. Мақалада қоғамдастықтың қатысуы, инфрақұрылымды дамыту және қала имиджын жылжыту үшін цифрлық технологияларды пайдалануды қоса айтқанда, қаланың брендинг стратегиясын жетілдіру бойынша ұсыныстар берілген. Зерттеу нәтижелері Алматыны өмір сүру және инвестициялар үшін тартымды жер ретінде ойды жақсартуға ұмтылатын мемлекеттік, жергілікті билік органдарына және барлық қызығушылық білдірген органдарға пайдалы болады.

Тірек сөздер: қала бренді, брендтің сәйкестігі, бренд деңгелегі, туризм, қаланың дамуы, бәсекелестік артықшылық.

КАРГАБАЕВА С.Т.,*¹

к.э.н., ассоциированный профессор.

*e-mail: ksauleshka@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-9932-7676

ТОРЕКУЛОВА У.,¹

PhD, ассоциированный профессор.

e-mail: uldana777@mail.ru

ORCID ID: 0009-0000-2900-7319

КЕНЕШБАЕВ Б.,²

PhD., сениор-лектор.

e-mail: keneshbayev_bektur@ayu.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-4504-1418

КАРГАБАЕВА Д.,³

м.т.н., докторант.

e-mail: kargabaevadinara84@gmail.com

ORCID ID: 0009-0008-4907-3397

¹Университет «Туран»,

г. Алматы, Казахстан

²Международный казахско-турецкий университет им. Ходжи Ахмеда Ясави,

г. Туркестан, Казахстан

³Казахский национальный университет им. аль-Фараби,

г. Алматы, Казахстан

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ БРЕНДА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА АЛМАТЫ

Аннотация

Бренд города позволяет создать особый туристический фокус и способствует эффективной коммуникации с местным сообществом. Целями бренда города являются повышение узнаваемости города, увеличение его привлекательности для туристов, привлечение инвестиций и создание целостного образа города, отражающего культурные ценности и национальную идентичность. В статье анализируются проблемы формирования и развития бренда г. Алматы, ключевого центра Казахстана, известного своей культурной и исторической значимостью. Несмотря на богатое наследие и стратегическое расположение, г. Алматы сталкивается с раз-

личными вызовами в процессе создания эффективного бренда. В статье рассматриваются основные аспекты, влияющие на имидж города, такие как инфраструктурные недостатки, недостаточная интеграция местного населения в процессы брендинга, а также конкуренция с другими городами региона. На основе качественного и количественного анализа, проведенного посредством опросов и интервью с местными жителями и туристами, выявлены основные барьеры для успешного продвижения бренда. В статье предлагаются рекомендации по совершенствованию стратегии брендинга города, включая вовлечение сообщества, развитие инфраструктуры и использование цифровых технологий для продвижения имиджа города. Результаты исследования могут быть полезны государственным органам, местным органам власти и всем заинтересованным сторонам, стремящимся улучшить общее восприятие г. Алматы как привлекательного места для жизни и инвестиций.

Ключевые слова: бренд города, идентичность бренда, колесо бренда, туризм, городское развитие, конкурентное преимущество.

Article submission date: 01.07.2024

FTAXP 06.71.07

ӘОЖ 334.7

JEL Q13

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-144-159>

КУАТБЕКОВА Р.Н.,¹

докторант.

e-mail: kuatbekova_91@mail.ru

ORCID ID: 0009-0005-9584-5800

МУХАМЕДХАНОВА А.Б.,^{1*}

PhD, аға оқытушы.

*e-mail: dia-2808@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2685-6125

КАРИМОВ Д.М.,²

Э.ғ.к., доцент.

e-mail: karimov.diyor65@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6050-1806

СЕЙТОВА В.Н.,¹

PhD, аға оқытушы.

e-mail: Vilena_11@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4404-4916

¹М. Әуезов атындағы Оңтүстік

Қазақстан университеті,

Шымкент қ., Қазақстан

²Мирзо Ұлықбек атындағы Өзбекстан

ұлттық университеті,

Ташкент қ., Өзбекстан

ЕТ ӨНДІРІСІНДЕГІ КӘСІПКЕРЛІК ҚҰРЫЛЫМДАРДЫҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ БӘСЕКЕЛІК ҚАБІЛЕТТІГІН АРТТЫРУ

Андатпа

Мақалада Қазақстандағы ет бағытындағы кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда олардың өндірісіне ендірілген инновациялық қызметтерге талдау жүргізілген. Кәсіпкерлік құрылымдардың болашаққа стратегиялық бәсекелік қабілеттігін арттыруда инновациялық қызметтерді ет өндірісіндегі кәсіпкерлік құрылымдардың инновациялық кооперация және технологиялық интеграциялық бірлесу негізінде жаңа инновациялық өнімдерді өндіру олардың өндіріс көлемін, сапасы мен тиімділігін арттырады. Инновациялық кәсіпкерлікке негізделген ЖШС «Ордабасы құс» компаниясы жаңа идея мен мүмкіндіктерді үнемі іздестіруге негізделген, инновацияға бағытталған ұйымдастыру мен басқарудың жаңа тәсілін қолданған Қазақстандағы алғашқы инновациялық кәсіпорын екендігі анықталды. Бұл кәсіпкерлік құрылымда ондаған жаңа өндірістік, үрдістік, өнімдік және маркетингтік инновацияларды өз кәсіпорындарына енгізу негізінде жаңа өнімдерді шығару, өнімдердің ассортиментін кеңейту, өнім сапасын жақсарту, сату арнасын анықтау, өзіндік құнын төмендету есебінен өнім мен кәсіпорынның бәсекелестік қабілеттілігін арттыруға қол жеткізді. Қазақстанның ет өндірісіндегі кәсіпкерлік құрылымдарының: ауыл шаруашылығы кәсіпорындары, өндірістік кооперативтер, шаруа (фермер) қожалықтары, жеке кәсіпкерлер, жеке қосалқы шаруашылықтар аралық кооперациялық байланыс негізінде инновациялық өндірістік бірлестіктер (кооперативтер) құру негізінде ет пен ет өнімдерін (өндіру-өңдеу-сату) қызметтерін бірлесе атқаруды авторлар ұсынады. ЖШС «Ордабасы құс» құс компаниясы екі стратегиялық өсу жолын: 1) КСИӨ - «кері стратегиялық интеграциялық өндіріс» негізінде – асыл тұқымды күрке құсы жұмыртқаларын өндіруге бағытталған аналық күрке құс табының бағатын «инновациялық өндіріс» құру; 2) АЖСИӨ - «алға жүруші стратегиялық тік интеграциялық өндіріс» негізінде – кеңейтілген қайта өндірісті қарқынды дамыту мақсатында аналық күрке құс табының орнын басуға жас күрке балапанын өсіретін «инновациялық өндіріс» құру ұсынылады.

Тірек сөздер: инновация, құс еті саласы, кооперация, ұйымдық инновация, инновациялық-кооперация, ет өнімдері, ет өңдеу, инновациялық өнімдер, инновациялық өндіріс, маркетингтік инновация.

Кіріспе

Нарық жағдайында етті мал шаруашылығы салаларындағы кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру олардың тікелей өндірісіне ендіріліп жатқан инновациялық қызметтерге тікелей байланысты.

Кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігін арттырудың өндірістік және қызметтік амал тәсілдерін, бәсекелес құрылымдарда өз өндірісінде амал тәсілдерді қолдана отырып, инновациялық жетістіктерді өндірісіне енгізуден қажетті нәтижеде бәсекелік үстемдіктерін арттыруға мүмкіндік береді. Сондықтан қазіргі нарық жағдайында кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігін қалыптастырудың жолдарын анықтау өзекті болып табылады. Егер бәсекелестік үстемдіктерді дамыту жолдары мен кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігімен сәйкестік болса, онда өндірістік бәсекеге қабілеттілік өндіріс ресурстары мен факторлардың көлемі мен сапасына, өндіріс тәсілімен, оны ұйымдастыру жолдары негізінде қалыптасатыруға болатынын айтқан жөн [1].

Кәсіпкерлік құрылымдардың стратегиялық бәсекеге қабілеттілігі, кәсіпкерлік құрылымдарды басқарудың амалдары мен факторлары және өндіріс құрал-жабдықтары мен озық технологияларды инновациялық жаңа, тиімді жолмен қолдану, одан қосымша пайда табу қабілетіне негізделі қалыптасады.

Материалдар мен әдістер

Зерттеу барысында заманауи талдау әдістері, оның ішінде талдау және синтез, индекстік талдау, болжауға мүмкіндік беретін өткен тәжірибелерге негізделген эксперттік бағалау, салыстыру және қорытындылау әдістері қолданылды.

Басқарудың негізгі амал тәсілдерін жинақтау мен дамытуды жолға қоятын инновациялық қызметтер, зияткерлік капитал мен ақпарат кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігін стратегиялық деңгейге дейін арттыру жолдары ретінде маңызды рол атқаратынын атап өту қажет.

Жоғарыда кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілігінің стратегиялық деңгейі бәсекелестік үстемділіктерді болашаққа тұрақты қалыптастыру және дамуын, бәсекеге қабілеттілікті белгіленген үстемділік деңгейге арттыру амал тәсілдерін инновацияға негізделген деп атауға лайық [2].

Қазақстанда инновациялық кәсіпкерлік құрылымдарды дамыту стратегиясы ауыл шаруашылық саласы, соның ішінде ет бағытындағы мал шаруашылығы саласын келешекке дамыту мақсатында елді азық-түліктік ет өнімдерімен қамтамасыз етуді алға қояды. Ет бағытындағы мал шаруашылығы саласын стратегиялық даму кәсіпкерлік шаруашылық қызметтерді атқарудың жаңа мүмкіндіктерін ашып, инновациялық жетістіктерді, жаңалықтарды өндіріске ендіруге, кәсіпкерлік құрылымдардағы шектеулі материалдық-қаржылық ресурстарды пайдаланудың инновациялық жаңа көзқарастарын жүзеге асырады.

Яғни, бәсекелестік үстемдіктердің төменгі деңгейден жоғарғы деңгейге өсуін ынталандыратын амал тәсілдер, кәсіпкерлік құрылымдардың бәсекеге қабілеттілік деңгейлерін өндірістік кәсіпкерлік құрылымдардан стратегиялық бағытта дамитын кәсіпкерлік құрылымдар деңгейіне дамытуды ынталандыратын амал тәсілдерге сәйкес болады [3].

Нәтижелер мен талқылау

Стратегиялық басқаруды зерттеуші ұлы ғалым М.Портер өз еңбектерінде инновация негізінде бәсекеге қабілетті кәсіпкерлік құрылымдардың стратегиясын құрудың үш түрін қарастырады [4].

Стратегияны құрудың, бірінші түрі, бұл кәсіпкерлік құрылымдардың шаруашылық шығындарын ең төменгі деңгейде жұмсалуды бойынша лидерлікке жетуіне байланысты. Бұндай стратегияны құруда кәсіпкерлік құрылымдар, өндіріп жатқан өнімінің бірлігіне ең аз өзіндік құн

болуын қамтамасыз етеді, өнімді өткізу немесе сату барысында баға деңгейін төмендетіп өнімнің бәсекелік қабілеттілігін көтеріп, сатылу үлесін арттырады, табысты асырады.

Стратегияны құрудың, үшінші түрінде, нарықтың бір белгілі бөлшегін иелеу және кәсіпкерлік құрылымдардың өндірістік қуатын нарықтың сол бөлшегіне шоғырландыру және соны меңгеру. Нарық жағдайында өндіріліп жатқан өнімге сұранысты зерттей отырып, тұтынушыларға өнімнің шығынын төмендету, яки өндірісті терең мамандандыру арқылы немесе екі стратегияның түрін байланыстыра жүзеге асырса болатынын атап өтті [5].

Қазіргі нарық жағдайында кәсіпкерлік құрылымдардың стратегиясын дамытудың түрлері келесі элементтердің біреуінің немесе бірнешеуінің инновациялық өзгерісімен жүзеге асырылады: 1) өнім; 2) нарық; 3) сала; 4) сала ішіндегі кәсіпорынның орны; 5) технология. Осы айтылған 5 элементтің әр бірі екі жағдайдың бірінде болуы мүмкін: қазіргі жағдай немесе инновациялық жаңа жағдай. Мәселен, өнім өндіру бойынша, алдыннан өндірілетін өнім, немесе инновациялық жаңа өндірілетін өнімге өту шешімі болуы мүмкін» [6].

Ет бағытындағы кәсіпкерлік құрылымдар инновациялық стратегиялық бәсекелік қабілеттігін арттыру мақсатына түрлі амал тәсілмен жетеді. Мысалы, біріншіден, кәсіпкерлік құрылымдар өз өндірісінде өндірген өнім немесе қызметтің шығындарын қысқарту арқылы пайдасын арттырса, екіншіден, өнім мен қызметтердің тұтынушылар үшін пайдалылығын, сапасын арттыру негізінде табысын көбейтеді. Бұл осы кәсіпкерлік құрылымдардың материалдық, қаржылық және т.б. ресурстарын тиімді қолдануына байланысты және мақсатқа жету амал тәсілін таңдау, бұл кәсіпкерлік құрылымдар үшін стратегияны таңдау болып табылады.

Стратегия бұл кәсіпкерлік құрылымдардың ұзақ болашаққа даму бағыты, оның өндірісті ұйымдастыру жолы, қызмет, қолданатын техника және технологиясы, ішкі ұйымдастыру жүйесі, кәсіпорынның сыртқы ортаның өзгеруіне икемді өзгере отырып, өз мақсатына жету жолдары болып табылады [7].

Нысанының қызмет түрлеріне қатысты – кәсіпкерлік құрылымдар: өнім өндіру, инвестициялық және қаржылық қызметтарға байланысты өндірістік қызметтер ретінде зерттеледі. Егер инновациялық шешімдер өнімді өндіру технологиясының өзгеруіне (негізгі өндіріс үрдісінің өзгеруіне, өнімнің жаңа тұтынушылық құндылығының қалыптасуына) ықпал етсе, оларды өнімге бағытталған инновациялар ретінде қарастыру қажет.

Өндірістік инновациялар - кәсіпкерлік құрылымдарда өндірілетін жаңа өнімдерде, қызметтерде, өндірістік үрдістің технологияларында іске асырылады, жаңа өндірісті құру, өндірістік үрдіске жаңа элементтерді енгізуді білдіреді. Бұл, сонымен қатар, өндіріс тиімділігін арттыруға бағытталған технологиядағы, өндірістік жабдықтардағы елеулі өзгерістерді қамтиды [8].

Өнімдік инновациялар – техникалық, қызметтік, тұтынушылық сипаттамалары бар жаңа немесе едәуір жақсартылған, жетілдірілген материалдарды пайдалана отырып өндірілген өнімдерді өндіруден тұрады. Инновациялық өнімдер (қызметтер) кәсіпкерлік құрылымдар үшін жаңа немесе жақсартылған болуы тиіс.

Маркетингтік инновациялар – бұл кәсіпкерлік құрылымдарда жаңа маркетингтік тұжырымдамаларды немесе стратегияларды қолдану. Өнімнің дизайнында немесе қаптамасында, өнімді орналастыруда, нарықта жылжытудың жаңа тәсілдерін қолдану немесе баға белгілеуде айтарлықтай өзгерістер болуы мүмкін. Олар, сондай-ақ, ет және ет өнімдері үшін олардың сыртқы түрі үшін шешуші мәнге ие орамдағы өзгерістерді қамтиды [9].

Қазақстанның Түркістан облысында орналасқан, күрке етін өндіруші және терең өңдеуші ЖШС «Ордабасы құс» компаниясы басқа кәсіпкерлік құрылымдар сияқты өз өндірісіне қосымша өндірістік құрылымды сатып алу, немесе, қосып алу арқылы, немесе, өз ішінен өндірісті кеңейте отырып, интеграциялық өсуді жүзеге асыруда. Екі жағдайда да саланың ішінде құс шаруашылығының кәсіпкерлік құрылымдық жағдайларының өзгеруі байқалады [10].

Мысалы, инновациялық кәсіпкерлікке негізделген ЖШС «Ордабасы құс» компаниясы жаңа мүмкіндіктерді үнемі іздестіруге негізделген, инновацияға бағытталған басқарудың жаңа инновациялық тәсілдерін қолданушы Қазақстандағы алғашқы инновациялық кәсіпорындар екендігі анықталды.

Кесте 1 – ЖШС «Ордабасы құс» күрке компаниясында «өндіру-өңдеу-сату» технологиясымен жүзеге асырылған және болашаққа ұсынылатын инновация түрлері

Өндірістік, үрдістік инновациялар	Өнімдік инновациялар	Маркетингтік инновациялар
Жүзеге асырылған инновация түрлері:		
1. Инкубация өндірісі	1. Жас аналық шөже, 2. Жас еттік нәсілдік шөже.	1. Аналық шөже сату 2. Еттік нәсілдік шөже сату
2. Күркетауық еті өндірісі	3. Мұздалған күркетауық еті 4. Тоңазылған күркетауық еті	3. Монолит-гофро ыдыста сату 4. Вакуумдық ыдыста сату
3. Құсты сою, қайта өңдеу өндірісі	5. Қайта өңделген күрке еті 6. Вакуумдық ыдыста күрке еті 7. Етті сүйекті үн	5. Өңделген күрке етін сату 6. Вакуумдық ыдыста ет сату 7. Етті сүйекті үн сату
4. Қулинариялық қайта өңдеу өндірісі	8. Жартылай фабрикат, 9. Күрке еті консервілері 10. Ысталған құс еті 11. Құс шұжықтары 12. Пісірілген құс еті	8. Жартылай фабрикат сату 9. Банкте құс еті консервілері 10. Ысталған құс еті орамы 11. Шұжық, сосиска орамы 12. Пісірілген құс етін сату
5. Ұйымның меншікті азықтық жем өндірісі	13. Ұсақ, түйіршікті аралас-жем 14. Жемдік үн үшін аралас-жем	13. Өз өндірісін аралас-жеммен қамтамасыз ету
6. Көтерме сауда торлары 7. Бөлшек сауда, дүкендер	15. Көтерме сауда қызметі 16. Бөлшек сауда қызметі	14. Көтерме саудада сату 15. Фирма дүкендерінде сату
Болашаққа авторлардың ұсынған инновация түрлері:		
1. Отандық нәсілдік күрке жұмыртқа өндірісін құру 2. Жас аналық күрке шөжелер өсіру өндірісін құру	1. Отандық нәсілдік жұмыртқа 2. Нәсілдік шөжені аналық күрке тауыққа өсіру	1. Шаруа, жеке тұрғындар қожалығына жас еттік нәсілдік шөжелерді өсіруге сату 2. Жеке тұрғындар мен шаруаларға аралас жем сату
Ескертпе: Авторлармен [15] дереккөз негізінде құрастырылған.		

1-кестеде ЖШС «Ордабасы құс» компаниясы өнеркәсіп негізінде күрке тауық етін өндіру өндірісін, қалдықсыз технология арқылы, қызмет атқару мақсатында 7 өндірістік және үрдістік инновацияларды, 16 өнімдік инновацияларды және 15 маркетингтік инновацияларды өз өндірісіне ендіргенін байқаймыз. Сонымен бірге, бұл компанияға 2 өндірістік, 2 өнімдік және 2 маркетингтік инновацияны болашақта осы компанияның өндірісіне ендіруді авторлар ұсынады.

Стратегиялық дамудың болашақтық үлгісі ретінде әр бір ет өндіретін құс компаниясының ішінде ішкі өндірістік бөлімшелераралық интеграциялық байланыс негізінде құс етін «өндіру – өңдеу – буып-түю – сату» үрдістерін толық меңгеру мақсатында бір компанияның ішінде бірнеше «инновациялық өндірістер» арнайы технологияларымен (ет өндіру, ет өңдеу, шұжық және қазы өндірісі, аралас құрама жем өндірісі және т.б. – 7 бірлік), «өнімдік және қызметтік инновациялар» арнайы техника, жабдықтарымен (қазы мен шұжық, аралас жем және т.б. – 16 бірлік), «маркетингтік инновацияларды» (буып-түю, гофраыдыс, вакуумдық орама, көтерме, бөлшек сауда және т.б. – 15 бірлік) бір құс компаниясының ішінде жиылып, құрылуы, өнеркәсіптік негізде технологиялық интеграциялық байланысты бір компания ішінде ұйымдастыруды, ол жалпы өнімдердің қалдықсыз өз уақытында оңтайлы еттің өңделуі, сақталуы, буып-түюлуі, сатылуы технологиялық интеграциялық байланыстың артықшылығын толық пайдалауға мүмкіндік береді (1-кесте).

Өнімдік инновацияны жүзеге асыруда кәсіпкерлік құрылымдар келесі стратегияларды қолданады:

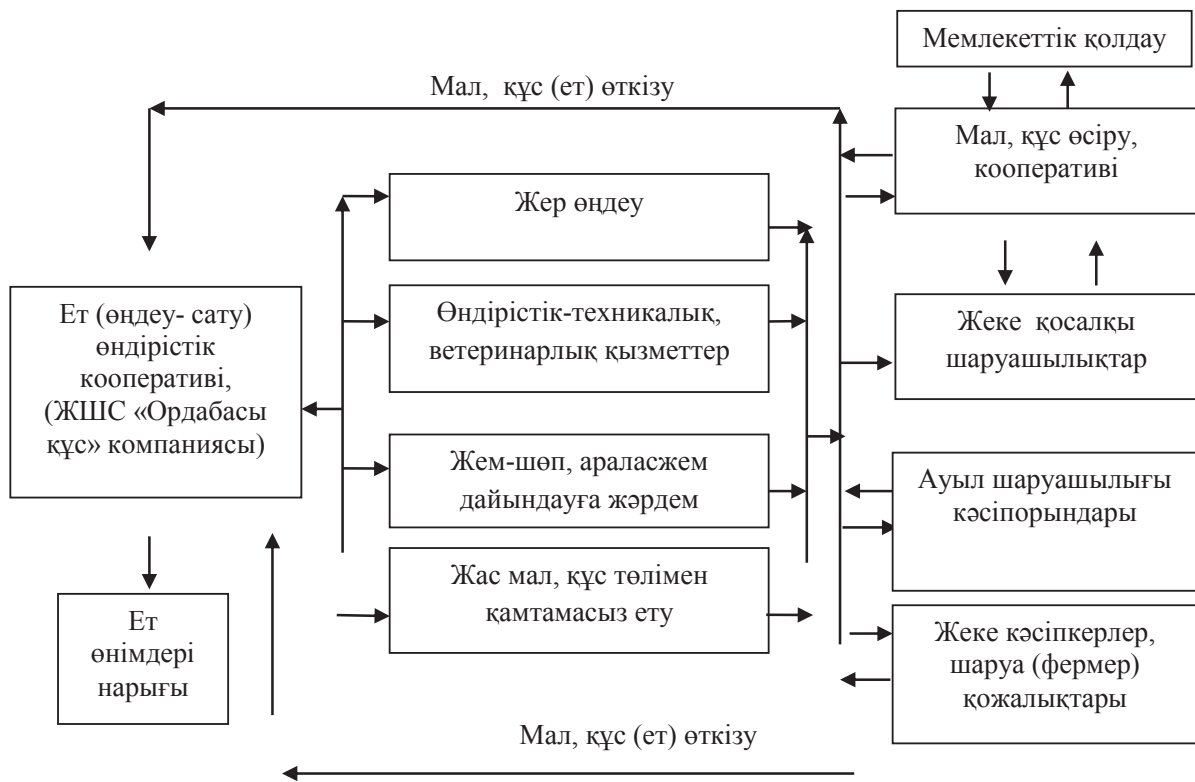
1) кәсіпкерлік құрылымдар өзінің шығарып жатқан өніміне өз нарығында ұтымды жағдайды қалыптастыруды көздейді, яғни нарықта өз позициясын арттыру стратегиясы. Бұл стратегия маркетингтік зерттеу нәтижесінде тиімді жүзеге асады, әсіресе кооперациялық байланыс негізінде құрылған кооперативтік құрылымдар өзіне бәсекелес құрылымдарды бақылауға мүмкіндік алады.

2) өнімді дамыту стратегиясы, кәсіпкерлік құрылымдардың игерген өз нарығында жаңа инновациялық өнімді өндіру арқылы стратегиялық өсуге негізделеді (Виханский, 1998).

Кәсіпкерлік құрылымдарды дамытудың негізгі стратегиясының бірі, ол кәсіпорынға жаңа инновациялық құрылымдарды қосу арқылы, кәсіпорынды ірілендіру, ұлғайтуға негізделген инновациялық интегралдық өсу стратегиясы болып табылады. Бұл стратегияны кәсіпкерлік құрылымдар өз өндірісінде шоғырландыру стратегиясын қолдана алмаған жағдайда, кәсіпорындар болашаққа қарқынды даму мақсатын көздей іс жүзіне асырады [11].

Кәсіпкерлік құрылымдарда өсу стратегиясының алға бастаушы тік интеграциялық стратегиясын қолдану бұл кәсіпкерлік құрылымдардың өнімдерін сатып алушылар мен тұтынушыларды бақылау мақсатында ортадағы делдал ұйымдардың қызметтерін өз меншігіне алу, өндірісіне ендіру мақсатында инфрақұрылымдық кәсіпорындарды құру, қосып алу, сатып алу арқылы кәсіпкерлік құрылымдарды дамытуға негізделеді [12].

Етті мал шаруашылығы кәсіпкерлік құрылымдарында өнімдер мен қызметтер көлемін арттыру зерттеліп жатқан етті мал шаруашылығын шикізат экономикасынан инновацияға бағытталған экономикаға, білім жаңалықтарына негізделген инновациялық өндірісті дамытуға қол жеткізеді. Инновация бұл жағдайда етті мал шаруашылығын қарқынды дамуын қамтамасыз ететін күшті ынталандыру тетігі болып табылады [13].



Сурет 1 – Ет (өндіру-өңдеу-сату) кооперативтік құрылымдар аралық байланыстар сызбасы

Ескертпе: Авторлар құрастырған.

Қазіргі таңда Түркістан облысында ет және ет өнімдерін өндіретін, өңдейтін құрылымдарды құру туралы іс шаралар жүргізілуде. Бұл жобаны іске асыру үшін етті мал шаруашылығы саласындағы ет және ет өнімдерін өндіретін кәсіпорындарды өнім өндіруге және қайта өңдеуге инновациялық интеграциялық бірлескен құрылым түрінде біріктірілуі қажет.

Ол кооперациялық және интеграциялық байланысқа негізделген және өндіріс, қайта өңдеу және сату кезеңдеріне қолайлы жағдайлар жасаудың орнықты жүйесі болуы керек [14].

Қазақстанның қазіргі таңда қалыптасқан ауыл шаруашылықтары кәсіпкерлік құрылымдарының: ауыл шаруашылығы кәсіпорындары, өндірістік кооперативтер, шаруа (фермер) қожалықтары, жеке кәсіпкерлер, жеке қосалқы шаруашылықтар аралық кооперациялық байланыс негізінде инновациялық өндірістік бірлестіктер (кооперативтер) құру арқылы ірі

қара мал еті мен ет өнімдерін (өндіру-өңдеу-сату) барлық қызметтерді бірлесе атқаруды автор ұсынады (1-сурет) [15].

Оған мысал ретінде, ЖШС «Ордабасы құс» компаниясы өз өндірісіне өнеркәсіптік негізде интеграциялық технологияның барлық кезеңдері мен сатыларын өз құрамына ендіріп шаруашылық жүргізуін атасақ болады. Бірақ, ЖШС «Ордабасы құс» компаниясында өзінде асыл тұқымды аналық күркені алмастыруға жас шөжелерді өсіру өндірісі қарастырылмаған. Тек, шет елден сатып алып келетін импорттық жұмыртқаға толық тәуелді. Бұл айтылған екі өндірісті ЖШС «Ордабасы құс» және ЖШС «Инфрастрой ЛТД» құс шаруашылығында қалыптастыру және дамыту басымды бағыт болып саналады, ол екі өндірісті жүзеге асыру бұл құс компаниялары үшін импорттық құс жұмыртқасын сатып алуға тәуелсіз шаруашылық қызметін атқаруға алып келетіні сөзсіз.

Олар өз кәсіпорындарында жұмыртқаларды өндіруге арналған нәсілді аналық күрке құсты сатып алып өздерінің жеке өндіріс құрылымдарын құруға және өздерінің өндірісінде ересек аналық күрке құсты алмастыру мақсатында кеңейтілген қарқынды қайта өндірісті қамтамасыз ету үшін жас күрке шөжелерді өсіретін жеке «инновациялық өндіріс» құрылым құруы тиіс [16].

Кесте 2 – Түркістан облысындағы құс компанияларында қолданыстағы және ұсынылатын ішкі шаруашылық инновациялық технологиялық интеграцияны ұйымдастыру түрлері

Құс шаруашылығы құрылымдары мен компаниялары	Өндірістік үрдістің кезеңдері мен сатылары						
	Аналық құс өсіру	Инкубациялау	Шөжені аналық құс алмастыруға өсіру	+ жұмыртқа өндірісі, +* құс еті өндірісі	Ет өнімдерін өңдеу	Көтерме сауда	Бөлшек сауда
1	2	3	4	5	6	7	8
Қалыптасқан және ұсынылатын ішкі инновациялық технологиялық интеграция түрлері							
ЖШС «Нарлен құс»	+	+	+	++*	+	+	+
ЖШС «Тассай құс»,	+	+	+	++*	+	+	+
ЖШС «Шымкент құс»	+	+	+	++*	+	+	+
ЖШС «Ордабасы құс»	КСИӨ	+	АЖСИӨ	+*	+	+	+
ЖШС «Инфрастрой ЛТД»	КСИӨ	+	АЖСИӨ	+*	+	+	+
Ескертпе: Авторлар құрастырған.							

2–кестеде Түркістан облысындағы құс компанияларында қолданыстағы және ұсынылатын ішкі шаруашылық технологиялық интеграцияның «өндірістік инновация» түрлерін ұйымдастыру суреттемесі бейнеленген.

ЖШС «Ордабасы құс» құс компаниясы екі стратегиялық өсу жолын: 1) КСИӨ – «кері стратегиялық интеграциялық өндіріс» негізінде – асыл тұқымды күрке құсы жұмыртқаларын өндіруге бағытталған аналық күрке құс табынын бағатын «инновациялық өндіріс» құру; 2) АЖСИӨ – «алға жүруші стратегиялық тік интеграциялық өндіріс» негізінде – кеңейтілген қайта өндірісті арқынды дамыту мақсатында аналық күрке құс табынының орнын басуға жас күрке балапанын өсіретін «инновациялық өндіріс» құру ұсынылады (Ускенов, 2018).

Түркістан облысы ЖШС «Ордабасы құс» компаниясы: ауыл шаруашылығы кәсіпорындары, ет өндірісі кооперативтері, шаруа (фермер) қожалықтары, жеке кәсіпкерлер, жеке қосалқы шаруашылықтары аралық кооперациялық және интеграциялық үрдістерді келісім-шарт негізінде инновациялық қызметтерді бірлесіп атқаратын құс балапанын бағу, бордақылау бойынша

өндірістік бірлестіктер (кооперативтер) құру арқылы құс еті мен ет өнімдерін (өндіру – өңдеу – сату) өндіретін кооперативтік құрылымдары аралық байланыстар сызбасын авторлар ұсынады.

ЖШС «Ордабасы құс» компаниясынан келісім-шарт негізінде, өндірістік кооперативтер, шаруа (фермер) қожалықтары, жеке қосалқы шаруашылықтарара кооперативтер табысты жұмыс істеу үшін қажетті барлық заттарды – құс шөжелері мен аралас жем, жанылғы өнімдері мен ветеринарлық қызметтер және т.б. қызметтерді құс компаниясынан толық қамтамасыз етіледі. Сонымен бірге келісім-шарт негізінде борақылауға алған ет өндіруші кәсіпкерлік құрылымдар, күрке шөжелерін толық өсіріп, бордақылағаннан кейін, құстарды ЖШС «Ордабасы құс» компаниясына өндірістік кооперативтер арқылы (өңдеу-сатуға) қайта тапсырады (Қазақстан Президентінің 18 қазан 2021 жылғы «Жеке қосалқы шаруашылықтары қызметтері бойынша қолданыстағы заңдарға жасалған өзгерістерде», 2021). Түркістан облысындағы етті мал шаруашылығы саласындағы кәсіпкерлік құрылымдардың шаруашылық қызметтерін, бүгінгі күнге дейін олардың шаруашылықтары шағын және орта көлемде болғаннан кейін, әсіресе жеке кәсіпкерлер, жеке қосалқы шаруашылықтар мен шаруа (фермер) қожалықтары, олар өздерінің шағын көлемдегі өндірістерін, өз меншігіндегі шектеулі шағын ресурстармен өздері шаруашылық қызметтерді атқарып келді [17].

Соңғы кездерде, жоғарыдағы айтылған ет саласындағы кәсіпкерлік құрылымдарға инфрақұрылымдық қызметтерді орындаушы орта және шағын кәсіпкерлікпен шұғылданып тұрған құрылымдардың санының жылдан-жылға артуымен, ет өндірісімен шұғылданып тұрған құрылымдарға керекті өндірістік ресурстарды, шикізаттарды, ветеринариялық қызметтер мен дәрі-дәрмектер, озық техника мен қондырғылармен қамту қызметтерін атқаруды олар келісім-шарт арқылы жүзеге асыру, дамып келеді. Сонымен бірге, кәсіпкерлік құрылымдар әсіресе жеке қосалқы шаруашылықтар өздерінің етке өсіріліп жатқан малын, тұрғылықты елді мекендегі отбасы немесе жеке қосалқы шаруашылықтар мен жеке кәсіпкерлер жиылып, етке малды өзара келісім жасап бірлесіп өсіруді, бордақылауды қолға алған [18].

Мысалы, Түркістан облысы, Сайрам ауданына қарасты Қарамұрт елді мекенінде ет өндірісімен шұғылданып отбасы немесе жеке қосалқы шаруашылықтар мен шаруа (фермер) қожалықтары етке бағылатын қарамалдарын жиып, 300–400 бас қарамалды етке бағатын шағын кооператив ұйымға, сәуір айынан бастап қазан айына дейін 6–7 ай, елді мекеннен тыс, тау бауырайындағы жайлауда (Машат аумағында) бағуды ұйымдастырған. Бағылатын қарамалдың әр-бір басына, әр айда 5000 теңге төленуі келісілген. Егер, бағылып жатқан қарамал иесіне малын сою немесе сату қажет болып қалған жағдайда, онда олар қалаған кезде малын алып кетуіне құқылы, қажет болса қалаған кезде басқа малдарды да, алып келіп қосып қойуына рұқсат [19]. Жиылған қарамалды бағып жүрген 3 жұмысшы (малшы), әр басқа төленетін келісілген жоғарыдағы есептік бағамен, әр айда жиналатын 1500–2000 мың теңгелік табысты: еңбек ақысына, мал бағуға жалданған жердің арендасына және т.б. бөліп, малды етке өсіруді, бордақылауды жүзеге асырған. Малды, елді мекеннен тыс сыртта етке бағудың бұл түрін, кооперация байланысы негізінде бірлесіп малды етке бағуды, бордақылауды ұйымдастырған «кооперативтік қызметтің» ең бір қарапайым түрі деп атасақ да болады.

Ет шаруашылығы саласындағы кейбір кәсіпкерлік құрылымдардың қызметтері кооперация негізінде байланысты құрып, жеке тұрғындар шаруашылықтары мен шаруа (фермер) қожалықтарының малдарына жем жеткізіп беруді, етке бағылатын малды сатып алуды, шағын және орта шаруашылықтар мен жеке отбасы қожалықтары өндірген өнімдерді жию, сатуды ұйымдастырып және т.б. инфрақұрылымдық қызметтерді атқаруды жүзеге асырып жатқандары анықталды [20].

Түркістан облысы аумағындағы ауыл шаруашылығына қарасты шаруашылық құрылымдардың саны 2022 ж. 84135 бірлікті құрды, оның ішінде жеке кәсіпкерлер мен шаруа (фермер) қожалықтары 74485 бірлік, жалпы 2019 жылмен салыстырғанда құрылымдардың саны 2,9%, жеке кәсіпкерлер мен шаруа (фермер) қожалықтары саны үш жылдың ішінде 10,1% қысқарғанын 3-кестедегі көрсеткіштерді талдаудан байқаймыз [21, б. 172–175].

Түркістан облысындағы ауыл шаруашылығы саласында кәсіпкерлік құрылымдардың саны 2019–2022 жж. ішінде өсу қарқыны 4,5%-ға өскеніменен, жеке қосалқы шаруашылықтары құрылымдары 1661 бірлікке артты, дегенмен басқа шаруашылық санаттары салыстырып талдап жатқан төрт жылдың ішінде қысқарғанын кестеден байқалады. Облыстағы жеке қосалқы шаруа-

шылықтардың саны жылдан-жылға артып келеді 2022 ж. 257,1 мың бірлікке жетті, немесе үш жыл ішінде, 0,7% өскенін байқаймыз.

Түркістан облысы бойынша соңғы үш жылдың ішінде, 2019 жылдан бастап 2022 жылға дейін, ауыл шаруашылығы жалпы өнімі 171,4 пайызға көбейгенін, соның ішінде мал шаруашылығы жалпы өнімі көлемі 130,9 млрд тг. өскенін 19 кестені талдау барысында байқаймыз. 2019 ж. облыстың жалпы ауыл шаруашылығы өніміндегі мал шаруашылығының жалпы өнімінің үлесі 43,9% құрағанын, 2022 жылға келе, бұл үлес 38,0% төмендегенін, яғни төрт жылдың ішінде 5,2%-ға төмендеп кеткені 3-кестеден көрінеді.

Кесте 3 – Түркістан облысы ауыл шаруашылығы санаттарындағы құрылымдар саны серпіні мен мал шаруашылығының жалпы өнімдегі үлесі, %.

Көрсеткіштер	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.	2022 ж. 2019 ж.,%
Ауыл шаруашылығы құрылымдарының саны, бірлік	86618	86349	84149	84135	97,1
соның ішінде:					
Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары	3784	3911	3979	3956	104,5
Жеке кәсіпкерлер, шаруа (фермер)					
қожалықтары	82804	82438	80170	74485	89,9
Жеке тұрғындар шаруашылықтары	255449	257063	256831	257110	100,7
Ауыл шаруашылығы жалпы өнімі, млрд. теңге	616,8	750,3	936,7	1057,8	171,4
соның ішінде:					
Мал шаруашылығы жалпы өнімі, млрд. тг.	270,8	304,7	362,2	401,7	148,3
Мал шаруашылығының жалпы ауыл шаруашылығындағы үлесі, %	43,9	40,6	38,7	38,0	86,5
Ескертпе: Авторлармен [21] дереккөз негізінде құрастырылған.					

Талдау барысында, облыстағы ауыл шаруашылығындағы барлық кәсіпкерлік құрылымдардың өндірген жалпы өнімі көлемінің серпінін талдау зерттеліп жатқан 2019–2022 жж. төрт жылдың ішінде жалпы өнім көлемі 71,5%-ға артқанын, соның ішінде мал шаруашылығы жалпы өнімі көлемі 48,3%-ға өскені байқалады. Түркістан облысындағы мал шаруашылығы саласындағы кәсіпкерлік құрылымдардың санаттар бойынша кәсіпкерлік құрылымдардың өндірген жалпы өнім көлеміндегі үлесі бойынша, ауыл шаруашылығы кәсіпорындары 2022 ж. үлесі 9,5%-ды құрады, жеке кәсіпкерлер және шаруа (фермер) қожалықтарының үлесі 3,3%-ды, жеке тұрғындар шаруашылығы үлесі 87,2%-ды құрады. Бұдан байқайтынымыз, облыс деңгейінде мал шаруашылығында өнділетін өнімдердің ең көп үлесін жеке тұрғындар шаруашылықтар құрайды, бірақ оған қарамастан жеке тұрғындар шаруашылықтарына мемлекет тараптан, немесе жергілікті басқару мекемелері жақтан ешбір қолдау немесе жәрдем көрсетілмей жатқаны анықталды.

Облыстағы кәсіпкерлік құрылымдардың, соның ішінде, жеке қосалқы шаруашылықтар мен шаруа (фермер) қожалықтары, ауыл шаруашылық кәсіпорындары мен жеке кәсіпкерлер және т.б. құрылымдардың өздерінің өндірісінде өндірген өнімдері мен қызметтерінің жалпы өндіріс көлемі, олардың шаруашылық қызметтерінің тиімділік деңгейі, сол кәсіпкерлік құрылымдардың қазіргі нарық талаптарына сай өздерінің ішінде шаруашылықты жаңа инновациялық ұйымдастыру және инновациялық басқару тетіктері мен тәсілдерін қолданысқа ендірулеріне тікелей байланысты (4-кесте).

Қазіргі таңда, облыстың ауыл шаруашылығындағы инфрақұрылымдық қызметтерді жүргізіп отырған кәсіпкерлік құрылымдардың санының аздығынан, ауылшаруашылық саласында өндірілетін ет өнімдерін терең өңдеу, тоңазытқыштарда сақтау, тасмалдау, өткізу мен сату қызметтерін атқаруды ұйымдастыру жолға қойылмаған. Әр бір ет өндіруші кәсіпорындар мен кәсіпкерлік құрылымдар өз бетінше өндірген еттерін шикізат күйінде арзан бағада делдалшы сатып алушы-сатушыға өткізуде, олар ол шикі-етті ешбір сертификатсыз қала базарында, қарапайым алды-сатты тәсілмен тұрғындарға сертификатсыз сатылуда. Облыс ішіндегі ет

шаруашылықтарындағы кәсіпкерлік құрылымдардың өндірген шикі-еттерін өңдеу, сақтау, өткізу, сату мәселесін шешу толық қамтамасыз етілмегені көрінеді [29].

Кесте 4 – Түркістан облысы ауыл шаруашылық кәсіпкерлік құрылымдары өндірген өнімдері мен қызметтерінің жалпы өнімі серпіні, млн теңге

Ауыл шаруашылығы санаттары, құрылымдары	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж. млн тг.	2022 ж.		2022 ж. 2019 ж. %-бен
				%		
1. Ауыл, орман шаруашылығы өнімдері мен қызметтерінің жалпы өнімі	616816	750332	936734	1057805	100	171,5
Соның ішінде						
Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары	63713	85997	97161	114438	10,8	179,6
Жеке кәсіпкерлер және шаруа (фермер) қожалықтары	231065	291807	388547	447597	42,3	193,7
Жеке қосалқы шаруашылықтар	322057	372527	451026	495769	46,9	153,9
2. Мал шаруашылығының жалпы өнімі	270878	304785	362230	401717	100	148,3
Соның ішінде						
Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары	24067	30490	40086	38547	9,5	160,1
Жеке кәсіпкерлер және шаруа (фермер) қожалықтары	8 718	9 927	11 424	12939	3,3	148,4
Жеке қосалқы шаруашылықтар	238 093	264 367	310 719	350230	87,2	147,1
Ескертпе: Авторлармен [21] дереккөз негізінде құрастырылған.						

Түркістан облысы ауыл шаруашылығы санаттарында мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (тірідей салмақта) көлемі бойынша серпінін талдау 5-кесте мәліметтерінде көрсетілген, 2022 жылғы мәліметтерге сай, ел ішінде жалпы өндірілген сойысқа өткізілген (тірідей және сойыс салмақта), мал мен құс еті сәйкесінше 14,4 және 14,5% ауыл шаруашылық кәсіпорындарында үлесінде, 4,7 және 4,8% жеке кәсіпкер, шаруа (фермер) қожалықтарында, ал қалған 79,2 және 80,7% жеке қосалқы шаруашылықтары үлесінде екені анықталды. Яғни, облыстағы өндірілетін жалпы мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (сойыс салмақта) көлемінің, ең үлкен көлемі ірі қара мал үлесінде 49,7%, қой мен ешкі және жылқы үлесінде сәйкесінше 28,4, 14,0% құрағаны, құс еті 6,7% құрағанын 5-кесте мәліметтерін талдаудан байқаймыз.

Кесте 5 – Түркістан облысы шаруашылық санаттарында сойылған және сойысқа өткізілген (тірідей және сойыс салмақта), мал мен құс еті, тонна

Көрсеткіштер	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.		2022ж. 2019 ж., %
				тн.	%	
Шаруашылықтың барлық санаттарында						
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілген (тірідей салмақта), тонна	230095	239890	249965	246394	100	107,1
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілген (сойыс салмақта), тонна	124303	128442	132911	131032	100	105,4
Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары						
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (тірідейсалмақта), тонна	31793	36186	40867	35627	14,5	112,1
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (сойыс салмақта), тонна	20044	21861	24301	18885	14,4	94,2

5-кестенің жалғасы

Жеке кәсіпкерлер және шаруа қожалықтары						
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (тірідей салмақта), тонна	10416	11332	11705	11941	4,8	114,6
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (сойыс салмақта), тонна	5523	6039	6105	6233	4,7	112,8
Жеке қосалқы шаруашылықтары						
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (тірідейсалмақта), тонна	187886	192372	197392	198826	80,7	105,8
Мал мен құстың шаруашылықта сойылған және сойысқа өткізілгені (сойыс салмақта), тонна	98736	100543	102505	103763	79,2	105,1
Ескертпе: Авторлармен [21] дереккөз негізінде құрастырылған.						

Түркістан облысы және оның аудандарында мал мен құстың сойылғаны және союға өткізілгені (тірідей салмақта), 2019–2022 жж. орташа мәнін талдау барысында Ордабасы ауданы, Қазғұрт ауданы, Төлеби аудандарында сол аудандарда өндірілген ет және ет өнімдерінің сәйкесінше, 58,5, 47,3, 29,8%-ын ірі ауыл шаруашылығы кәсіпкерлік құрылымдары үлесінде екендігі анық болды, оған себеп бұл аудандарда ірі-ірі ЖШС «Ордабасы құс» күрке етін өндіретін компания, ЖШС «Инфрастрой ЛТД» бройлер етін өндіруші компаниясы және ЖШС «Нарлен» ет өндіру және өңдеу компаниясы шаруашылық қызметтерін атқарудың арқасында жүзеге асуда (6-кесте). Негізінен облыстағы көп ауылдық аудандарда өндірілетін жалпы ет және ет өнімдерінің негізгі бөлегін жеке тұрғындар шаруашылықтары өндіруде: Мақтаарал ауданында жеке тұрғындар шаруашылықтарының үлесі 99,8%, Жетісай ауданы 98,7%, Сайрам ауданы 84,6% және т.б.

Кесте 6 – Түркістан облысы және аудандарда 2019–2022 жж. ет шаруашылықтарында сойылған немесе союға жөнелтілген (тірідей салмақта) ет көлемі мен санаттар арасындағы құрылымдық үлесі, тонна

Аудандар мен қалалар	Шаруашылықтың барлық санаттары		Соның ішінде					
			ауылшаруашылық кәсіпорындары		жеке кәсіпкерлер және шаруа (фермер) қожалықтары		жеке қосалқы шаруашылықтары	
Түркістан облысы	244926	100	38526	15,7	11500	4,6	194900	79,5
Түркістан қ.	1150	100	-	-	-	-	1150	100
Арыс қ.ә.	8150	100	409	5,0	94	1,2	7647	93,8
Кентау қ.ә.	2580	100	-	-	112	4,3	2468	95,7
Бөйдібек ауданы	10750	100	292	2,7	1120	10,4	9338	86,9
Жетісай	9550	100	20	0,2	100	1,1	9430	98,7
Келес	15560	100	6	0,01	575	3,7	14979	96,3
Қазығұрт	27700	100	13100	47,3	645	2,3	13955	50,4
Мақтаарал	6645	100	-	-	14	0,2	6631	99,8
Ордабасы	23254	100	13600	58,5	695	3,0	8959	38,5
Отырар	9730	100	563	5,8	1240	12,7	7927	81,5
Сайрам	40120	100	3410	8,5	2775	6,9	33935	84,6
Сарыағаш	16670	100	182	1,1	193	1,2	16295	97,7
Сауран	14412	100	97	0,7	1150	8,0	13165	91,3
Созақ	12900	100	92	0,7	1005	7,8	11803	91,5
Төлеби	21750	100	6500	29,8	409	1,9	14841	68,3
Түлкібас	17428	100	62	0,4	495	2,8	16871	96,8
Шардара	6577	100	193	2,9	878	13,3	5506	83,8
Ескертпе: Авторлармен [21] дереккөз негізінде құрастырылған.								

Түркістан облысы ел ішіндегі ең ірі облыс болғаннан кейін, бұл облыстың аудандарында негізінен ел ішінде ең көп жеке қосалқы шаруашылықтар, шаруа (фермер) қожалықтары және жеке кәсіпкерлер және т.б. болуының себебінен олардың қолдағы бар жер телімдерінің көлемі ең төмен және озық техника мен технологияларды аз көлемдегі жер телімінде жұмыс істетуінің өзі қиынға соғады, сондықтан, шағын және майда шаруашылықтардың көп болуы облыстағы ет шаруашылығын қарқынды дамуына кері әсерін тигізуде [30].

Егер, ірі ет және ет өнімдерін өндіруші кәсіпорындар мен компаниялар өз өнімдерін сатуда қиналса, майда және шағын ет және ет өнімдерін өндірушілер өз өнімдерін өткізу және сатуда көп қиыншылық көруде. Шаруашылықта өндірген ет және ет өнімдерін нарықта өткізу және сату майда және шағын құрылымдар үшін үлкен мәселе туындатуда, оған соңғы кездері жанар-жағармай бағасының өсуінен көлік шығындарының артуы тағы да мәселені шиеленістірді.

Кесте 7 – Түркістан облысында қой мен ешкінің қолда бары бойынша жеке кәсіпкерлерді есепке ала, шаруа (фермер) қожалықтарының топтамасы

Көрсеткіштер	Барлығы	Одан				
		10 басқа дейін	11-ден 50 басқа дейін	51-ден 100 басқа дейін	101-ден 500 басқа дейін	500 бастан жоғары
Қазақстан Республикасы						
Қой мен ешкі бар шаруа (фермер) қожалықтарының саны, бірлік	26 538	1 569	7 718	4 079	8 346	4 826
Қой мен ешкінің жалпы саны, мың бас	8845,8	11,5	235,6	318,0	2 187,0	6 093,5
Түркістан облысы						
Қой мен ешкі бар шаруа (фермер) қожалықтарының саны, бірлік	1 525	16	148	135	515	711
Қой мен ешкінің жалпы саны, мың бас	1237,5	0,2	5,2	10,5	151,2	1070,4
Ескертпе: Авторлармен [21] дереккөз негізінде құрастырылған.						

7-кестеде Қазақстан мен Түркістан облысында қой мен ешкінің қолда бары бойынша жеке кәсіпкерлерді есепке ала отырып, шаруа (фермер) қожалықтарының топтамасы көретілген, мұнда, елдегі 8845,8 мың бас қой мен ешкінің 26,5 мың шаруа (фермер) қожалығында болғаны, оның, 10 бас қой мен ешкісі бар 1569 шағын шаруа (фермер) қожалықтары қолында, 11-ден 50 басқа дейін 7718 орта шаруа (фермер) қожалықтарында, ал 500 бастан астам қой мен ешкісі бар ірі шаруа (фермер) қожалықтары тек 4826 бірлік болғаны анықталды. Түркістан облысында 500 бастан жоғары қой мен ешкісі бар ірі шаруа (фермер) қожалықтарының саны 18 бірлікті құрады.

Әлемдегі дамыған елдер ет өндірісі саласының тәжірибесінде ет өдіру және шикі-етті өндеу сақтау, сату тек кооперативтік құрылымдарды шаруашылықтар мен фермер қожалықтары ара кооперативтік үрдіс негізінде келісіммен ұйымдастырылып құрылады. Бір фермер қожалығы бір немесе бірнеше кооперативтік құрылымға әр түрдегі өндірістік қызметтерді атқару бойынша (ет, техникалық қызметтер және т.б.) қатысушы-мүше болып кіруі мүмкін.

8-кестеде келтірілген мәліметтерге сәйкес, Қазақстан және Түркістан облысында 2019–2022 жж. аралығында өндірілген ет және ет өнімдерінің көлемі мен құндық көрсеткіштері серпінін талдау барысында ет шаруашылығы кәсіпкерлік құрылымдарында инновациялық жетістіктерді қолдана отырып, ел ішінде жалпы өндірілген ет және тағамдық қосымша өнімдер көлемі соңғы төрт жылдың 2019–2022 жж. ішінде 15,5 пайызға артты немесе 47186 т артық өндірілді, Түркістан облысында бұл көрсеткіштің салыстырып жатқан жылдары 2,6 пайызға өскенін және облыстағы өндірілген ет және тағамдық қосымша өнімдер жалпы ел ішіндегі көлеміндегі үлесі 3,83%-дан 3,4%-ға жеткенін байқаймыз.

Кесте 8 – Қазақстан және Түркістан облысында 2019–2022 жж. аралығында өндірілген ет және ет өнімдерінің көлемі мен құндық көрсеткіштері серпіні

Көрсеткіштер	Жылдар					2022ж. 2019ж. (+,-)
	2019	2020	2021	2022		
Ет және тағамдық қосымша өнімдер, тонна	Қазақстан	303767	295421	339009	350953	47186
	Түркістан облысы	11652	9200	13983	11956	304
Қазақстандағы жалпы ет және тағамдық қосымша өнімдерінде Түркістан облысының үлесі,	%-бен	3,83	3,11	4,12	3,4	-0,43
Шұшық және ысталған ет өнімдері, барлығы, тонна	Қазақстан	55983	62335	63299	66711	10728
	Түркістан облысы	4314	5759	7874	8575	4261
Қазақстандағы жалпы шұшық және ысталған ет өнімдерінде Түркістан облысының үлесі,	%-бен	7,41	9,23	12,44	12,8	5,39
Етті қайта өңдеу және консервілеу және ет өнімдерін өндіру құны, млрд.тг	Қазақстан	296,8	308,5	391,0	486,1	189,3
	Түркістан облысы	12,6	13,8	24,6	31,4	18,8
Қазақстандағы жалпы етті қайта өңдеу және консервілеу, ет өнімдерін өндіру құнында Түркістан облысының үлесі,	%-бен	4,26	4,49	6,30	6,4	2,14

Ескертпе: Авторлармен [21] дереккөз негізінде құрастырылған.

Қазақстан және Түркістан облысында салыстырып жатқан жылдары шұшық және ысталған ет өнімдерінің көлемі төрт жылдың ішінде 19,1 пайызға артты немесе 10728 т артық өндірілді, Түркістан облысында бұл көрсеткіш 2022 ж. 82,5 пайызға өскенін және жалпы ел ішіндегі көлеміндегі облыстың үлесі 12,8%-ға жеткенін немесе 2019 ж. салыстырғанда 5,39%-ға артқанын көреміз.

Ел ішінде етті қайта өңдеу және консервілеу және ет өнімдерін өндіру құны, млрд.тг 2019–2022 жж. аралығында 296,8 млрд тенгеден 486,1 млрд тенгеге жетті, немесе 189,3 млрд тг. артық өндірілді. Сонымен бірге, Түркістан облысында етті қайта өңдеу және консервілеу және ет өнімдерін өндіру құны төрт жылдың ішінде 49,2%-ға немесе 18,8 млрд тг. артқанын байқаймыз. Ел ішіндегі Түркістан облысының етті қайта өңдеу және консервілеу және ет өнімдерін өндіру құнының 2022 жылғы үлесі 6,4%-ы құрады ол 2019 ж. салыстырғанда 2,14 пайызға өскені көрінеді.

Бүгінгі таңда инновациялық ғылыми-ізденістер мен әзірлемелерді ет және ет өнімдерін өндіруге ендіру нәтижесінде озық технологияларды қолданысқа ендіру мал мен құс шаруашылықтарының өнімділігін арттыруға мүмкіндік туғызады. Мысалы, ет бағытындағы ірі қара мал шаруашылықтарында, қара мал бордақылауда, немесе, етті құс шаруашылығы мен бройлерді етке өсіру кәсіпкерлік құрылымдарда қарқынды инновациялық технологияларды қолдану, әдетте, ауыл шаруашылық ет бағытындағы құс компанияларда құстың әр бір басына бір күндік салмағының өсуі 45–50 гр. өнімділіктің деңгейі, дәстүрлі құс шаруашылықтарына қарағанда 2–3 есе жоғары екені анықталды.

Қорытынды

Зерттеу кезінде ел ішіндегі құс шаруашылығы құрылымдарында құс еті мен ет өнімдерінің өндірістік үрдіс кезеңдері бойынша ішкі технологиялық интеграциялық байланыстары негізінде инновациялық ұйымдар мен өндірістерді құруда ұйымдастырушылық түрлерін дамытудың

шетелдік тәжірибелері зерттеліп отандық инновациялық құс өндірістерін құруда қолданысқа ендірілді.

Қорыта келгенде, Түркістан облысының етті мал және құс шаруашылықтары мен компанияларда олардың өндірістік тәжірибесінде қолданыс тапқан инновациялық кооперациялық байланыстар зерттелініп олардың ұтымды байланыс нұсқалары ұсынылды, ғылыми зерттеу нәтижесінде өз шаруашылықтарында алдын қолданыста болмаған жаңа «инновациялық өндіріс» технологиялық сатылары мен кезеңдеріне сәйкес ұйым ішінде жаңадан инновациялық өндірістер құрылғаны, қолданыс тапқаны анықталды.

«Ордабасы құс» нәсілді жұмыртқалар өндіруге арналған аналық құс табын сатып алып және оны өсіру үшін «инновациялық өндірісті» құруға, сондай-ақ өзінде ұлғаймалы қайта өндірістің қалыпты қарқынын қамтамасыз ету үшін аналық құс табын алмастыруға жас төлді өсірумен айналысатын «инновациялық өндіріс» құрылымын құру ұсынылады.

Қолданыстағы инновациялық жаңалықтар, біріншіден, құс етін өндіретін кәсіпкерлік құрылымдардың сапалы құрылымдық өзгеруіне, қарқынды экономикалық өсуіне, екіншіден, құрылымдар мен тұтастай ет өндірісі саласының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, ұйымдағы ет және ет өнімдерін халықаралық стандарттарға сай, тұтынушыларға ет өнімдері ассортиментін кеңейтуді қолға алады.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Қазақстан Республикасының Президенті Қ-Ж.Тоқаев. Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам: Қазақстан халқына жолдауы. URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K22002022_2. 25.10.2023.
- 2 Қазақстан Президенті Қ-Ж.Тоқаев. Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдары: Қазақстан халқына жолдауы. URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K23002023_1. 25.10.2023.
- 3 Куклина И.Р., Ютанов Н.Ю. Форсайт как инструмент управления будущим // Наука. Инновации. Образование: альманах. – М.: Знак, 2008. – Вып. 5. – С. 79–90.
- 4 Тотьмянина С.И. Форсайт научно-технологического развития региона (на примере Владимирской области): автореф. канд. экон. Наук. – М., 2012. – 23 с.
- 5 Прудский В.Г., Ощепков А.М. Форсайт как основа стратегии социально-экономического развития региона // Вестник Пермского государственного университета. – 2012. – № 3. – С. 22–26.
- 6 Семенова Н.Н. Форсайт в условиях глобализации // Наука. Инновации. Образование: альманах. – М., 2008. – Вып. 5. – С. 25–43.
- 7 Кузьминов Я.И. Перспективы форсайта в России безграничны // Форсайт. – 2007. – Т. 1. – № 1. – С. 26–29.
- 8 Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее // Форсайт. – 2007. – № 1. – С. 8–15.
- 9 Малиновская О.В., Скобелева И.П. Форсайт как технология стратегического планирования и управления // Дайджест-финансы. – 2014. – Т. 4. – № 232. – С. 44–55.
- 10 Чайников В.Н. Концептуальная модель управления стратегической конкурентоспособностью предприятия // Вестник Чувашского университета. – 2011. – № 2. – С. 498–501.
- 11 Крюков С.В. Форсайт: от прогноза к формированию будущего // Terra Economicus. – 2010. – Т. 8. – № 3. – С. 7–17.
- 12 Куклина И. Форсайт как инструмент активного исследования и формирования будущего // Российское экспертное обозрение. – 2007. – № 3. – С. 49–53.
- 13 Воронов Ю.П. Форсайт как инструмент // Научный эксперт. – 2010. – № 3. – С. 37–53.
- 14 Глухов В., Шепинин В., Любек Ю., Бабкин И., Каримов Д. Мұнай-Газ аймақтарындағы инфрақұрылымның дамуына қызметтер мен цифрландыру деңгейінің әсерін бағалау халықаралық технологиялар журналы. – 2023. – 14(8). – 1810–1820 бб.
- 15 Мұхамедханова А., Сейдахметов М., Тулеметова А., Нурсой М. Scientific Horizons. – 2024. – № 27(4). – С. 189–198. URL: <https://doi.org/10.48077/scihor4.2024.189>
- 16 Мамраева А. Инновацияларды коммерцияландыру процесін зерттеудің теориялық аспектілері // Қарағанды университетінің экономика сериясының хабаршысы. – 2020. – № 100(4). – 79–92. URL: <http://dx.doi.org/10.31489/2020ec4/79-92>
- 17 Ахметова Г.Т., Жұмабекова А.Т., Жамбылова Г.Ж. ҚР ауыл шаруашылығындағы инновациялардың ерекшеліктері // Әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдар сериясы. – 2019. – № 2(324). URL: <http://dx.doi.org/10.32014/2019.2224-5294.80>

18 Саякбаева А.А., Әшімбаев Т.А. Ресей мен Қазақстанның қаржы нарығына инновацияларды енгізу тәжірибесі // Орталық Азия елдерінің бухгалтерлері мен аудиторларының ыстықкөл форумының материалдары. –2019. – № 1(24). – 171–180 б.

19 Мұхамедханова А., Елікбай М. Rivista di studi sulla sostenibilita // The role of innovation in sustainable development and improving the competitiveness of business structures in Kazakhstan. 2023, no. 1, p. 139–151.

20 Әлжанова Ф.Г., Днишев Ф.М. Қазақстан мен Еуразиялық Экономикалық Одақ елдеріндегі модернизация және құрылымдық өзгерістер мәселелері // Зияткерлік инновацияларға инвестициялар. – 2019. – № 3. – 8–10 б. URL: <http://dx.doi.org/10.25198/2077-7175-2019-3-10>

21 Түркістан обласы және оның аймақтары: 2014–2022 гг. URL: <https://stat.gov.kz/ru/region/turkestan/>

REFERENCES

1 Qazaqstan Respublikasynyñ Prezidenti Q-J.Toqayev. Ädiletli memleket. Birtütas ült. Berekeli qoғam: Qazaqstan halqyna joldauy. URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K22002022_2. 25.10.2023. (In Kazakh).

2 Qazaqstan Prezidenti Q-J.Toqayev. Ädiletli Qazaqstannyñ ekonomikalıq baғdary: Qazaqstan halqyna joldauy. URL: https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K23002023_1. 25.10.2023. (In Kazakh).

3 Kuklina I.R., Jutanov N.Ju. (2008) Forsajt kak instrument upravlenija budushhim // Nauka. Innovacii. Obrazovanie: al'manah. – M.: Znak. V. 5. P. 79–90. (In Russian).

4 Tot'mjanina S.I. (2012) Forsajt nauchno-tehnologicheskogo razvitija regiona (na primere Vladimirskoj oblasti): avtoref. kand. jekon. Nauk. M., 23 p. (In Russian).

5 Prudskij V.G., Oshhepkov A.M. (2012) Forsajt kak osnova strategii social'no-jekonomicheskogo razvitija regiona // Vestnik Permskogo gosudarstvennogo universiteta. No. 3. P. 22–26. (In Russian).

6 Semenova N.N. (2008) Forsajt v uslovijah globalizacii // Nauka. Innovacii. Obrazovanie: al'manah. M., V. 5. – P. 25–43. (In Russian).

7 Kuz'minov Ja.I. (2007) Perspektivy forsajta v Rossii bezgranichny // Forsajt. V. 1. No. 1. P. 26–29.

8 Sokolov A.V. (2007) Forsajt: vzgljad v budushhee // Forsajt. No. 1. P. 8–15. (In Russian).

9 Malinovskaja O.V., Skobeleva I.P. (2014) Forsajt kak tehnologija strategicheskogo planirovanija i upravlenija // Dajdzhest-finansy. V. 4. No. 232. P. 44–55. (In Russian).

10 Chajnikov V.N. (2011) Konceptual'naja model' upravlenija strategicheskoy konkurentosposobnost'ju predpriyatija // Vestnik Chuvashskogo universiteta. No. 2. P. 498–501. (In Russian).

11 Krjukov C.B. (2010) Forsajt: ot prognoza k formirovaniju budushhego // Terra Economicus. T. 8. No. 3. P. 7–17. (In Russian).

12 Kuklina I. (2007) Forsajt kak instrument aktivnogo issledovanija i formirovanija budushhego // Rossijskoe jekspertnoe obozrenie. No. 3. P. 49–53. (In Russian).

13 Voronov Ju.P. (2010) Forsajt kak instrument // Nauchnyj jekspert. No. 3. P. 37–53. (In Russian).

14 Gluhov V., Şepinin V., Lübek İ., Babkin İ., Karimov D. (2023) Mūnai-Gaz aimaqtaryndaғы infraqurylymnyñ damuyna qyzmetter men sifrlandyru deñgeiniñ әserin baғalau halyqaralyq tehnologialar jurnaly. 14(8). 1810–1820 pp. (In Kazakh).

15 Mұхамедханова А., Сейдахметов М., Түлеметова А., Нурсой М. (2024) Scientific Horizons. No. 27(4). P. 189–198. URL: <https://doi.org/10.48077/scihor4.2024.189>. (In English).

16 Mamraeva A. (2020) İnnovasiyalardy komersialandyru prosesin zertteudiñ teorialyq aspektleri // Qaraғandy universitetiniñ ekonomika seriasynyñ habarsysy. No. 100(4). 79–92. URL: <http://dx.doi.org/10.31489/2020ec4/79-92>. (In Kazakh).

17 Ahmetova G.T., Jūmabekova A.T., Jambylova G.J. (2019) QR auyl şaruasylyғыndaғы innovasiialardyñ ereкшелikleri // Äleumettik және gumanitarlyq ғылымдар seriasy. No. 2(324). URL: <http://dx.doi.org/10.32014/2019.2224-5294.80>. (In Kazakh).

18 Saiyaqbaeva A.A., Aşımбаев Т.А. (2019) Resei men Qazaqstannyñ qarjy naryғыna innovasiialardy engіzu tәjiribesi // Ortalyq Azia elderiniñ buhgalterleri men auditorlarynyñ ystyqkөл forumynyñ materialdary. No. 1(24). 171–180 p. (In Kazakh).

19 Mұхамедханова А., Елікбай М. (2023) Rivista di studi sulla sostenibilita // The role of innovation in sustainable development and improving the competitiveness of business structures in Kazakhstan, no. 1, p. 139–151. (In English).

20 Äljanova F.G., Dnişev F.M. (2019) Qazaqstan men Eurazialyq Ekonomikalıq Odaq elderindegi modernizacia және qurylymdyq өзgerister мәseleleri // Ziatkerlik innovasiialarға investisialar. No. 3. – 8–10 p. URL: <http://dx.doi.org/10.25198/2077-7175-2019-3-10>. (In Kazakh).

21 Türkıstan oblasы және onyñ aimaqtary: 2014–2022 gg. URL: <https://stat.gov.kz/ru/region/turkestan/>. (In Kazakh).

КУАТБЕКОВА Р.Н.,¹

докторант.

e-mail: kuatbekova_91@mail.ru

ORCID ID: 0009-0005-9584-5800

МУХАМЕДХАНОВА А.Б.,^{1*}

PhD, старший преподаватель.

*e-mail: dia-2808@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2685-6125

КАРИМОВ Д.М.,²

к.э.н., доцент.

e-mail: karimov.diyor65@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6050-1806

СЕЙТОВА В.Н.,¹

PhD, старший преподаватель.

e-mail: Vilena_11@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4404-4916

¹Южно-Казахстанский университет им. Ауэзова,

г. Шымкент, Казахстан

²Национальный университет Узбекистана

имени Мирзо Улугбека,

г. Ташкент, Узбекистан

ПОВЫШЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В МЯСНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

Аннотация

В статье проведен анализ инновационной деятельности по повышению конкурентоспособности предпринимательских структур мясного направления в Казахстане. Производство новых инновационных продуктов на основе инновационной кооперации и технологического интеграционного объединения предпринимательских структур в мясном производстве, осуществляющих инновационную деятельность по повышению стратегической конкурентоспособности предпринимательских структур на будущее, повышает объем, качество и эффективность производства. Установлено, что компания ТОО «Ордабасы кус» является первым инновационным предприятием в Казахстане, применяющим новый подход к организации и управлению, ориентированный на инновации, основанный на постоянном поиске новых идей и возможностей. В этой предпринимательской структуре удалось повысить конкурентоспособность продукции и предприятия за счет выпуска новых продуктов, расширения ассортимента продукции, улучшения качества продукции, определения канала сбыта, снижения себестоимости на основе внедрения десятков новых производственных, трендовых, продуктовых и маркетинговых инноваций. Совместное выполнение функций предпринимательских структур в мясном производстве Казахстана: сельскохозяйственных предприятий, производственных кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей, личных подсобных хозяйств на основе создания инновационных производственных объединений (кооперативов) на основе кооперационных связей предлагают авторы. Птицеводческая компания ТОО «Ордабасы кус» проводит два стратегических направления роста: 1) КСИП: создание «инновационного производства» на основе «обратного стратегического интеграционного производства» – поголовья маточного стада, ориентированного на производство племенных птичьих яиц; 2) АЗИП: на основе «наступающего стратегического вертикального интеграционного производства» предлагается создать «инновационное производство» по выращиванию молодняка кур на замену стада маточного поголовья.

Ключевые слова: стратегическая конкурентоспособность, инновации, птицеводство, предпринимательские структуры, кооперация, мясное производство, инновационные продукты.

KUATBEKOVA R.N.,¹

PhD student.

e-mail: kuatbekova_91@mail.ru

ORCID ID:0009-0005-9584-5800

MUKHAMEDKHANOVA A.B.,*¹

PhD, senior lecturer.

e-mail: dia-2808@mail.ru

ORCID ID:0000-0003-2685-6125

KARIMOV D.M.,²

PhD, associate professor.

e-mail: karimov.diyor65@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-6050-1806

SEITOVA V.N.,¹

PhD., senior lecturer.

e-mail: Vilena_11@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4404-4916

¹Auezov South Kazakhstan University,

Shymkent, Kazakhstan

²National University of Uzbekistan

named after Mirzo Ulugbek,

Tashkent, Uzbekistan

IMPROVING THE STRATEGIC COMPETITIVENESS OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES IN MEAT PRODUCTION

Abstract

The article analyzes the innovative activities introduced into their production to increase the competitiveness of meat business structures in Kazakhstan. The production of new innovative products based on innovative cooperation and technological integration of entrepreneurial structures in meat production, increases the volume, quality and efficiency of their production. It has been established that Ordabasy Kus LLP, based on innovative entrepreneurship, is the first innovative enterprise in Kazakhstan applying a new approach to organization and management, focused on innovation, based on the constant search for new ideas and opportunities. In this business structure, it was possible to increase the competitiveness of products and enterprises by releasing new products, expanding the product range, trend, product and marketing innovations into their enterprises. Joint performance of the functions of entrepreneurial structures in the meat production of Kazakhstan: agricultural enterprises, production cooperatives, peasant (farmer) farms, individual entrepreneurs, personal subsidiary farms based on the creation of innovative production associations (cooperatives) based on cooperative relations is proposed by the author. Poultry farming company Ordabasy Kus LLP leads two strategic growth paths: 1) KSIP - creation of “innovative production” on the basis of “reverse strategic integration production” – the number of breeding stock focused on the production of breeding bird eggs; 2) AZIP - on the basis of “upcoming strategic vertical integration production” - intensive expanded reproduction for development purposes, it is proposed to create an “innovative production” for the cultivation of young chickens on replacement of the breeding stock.

Key words: strategic competitiveness, innovation, poultry production, entrepreneurial structures, co-operation, meat production, innovative products.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 08.10.2024

ТУРИЗМ: ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕ
ТУРИЗМ: МИРОВОЙ ОПЫТ
TOURISM: WORLD EXPERIENCE

FTAXP 06.71.57

ӘОЖ 338.48

JEL L26; Z32

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-160-171>

ШОҚАН Р.,*¹

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

*e-mail: roza-shokan@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-1005-3769

ТЛЕСОВА Э.Б.,¹

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

e-mail: t.ilvira@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-7057-0461

¹Л.Н. Гумилев атындағы

Еуразия ұлттық университеті,

Астана қ., Қазақстан

ТУРИСТІК САЛАДАҒЫ КӘСІПКЕРЛІК ҚЫЗМЕТТІҢ
ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ ЖӘНЕ ДАМУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа

Мақсаты: Туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің ұйымдастырылуының теориялық және тәжірибелік даму деңгейін анықтау. Қазақстан Республикасындағы туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің ағымдағы даму жағдайына талдау жасау. Мақаланы жазудағы басты мақсат 2017–2021 жылдар аралығындағы туризм саласының көрсеткіштеріне яғни туристік ағындарға, жалпы ішкі өнімдегі туризм индикаторының үлесіне, орналастыру, ойын-сауық және демалыс саласындағы шағын және орта бизнес субъектілерінің қызмет белсенділігіне талдау жүргізу болып табылады. Әдісі: Библиографиялық әдістің көмегімен зерттеліп отырған мәселе шеңберінде жазылған шетелдік және отандық авторлардың еңбектеріне шолу жасалынды. Салыстырмалы талдау, экономикалық-статистикалық талдау әдістерінің көмегімен ішкі, келу және шығу туризм ағындарының; жалпы ішкі өнімдегі туризмнің үлесінің; демалыс, ойын-сауық және орналастыру салаларының ағымдағы көрсеткіштеріне талдау жүргізілді. Жалпылау әдісі арқылы туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің қазіргі даму жағдайы сипатталды. Графикалық әдістің көмегімен талдау нәтижелері өңделді. Қорытынды: Дамыған елдердің туризм саласындағы тәжірибесі көрсетіп отырғандай, туризм саласындағы кәсіпкерлік қызмет елдегі әлеуметтік-экономикалық мәселелерді шешуде маңызды рөлге ие. Атап айтқанда жаңа жұмыс орындарын ұйымдастыруға, жұмыссыздық деңгейін төмендетуге, қызмет көрсету секторларын дамытуға, жалпы ішкі өнімдегі қызметтің үлесінің артуы мен бюджеттің кіріс бөлігін толықтыруға ықпал етеді. Тұжырымдама: Туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің ағымдағы жағдайына жасалған талдаудың нәтижелері саланың оң динамикалық дамуын көрсетіп отыр. Туристік ағындардың ішінде ішкі туризмнің даму белсенділігі байқалады. Туристік салада ұйымдастырылған кәсіпкерлік субъектілерінің ішінде шағын және дара кәсіпкерлік бизнес субъектілерінің үлес салмағы артқан. Бұл қызмет көрсету саласында шағын кәсіпкерліктің ұйымдастырылуының басымдыққа ие екендігін көрсетуде.

Тірек сөздер: экономика, сала, туризм, кәсіпкерлік, туристік инфрақұрылым, нарық, қызмет.

Кіріспе

Экономиканың табысты саласы ретінде туризм саласының ұйымдастырылуы мен дамуы бірқатар оң өзгерістерге әкелетіндігі белгілі. Атап айтқанда, қызмет көрсету салалары яғни тамақтандыру, тасымалдау, анимациялық қызмет, сауда, орналастыру қызметтерін ұсынатын кәсіпорындардың дамуымен қатар, байланыс, қаржы, ақпарат, кеңес беру сынды қызмет көрсетуші мекемелердің де қызметтері дамитындығы анық. Туризм саласын қоғамдағы әлеуметтік және экономикалық өзгерістердің орын алуына әсер ететін күш ретінде қарауға болады. Туризм саласының әкелетін экономикалық өзгерістеріне валюталық түсімнің артуын, жаңа қызметтер мен тауарлардың өндірілуін, туристік индустрия кәсіпорындарының ұйымдастырылуын жатқызсақ. Туризмнің қоғамға тигізетін әлеуметтік әсеріне тұрғындардың бос уақытын тиімді ұйымдастыру, рухани және физикалық күш-қуатын кеңейту, қосымша жұмыс орындарының құрылуы, жұмысбастылықтың артуы мен жұмыссыздықтың төмендеуін жатқызуға болады.

Әлемдік және өңірлік экономиканың қозғаушы күші ретіндегі туризм саласының дамуы соңғы он жылдықта өзінің белсенділігін арттырып отырғаны анық. Туризм саласы капитал айналымының жоғары жылдамдығымен, жұмсалған инвестицияның рентабельділігі және өте-лімділігімен бағаланады.

Туризм саласындағы кәсіпкерлік әлеуметтік мәселелерді шешуге әсер ете отырып, мемлекеттің дамуына және ел бюджетінің толығуына екпін береді, бұл өз кезегінде макро-экономикалық көрсеткіштердің өсуіне әсерін тигізеді.

2024 жылғы мәліметтер бойынша халықаралық туризмнің даму қарқыны пандемияға дейінгі даму деңгейіне жақындап отыр [1]. UNWTO мәліметтеріне жүгінетін болсақ, халықаралық туристік қызметтер серпіні 2023 жылы пандемияға дейінгі көрсеткіштің 88 пайызына жақындаған. Өткен жылы 1,3 миллиард адам шетелге саяхат жасады. Туристік қызметке сұраныс көрсеткішінің жоғарылауы, әуемен тасымалау қатынастарының артуы және Азия құрлығындағы елдер нарықтары мен осы бағыттарыдағы белсенділіктің артуы Жалпы туристік сала бойынша жасалған болжамдарға сәйкес ағымдағы жылдың соңында жаһандық туристік саланың толық қалпына келу жағдайлары күтіліп отыр. Таяу Шығыс, Еуропа және Африка құрлықтарындағы туристік нарық оң көрсеткіштерге қол жеткізді. Бұл ретте Таяу Шығыс елдеріне халықаралық келушілер саны 2019 жылғы деңгейден 22 пайызға өскен. Еуропа- туристер ең көп баратын аумақ ретінде есептеліп отыр, туристер саны 2019 жылғы деңгеймен салыстырғанда 94 пайызға жеткен, саланың мұндай өзгеріс қарқынына аймақшілік және АҚШ аумағынан туындап отырған сұраныс ықпал етуде. Африка құрылындағы туристік дестинациялардың қызметін пайдаланушылар саны пандемияға дейінгі деңгейдің 96 пайызына жеткен.

Зерттеп отырған сала бойынша жинақталған бағалаулау қызметінің нәтижелері бойынша дүниежүзілік туристік қызметтен алынған табыс мөлшері 2023 жылға мәліметке сүйенсек 1,4 триллион долларды құраған. Туризмнен түскен экспорттық кіріс 2023 жылы 1,6 триллион долларға бағаланған. Сонымен қатар, туризмнің жалпы экономикалық үлесі өткен жылы 3,3 триллион долларды немесе әлемдік ЖІӨ-нің үш пайызын құраған.

Материалдар мен әдістер

Қазақстан Республикасындағы туристік саланың ағымдағы даму жағдайына бағалау мен талдау жүргізу үшін сандық және сапалық талдау әдістері қолданыс тапты. Саланың қазіргі жағдайын талдау барысында бірқатар іс-шаралардың қадамы қолданылды. Атап айтсақ,

- ♦ талдау, синтез, нақтылау сынды әдістердің көмегімен зерттеліп отырған мәселе шеңберінде жазылған шетелдік және отандық авторлардың еңбектеріне шолу жасалып, зерттеу сұрақтары тұжырымдалды. Осы мәселені қарастырған авторлардың еңбектеріне негізделіп, туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің негізгі аспектілері жүйелендірілді.

- ♦ салыстырмалы және экономикалық-статистикалық талдау әдістерінің көмегімен ішкі, келу және шығу туризм ағындарының; жалпы ішкі өнімдегі туризмнің үлесінің; демалыс, ойын-сауық, және орналастыру салаларының ағымдағы көрсеткіштеріне талдау жүргізілді сонымен қатар саланың даму қарқынының өзгерістері көрсетілді.

♦ жалпылау әдісі арқылы туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің қазіргі даму жағдайы сипатталды.

♦ графикалық әдістің көмегімен талдау нәтижелері өңделді.

Зерттеу материалдары ретінде кәсіпкерлік және туризм саласындағы кәсіпкерлікке қатысты сұрақтарға назар аударған ғалымдардың іргелі еңбектері, ғылыми мақалалар, Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO), ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының көрсеткіштері, Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасының мәліметтері және өңірлік Туризм басқармаларының ақпараттары ресми ақпарат көздері болып табылады.

Нәтижелер мен талқылау

Осы мақалада туризм индустриясының атап айтқанда орналастыру, демалыс және ойын-сауық салаларында ұйымдастырылған кәсіпкерлік қызмет көрсеткіштері негізгі зерттеу объектісі ретінде таңдалды. Туризм түрлері бойынша туристік ағын өзгерістері мен туризмнің ЖІӨ-дегі үлесінің өзгеріс қарқыны талданды. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасына негізделі отырып, туризм саласының тартымдылығын қамтамасыз ету мақсатында атқарылатын шаралардың қатарына назар аударылды. Сонымен қатар, туризм саласындағы кәсіпкерліктің өңірлік деңгейлерде даму бағыттары қарастырылған.

Кәсіпкерлік және кәсіпкер түсінігінің мәнін анықтауға бағытталған шетелдік, отандық ғалымдардың еңбектерін қарастыратын болсақ. Кәсіпкерлік – қоғам дамуының формацияларында өзгеріске ұшырай отырып қалыптасқан түсінік. Белгісіздік пен «тәуекелге бару» әрекетін кәсіпкермен байланыстырады (Р. Кантильон, ХҮІІ ғ.); капиталдың меншік иесі ретіндегі кәсіпкердің белсенділігі өндіріс факторларын өз көзқарасы бойынша үйлестіруге басымдық береді (А. Смит, ХҮІІІ ғ.); кәсіпкерлік- жаңа технологияларды әзірлеу, инновациялық тәсілді қолданумен байланысты қызмет (И. Шумпетер, 1934); барынша пайдаға қол жеткізу үшін кез келген мүмкіндікті пайдалану (П. Друкер, 1964) [3] жағдайларын кәсіпкерлік қызметпен байланыстырады. Жалпы ғылыми әдебиеттерде кәсіпкерлік ұғымының мәнін айқындайтын ортақ анықтама келтірілмейді. Бұл негізінен кәсіпкерлік категориясын түрлі ғылым сала өкілдерінің (экономистердің, философтардың, заңгерлердің, әлеуметтанушылардың және т.б.) жинақталған білім мен зерттеу мақсаттарына негізделіп әртүрлі аспектілер бойынша қарастыруында [4]. Нарықтық экономиканың белсенді даму жағдайында кәсіпкерліктің рөлі артып, жетекші шаруашылық субъектілер кәсіпкерлік ұйымдарға (фирмаларға, компанияларға және басқа да күрделі кәсіпкерлік бірлестіктерге) айналуға [5].

Кәсіпкерлік – көрегендік, өзгеріс және шығармашылықтың қарқынды процесі. Ол инновациялық идеялар мен сындарлы шешімдер қабылдау және іске асыру үшін жеткілікті күштің және ұмтылыстың болуын талап етеді. Негізгі құрамдас бөліктері: уақыт, капитал және өрлеу барысындағы қатерлерді есептеу; тиімді кәсіпорын тобын қалыптастыру мүмкіндігі; қажет ресурстарды игеруге керек шығармашылық қабілет; берік бизнес-жоспар құру шеберлігі; қайшылықтар мен түсінбеушілікті көріп тұрған жерден мүмкіндіктерді тани алатын көрегендік [6].

Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексінде жекелеген адамдардың, заңды тұлғалардың мүлікті қолдану, өнімді өндіру, сату, жұмысты іске асыру, қызметті көрсетуге бағдарлана отырып таза кіріс алуға негізделген әрі жеке меншік құқығына, шаруашылық жүргізу құқығына немесе мемлекеттік меншікке тиесілі кәсіпорынды жедел басқару құқығын бағытталған жеке, бастамашыл қызметін кәсіпкерлік қызмет деп тануға болатындығы қарастырылған [7].

Туризм индустриясы жұмыс істеп тұрған кәсіпорындардың шағын бөлігін қамтитын бірнеше секторларды қамтиды. Туризм көптеген аумақтар үшін кіріс көзі болып табылады, осылайша экономиканы әртараптандыруға және өз салаларында қызметін жүзеге асыратын белгілі бір компаниялардың бірігуіне ықпал етеді [8].

Жалпы, туризмдегі кәсіпкерлік макро экономикалық және микро экономикалық деңгейдегі кәсіпорындарды қарастыратын, күрделі қызметті білдіреді [9]. Н.Б. Завьялова және басқалардың пікірінше кәсіпкерлік қызметке негізделген туризм индустриясындағы оң үрдісті сақтау үшін

осы салада болып жатқан өзгерістерді талдау маңызды. Оның негізінде кәсіпкерлік қызметтің жаңа бағыттары қалыптасады, өңірлердің тұрақты дамуын қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін маңызды үрдістер мен құрылымдық өзгерістер айқындалады [10].

Ал, туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің теориялық негіздеріне назар аударған автор А.Ю. Баранова аталмыш саладағы кәсіпкерлік қызметті іске асырғанда төмендегі жағдайларды ескеру керектігін атап өткен [4].

Біріншіден, соңғы тұтынушылардың қажеттіліктерін алғашқы орынға қою. Қонақжайлылық саласындағы кәсіпорын туристік қызметті тұтынатын негізгі контингенттің тұрғылықты жері мен туристік саланың негізгі факторы болып есептелетін рекреациялық ресурстардың орналасуына назар аударуға тұра келеді.

Екіншіден, қонақжайлылық саласындағы кәсіпорын қызметінің алғашқы құндылықтар қатарына жатқызылмауы. Туристік өнім (қызмет) алғашқы қажеттілік тауары болып есептелмейді, басқа да ақылы қызметтерге қарағанда тұрғындардың тұтынушылық қабілеттерінің өзгергісі туристік қызметке сұраныстың өзгеруіне әкеледі.

Үшіншіден, туризм индустриясына маркетингтік құралдарының әсер ету басымдығы. Бұл жағдай, сатушының қолма-қол тауар сияқты қызметті ұсыну, таныстыру мүмкіндігінің болмауымен байланысты. Сондықтан бұл сала жүйелі ұйымдастырылған маркетингтік қызметке тікелей тәуелді. Сонымен бірге, қызмет сапасының тұрақсыздығы саланы тұрақты бақылаудың қажеттілігін яғни менеджменттің бақылау функциясының айырықша мәнге ие болуына негіз болып отыр.

Төртіншіден, туристік индустрия кәсіпорны қызмет шегінде байланыс орнататын қатысушыларынан бірдей тәртіп жағдайларын күте алмайды, себебі қонақ үй иелері, жергілікті тұрғындар мен келуші-туристер арасында қарама-қайшылық бар.

Бесіншіден, туристік индустрия өнімін сату кезінде тұлғалық аспектіге басымдық беру артып келеді. Бұл негізгі және айналым қорына ғана емес персоналды басқару саласына да тұрақты инвестиция салу керектігіне әкелуде.

Алтыншыдан, қызметтің сезілмеуі, сақталмауы және маусымдық өзгергіштігі тәріздес сипаттары, саладағы кәсіпорын қызметіне сұраныстың өзгеруіне негіз болады. Сондықтан, туристік кәсіпорынның қызметін өзгермелі сұранысқа бейімдеуге бағдарлану керек.

Сонымен, кәсіпкерлік түсінігін тұжырымдауға бағытталған бірқатар ғалымдардың еңбектері аталмыш түсінікті белгісіздік пен тәуекелге бару; өндіріс факторларын тиімді үйлестіру; шығармашылық процесс; кіріс алуға бағытталған қызмет; экономиканы әртараптандырудың құралы және т.б. қырларынан сипаттаған.

Кәсіпкерлік және туризмдегі кәсіпкерлік түсініктерінің өзіндік ерекшеліктері бар және ұйымдастыру, басқару мен дамыту қағидаттарында айырмашылықтар болады [11]. Туризмдегі кәсіпкерлік күрделілігімен, бірегейлігімен және ерекшелігімен басқа салалардағы кәсіпкерлік қызметтен ерекшеленеді. Туризмдегі кәсіпкерлік қызмет сыртқы ортаның әсеріне және туристік салаға тікелей әсер ететін сыртқы факторлардың ықпалына «сезімтал» болып келеді. Табиғи ресурстар, туристік өнімдер мен қызметтерді өндірудің шектеулігі, маусымдық өзгеріске тәуелділік, туристік өнімді өндіру және тұтыну процестерінің алшақтығы, туристік нарықтың күрделілігі, қызмет көрсету сапасында қалыптасатын мәселелер, бәсекелестіктің күшеюі және т.б. жағдайлар туризмдегі іскерлік белсенділіктің табыстылығына тәуелді факторлардың толық тізімі емес деп сипаттауға болады.

Туризм – қызметтің барлық сипаттамалары тән, қызмет саласындағы әрекет. Туристік қызметтер сезілмейді, халықаралық сауда және төлем балансы тұрғысынан қарасақ, шығу және кіру туризмі- көрінбейтін экспорт және импортқа сәйкес келеді [12]. Туристік қызметті сатып алу арқылы тұтынушы оны белгілі бір уақытта, белгілі бір жерде пайдалану құқығын алады. Қызметті тұтыну алдында тұтынушы белгісіздікті азайтуға мүмкіндік беретін ақпараттарға қол жеткізе алады. Олар инфрақұрылым, жарнама материалдары, қызметкерлердік кәсібилігі, қалыптасқан имидж және т.б. Туристік кәсіпорындар үшін компанияның оң беделі және сауда маркасының танымалдылығы туристік қызметті қалыптастырудың бір жолы болып табылады. Туристік қызметтердің өндірушіден ажырамайтындығы екінші маңызды сипаттама болып есептеледі. Қызметті өндіру және тұтыну туристің емес өндірушінің орналасқан жерінде орындалады. Қызмет көрсету сапасы мен өнімділік қызметкерлердің қарым-қатынасымен

анықталады. Туристік қызметті өндірушінің тәртібі, кәсіби тәжірибесі мен білім, тұтынушының қызметті қайта тұтыну ықтималдығын анықтайды. Туристік өнімнің келесі ерекшелігі оның сақталмайтындығында. Сатылмаған қонақ үй нөмірінң саяхат билеттерін, ойын-сауық сеанстарын және т.б. сақтау мүмкін емес. Сонымен, туризм саласындағы кәсіпкерлік белсенділік сұраныс пен ұсыныс арасындағы қатынасты қарқынды бақылауды, табыстылықты басқаруды (себебі маусымдағы сұраныстың артуы шығындарды өсіреді) талап етеді. Саладағы сұраныс пен ұсынысты сараланған баға саясаты, жеңілдіктер, жана туристік өнімдерді әзірлеу және басқада сала қызметін ынталандырушы іс-шаралар арқылы қолдауға болады.

Дүниежүзілік экономикалық қауымдастықтың мүшесі болып табылатын, Қазақстан Республикасындағы туристік нарықтың қазіргі жай-күйі мен даму тенденцияларына талдау жасасақ. Саланың дамуын сипаттайтын негізгі статистикалық көрсеткіштер отандық туризм саласының дамуында оң өзгеріс барын көрсетуде. Мемлекеттің туристік және рекреациялық әлеуетін сипаттайтын ресурстардың жеткіліктілігі туристік қызметті тұтынатын отандық және шетелдік туристердің легін тартуға ықпал етеді (1-кесте).

Кесте 1 – ҚР-ғы туризм түрлері бойынша туристік ағын өзгерісі (2017–2022 жж.)

Жылдар	Шығу туризмі бойынша келушілер, адам	Өсім қарқыны, %	Кіру туризмі бойынша келушілер саны, адам	Өсім қарқыны, %	Ішкі туризм бойынша (резиденттер) келушілер*	Өсім қарқыны, %
2017	10260813		7701196		4387495	
2018	10646241	3,8	8789314	14	4695942	7
2019	10707270	0,5	8514989	-3	5286782	13
2020	2865004	-73	2034753	-76	3328614	-37
2021	3501387	22,2	1330169	-35	5145217	55
2022	7670000	119	4728800	256	6407318	24,5

Ескертпе: ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының мәліметтері негізінде құрастырылып, есептелген [13].
*Ішкі туризм бойынша (резиденттер) орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер

2017–2019 жылдар аралығында шығу туризмі бойынша келушілердің саны өскен. 2020 ж. COVID-2019 пандемиясы салдарынан халықаралық туристік нарық орталықтарының қызметінің тоқтауына байланысты құлдырап, 2022 ж. қайтадан өсімді көрсетіп отыр. Географиялық ағымы бойынша қарайтын болсақ, ТМД елдеріне саяхаттаушылардың үлесі, ТМД-дан тыс елдерге саяхаттаушылардың санына қарағанда басым.

2022 жылғы дерек көздері, шығу туризм нарығы туристік нарықтың 41%-ын, ал ішкі туризм нарығы 34%-ға жуығын құрағанын көрсетіп отыр. Шығу туризмі үшін тұтынушылардың турларды сатып алуы үшін екінші деңгейлі банктердің бөліп төлеу қызметін қолдану мүмкіндігі бар. Банктің бұл қызметі де шығу туризмінің дамуына ықпал етіп отыр.

Қазақстан аумағындағы туристік дестинациялардың қызметін тұтынушылардың саны 2018 ж. 2017 жылға қарағанда 14% өсім қарқынын көрсеткен. Ал, 2019–2022 жылдар аралығында шетелдіктердің республика аумағына келу көрсеткіштері төмендеген. Келу туризм ағымы бойынша да ТМД елдер азаматтарының біздің елге саяхаттауы басымдыққа ие болған.

Ішкі туризм бойынша (резиденттер) орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілердің көрсеткіші талдауға алынған жылдар ішінде 2021 ж. 2020 жылдағы көрсеткішке қарағанда 55 пайызға өсіп, 5145217 адамды құрады. Яғни резиденттердің ішкі туристік дестинациялардың қызметін тұтыну жағдайларында оң өзгерістер бар. Бұл, отандық туризм саласында ішкі туристік-рекреациялық әлеуеттің мүмкіндігіне назар аударудың басымдыққа айналып отырғанын көрсетеді.

Мемлекетте туристік саланың тартымдылығын қамтамасыз ету мақсатында бірқатар шаралар іске асырылды:

- ♦ шетел азаматтарының сатып алу қызметтеріне қосылған құн салығын қайтаруға негізделген «tax free» жүйесі қолданысқа енді;

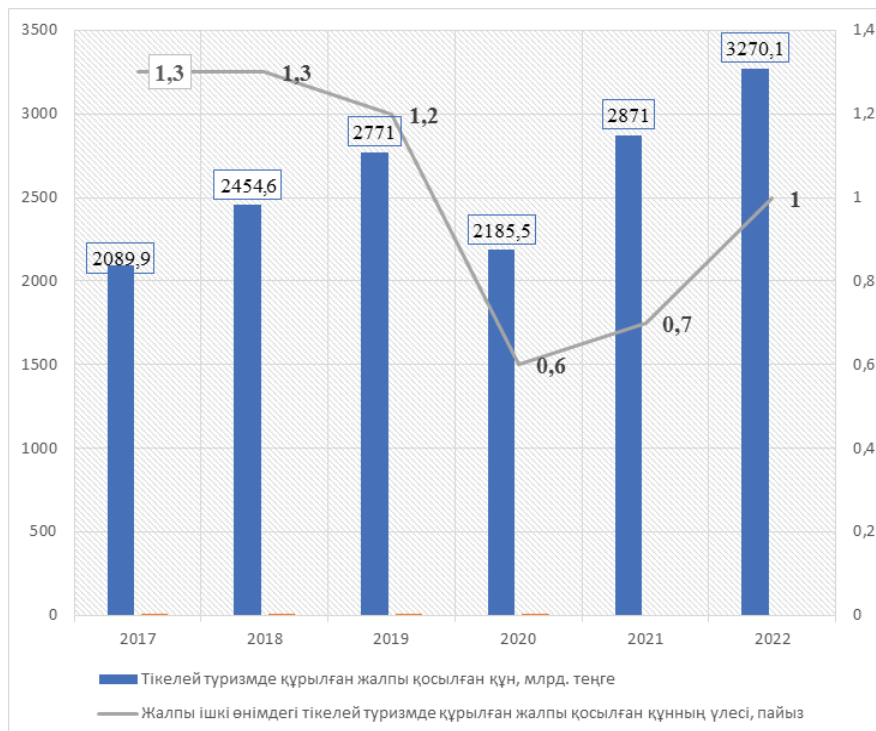
♦ Қазақстан Республикасының кедендік-визалық рәсімдеулерінде өзгерістер жасалып, виза талап етпейтін елдердің тізімі 79 елге дейін өсті, көші-қон карточкасы және шетел азаматтарын тіркеу 30 күнге дейін тоқтатылды;

♦ елдің туристік-рекреациялық ресурстарының әлеуетін бірізділендіру әрі туристік қызметті тұтынушылар үшін басымдық берілетін аумақтардың туристификациялаудың картасын бекітті, әрі картаға енген объектілердің республикалық және өңірлік статустары айқындалды;

♦ Қазақстанның 12 әуежайында «ашық аспан» режимі енгізілді [14] (Астана, Алматы, Тараз, Шымкент, Ақтау, Семей, Қарағанды, Өскемен, Павлодар, Петропавл, Көкшетау және Түркістан қалаларындағы әуежайларда).

Бұл режим жаңа шетелдік тасымалдаушыларды тартуға, әуе тасымалдаушылардың бәсекелестігін дамытуға, халықаралық маршруттарды ашуға, әуе билеттердің құнын төмендетуге, туризмді дамытуға және Қазақстан қалаларының көліктік-тасымалдау қолжетімділігін арттыруға ықпал етеді [15].

Ел экономикасындағы туризмнің үлесін тікелей туризмде құрылған жалпы қосылған құн және жалпы ішкі өнімдегі тікелей туризмде құрылған жалпы қосылған құнның үлесі көрсеткіштерімен бағалайтын болсақ, ЖІӨ-гі туризмнің үлесі әлі де болса төмен деңгейде қалып отыр (1-сурет).



Сурет 1 – ҚР-ғы ЖІӨ-гі туризм саласының үлесі, %

Ескертпе: ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының мәліметтері негізінде құрастырылған.

Жалпы ішкі өнімдегі тікелей туризмде құрылған жалпы қосылған құнның үлесі 1,3–1 пайыз аралығы шегінде қалып отыр. Пандемияға дейінгі аралықта туризм ағымының өсу көрсеткіштеріне қол жеткізгенмен, саланың отандық экономика үшін үлес салмағының әлі де болса төмен деңгейде екендігі байқалады. 2023–2029 жылдарға арналған туристік саланы дамытудың тұжырымдамасына сүйенетін болсақ [14], туризм саласының нысаналы индикаторлары мен күтілетін нәтижелері келесідей болмақ: туризм саласында жұмыспен қамтуды 800 мың адамға дейін ұлғайту; тұру және тамақтану қызметтеріндегі инвестициялардың өсуі 260 млрд теңгеге дейін жеткізу; «сапарлар» жіктемесі бойынша қызметтер экспортын 5,5 млрд АҚШ долларына дейін арттыру; ішкі туристер санын 11 млн адамға дейін және келуші туристер санын 4 млн адамға дейін жеткізу.

Республикада туроператорлар мен турагенттер туралы толыққанды дербес статистикалық ақпарат жиналмайды. Экономикалық қызмет түрлері бойынша шағын және орта субъектілер туралы мәліметтердің жүйесінде өнер, ойын-сауық және демалыс саласы бойынша қызмет көрсететін субъектілер туралы ақпарат жинақталатынын ескерсек, анимациялық-демалыс индустриясында жұмыс істейтін ШОК қызметінде өзгерістер байқалады (2-кесте).

Кесте 2 – Демалыс және ойын-сауық саласындағы кәсіпкерліктің даму серпіні

Жылдар	Барлығы	Өсім қарқыны, %	Шағын кәсіпорындар	Өсім қарқыны, %	Орта кәсіпорындар	Өсім қарқыны, %	Дара кәсіпкерлер	Өсім қарқыны, %
2017	8501		1911		36		6554	
2018	9901	16	2233	17	43	19	7625	16
2019	11493	16	2574	15	35	-19	8884	17
2020	11591	0,8	2782	8	28	-20	8781	-1,2
2021	12630	9	3110	12	28		9492	8
2022	19600	55,2	5122	64,7	30	7,1	14448	52,2

Ескертпе: ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының мәліметтері негізінде құрастырылып, есептелген. [16].

2021 ж. 2017 жылға қарағанда өнер, ойын-сауық және демалыс саласында жұмыс істеген ШОК санының өсу қарқыны 48,6 пайызды құрап, 12630 бірлікті құрады. Оның ішінде 24,6% шағын кәсіпкерлік кәсіпорындары; 0,22% орта кәсіпкерлік кәсіпорындары және 75,2% дара кәсіпкерлер жұмыс істеген. Талдау нәтижелері туристік салада шағын және дара кәсіпкерлердің үлесі жоғары екенін көрсетіп отыр. Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау жүйесі қалыптасқан, ал нақты туризм саласындағы кәсіпкерлікті дамытуға мүмкіндік беретін арнайы тетіктер жүйелендірілсе, аталмыш саланың даму қарқынына ықпал ететіндігі сөзсіз.

Шағын кәсіпкерліктің белсенділігі орналастыру және қонақ үй қызметін ұсыну саласында жоғары болып отыр (3-кесте).

Кесте 3 – Орналастыру саласындағы кәсіпкерлік белсенділіктің қарқыны

Жылдар	Барлығы	Өсім қарқыны, %	Шағын кәсіпорындар	Өсім қарқыны, %	Орта кәсіпорындар	Өсім қарқыны, %	Ірі кәсіпорындар	Өсім қарқыны, %
2017	2987		2818		99		70	
2018	3322	11	3154	12	90	-9	78	11
2019	3592	8	3428	8	85	-5	79	1
2020	3514	-2	3351	-2	83	-2	80	1
2021	3686	4	3520	5	80	-3	86	7
2022*	9781	165,2	9664	174,5	92	15	25	-71

Ескертпе: ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының мәліметтері негізінде құрастырылып, есептелген [13].

*тұру және тамақтану бойынша қызмет көрсетуші кәсіпорындар саны

Орналастыру қызметін ұсынушы кәсіпорындар арасында шағын кәсіпкерлік нысанының артықшылығы орын алып отыр. Егер республика деңгейінде 2021 ж. 3686 бірлік әртүрлі меншік түрлері мен ұйымдастыру нысандары бойынша ерекшеленетін қонақ үй қызметін көрсетуге маманданған кәсіпорындар ресми тіркелген болса, оның 95,5%-ы немесе 3520 бірлігі шағын кәсіпорындарға тиесілі. 2021 ж. осы салада жұмыс істейтін орта кәсіпорындардың үлесі жалпы республикалық көрсеткіштің 2,2%-ын немесе 80 бірлікті, ал ірі кәсіпорындар 2,3%-ды немесе 86 бірлікті құрады. Осы талдау нәтижелері қонақ үй және орналастыру қызметін ұсынатын салада шағын кәсіпорын нысанында ұйымдастырылған кәсіпкерліктің даму серпіні жоғары екенін көрсетуде. Шағын бизнес туристік инфрақұрылымның негізгі объектілерін яғни шағын қонақ үйлерді, кемпингтерді, мотельдерді құруға жылдам бейімделеді; туристердің

сұраныстарына сәйкес игерілмеген нарықтық «саңылауларда» қызмет көрсетуге мамандана алады сонымен қатар қызмет ассортиментін кеңейту және жұмысбастылық мәселелерін шешуде өзінің басымдығын көрсетеді.

Орналастыру орындарын меншік нысандар бойынша қарастыратын болсақ, Республикадағы жеке меншік нысанында ұйымдастырылған қонақ үй объектілерінің 2021 жылғы үлесі 96,4% немесе 3552 бірлікке жеткен. Ал, мемлекеттік меншіктегі орналастыру объектілерінің үлесі 0,3% немесе 93 бірлік; шетелдік кәсіпкерлердің қатысуымен ұйымдастырылған бірлескен кәсіпорындардың үлесі 0,8% немесе 31 бірлік және басқа мемлекеттердің заңды тұлғалары не шетелдіктердің меншігіндегі объектілердің үлесі 1,1%-ы немесе 41 бірлікті құрады. Республиканың қонақ үй нарығында жеке меншікке тиесілі орналастыру объектілерінің үлес салмағы салыстырмалы түрде артықшылыққа ие болып отыр. 2021 жылғы статистикалық-сандық көрсеткіштерді талдайтын болсақ, өңірлік деңгейде Шығыс Қазақстан (587 бірлік), Алматы (567) және Ақмола (341) облыстарында қонақ үй қызметін көрсетуге маманданған кәсіпорындардың ұйымдастырылуы өскен. Бұдан шығатын қорытынды, туристік-рекреациялық әлеуеті жоғары және туристік ағындардың жеткілікті легін қабылдай алатын өңірлерде қонақ-жайлылық инфрақұрылымының дамуы байқалады.

Ірі мегаполис қалаларда да қонақ үй саласындағы кәсіпкерліктің даму үрдісі байқалады. 2021 ж. Алматы қаласында 350 бірлік орналастыру объектісі қызмет көрсеткен болса, оның ішінде жеке меншік нысанында 345; мемлекеттік меншіктегі 1 және шетелдік меншіктегі 4 кәсіпорын жұмыс істеген. Талдауға алынған мерзім ішінде орналастыру орындары 1220029 адамға қызмет көрсетсе, оның 584521-і жеке мақсатта; 635508-і іскерлік-кәсіби мақсаттағы келушілер болған.

Алматы қаласы – Орталық Азиядағы ірі іскерлік және қаржы орталығы екені белгілі. 2022 жылдың қаңтар-қыркүйек айлары арасында Алматы қаласында тіркелген шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері 10329152 млн теңгенің өнімін өндірген, республика бойынша ШОҚ субъектілері өндірген тауарлар мен қызметтердің 26 пайызы Алматы қаласына тиесілі болып отыр. Қазіргі уақытта Алматы қаласында туризмді дамыту бойынша бірқатар жоспарлар іске асырылып жатыр. Таулы жерлерде туристік инфрақұрылымды жақсарту мақсатында 1000 км шамасында таулы жаяу бағыттар цифрландырылды, оның 650 км-ден астамы абаттандырылды, сонымен қатар 7 кемпинг аймағы құрылды. Таулы және экологиялық туризмді дамыту шеңберінде «Іле-Алатау» МҰТП-да ұзындығы 150 шақырымға жуың 12 тау бағытын абаттандыру жұмысын жүргізіп, 3 кемпинг аймағын құру жұмысын аяқтады. Өңірде орналастыру саласының инфрақұрылымын дамыту мақсатында 2022 ж. «RAAVAN Aparthotel 4*» апартамент-қонақ үйі, 2021 жылдан бастап экологиялық туризм саласында «Medeu Park Hotel» қонақ үй кешенін салу іске асырыла басталды.

Сонымен қатар, 2023 ж. «Tenir Eco Hotel» эко-қонақ үйінің 2-кезеңін, сондай-ақ 2 визит-орталықты іске асыруды және 2 глэмпингты (Түюк-Су және Бутаковка) жобалауды бастау жоспарланған [17].

Республика астанасы- Астана қаласында 2021 ж. 212 бірлік орналастыру орны жұмыс істеген, оның ішінде жеке меншік нысанда құрылған қонақ үйдің үлесі 97,6%. Осы аралықта 751123 келуші қонақ үй қызметіне сұраныс білдірген. Астана қаласында туристік инфрақұрылымды дамыту мен жетілдіру мақсатында бірқатар инвестициялық жобалар жүзеге асырылып жатыр. БАӘ қаржыландырумен құрылысы 2027 ж. аяқталатын туристік кварталдың құрылысы іске асырылуда. Жобаның құны – 1000000 млн теңге [18]. Орналастыру орындары саласында қызмет көрсететін кәсіпкерлер 2021 ж. 2017 жылға қарағанда 0,6% артық немесе 109027262,7 мың теңгенің қызметін көрсеткен. Оның ішінде қонақ үйлердің және тұруға арналған ұқсас орындары 94735947,7 мың теңгенің; демалыс күндерінде және қысқа мерзімге тұрғын үйді жалдау 12596886,3 мың тг; кемпингтер, автофургондарға арналған тұрақтар және тұруға арналған автотіркемелермен қызмет көрсету 144653,2 мың тг және тұруға арналған өзге де орындар 1549775,5 мың теңгенің қызметін көрсеткен.

Қазіргі кезеңде әлем мемлекеттері табиғи ресурстардың сарқылуы, азық-түлік, энергетикалық қауіпсіздік, үдей түскен әлеуметтік тұрақсыздық сынды бірқатар сын-қатерлермен бетпе-бет келіп отыр. Осы тығырықтардан шығудың бір жолы ретінде шағын және орта бизнесті дамыту-ұлттық экономиканы әртараптандырудың жетекші күші ретінде танылуда. Сондықтан кәсіпкерлікті дамытуда келесі бағыттардағы іс-шараларды жетілдіруді жалғастыру керек:

- ♦ кәсіпкерлердің бизнес бастамаларын қолдау;
- ♦ отандық кәсіпкерлікті қолдау тетіктерін жетілдіру және кәсіпкерлердің мүдделерін қорғау;
- ♦ экономиканың басым секторларында ұйымдастырылатын кәсіпкерлік қызметке қолдау көрсету;
- ♦ кәсіпкерлерді ақпараттық қолдау қызметтерін жетілдіру.

Қорытынды

Жоғарыда жүргізілген талдау нәтижелері туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің дамуында оң үрдіс бар екенін көрсетіп отыр. Республиканың туристік әлеуетінің мүмкіндігі әлі де болса толығымен қолданысқа енгенін ескерсек, онда туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің дамуы алдағы уақыттарда артатындығы белгілі. 2029 жылға қарай отандық туризм саласындағы жұмыспен қамтуды 800 мың адамға дейін арттыру, саладағы жалпы қосылған құн көлемінің өсуін 6 трлн теңгеден өсіру жоспарланып отырғаны белгілі [12]. Туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметтің белсенділігін арттыру үшін ұйымдастырушылық, экономикалық сипаттағы бірқатар іс-шаралар атқарылуы керек.

1. Туристік өніммен қамтамасыз ету, туристердің қызметке деген сұраныстарын қанағаттандыру үшін туризм саласындағы кәсіпкерлік қызметті ұйымдастырудың және басқарудың онтайлы әдістеріне жүгіну керек.

2. Туризм саласының барлық қатысушыларының келісілген және үйлестірілген өзара іс-қимыл жүйесі сапалы қызмет көрсетуге бағдарлануы қажет.

3. Салаға инвестиция тарту үшін ынталандырушы қаржылық-несиелік тетіктерді анықтау.

4. Туристік дестинацияларға қолжетімділікті арттыру үшін инженерлік-көліктік және туристік инфрақұрылымдармен қамтамасыз ету. Тұтынушыларды туристік орындарға жеткізу, қолжетімді тасымалдау желісін арттыру жобаларын жүзеге асыру мемлекеттік деңгейде шешімін табу керек.

5. Туристік инфрақұрылым нысандарының Интернет және ұялы байланыс желілерімен қамтамасыз ету, бұл өз кезегінде кәсіпкерлердің цифрлық онлайн-сервис қызметтеріне қолжетімділіктің тұрақтылығына мүмкіндік береді.

6. Туристік дестинация орналасқан аумақтардағы жергілікті тұрғындар арасында кәсіпкерлік қызмет мәдениетін дамытуға, отбасылық, шағын және орта бизнесті жүргізудің мүмкіндіктеріне қолдау көрсету.

7. Республикалық және жергілікті маңызы бар туристік дестинацияларды дамыту шаралары шеңберінде қонақжайлылық және туризм саласындағы кәсіпкерлікпен айналысатын шағын-орта бизнес субъектілердің іскерлік белсенділіктерін арттыру керек. Шағын және орта бизнес туристік өнімді қалыптастырудың негізі бола отырып, өзгермелі нарықтық конъюктураның талаптарына шұғыл жауап беретін туристік қызметтер мен өнімдерді ұсынуға бағдарлануы керек.

ӘДЕБИЕТТЕР

1 Международный туризм в 2024 году достигнет до пандемийного уровня. URL: <https://news.un.org/ru/story/2024/01/1448742> (дата обращения: 02.02.2024)

2 Economic Impact Research. URL: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (accessed: 02.02.2024)

3 Макареня Т.А. Современное предпринимательство: учеб.пособие. – Ростов-на Дону: Изд. Южного федерального университета, 2011. – 190 с.

4 Баранова А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 180 с.

5 Лапуста М.Г. Предпринимательство. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 384 с.

6 Куратко Д.Ф. Кәсіпкерлік: теория, процесс, практика. – Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2018. – 480 бет.

7 Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V ҚРЗ.

8 Ciprian-Constantin P., Oleg P. Entrepreneurship in the industry of tourism // The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences, TOM XXX, 1st Issue. – 2021. – P. 130–135.

- 9 Rusu S., Milin A.I., Isac F.L. Entrepreneurship in Tourism – Reasons, Necessary Resources and Impediments // ECOFORUM. 2017. Volume 6. No. 3(13). P. 3–11.
- 10 Завьялова Н.Б., Кадина В.С. Предпринимательство в индустрии туризма // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Том 10(3). – С. 819–830.
- 11 Гасанов А.Н. Аббасова С.Г. Специфические особенности предпринимательства в туризме // Sciences of Europe. 2019. No. 38. P. 8–10.
- 12 Тлеубердинова А.Т., Салауатова Д.М. Особенности предпринимательской деятельности в туризме // Вестник Национальной академии наук Республики Казахстан. – 2018. – № 1. – С. 184–194.
- 13 Қазақстан туризмі. Статистикалық жинақ / қазақ және орыс тілдерінде. – 2017–2021.
- 14 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 262 қаулысы. URL: <http://surl.li/prrfa> (өтініш берілген күн: 02.02.2024)
- 15 «Ашық аспан» режимі 5 жылға ұзартылды. URL: <http://surl.li/prrev> (өтініш берілген күн: 03.02.2024)
- 16 Қазақстан Республикасындағы шағын және орта кәсіпкерлік. Статистикалық жинақ / қазақ және орыс тілдерінде. – 2017–2021. – 58 бет.
- 17 2022 жыл бойынша Туризм басқармасының қызметі туралы есеп // Алматы қаласы әкімдігінің ресми сайты. URL: <http://surl.li/prrei> (өтініш берілген күн: 05.02.2024)
- 18 Инвестициялық жобалар // Астана қаласы әкімдігінің сайты. URL: <http://surl.li/prrhe> (өтініш берілген күн: 06.02.2024)

REFERENCE

- 1 Mezhdunarodnyj turizm v 2024 godu dostignet do pandemijnogo urovnja. URL: <https://news.un.org/ru/story/2024/01/1448742> (data obrashhenija: 02.02.2024). (In Russian).
- 2 Economic Impact Research. URL: <https://wttc.org/research/economic-impact> (accessed: 02.02.2024). (In English).
- 3 Makarenja T.A. Sovremennoe predprinimatel'stvo: ucheb.posobie. – Rostov-na Donu: Izd. Juzhnogo federal'nogo universiteta, 2011. 190 p. (In Russian).
- 4 Baranova A.Ju. (2021) Organizacija predprinimatel'skoj dejatel'nosti v sfere turizma: uchebnoe posobie. M.: INFRA-M, 180 p. (In Russian).
- 5 Lapusta M.G. (2022) Predprinimatel'stvo. Uchebnik. M.: INFRA-M, 384 p. (In Russian).
- 6 Kuratko D.F. (2018) Kәсіпкерлік: teoriya, process, praktika. Almaty: Ұлттық аударма бжұросы, 480 p. (In Russian).
- 7 Qazaqstan Respublikasynyñ Kәсіпкерлік Kodeksi 2015 jylǵy 29 qazandaǵy No. 375-V QRZ. (In Kazakh).
- 8 Ciprian-Constantin P., Oleg P. (2021) Entrepreneurship in the industry of tourism // The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences, TOM XXX, 1st Issue. P. 130–135. (In English).
- 9 Rusu S., Milin A.I., Isac F.L. (2017) Entrepreneurship in Tourism – Reasons, Necessary Resources and Impediments // ECOFORUM. Volume 6. No. 3(13). P. 3–11. (In English).
- 10 Zav'jalova N.B., Kadina V.S. (2020) Predprinimatel'stvo v industrii turizma // Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo. V. 10(3). P. 819–830. (In Russian).
- 11 Gasanov A.N. Abbasova S.G. (2019) Specificcheskie osobennosti predprinimatel'stva v turizma // Sciences of Europe. No. 38. P. 8–10. (In Russian).
- 12 Tleuberdinova A.T., Salauatova D.M. (2018) Osobennosti predprinimatel'skoj dejatel'nosti v turizme // Vestnik Nacional'noj akademii nauk Respubliki Kazahstan. No. 1. P. 184–194. (In Russian).
- 13 Qazaqstan turizmi. Statistikalıyq jinaq / qazaq jáne orys tilderinde. 2017–2021. (In Kazakh).
- 14 Qazaqstan Respublikasynyñ turistik salасыn damytudyñ 2023–2029 jylдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Qazaqstan Respublikasy Үкіметінің 2023 jylǵy 28 наурыздаǵy No. 262 qaulysy. URL: <http://surl.li/prrfa> (ötiniş berilgen күn: 02.02.2024). (In Kazakh).
- 15 «Aşyq aspan» rejimi 5 jylǵa üzartyldy. URL: <http://surl.li/prrev> (ötiniş berilgen күn: 03.02.2024). (In Kazakh).
- 16 Qazaqstan Respublikasyndaǵy шаǵын және орта кәсіпкерлік. Statistikalıyq jinaq / qazaq және orys tilderinde. 2017–2021. 58 p. (In Kazakh).
- 17 2022 jyl boıynша Turizm basqarmasynyñ qyzmeti turaly esep // Almaty qalasy әкімдіginiñ resmi saity. URL: <http://surl.li/prrei> (ötiniş berilgen күn: 05.02.2024). (In Kazakh).
- 18 Investisialıyq jobalar // Astana qalasy әкімдіginiñ saity. URL: <http://surl.li/prrhe> (ötiniş berilgen күn: 06.02.2024). (In Kazakh).

ШОХАН Р.,*¹

к.э.н., ассоциированный профессор.

*e-mail: roza-shokan@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-1005-3769

ТЛЕСОВА Э.Б.,¹

к.э.н. ассоциированный профессор.

e-mail: t.ilvira@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-7057-0461

¹ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,

г. Астана, Казахстан

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПУТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИСТСКОЙ СФЕРЕ

Аннотация

Цель. Рассмотрение теоретических и практических аспектов организации предпринимательской деятельности в сфере туризма и определение перспективных направлений его развития. Проведение анализа текущего состояния развития предпринимательской деятельности в сфере туризма в Республике Казахстан. Основной целью данной статьи является проведение анализа показателей сферы туризма за 2017–2021 гг., т.е. изучение туристских потоков, определение доли туризма в валовом внутреннем продукте, выявление активности деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в сфере размещения, развлечений и отдыха. Методы. С помощью библиографического метода был проведен обзор работ зарубежных и отечественных авторов, написанных в рамках исследуемой проблемы. С помощью методов сравнительного анализа, экономико-статистического анализа проведен анализ текущих показателей потоков внутреннего, въездного и выездного туризма; доли туризма в валовом внутреннем продукте; сферы отдыха, развлечений и размещения. Методом обобщения охарактеризовано современное состояние развития предпринимательской деятельности в сфере туризма. С помощью графического метода обрабатывались результаты анализа. Выводы. Результаты проведенного анализа текущего состояния предпринимательской деятельности в сфере туризма свидетельствуют о положительном динамичном развитии отрасли. Среди туристских потоков отмечается активность развития внутреннего туризма. Среди субъектов предпринимательства, организованных в туристской сфере, увеличился удельный вес субъектов малого и индивидуального предпринимательства. Это свидетельствует о приоритетности организации малого предпринимательства в сфере услуг.

Ключевые слова: экономика, отрасль, туризм, предпринимательство, туристическая инфраструктура, рынок, деятельность.

SHOKHAN R.,*¹

c.e.s., associate professor.

*e-mail: roza-shokan@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-1005-3769

TLESSOVA E.,¹

c.e.s., associate professor.

ORCID ID: 0000-0001-7057-0461

¹L.N. Gumilyov Eurasian national university,

Astana, Kazakhstan

THE CURRENT STATE OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE TOURISM SECTOR AND WAYS OF ITS DEVELOPMENT

Abstract

Purpose. To consider the theoretical and practical aspects of the organization of entrepreneurial activity in the field of tourism and identify promising areas for its development. To conduct an analysis of the current state of business development in the field of tourism in the Republic of Kazakhstan. The main purpose of this article is to analyze the indicators of the tourism sector for 2017–2021, i.e., to study tourist flows, determine the share of tourism sector in the gross domestic product, identify the activity of small and medium-sized businesses in the field

of accommodation, entertainment and recreation. Methods. Using the bibliographic method, a review of the works of foreign and domestic researchers' studies within the framework of the problem under topic was conducted. Using the methods of comparative analysis, economic and statistical analysis, the analysis of current indicators of the flows of domestic, inbound and outbound tourism; the share of tourism in the gross domestic product; recreation, entertainment and accommodation was carried out. The current state of development of entrepreneurial activity in the field of tourism is characterized by the method of generalization. The results of the analysis were processed using the graphical method. Conclusions. The results of the analysis of the current state of entrepreneurial activity in the sphere of tourism testify to the positive dynamic development of the industry. Among tourist flows there is noted activeness of domestic tourism development. Among the subjects of entrepreneurship, organised in the tourism sector, the share of small and individual entrepreneurship has increased. This indicates the priority of organisation of small business in the sphere of services.

Key words: economics, industry, tourism, entrepreneurship, tourism infrastructure, market, service.

Article submission date: 11.04.2024

**ЖАС ЗЕРТТЕУШІНІҢ МІНБЕСІ
ТРИБУНА МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ
PLATFORM OF YOUNG RESEARCHER**

FTAXP 71.01.11
ӘОЖ 339
JEL L81, O3

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-172-185>

ЕСИМЖАНОВА С.Р.,¹

э.ғ.д., профессор.

e-mail: saira_sr@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9921-3457

КҰЛМАН А.Б.,*¹

докторант.

*e-mail: a.kulman@mail.ru

ORCID ID: 0009-0007-9943-144X

ЕРМЕКБАЕВА Д.Д.,¹

PhD, доцент.

e-mail: ermekbaevad@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8910-6239

БАСШИЕВА Ж.Қ.,²

э.ғ.к., доцент.

e-mail: basshieva1973@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-7975-8791

¹К. Сағадиев атындағы
халықаралық бизнес университеті,
Алматы қ., Қазақстан

²Қ. Жұбанов атындағы
Ақтөбе өңірлік университеті,
Ақтөбе қ., Қазақстан

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯНЫҢ
ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯСЫ**

Андатпа

Қазіргі уақытта электрондық коммерция әлемдік экономиканың ең серпінді дамып келе жатқан сегменттерінің бірі болып табылады. Цифрлық трансформацияны белсенді жүргізіп жатқан Қазақстан жағдайында электрондық коммерция экономикалық өсуді ынталандыруда және тауарлар мен қызметтердің халық үшін қолжетімділігін арттыруда шешуші рөл атқарады. Елеулі әлеуетке қарамастан, Қазақстанда электрондық коммерцияның дамуы бірқатар қиындықтар мен шектеулерге тап болады. Жұмыста электронды коммерция және адам ресурстарын басқару бойынша отандық және шетелдік авторлардың әдебиеттеріне шолу ұсынылды. Электрондық коммерцияның даму ерекшеліктері мен бағыттары зерделенді, бүкіл әлемде және Қазақстанда электрондық коммерцияның даму тенденциялары зерттелді, онлайн режимінде отандық көшбасшының мысалын пайдалана отырып, жағдайы мен мәселелеріне талдау жасалды. Онлайн сауда бойынша көш бастап тұрған Kaspi.kz дүкенінің жағдайы, осал тұстары жайында талдау жасалып, ұсыныстар

берілді. Электронды коммерция қызметкерлері арасында сараптамалық сауалнама жүргізіліп, нәтижелеріне талдау жасалынды. Талдау нәтижесінде Қазақстандағы электрондық коммерцияны дамытудағы мәселелерді шешу бойынша және әрі дамыту үшін ұсыныстар берілді.

Тірек сөздер: электрондық коммерция, нарық, онлайн сату, онлайн сатып алу, маркетплейстер, интернет-коммерция, платформа.

Кіріспе

Электронды саудасаттықтың Қазақстан нарығына алып келетін артықшылықтары мен маңызы зор екендігі айқын. Соңғы жылдары Қазақстанда электрондық коммерцияның әсерлі өсімі байқалды, және ол елде тауарларды сатып алу және сату тәсілінің өзгеруіне әкелген болатын. Электрондық ақпараттық технологиялар саласындағы жетістіктер әлемдік экономика жүйесіне өз әсерін тигізіп, электрондық бизнестің дамуына әкелді. Осыған орай, бәсекеге қабілеттілік пен шығындардың азаюына көп мүмкіндік алады. Онлайн нарықтар мен маркетплейстердің пайда болуы шағын және орта кәсіпкерлерге өз өнімдері мен қызметтерін онлайн ұсынуға жаңа мүмкіндіктер туғызды. Бұл бәсекелестіктің артуына және тұтынушыларға қол жетімді өнімдердің әртүрлілігіне ықпал етеді [1].

Зерттеудің мақсаты – негізгі даму тенденциялары мен проблемаларын анықтау, сондай-ақ интернет-коммерцияның тұрақты және тиімді өсуін ынталандыру бойынша ұсыныстар әзірлеу мақсатында Қазақстандағы электрондық коммерцияның қазіргі жағдайы мен даму болашағын талдау және бағалау болып табылады.

Осыған байланысты, мақалада қазіргі таңдағы Қазақстан нарығындағы электронды коммерция бағыты бойынша көшбасшыларына шолу жасалатын болады, әртүрлі елдер нарығындағы озық тәжірибелерге мысалдар келтіріледі. Еліміздегі электронды коммерция бағытында жұмыс жасайтын компаниялардың дамуының тиімді әдіс-тәсілдері көрсетіледі.

Материалдар мен әдістер

Мақаланың ақпараттық базасы: Research Gate, Google Scholars, Web of sciences сияқты дереккөздер болды. Қолданбалы программалар ретінде: эксперттік сауалнаманы алу үшін Google forms, суреттерді жасау үшін Excel, Google table және онлайн бизнес ресурстар сияқты әртүрлі көздер пайдаланылды.

Авторлар зерттеу мақсатына жету үшін, синтез және синтездеу, контент анализ, индукция мен дедукция және статистикалық анализді іске асырады. Зерттеудің теориялық және әдіснамалық негізі – шетелдік, ресейлік және отандық ғалымдар мен электрондық коммерция бойынша мамандардың іргелі ғылыми әзірлемелері қолданылады. Эмпирикалық әдістер ретінде сандық зерттеу, атап айтқанда эксперттік сауалнама жүзеге асырылды. Зерттеу жұмысында еліміздің электронды коммерция жағдайы қарастырылып, Қазақстандағы үздік маркетплейс – Kaspi Дүкенге анализ жасалды. Зерттеудің ақпараттық базасын электрондық коммерция, банк саласындағы бизнес, онлайн сауда, отандық және шетелдік маркетплейстерге қатысты зерттеу жұмыстары және мақалалары құрайды.

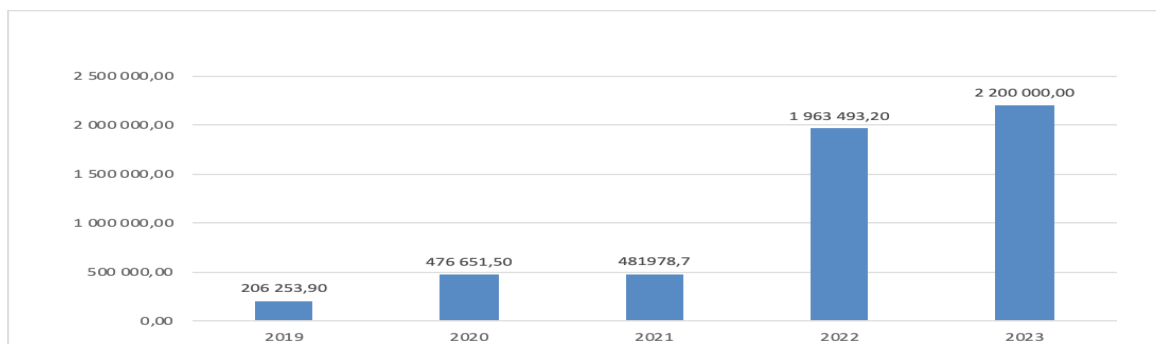
Нәтижелер мен талқылау

Қазіргі таңда «онлайн сату» және «электронды коммерция» ұғымдарына әртүрлі анықтамалар бар. Американдық экономист Гари П. кітабында берілген онлайн сауданы интернет-технологиялар интернет жүйесінің өзін, бүкіл әлемдік интернет кеңістігін және ұялы телефон желілерін пайдалануды білдіреді деп көрсеткен [2]. Кобелев А. электронды сауданы, электрондық коммерцияның маңызды құрамдас бөлігі ретінде қарастырып, оны өз кезегінде «электрондық мәліметтер алмасу құралдарын пайдалана отырып, коммерциялық операцияларды жүзеге асыру бойынша кәсіпкерлік қызмет» деп сипаттайды [3]. Электрондық коммерцияны онлайн сауда ретінде кейбір Ресей экономистері де қарастырады, мысалы, Семейкина Е., Бочкова В. [4]. Бұл авторлардың пікірін экономистер Саммер А., Дункан Гр. қолдайды [5].

Осыған ұқсас интерпретацияны басқа шетел авторы Мэт Х. келтіреді: «электрондық коммерция – бұл Интернет арқылы жүзеге асырылатын іскерлік операциялардың кез келген нысаны» [6]. Коммерциялық қызметтің тиімді болуы үшін банк мекемелері мен төлем жүйелері нақты уақыт режимінде ел ішінде де, әлемдік нарықтарда да шетел валютасын пайдалана отырып операцияларды өңдей алуы қажет [7]. Тәжірибе көрсеткендей, дамыған елдерде банктік карталармен қатар электронды/ұялы ақша және электронды әмияндар жиі қолданыла бастады. Бірқатар зерттеушілердің пікірінше, банктік карталардың таралуы электронды коммерцияның негізгі факторы болып табылады [8,9]. Интернет-саудаға қоғамның сенімін орнату қазіргі уақытта жеткізушілердің маркетингтік саясатының негізгі мақсаты болып табылады [10]. Сонымен қатар, тәжірибе көрсеткендей, халқы интернет пен әлеуметтік желілерді белсенді пайдаланатын елдерде электронды коммерция жақсы дамыған [11]. Электронды коммерция ұғымын қарастыра келе, ұғымның даму факторларын қарастырсақ. Онлайн сатып алудың дамуының басты шарттарының бірі – төлем инфрақұрылымы. Төлем ортасы электрондық коммерцияның болуының ең маңызды шарты болып табылады. Желілік экономикада оның субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігі сауда және төлем құралдарының даму деңгейімен және өзара интеграциясымен анықталады. Коммерциялық қызметтің тиімді болуы үшін банк мекемелері мен төлем жүйелері нақты уақыт режимінде ел ішінде де, әлемдік нарықтарда да шетел валютасын пайдалана отырып, операцияларды өңдей алуы қажет. Қазіргі уақытта төлем жүйелері мен құралдары осы бағытта дамып келеді. Тәжірибе көрсеткендей, дамыған елдерде банктік карталармен қатар электронды/ұялы ақша және электронды әмияндар жиі қолданыла бастады. Бірқатар зерттеушілердің пікірінше, банктік карталардың таралуы электронды коммерцияның негізгі факторы болып табылады. Банк картасының енуінен гөрі маңыздырақ тұтынушылардың электрондық банктік аударымдарды және карточкалық төлемдерді жүзеге асыруға немесе ұялы ақша қызметтерін пайдалануға мүмкіндік беретін банктік шотының болуы [12]. Жоғарыда аталған факторлардан басқа, электрондық коммерцияға әдеттер, қалаулар, тұтынушылық мінез-құлық, өмір салты, тіл, тәуекелден бас тарту және т.б. кіретін мәдени сипаттамалар әсер етеді [13]. Отандық автор Жанбозованың А. зерттеуінде, автор Қазақстандағы электронды коммерцияның дамуын талдап, оның шығындарды азайтудағы және жергілікті кәсіпкерлерді жаһандық тізбектерге қосудағы маңызды артықшылықтарын көрсетеді. Ғалымның зерттеуінде ішкі нарықты шетелдік компаниялардың бақылауына түсірмеу үшін мемлекеттік қолдау мен реттеудің, соның ішінде инфрақұрылымдық және салықтық шаралардың маңыздылығы орасан зор. Автордың зерттеулерінде нарықтың толық әлеуетін іске асыруға кедергі келтіретін және шағын бизнеске қолдау көрсетуді және жергілікті платформаларды құруды талап ететін цифрлық дағдылар мен инфрақұрылымға қатысты қиындықтар да бар [14]. С. Ыдырыстың жұмыстарында, электронды коммерцияның дамуы халықаралық саудаға интеграциялануды және тауарлардың сыртқы нарыққа шығуы үшін ішкі платформаларды құруды қажет ететінін атап көрсетеді. Автордың ойынша, интернет-инфрақұрылымын жақсарту, ауқымды кеңейту және жеткізуді жеңілдету маңызды міндеттер болып табылады. Электрондық коммерцияны дамыту үшін Қазақстанда интернет қызметтерінің қолжетімділігін арттыруға және тауарлар мен қызметтерді жылжыту үшін қолайлы жағдайлар жасауға баса назар аудару қажет. Сондай-ақ мемлекеттік қолдау интернетке қосылу сапасын жақсарту және жергілікті компанияларды онлайн саудаға қатысуға ынталандыру бастамаларын қамтуы керек [15].

Бұл зерттеуге Қазақстандағы электрондық коммерция нарығының әртүрлі провайдерлері туралы мәліметтер қолданылған. Олар: Kaspi.kz, Halyk Market, Ozon, Forte Market, Jusan Market, Lamoda, Wildberries және басқа да көптеген компаниялар.

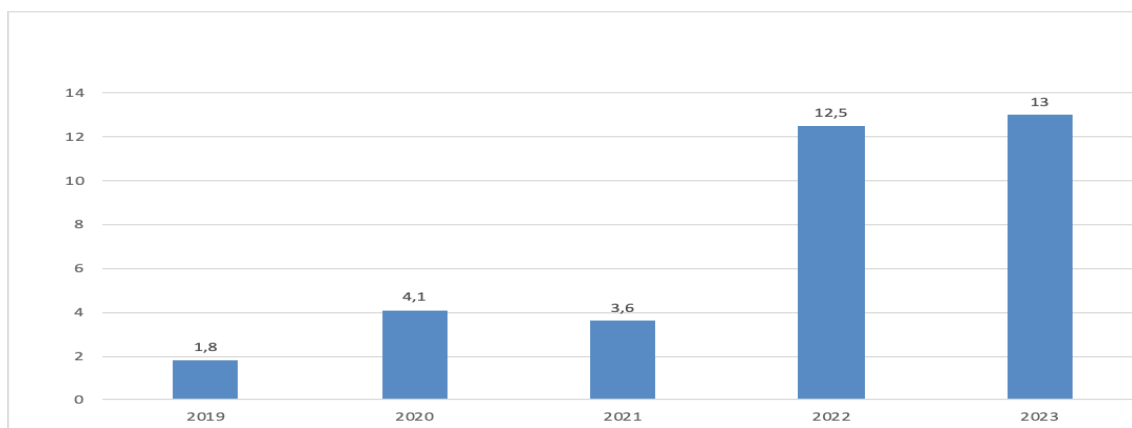
Ұлттық статистика бюросының деректері бойынша 2023 ж. бөлшек электрондық сауда нарығының (ішкі нарық) көлемі маркетплейстерді есепке алғанда 2,2 млрд теңгені құрады, оның ішінде маркетплейстер арқылы бөлшек сауда айналымы 1 117,9 млрд теңгені (56,9%), сатуды жүзеге асыратын бөлшек сауда кәсіпорындары, ал өз интернет-ресурсы арқылы тауарларды – 845,6 млн.теңге (43,1%), 2022 жылы маркетплейстерді қоспағанда бөлшек саудадағы электрондық коммерцияның үлесі 5,4%-ды құрағанын көре аламыз (сурет-1) [16].



Сурет 1 – Интернеттегі бөлшек сауда көлемі, млн тг.

Ескертпе: Авторлар [16] дереккөз негізінде құрастырған.

2-суретте 2022 ж. интернеттегі бөлшек сауда көлемі басқа жылдарға қарағанда үлкен мөлшерде өскені көрсетілген. Атап айтқанда, 2022 ж. интернеттегі бөлшек сауда көлемі 2021 жылға қарағанда 4 есе өскені бейнеленген. Ал 2019 ж. мен 2023 жылдар аралығында интернеттегі сауда мөлшері 7 есе, яғни қарқынды өсіп жатыр. Бұндай үлкен өсімнің себебі пандемиядан кейінгі адамдардың онлайн сауданы жиі қолдануы және Қазақстан нарқында Satu.kz, Lamoda.kz, Kaspi.kz, Tomas.kz, Wildberries, Ozon және қытайлық Alibaba, Taobao, 1688, және Pinduoduo сияқты бағасы қол жетімді әрі қолданылуы қолайлы маркетплейстердің дамуына байланысты болды [16].



Сурет 2 – Қазақстан Республикасындағы бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электрондық коммерцияның үлесі, %.

Ескертпе: Авторлар [16] дереккөз негізінде құрастырған.

Forbes.kz ресми деректері бойынша Қазақстандағы электронды коммерциядағы маркетплейстердің үлесі 80%-дан асады. Бұл модельдің біздің кәсіпкерлер арасында танымал болуы таңқаларлық емес. Кейбіреулер үшінші тарап сатушыларына өз платформасын ұсынса, басқалары аймақты дамытудың қарқынды процесінде белсенді үлес қосады. Нарық алаңындағы маркетплейстердің сәтті болуының негізгі құпиясы: платформа сатып алушылар үшін неғұрлым тартымды болса, сатушылар соғұрлым экожүйенің бөлігі болуға ұмтылады, өйткені олармен бәсекелесу тиімсіз болады. Негізгі себебі мұның барлығы сайт трафигіне байланысты. Сарапшылардың пікірінше, нарықтағы өнімдердің барлық онлайн сұраныстарының 40–50% маркетплейстердегі іздеуі құрайды. Қазіргі кезде негізгі іздеу жүйелері артта қала бастады, олардың үлесі 15–35% құрайды. Сатып алушылар маркетплейстерден кез келген затты таба алатынын біледі және делдалдардың көмегінен өнімдерді өздері іздейді [17].

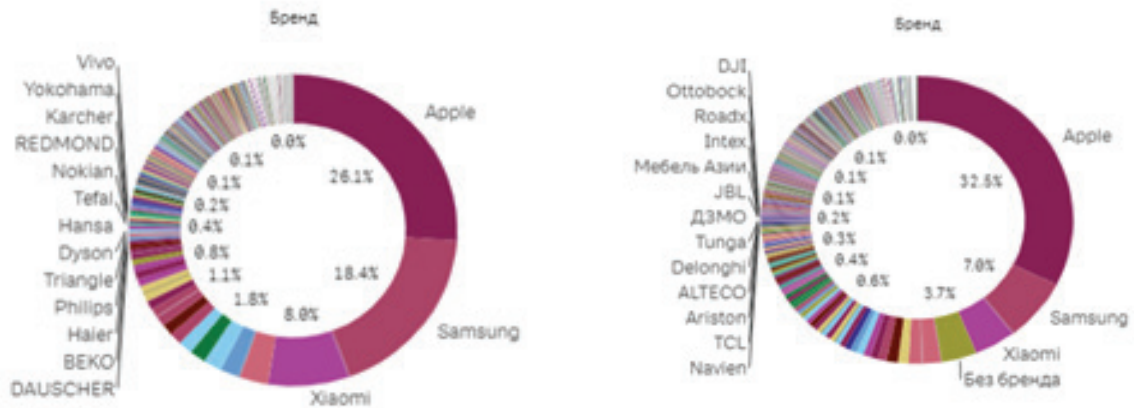
Қазақстан нарығындағы 2023 жылғы деректер бойынша үлесі жағынан бірінші орында тұрған маркетплейс Kaspi Дүкен. Ресми сайттағы ақпаратқа сәйкес, Kaspi.kz миссиясы инновациялық өнімдер мен қызметтерді жасау болып табылады. 2022 ж. Kaspi Дүкен ассортименті 1,9 есе өсіп, 2,8 миллионға жетті. Бір жыл ішінде орындалған тапсырыстардың саны 2,4 есе өсіп, 20 миллионнан асты. Kaspi Postomat құрылғыларының желісі іске қосылды. Еліміздің 86 қаласында 3348 постомат қондырғысы орнатылды. Жыл соңына дейін бұл тапсырыстарды қабылдау ең танымал тәсіл болды. Жыл сайын шілде және қараша айларында дәстүрлі «Каспий Жұма» шарасы өтеді. 2023 ж. Kaspi Дүкен ассортименті 4 миллион өнімге жетті. Kaspi Postomat желісіндегі құрылғылар саны 4372-ге дейін өсті. 2023 жылдың шілде айында Kaspi Жұма тағы да орын алды: 2022 жылдың шілдесімен салыстырғанда сатылым өсімі 82%-ды құрады. Бірінші жартыжылдықта өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда онлайн-нарықтың сатылымының өсімі 58%-ды құрады [18].

Кесте 1 – Kaspi.kz интернет дүкенінің 2020–2023 жылдар аралығындағы сатылған санаттарының үлесі, %

Санаттар	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.	2023 ж.	2023 санаттардың 2020 жыға қарағандағы өзгеруі, % пункттерде
Телефон және гаджеттер	50,2	55,6	44,4	36,1	-28
Тұрмыстық техника	14,5	10,4	12,5	11,6	-20
Компьютерлер	8,8	7,1	8,2	8,2	-6,8
Тв, аудио және видео	7,3	5,8	6,2	5,7	-21,9
Авто тауарлар	5,3	4,7	6,3	8	50,9
Жиһаздар	2	2	4,8	5,4	62,9
Құрылыс және жөндеу	0,6	1,3	2,7	4,3	86
Басқа санаттар	11,3	13,1	14,9	20,7	83
Ескертпе: Авторлар [19] дереккөз негізінде құрастырған.					

1-кестеде көрсетілген ақпарат бойынша 2020 және 2021 жылдар аралығында телефондар және гаджеттар санаты Kaspi.kz интернет дүкенінің 50%- аса үлесін алып тұрғанын, яғни сол жылдар аралығында интернет дүкенінің тұтынушыларының жартысынан астам үлесі тек осы санаттағы тауарларды алғанын және оларға сұраныс басқа санаттарға қарағанда көбірек болғанын көрсетеді. Осындай тенденцияның орын алуы, 2020 және 2021 жылдар аралығында Kaspi.kz дүкеніндегі басқа санаттардағы тауарлар түрлерінің аз болуына, әр санаттағы тауарларды сататын сатушылардың аздығына байланысты. Және мобильді қосымшаның негізгі артықшылықтарының бірі қымбат тауарларды бөліп төлеу және несиеге алуға мүмкіншілік бергендіктен, осындай тенденция байқалады.

Жыл сайын телефон және гаджеттар санаты бірінші орынды алып тұрғанымен осы санаттың үлесі шамамен 5% түсіп жатқанын, алайда басқа санаттар үлестерінің ұлғайып жатқанын көре аламыз. Мысал ретінде, 1-ші кестеде көрсетілгендей, 2020 ж. автотауарлар санатының үлесі 5,3%-ды құрап және сатылым бойынша 5-ші орында болса, 2023 ж. олардың үлесі 9%-ға өсіп 3-ші орынға көтерілген. Алдыңғы орындарда тұрмыстық техника, автотауарлар, компьютерлер деген сияқты тауарлардың тұруы, бұл санаттағы тауарлардың басқасына қарағанда қымбат болуына, адамдардың қымбат тауарларды Kaspi.kz дүкені арқылы алуы – «Kaspi.kz» брендіне сенім артуына және сатып алушылардың осы санаттағы тауарларды бөліп төлеуге алуға мүмкіншіліктерінің болуымен сипатталады.



Сурет 3 – Kaspi.kz интернет дүкенінің 2020, 2023 жылдардағы сатылған брендтердің үлесі, %

Ескертпе: Авторлар [19] дереккөз негізінде құрастырған.

Суретте көрсетілген ақпарат бойынша Kaspi.kz дүкенінің сатып алушылары бірінші кезекте Apple, Samsung және Xiaomi брендтерін таңдайтынын көре аламыз. Алдыңғы қатардағы үш бренд жыл сайынғы тенденция бойынша тұрақты алдыңғы орындарда тұрғанымен, жыл сайын басқа брендтердің пайда болып, олардың үлестерінің үлкейіп жатқаны байқалады. 2023-жылғы диаграмма бойынша ескеретін жайт, алдыңғы үш жыл 4-орында тұрақты түрде LG бренді тұрақталып, бренді жоқ тауарлардың үлесі аз болса, ең соңғы жылы бренді жоқ тауардың үлесінің артып, сатылым бойынша 4-орынға орналасқанын байқай аламыз. Бұл жайттың себебі Kaspi.kz дүкенінде 2023 жылдан бастап, тұрмыстық техника және тағы басқа атақты брендтер санатындағы тауарларды сату үшін сатушылар тарабынан тиісті құжаттарды тексеру қатаңдатылғандықтан, сатушылар жабық емес брендтегі тауарларды сата бастағанымен айқындалады.

Kaspi.kz интернет дүкенінің 2020–2023 жылдардағы сатылымы бойынша соңғы төрт жыл қатарынан Алматы, Астана, Қарағанды және Шымкент қалаларының тұрғындары сатылымның ең көп үлесін құраған [19]. Бұл көрсеткіштер жоғарыда көрсетілген төрт қала тұрғындарының саны көп болғандықтан, ал үш қала Қазақстанның ірі мегаполистері болып саналғандықтан, сондай-ақ Kaspi.kz дүкенінің сатушылары осы аймақтың тұрғындары болғандығын айқындады. Интернет дүкеннің логистикасы да осы қалаларда қолайлы ұйымдастырылған. Сатушылардың тауарларын алып кететін пикап, ірі төрт қалада қосылғандықтан және аталған қалаларда 3 сағатта жеткізілетін экспресс тасымалдаушы сатушыларды қосу арқылы сапалы және тез жеткізу қызметін ұйымдастыра алатындықтан, аталған қалалардың үлесі басқа қалаларға қарағанда үлкен көрсеткішті құрауда.

Жоғарыда көрсетілген зерттеу жұмысының мақсатына жету үшін, пікір сұрау жүргізілді. Сауалнаманың мақсаты электрондық коммерцияны дамытудың қиындықтарын түсіну және Қазақстандағы электрондық коммерцияның өсу бағыттарын анықтау болды. Екінші жағынан, сауалнаманың мақсаты осы факторлардың екі топтың онлайн-сатып алу әрекетіне қаншалықты әсер ететінін бағалау болды. Респонденттердің қойған сұрақтары концептуалды негізден алынды. Бұл тұжырымдамалық негіз көптеген қосымша зерттеулерді (вторичное исследование) пайымдау арқылы дайындалды. Бұл зерттеудің дизайны зерттеушілік және сипаттамалық болды. Зерттеу жұмысында авторлар жартылай құрылымдық сараптамалық сауалнаманы пайдаланды. Жартылай құрылымдық сауалнама әдісін қолдана отырып, авторлар өлшеудің дәлдігін арттыруды мақсат етті.

Сауалнамада респонденттерді іріктеу

Зерттеудің негізделген нәтижесін алу үшін сарапшыларды іріктеу сараптамалық бағалаудың теориясы мен тәжірибесінің маңызды кезеңдерінің бірі болып табылды. Сарапшыларға ықтимал кандидаттар ретінде авторлар зерттеу саласындағы құзыретіне сәйкес мамандарды қарастырды. Сонымен қатар, әлеуетті сарапшылардың тізімін қалыптастыру үшін сараптамалық бағалау теориясына сәйкес snowball әдісі қолданылды (басқа дереккөздерде ол «доп» әдісі деп

аталады), онда әрбір сұралған сарапшы басқа да бірқатар ұсыныстарды ұсынды. Сарапшыларды іріктеудің негізгі критерийлері ретінде келесі негізгі критерийлерді пайдалану әдетке айналған: қызмет түрі, жұмыс тәжірибесі, және біліктілік деңгейі. Осы құзыреттілік критерийлерін ескере отырып, зерттелетін мәселе бойынша сараптамалық баға алу үшін әңгімелесуге барлық біліктілік талаптарына сай келетін мамандардың құзыретті тобы ғана тартылды. Бастапқыда сауалнама алушының профилін анықтап алдық. Жоспарланған эксперттерді іріктеу үшін адам мөлшері 25 болды. Бұл нарықтың маңызды бөлігін құрайтын ойыншыларды қамтитын қазақстандық электрондық коммерция сегментін көрсету үшін тамаша сан ретінде шешілді. Сонымен қатар, уақыт пен бюджеттік шектеулерді ескере отырып, бұл көрсеткішке қол жеткізуге болады деп есептелді. Мақсатты профильге сәйкес келетін ең жақсы 25 электрондық коммерция мамандарымен сұхбат жүргізілді, бірақ соңында зерттеуге тек 20 адам қатысты. Осылайша, эксперттік сауалнамаға қатысқан соңғы іріктеу мөлшері 20 адамды құрады.

Сауалнама респонденттерінің профилі

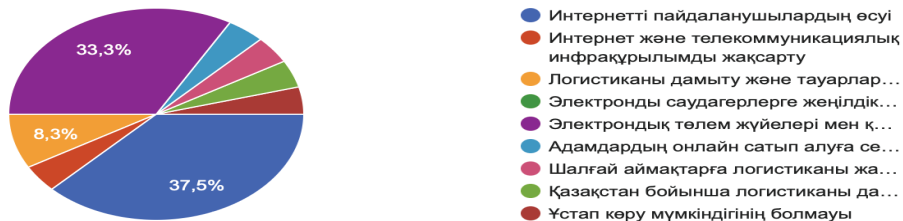
Сауалнамаға электрондық коммерцияда 5 жылдан астам жетекші электрондық коммерция платформаларында жұмыс істейтін адамдар қатысты. Олардың 5-і электронды коммерция саласында жұмыс жасайтын менеджерлер, 10-ы басқарушы қызметтегі адамдар және қалған 5-і электронды коммерцияда серіктестермен жұмыс жасайтын адамдар, сондай-ақ жетекші электрондық коммерция платформаларында жұмыс істейтін адамдар болды.

Сауалнама мәліметтерін талдау

Деректерді жинаудың жүйелі процедурасы орындалды. Әңгімелесуге қатысушыларды таңдау үшін жалпы Қазақстандық электрондық коммерция компаниялары және кем дегенде 2019 жылдан бері нарықта жұмыс жасайтын компаниялар іріктеуден өтті. Компаниялар ірі кәсіпорындар санатына жатады және жылдық айналымы 1 млрд теңгеден асатын бөлшек азық-түлік, киім-кешек, тұрмыстық электроника және үй жиһаздары сияқты халық тұтынатын тауарлардың бөлшек саудасымен айналысады. 10 компанияның бастапқы мақсатының үлгісі анықталып, электрондық пошта арқылы байланысқа шықтық. Электрондық хатта зерттеудің мақсаты мен міндеттері, сондай-ақ сұхбаттардың болжамды нәтижесі түсіндірілді. Компания өкілімен онлайн және телефон арқылы сұхбат алынды. Жауап болмаған жағдайда, компанияларға ескертулер жіберілді. Қайталанатын ескертулерден кейін 3 компания сауалнамаға қатысуға келісті және электронды сауалнама жүргізу үшін қолайлы уақыт таңдалды. Өкілдермен көрсетілген күн мен уақытта сауалнаманы жібердік және тиянақты өтулерін қадағаладық.

Мақалада электрондық коммерция, басқару, бизнес процесстерді оңтайландыру жайындағы халықаралық есептер мен зерттеулер, халықаралық ұйымдардың статистикалық мәліметтері қолданылады.

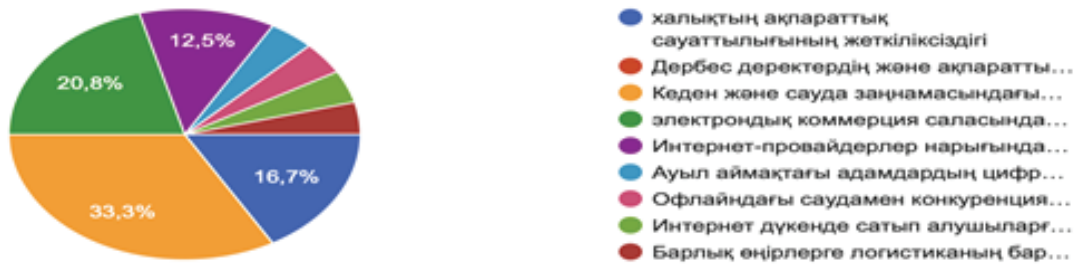
«Сіздің ойыңызша, Қазақстанда электрондық коммерцияның дамуына қандай факторлар ықпал етеді?» деген сұраққа респонденттердің 45%-і ғаламторды пайдаланушылардың өсуі, 40%-і электрондық төлем жүйелері мен қаржылық қызметтер санының өсуі, 10%-і логистиканы дамыту және тауарларды жеткізу деп жауап берсе, электронды саудагерлерге жеңілдіктер мен субсидиялар түріндегі мемлекеттік қолдау деген жауапты бірде бір респондент таңдамаған болатын. Респонденттердің екеуі шалғай аймақтағы логистиканы дамыту қажет деп көрсетсе, бір жауап беруші ұстап көру мүмкіндігін пайда болдырту деп көрсетеді, ал төртінші респондент адамдардың интернет саудаға сенімін жоғарылату деп көрсеткен болатын.



Сурет 4 – «Сіздің ойыңызша, Қазақстанда электрондық коммерцияның дамуына қандай факторлар ықпал етеді?» деген сұраққа эксперттердің жауабы

Ескертпе: Авторлар сауалнамалық жауаптар арқылы құрастырған.

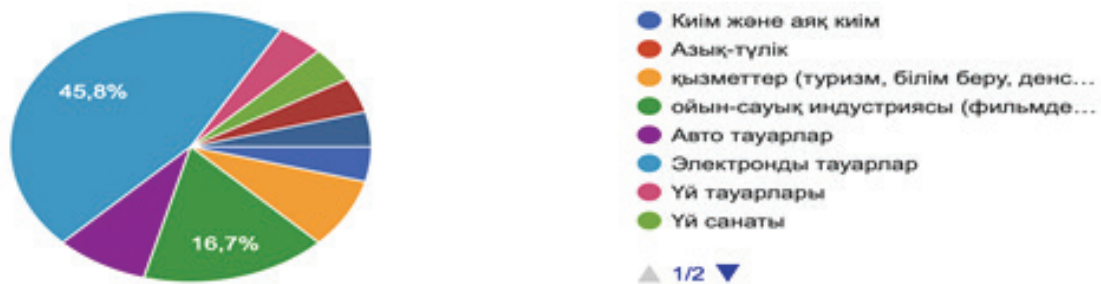
2-сұрақ: «Қазақстандағы электрондық коммерцияның дамуын қандай кедергілер тежеуі мүмкін?» деген сұраққа респонденттердің 40% кеден және сауда заңнамасындағы шектеулер деп жауап берді. Ал респонденттердің 25% электронды коммерция саласындағы стартаптар мен шағын бизнестерді қаржыландырмауды таңдаса, ең аз мөлшерде 15% эксперттер Интернет-провайдерлер нарығында және электрондық төлем жүйелерінде бәсекелестіктің жеткіліксіздігі деп жауап берді. Респонденттердің төртеуі “басқа” жауабын таңдап өз жауаптарын көрсеткен болатын. Қалған респонденттер: барлық аймақтарға логистиканың болмауы, офлайн саудамен бәсекелестіктің жоғары, ауыл аймақтағы адамдардың цифрлық сауатсыз болуы және интернет дүкенде барлық тауарлар түрлерінің болмауы деп көрсетті.



Сурет 5 – «Қазақстандағы электрондық коммерцияның дамуын қандай кедергілер тежеуі мүмкін?» деген сұраққа жауап

Ескертпе: Авторлар сауалнамалық жауаптар арқылы құрастырған.

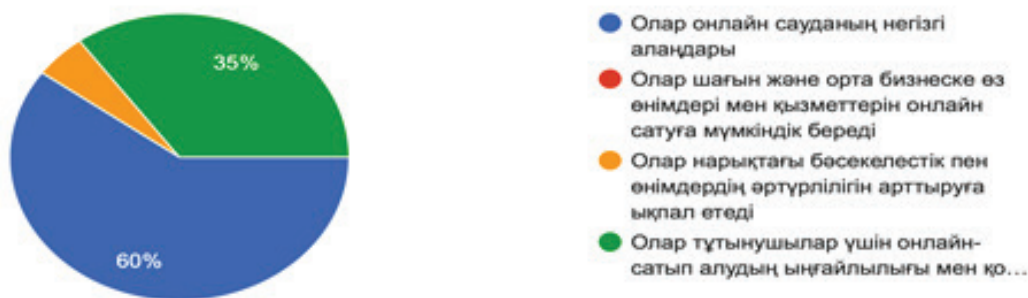
3-сұраққа «Сіздің ойыңызша, Қазақстандағы электрондық коммерцияның қай сату саласының даму әлеуеті жоғары?» Ең көп жауап электронды тауарлар (55%), ойын сауық индустриясы (20%) және 10% қызметтер мен автотауарлар деп таңдады. Қалған жауаптарды респонденттерің көбісі таңдаған жоқ немесе аз мөлшерде көрсетті. Эксперттердің екеуі «үй» санатының өсу әлеуеті жоғары деп көрсетсе, келесі респондент «кітаптар» санатының өсу әлеуеті жақсы деп жазды, ал соңғысы «балаларға арналған тауарлардың» өсу мүмкіндігі жоғары деп көрсетті.



Сурет 6 – «Сіздің ойыңызша, Қазақстандағы электрондық коммерцияның қай сату саласының даму әлеуеті жоғары?» деген сұраққа жауап

Ескертпе: Авторлар сауалнамалық жауаптар арқылы құрастырған.

4-сұраққа «Қазіргі уақытта Қазақстандағы электрондық коммерцияның дамуында маркет-плейстер қандай рөл атқарады?» деген сұраққа 60% респонденттер олар онлайн сауданың негізгі алаңдары деп жауап берсе, қалған 35% тұтынушылар үшін онлайн-сатып алудың ыңғайлылығы мен қолжетімділігін жақсартады деп жауап берді.



Сурет 7 – «Қазіргі уақытта Қазақстандағы электрондық коммерцияның дамуында маркетплейстер қандай рөл атқарады?»

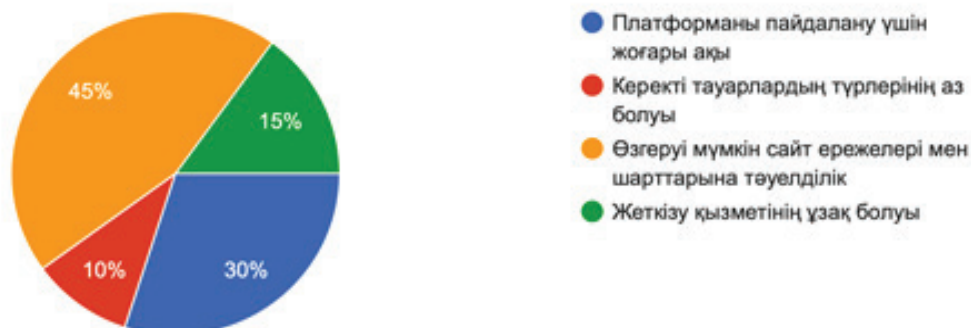
Ескертпе: Авторлар сауалнамалық жауаптар арқылы құрастырған.

9 және 10 сұраққа «Қазақстандағы кәсіпкерлер мен тұтынушылар үшін маркетплейстердің қандай артықшылықтары мен кемшіліктерін көресіз?» дегенге, артықшылықтары бойынша 40% сатып алушылар үшін қолайлылық деп көрсетсе, бағаларды салыстыру және әртүрлі өнімдерден таңдау мүмкіндігі деп 30% респондент көрсетті. Ал кемшіліктеріне 45% өзгеруі мүмкін сайт ережелері мен шарттарына тәуелділік деп көрсетсе, 10% керекті тауарлардың аз болуы деп көрсеткен болатын.



Сурет 8 – «Қазақстандағы кәсіпкерлер мен тұтынушылар үшін маркетплейстердің артықшылықтары»

Ескертпе: Авторлар сауалнамалық жауаптар арқылы құрастырған.



Сурет 9 – «Қазақстандағы кәсіпкерлер мен тұтынушылар үшін маркетплейстердің кемшіліктері»

Ескертпе: Авторлар сауалнамалық жауаптар арқылы құрастырған.

Сауалнама бойынша осындай тұжырымдар жасай аламыз: Респонденттердің көпшілігі (60%) Қазақстандағы электрондық коммерцияның қазіргі жағдайын «жақсы» деп бағалады. Даму факторлары: респонденттердің сәйкесінше 45% және 40% пікірі бойынша интернетті пайдаланушылар санының артуы және электрондық төлем жүйелері мен қаржылық қызметтер санының артуы электрондық коммерцияның дамуына ықпал ететін негізгі факторлар болып саналады. Дамудағы кедергілер: Қазақстандағы электронды коммерцияның дамуына кедергі келтіретін негізгі кедергілер ретінде кедендік саудадағы проблемалар және интернет-провайдерлер нарығындағы электронды төлем жүйелері саласындағы ынтымақтастықтың жоқтығы деп атап өтілді. Сату әлеуеті: респонденттердің көпшілігі Қазақстандағы электрондық коммерцияны сату әлеуеті жоғары деп санайды, оның ішінде негізгі санаттар электр тауарлары, ойын, киім және автомобиль өнімдері болып табылады.

Жұмыста еліміздегі электронды коммерция бойынша көш бастап тұрған Kaspi Дүкенге талдау жасалып, тұжырымдай келе, осындай ұсыныстар берілген болатын: Kaspi.kz дүкеніндегі басқа санаттағы тауарлар санын және түрлерін арттыру, Қазақстанның басқа қалаларында да үлкен дүкендердің филиалдарын ашу, логистиканы жақсарту қажет, экспресс тасымалдауды басқа қалаларда да қосу қажет, постоматтардың санын арттырып, барлық шалғай қалаларға қою, интернет дүкенде электроникадан басқа да тауарлар мен брендтердің бар екендігі жайындағы ақпаратты адамдарға жариялау және жарнамалау.

Жоғарыда келтірілген тұжырымдар бойынша еліміздегі электронды коммерцияның тиімді дамуы үшін төмендегідей ұсыныстар бере аламыз:

- ◆ Логистиканы жетілдіру: Жеткізу инфрақұрылымын және логистикалық қызметтерді дамыту өнімді жеткізу уақытын қысқарта отырып, тұтынушыларға қызмет көрсетуді жақсартып, тұтынушылар үшін онлайн сауданы тартымды ете алады. Бұл жеткізу және қойма инфрақұрылымын дамыту, заманауи технологияларды пайдалана отырып логистикалық процестерді оңтайландыру, логистикалық компаниялармен серіктестікті дамыту, қызметкерлерді оқыту және проблемалық аймақтарды анықтау және қажетті өзгерістер енгізу үшін деректерді талдауды қамтиды. Жақсартылған логистика жеткізу уақытын қысқартады және тұтынушыларға қызмет көрсетуді жақсартады, бұл онлайн сатып алуды тұтынушылар үшін тартымды етеді.

- ◆ Жергілікті платформаларды қолдау. Тауарлар мен қызметтерді сатуға арналған жергілікті онлайн платформаларды мемлекеттік қолдау және дамыту жергілікті кәсіпкерлерге үлкен аудиторияға қол жеткізуге және халықаралық ойыншылармен бәсекелесуге көмектеседі.

- ◆ Интернет-маркетингтің сапасын жақсарту. Интернет-саудаға назар аударуда және тұтынушылардың электронды коммерцияға қызығушылығын арттыруда онлайн маркетингтің сапасын арттыру маңызды рөл атқарады. Әлеуметтік медиа және іздеу жүйелері сияқты әртүрлі арналарды қолдану арқылы жүзеге асырылатын тиімді маркетингтік науқандар онлайн брендтер мен өнімдердің көрінуін айтарлықтай арттыра алады, жаңа тұтынушыларды тарта алады және барларын сақтай алады. Әлеуметтік желілер арқылы жылжыту компанияларға өз аудиториясымен белсенді араласуға, мақсатты жарнамалық науқандарды жасауға және тұтынушылармен диалогқа түсуге мүмкіндік береді. Интернет-маркетингті жақсарту аудиторияңызды кеңейтуге және электрондық коммерция сатылымдарыңызды арттыруға көмектеседі, бұл сайып келгенде кіріс пен бизнестің өсуіне әкелуі мүмкін.

- ◆ Мобильді коммерцияны дамыту. Мобильді коммерцияның дамуы заманауи онлайн саудада шешуші рөл атқарады. M-commerce қосымшаларының қолжетімділігінің артуы және мобильді құрылғыларды онлайн сатып алу үшін пайдаланудың қарапайымдылығы тұтынушыларға олардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін жаңа опцияларды ұсынады. Олар сонымен қатар тұтынушылардың қанағаттануын және брендке адалдығын арттыратын жеке-лендірілген сатып алу тәжірибесін ұсынады. Мобильді коммерцияның қолжетімділігі мен ыңғайлылығының артуы жаңа тұтынушыларды тартады және онлайн сатудың өсуіне ықпал етеді. Осылайша, мобильді коммерцияның дамуы онлайн бизнесті дамытуда және заманауи тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруда маңызды рөл атқарады, сатып алу процесін ыңғайлы, жылдам және барлығына қолжетімді етеді.

Бұл жұмыс жалпы қазақстандық онлайн коммерцияны дамыту үшін электрондық коммерция жобаларын және мемлекеттік қызметтерді әзірлеу әдістемесін ұсына отырып, талдау арқылы

бизнес саласына үлес қосады. Сонымен қатар, еліміздегі маркетплейстердің осал және мықты тұстарын талдау арқылы даму бағыттарын көрсетеді. Ғылыми тұрғыдан алғанда, бұл мақала сатуды ұлғайту және кері байланыс жинау үшін электронды коммерциядағы маркетплейстердің жұмыс жүйесін құру бойынша ғылыми зерттеудің бөлігі болуы мүмкін. Осы тақырып бойынша басқа географиялық нарықтар мен елдерде ғылыми үлес қосу үшін қосымша зерттеулерге арналған деректер бар.

Қорытынды

Қорытындылай келе, Қазақстанда электронды коммерцияның дамуы жыл сайын қарқын алып келе жатқан елеулі үрдіс болып табылады деп айтуға болады. Интернет пен цифрлық технологиялардың дамуы мен ұлттық нарық жаңа тенденциялар мен тұтынушылардың қажеттіліктеріне тез бейімделуде.

Қазақстандағы ең танымал Kaspi.kz, Halyk Market, Ozon, Forte Market, Jusan Market, Lamoda, Wildberries сияқты маркетплейстер жергілікті және шетелдік сатушылар үшін онлайн сауда алаңдарын ұсына отырып, осы үдерісте шешуші рөл атқарады. Бұл платформалар қазақстандық тұтынушыларға қолжетімді тауарлар мен қызметтердің ауқымын кеңейтуге ғана емес, сонымен қатар елдегі бизнестің дамуына ықпал етеді.

Дегенмен, оң үрдістерге қарамастан, жеткізу инфрақұрылымын дамыту, ассортимент саны мен сатушылар санын арттыру қажеттілігі сияқты және тағы да басқа мақалада көрсетілген ақпарат бойынша электрондық коммерция нарығының қатысушылары кездесетін мүмкіндіктердің бар екенін есте ұстау қажеттігі бар. Тұтастай алғанда, электронды коммерция Қазақстанның экономикалық өсімі мен дамуының негізгі драйверлерінің бірі болып қала береді. Бизнес пен тұтынушылар үшін жаңа мүмкіндіктер береді және қоғамның әртүрлі аспектілеріне оң әсер етеді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1 Sigauri M.R., Azatbek T.A. E-commerce in the Age of Hyper-Personalized Advertising: Trends, Ethics and Future in the Global Economy // Development of digitalization and formation of the institutional environment of e-commerce: trends, problems and solutions. Astana, 2024. P. 320–323.

2 Gray P., Schneider G.P. Electronic Commerce, Ninth Edition. United States of America, 2011. P. 4–50.

3 Кобелев О.А. Электронная коммерция: учебное пособие. 4 изд. – Санкт-Петербург: Издательство «Дашков и К», 2017. – 684 с.

4 Семейкина Е.В. и др. Интернет-магазин как форма электронной коммерции // Молодой ученый. – 2015. – № 11(91). – С. 977–980. URL: <https://moluch.ru/archive/91/19513/> (дата обращения: 20.03.2024)

5 Саммер А., Дункан Г. E-commerce. Электронная коммерция. Маркетинг: Пятая волна. – М., 1999. URL: <https://el-business.ucoz.ru/literatura/Marketing5wave.pdf> (дата обращения: 05.03.2024)

6 Хэйг М. Основы электронного бизнеса / Пер. с англ. Косихина С. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.

7 Gomez Herrera M.E., Martens B., Turlea G. The drivers and impediments for cross-border e-commerce in the EU // Information Economics and Policy. 2014. No. 28. P. 83–96.

8 Hawk S. Comparison of B2C e-commerce in development countries // Marketing and Trade Electronic Commerce Research. 2004. No. 4(3). P. 181–199.

9 Fact Sheet: Key Barriers to Digital Trade. URL: <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/fact-sheets/2016/march/fact-sheet-key-barriers-digital-trade> (accessed: 21.03.2021)

10 Lim K., Leung K., Sia Ch., Lee M. Is E-commerce Boundary-Less? Effects of Individualism–Collectivism and Uncertainty Avoidance on Internet Shopping // Journal of International Business Studies. 2004. No. 35. P. 545–559.

11 Cardona M., Duch-Brown N., Francois J., Martens B., Yang F. The macroeconomic impact of e-commerce in the EU digital single market // Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy. 2016. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC98272.pdf> (accessed: 09.08.2020)

12 Turgel I.D., Panzabekova A.Z., Symaniuk N.V. Arrangement of the national systems of regulatory impact assessment: experience of Russia, Kazakhstan, and Uzbekistan // Вестник Национальной академии наук Республики Казахстан. – 2020. – № 5. – С. 208–218.

13 Жанбозова А.Б. Электронная вовлеченность населения Казахстана как один из новых стандартов качества жизни // Экономическая безопасность в условиях цифровой экономики: трансформация векторов и подходов: в сборнике 26 докладов I научно-практической конференции. – Екатеринбург: Уральский институт управления. – 2019. – Том 1. – С. 50–55.

14 Жанбозова А.Б., Азатбек Т.А., Валиева С.Н., Тузелбаева И.Н., Жуманазаров К.Б. Рынок электронной коммерции в Казахстане: анализ состояния и направления развития // Economy: strategy and practice. 2021. No. 16(1). P. 34–48.

15 Ыдырыс С.С., Ерманкулова Р.И., Бюлент Ш. Economy: strategy and practice. 2019. No. 14(1). P. 123–134.

16 Об электронной коммерции в Республике Казахстан. 2022 // stat.gov.kz. URL: <https://stat.gov.kz/ru/news/dolya-elektronnoy-torgovli-s-uchetom-marketpleysov-sostavila-12-5/h> (дата обращения: 04.03.2024)

17 Доля маркетплейсов в электронной коммерции Казахстана превысила 80% // forbes.kz. URL: https://forbes.kz/actual/stats/marketpleys_dvigatel_elektronnoy_kommertsii_1704952913/ (дата обращения: 05.03.2024)

18 45 крупнейших торговых интернет-площадок Казахстана–2023 // forbes.kz. URL: [forbes.kz.URLhttps://forbes.kz/articles/50-krupneyshih-torgovyh-I-nternet-ploshadok-kazahstana-2024-7ec836](https://forbes.kz/articles/50-krupneyshih-torgovyh-I-nternet-ploshadok-kazahstana-2024-7ec836) (дата обращения: 05.03.2024)

19 Маркетплейс // kaspi.kz. URL: <https://ir.kaspi.kz> (дата обращения: 05.03.2024)

REFERENCES

1 Sigauri M.R., Azatbek T.A. (2024) E-commerce in the Age of Hyper-Personalized Advertising: Trends, Ethics and Future in the Global Economy // Development of digitalization and formation of the institutional environment of e-commerce: trends, problems and solutions. Astana. P. 320–323. (In English).

2 Gray P., Schneider G.P. (2011) Electronic Commerce, Ninth Edition. United States of America. P. 4–50. (In Russian).

3 Kobelev O.A. (2017) Jelektronnaja kommercija: uchebnoe posobie. 4 izd. – Sankt-Peterburg: Izdatel'stvo «Dashkov i K», 684 p. (In Russian).

4 Semejkina E.V. i dr. (2015) Internet-magazin kak forma jelektronnoj kommercii // Molodoj uchenyj. No. 11(91). P. 977–980. URL: <https://moluch.ru/archive/91/19513/> (data obrashhenija: 20.03.2024). (In Russian).

5 Sammer A., Dunkan G. (1999) E-commerce. Jelektronnaja kommercija. Marketing: Pjataja volna. M. URL: <https://el-business.ucoz.ru/literatura/Marketing5wave.pdf> (data obrashhenija: 05.03.2024). (In Russian).

6 Hjejg M. (2002) Osnovy jelektronnogo biznesa / Per. s angl. Kosihina S. M.: FAIR-PRESS, 208 p. (In Russian).

7 Gomez Herrera M.E., Martens B., Turlea G. (2014) The drivers and impediments for cross-border e-commerce in the EU // Information Economics and Policy. No. 28. P. 83–96. (In English).

8 Hawk S. (2004) Comparison of B2C e-commerce in development countries // Marketing and Trade Electronic Commerce Research. No. 4(3). P. 181–199. (In English).

9 Fact Sheet: Key Barriers to Digital Trade. URL: <https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/fact-sheets/2016/march/fact-sheet-key-barriers-digital-trade> (accessed: 21.03.2021). (In English).

10 Lim K., Leung K., Sia Ch., Lee M. (2004) Is E-commerce Boundary-Less? Effects of Individualism–Collectivism and Uncertainty Avoidance on Internet Shopping // Journal of International Business Studies. No. 35. P. 545–559. (In English).

11 Cardona M., Duch-Brown N., Francois J., Martens B., Yang F. (2016) The macroeconomic impact of e-commerce in the EU digital single market // Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy. URL: <https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/JRC98272.pdf> (accessed: 09.08.2020). (In English).

12 Turgel I.D., Panzabekova A.Z., Symaniuk N.V. (2020) Arrangement of the national systems of regulatory impact assessment: experience of Russia, Kazakhstan, and Uzbekistan // Vestnik Nacional'noï akademii nauk Respubliki Kazahstan. No. 5. P. 208–218. (In English).

13 Zhanbozova A.B. (2019) Jelektronnaja vovlechnost' naselenija Kazahstana kak odin iz novyh standartov kachestva zhizni // Jekonomicheskaja bezopasnost' v uslovijah cifrovoj jekonomiki: transformacija vektorov i podhodov: v sbornike 26 dokladov I nauchno-prakticheskoi konferencii. – Ekaterinburg: Ural'skii institut upravlenija. V. 1. P. 50–55. (In Russian).

14 Zhanbozova A.B., Azatbek T.A., Valieva S.N., Tuzelbaeva I.N., Zhumanazarov K.B. (2021) Rynok jelektronnoj kommercii v Kazahstane: analiz sostojanija i napravlenija razvitija // Economy: strategy and practice. No. 16(1). P. 34–48. (In Russian).

15 Ydyrys S.S., Ermankulova R.I., Bjulent Sh. (2019) Economy: strategy and practice. No. 14(1). P. 123–134. (In Russian).

16 Ob jelektronnoj kommercii v Respublike Kazahstan. 2022 // stat.gov.kz. URL: <https://stat.gov.kz/ru/news/dolya-elektronnoy-torgovli-s-uchetom-marketpleysov-sostavila-12-5/h> (data obrashhenija: 04.03.2024). (In Russian).

17 Dolja marketplejsov v jelektronnoj kommercii Kazahstana prevysila 80% // forbes.kz. URL: https://forbes.kz/actual/stats/marketpleys_dvigatel_elektronnoy_kommertsii_1704952913/ (data obrashhenija: 05.03.2024). (In Russian).

18 45 krupnejshih torgovyh internet-ploshhadok Kazahstana–2023 // forbes.kz. URL: <https://forbes.kz/articles/50-krupnejshih-torgovyh-internet-ploshhadok-kazahstana-2024-7ec836> (data obrashhenija: 05.03.2024). (In Russian).

19 Marketplejs // kaspi.kz. URL: <https://ir.kaspi.kz> (data obrashhenija: 05.03.2024). (In Russian).

ЕСИМЖАНОВА С.Р.,¹

д.э.н, профессор.

e-mail: saira_sr@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9921-3457

КУЛМАН А.Б.,*¹

докторант.

*e-mail: a.kulman@mail.ru

ORCID ID: 0009-0007-9943-144X

ЕРМЕКБАЕВА Д.Д.,¹

PhD, доцент.

e-mail: ermekbaevad@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8910-6239

БАСШИЕВА Ж.К.,²

к.э.н., доцент.

e-mail: basshieva1973@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-7975-8791

¹Университет международного
бизнеса им. К. Сагадиева,

г. Алматы, Казахстан

²Актюбинский региональный
университет им. К. Жубанова,

г. Актобе, Казахстан

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В настоящее время электронная коммерция является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов мировой экономики. В случае Казахстана, который активно проводит цифровую трансформацию, электронная коммерция играет решающую роль в стимулировании экономического роста и повышении доступности товаров и услуг для населения. Несмотря на значительный потенциал, развитие электронной коммерции в Казахстане сталкивается с рядом проблем и ограничений. В работе представлен обзор литературы отечественных и зарубежных авторов по вопросам электронной коммерции и управления персоналом. Изучены особенности и направления развития электронной коммерции, изучены тенденции развития электронной коммерции в мире и в Казахстане, проанализирована ситуация и проблемы на примере отечественного лидера онлайн. Kaspi.kz, лидер онлайн-шопинга, проанализировал ситуацию и слабые места магазина и дал рекомендации. Был проведен экспертный опрос среди сотрудников электронной коммерции и проанализированы результаты. По итогам анализа были даны рекомендации по решению проблем развития электронной коммерции в Казахстане и по дальнейшему развитию.

Ключевые слова: электронная коммерция, рынок, онлайн-продажи, онлайн-покупки, маркетплейсы, интернет-коммерция, платформа.

YESIMZHANOVA S.R.,¹

d.e.s., professor.

e-mail: saira_sr@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9921-3457

KULMAN A.B.,*¹

PhD student.

*e-mail: a.kulman@mail.ru

ORCID ID: 0009-0007-9943-144X

ERMEKBAEVA D.D.,¹

PhD, associate professor.

e-mail: ermekbaevad@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8910-6239

BASSHIEVA ZH.K.,²

c.e.s., associate professor.

e-mail: basshieva1973@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-7975-8791

¹University of International Business
named after Kenzhegali Sagadiev,

Almaty, Kazakhstan

²Aktobe Regional University

named after K.Zhubanov,

Aktobe, Kazakhstan

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN KAZAKHSTAN

Abstract

Currently, electronic commerce is one of the most dynamically developing segments of the world economy. In the case of Kazakhstan, which is actively conducting digital transformation, e-commerce plays a decisive role in stimulating economic growth and increasing the availability of goods and services for the population. Despite significant potential, the development of e-commerce in Kazakhstan faces a number of problems and limitations. The work presents a review of the literature of domestic and foreign authors on issues of electronic commerce and personnel management. The peculiarities and directions of the development of e-commerce are studied, the trends of the development of e-commerce in the world and in Kazakhstan are studied, the situation and problems are analyzed on the example of the domestic leader online. Kaspi.kz, the leader of online shopping, analyzed the situation and weaknesses of the store and made recommendations. An expert survey was conducted among e-commerce employees and the results were analyzed. Based on the results of the analysis, there were recommendations for solving the problems of e-commerce development in Kazakhstan and for further development.

Key words: E-commerce, market, online sales, online shopping, marketplaces, internet commerce, platform.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 05.07.2024

FTAXP 06.77.05
ӘОЖ331.5
JEL F22

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-186-199>

АБДРАМАНОВА Ұ.Е.,*¹

докторант.

*e-mail: uabdramanova4@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-2024-3646

НИЕТАЛИНА Г.Қ.,¹

э.ғ.к., профессор.

e-mail: g.niyetalina@turan-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2004-0603

ОРЛОВСКА Р.,²

PhD, профессор.

e-mail: renata.orlowska@ug.edu.pl.

ORCID ID: 0000-0003-0184-6297

СПАНОВ М.У.,³

э.ғ.д., профессор.

e-mail: m-spanov@ Rambler.ru

ORCID ID: 0000-0002-6448-8397

¹«Тұран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

²Гданьск университеті,

Гданьск қ., Польша

³әл-Фараби атындағы ҚазҰУ,

Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖАСТАР КӨШІ-ҚОНЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ САЛДАРЫ: АДАМИ КАПИТАЛДЫҢ ЖОҒАЛУЫН ТАЛДАУ

Андатпа

Мақала Қазақстанның жастар көші-қонының экономикалық салдарын талдауға арналған. Жастардың көші-қонының экономикаға әсері – бұл елден жас және білімді азаматтардың кетуінің салдарынан пайда болатын экономикалық және әлеуметтік өзгерістер. Бұл зерттеудің мақсаты - Қазақстаннан жастардың көші-қонының нақты экономикалық салдарын сандық бағалау және талдау. Зерттеу арқылы еңбек нарығындағы өзгерістер, жалпы ішкі өнімге (ЖІӨ) әсері және демографиялық тенденциялардың өзгеруі сияқты факторларды зерттеп, көші-қонның ұзақ мерзімді экономикалық шығындары мен пайдасын жан-жақты шолу жасау. Сонымен қатар, миграцияның еңбек нарығындағы білікті кадрлар тапшылығына, инновациялық белсенділікке, ғылыми-технологиялық прогреске, шетелдік инвестициялардың ағынына және ішкі нарықтағы бәсекелестікке қалай әсер ететінін анықтау. Қойылған міндеттерді шешу үшін жалпы ғылыми әдістер мен тәсілдер, соның ішінде салыстырмалы талдау, сипаттамалық статистика, трендтерді талдау, эконометрикалық модельдеу әдістері қолданылды. Зерттеу нысаны: жас және білімді адамдардың Қазақстаннан кетуі. Зерттеу пәні: көші-қон ағынының Қазақстанның Ұлттық қауіпсіздігі мен экономикалық дамуына әсері. Жұмыстың практикалық маңыздылығы Қазақстанда адами капиталдың кету деңгейін төмендетуге және нығайтуға бағытталған нақты шаралар мен ұсынымдарды ұсынуда жатыр. Бұл шараларға Еңбек және өмір сүру жағдайларын жақсарту, білім беру жүйесін дамыту, қолайлы әлеуметтік-саяси ахуал құру және инновациялық бастамаларды қолдау кіреді. Ұсынылған ұсыныстарды іске асыру елдің тұрақты дамуына және оның әлемдік аренада бәсекеге қабілеттілігін нығайтуға ықпал етуі мүмкін.

Тірек сөздер: көші-қон, адами капитал, экономика, еңбек нарығы, инновация, демографиялық өзгерістер.

Кіріспе

Қазақстаннан жастардың көші-қоны феномені елдің әлеуметтік-экономикалық ландшафты үшін негізгі проблема болып табылады. Жас, білімді қазақстандықтардың саны артып келе жатқандықтан, шетелге көшуге шешім қабылдағандықтан, ел адами капиталының сарқылуына байланысты күрделі мәселелерге тап болуда. Бұл көші-қон үрдісі негізінен шетелде білім беру және кәсіптік мүмкіндіктерді кеңейтуге ұмтылумен байланысты. Бұл тенденцияның салдары жұмыс күшін дереу жоғалтудан асып түседі; олар сондай-ақ өнімділікке, инновацияларға және демографиялық тұрақтылыққа кеңірек экономикалық әсерді қамтиды.

Жастардың кетуінің экономикалық салдарын түсіну өте маңызды, әсіресе ұлттық даму адам ресурстарын оңтайландыруға көп тәуелді болған кезде. Бұл зерттеудің мақсаты осы маңызды демографиялық сегменттің көші-қонының нақты экономикалық салдарын сандық бағалау және талдау болып табылады. Еңбек нарығындағы өзгерістер, жалпы ішкі өнімге (ЖІӨ) әсер ету және демографиялық тенденциялардың өзгеруі сияқты факторларды зерттей отырып, зерттеу көші-қонның ұзақ мерзімді экономикалық шығындары мен пайдасына жан-жақты шолу жасауға бағытталған.

Зерттеу мақсаты: Жастардың Қазақстаннан кетуінің негізгі себептерін зерделей отырып, шығудың экономикалық және әлеуметтік салдарын бағалау, және де адами капиталды нығайту және ағын деңгейін төмендету бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Гипотеза 1: Адами капиталдың жоғалуы экономикалық өсуге кері әсерін тигізеді

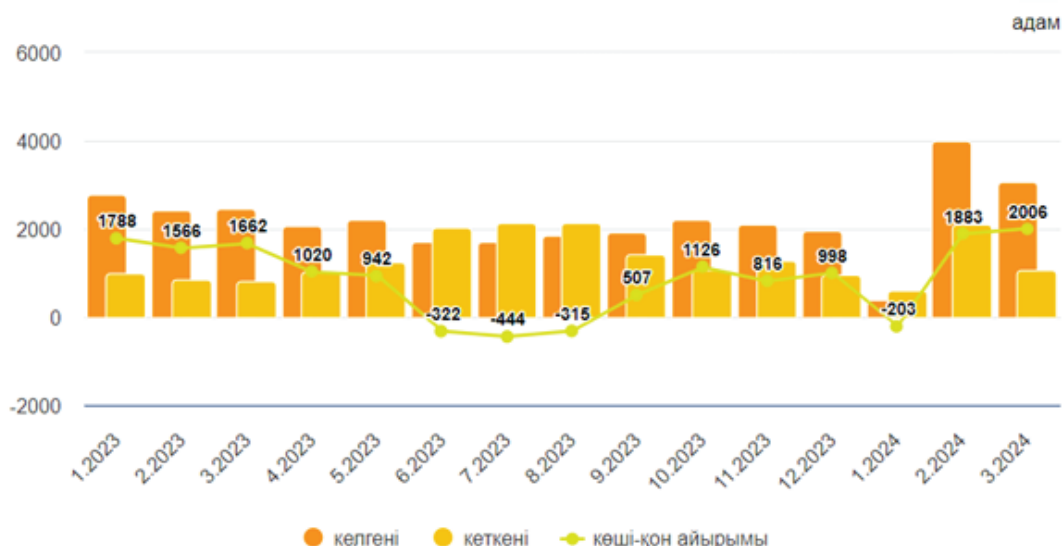
Жұмыстың практикалық маңыздылығы Қазақстанда адами капиталдың кету деңгейін төмендетуге және нығайтуға бағытталған нақты шаралар мен ұсынымдарды ұсынуда жатыр. Бұл шараларға Еңбек және өмір сүру жағдайларын жақсарту, білім беру жүйесін дамыту, қолайлы әлеуметтік-саяси ахуал құру және инновациялық бастамаларды қолдау кіреді. Ұсынылған ұсыныстарды іске асыру елдің тұрақты дамуына және оның әлемдік аренада бәсекеге қабілеттілігін нығайтуға ықпал етуі мүмкін.

Материалдар мен әдістер

Қазақстанның Ұлттық статистикалық бюросының мәліметтерін пайдалана отырып, Қазақстаннан жастардың көші-қонының экономикалық салдары туралы зерттеулері, ғылыми және экономикалық әдістер тиімді пайдаланылды. Сипаттамалық статистиканы қолдана отырып, көші-қон тенденцияларын қоса алып, деректер жиынының негізгі сипаттамаларын қорытындылау үшін негіз болып табылды. Көші-қон жастарының жасына, білім деңгейіне және кәсіптік секторларына қатысты деректердегі үлгілерді сипаттау және анықтау үшін орташа, медиана, режим және стандартты ауытқу сияқты көрсеткіштерді пайдаланылды. Трендтерді талдау әдісі арқылы әр жылдардағы статистиканы салыстыра отырып, көші-қон ағындарының, бағыттарының және демографиялық өзгерістердің тенденцияларын уақыт бойынша анықталады. Салыстырмалы талдау әдісі көші-қон деректерін басқа елдермен салыстыруды және Қазақстандағы қалалық және ауылдық көші-қонды салыстыруды қамтиды. Эконометрикалық модельдеу көші-қон мен ЖІӨ өсімі, жұмыссыздық деңгейі және жалақы деңгейі сияқты экономикалық көрсеткіштер арасындағы байланысты тексеру үшін үлгілерді пайдаланылды.

Қазақстаннан жас, ақылды және білімді адамдардың кетуі ұлттық қауіпсіздікке елеулі қауіп төндіреді. Адами капитал кез-келген мемлекеттің негізгі байлығы болып табылады және оның жоғалуы айтарлықтай экономикалық және әлеуметтік салдарға әкелуі мүмкін. Бұл мақалада біз осы мәселені шешудің себептерін, салдарын және мүмкін жолдарын қарастырамыз.

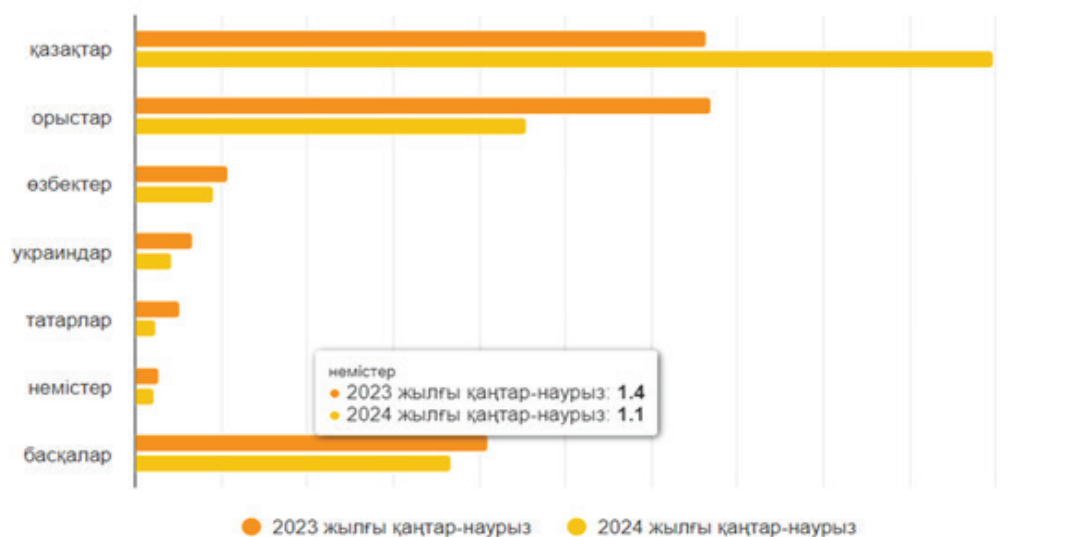
Адами капиталға жеке адамдар алған және өнімді қызмет үшін пайдаланатын білім, Дағдылар, тәжірибе және қабілеттер кіреді. Жаһандану және ақпараттық қоғам жағдайында адами капиталдың маңызы едәуір артады. Халықаралық аренада жоғары амбициясы бар дамушы ел ретінде Қазақстан үшін ақыл-ойдың ағуы даму мен жаңғырту процесін айтарлықтай тежеуі мүмкін.



Сурет 1 – Халықтың халықаралық көші-қоны

Ескертпе: Авторлармен [1] дереккөз негізінде құрастырылған.

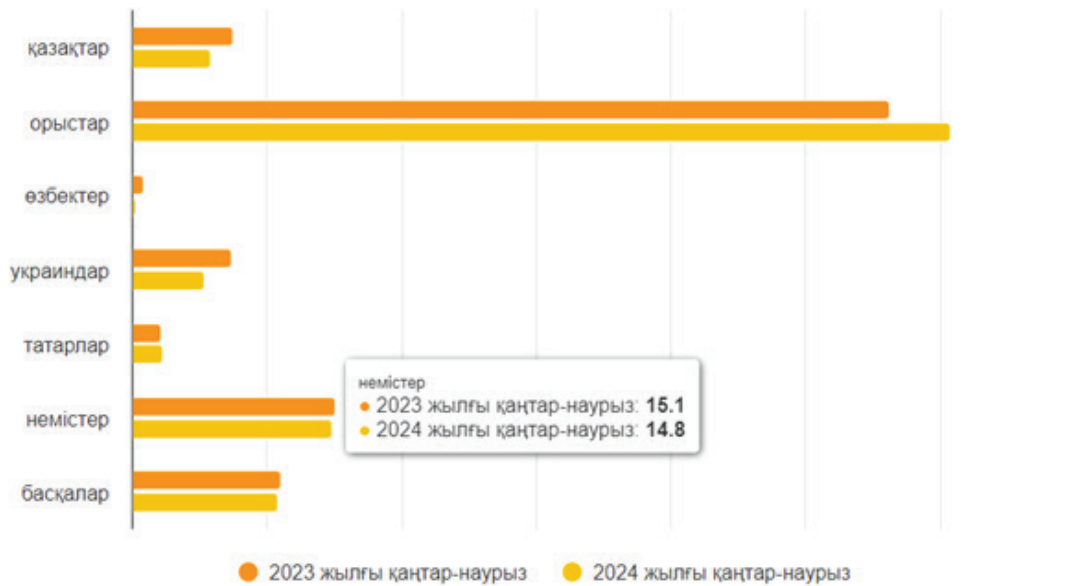
Кестеде 2023 жылдың қаңтарынан 2024 жылдың наурызына дейінгі кезеңдегі Қазақстандағы халықтың халықаралық көші-қоны көрсетілген. Графикте үш негізгі көрсеткіш берілген: келгендер саны, кеткендер саны және көші-қон айырмашылығы. Келушілердің айтарлықтай саны 2023 жылдың қаңтарында (1788 адам) және 2024 жылдың қаңтарында (1883 адам) байқалды. Бір жыл ішінде келушілер саны әртүрлі болды, ең төменгі көрсеткіш 2023 жылдың маусымында (942 адам) болды. Кеткендердің ең жоғары көрсеткіштері 2023 жылдың қаңтарында (1566 адам) және 2024 жылдың наурызында (2006 адам) байқалады. Ең төменгі көрсеткіш 2023 жылдың шілдесінде тіркелді (444 адам).



Сурет 2 – Жеке этникалық топтар бойынша сыртқы көші-қонның құрылымы, жалпы санына пайызбен (келгендер)

Ескертпе: Авторлармен [2] дереккөз негізінде құрастырылған.

График Қазақстандағы этникалық топтар бойынша 2023 жылдың қаңтар-наурыз және 2024 жылдың қаңтар-наурыз аралығындағы сыртқы көші-қонның өзгеруін көрсетеді.



Сурет 3 – Жеке этникалық топтар бойынша сыртқы көші-қонның құрылымы, жалпы санына пайызбен (кеткендер)

Ескертпе: Авторлармен [3] дереккөз негізінде құрастырылған.

Жаңа график сонымен қатар Қазақстандағы этникалық топтар бойынша сыртқы көші-қонның өзгеруін көрсетеді, бірақ қазір деректер 2023 жылдың қаңтар-наурыз және 2024 жылдың қаңтар-наурыз айларына қатысты. Этникалық топтар бойынша талдау келесідей:

2023 ж. Қазақстанға тұрақты мекендеуге 25 387 адам көшіп келіп, ал 16 094 адам шетелге қоныс аударған. Нәтижесінде, 2011 жылдан бері алғаш рет көші-қонның оң балансы тіркеліп, оның мөлшері 9 293 адамды құрады. 2022 жылмен салыстырғанда, Қазақстанға келушілердің саны 45,7%-ға артса, ал елден кетушілердің саны 33,3%-ға төмендеген.

Шетелден көшіп келгендер көбінесе Алматы қаласын (6409 адам), сондай-ақ Маңғыстау (3546 адам) және Қостанай (2367 адам) облыстарын тұрақты мекендеу үшін таңдаған. ТМД елдерінен келгендердің үлесі 86,3%-ды құрап, кеткендердің үлесі 77,3%-ды құраған. Ең көп мигрант қабылдаған үш ел қатарында Ресей (11 711 адам), Өзбекстан (6 519 адам), және Түркіменстан (1 166 адам) [4].

Чикаго университетінің «Адами Капитал және Көші-Қон: Ағартушылық Оқиға» Сальвадор Наварро және Джин Чжоудың зерттеу жұмысында: көші-қон салдарынан адам капиталының жоғалуын бағалайтын теориялық модельді ұсынады, бұл жас, білімді адамдардан (СЕНД) айырылған елдердің экономикалық салдары туралы түсінік береді [5]. «Шетелге білікті Көші-қон немесе Адам Капиталының кетуі?» Б. Линдси Лоуэллдің зерттеу жұмысында дамушы елдерден АҚШ-қа білікті көші-қонның демографиялық және экономикалық салдарын талқылайды, Қазақстандағы жағдаймен салыстыруға болатын параллельдерді ұсынады [6]. «Қазақстан жастарының көші-қонының экономикалық аспектілері» С.С. Глеубердиева мен Д.Б. Ысқақова: көші-қон шешімдеріне әсер ететін негізгі экономикалық, әлеуметтік және демографиялық факторларды анықтай отырып, білім беру және жұмыспен қамту мақсатында жастардың көші-қонының әлеуметтік-экономикалық мәселелері қарастырылады [7]. Орталық Азиядағы жастардың көші-қоны және аймақтық дамуы : Бұл зерттеу еңбек және білім беру динамикасына баса назар аудара отырып, Қазақстанды қоса алғанда, Орталық Азиядағы жастардың көші-қонының әлеуметтік-экономикалық салдарын зерттей отырып, аймақтық перспективаны ұсынады [8]. «Қайтарымды көші-қон « журналы: көші-қон мен дамудың байланысын зерттейтін, көші-қонның шыққан елдердегі экономикалық өсуге, еңбек нарығына және адами капиталға қалай әсер ететінін талдайтын мақалаларды ұсынады [8]. Ұлттық және экономикалық қауіпсіздік тұрғысынан елдегі көптеген әлеуметтік-экономикалық аспектілерге әсер ететін сыртқы көші-қон маңызды орын алады. Бұл процестер мемлекеттің экономикалық

қауіпсіздігіне әртүрлі әсер етеді [9]. Көші-қон ағындарының ауқымдылығы Еуропа елдері үшін өзекті мәселе болып табылады. Осы зерттеу көші-қон процестерінің Еуропа елдерінің экономикалық дамуына әсерін бағалайды. Талдау нәтижелері бойынша жоғары және орта білімі бар мигранттар қабылдаушы елдердің экономикалық өсуіне ықпал етеді [10].

Нәтижелер мен талқылау

Соңғы жылдары жастар арасындағы көші-қон ағыны елеулі өзгерістерге ұшырады. Қазақстан Республикасы халқының деректер банкінің деректеріне сәйкес, 2019 жылдың 1 қаңтарынан 2023 жылдың 31 желтоқсанына дейінгі кезеңде «Қазақстан Республикасынан тыс жерлерге тұрақты тұруға кету» себебінен 18 бен 35 жас аралығындағы 38 240 азамат тіркеуден шығарылған. Осы кезеңде Қазақстан Республикасының аумағына оралған 18 бен 35 жас аралығындағы Қазақстан Республикасының 2012 азаматы тұрғылықты жері бойынша тіркелді.

Кесте 1 – Мамандық бойынша келгендер мен кеткендер саны

Мамандық	Келгендер 2023/II	Келгендер 2022/II	Өзгеріс (%)	Кеткендер 2023/II	Кеткендер 2022/II	Өзгеріс (%) (Кеткендер)	Таза көші-қон
Техникалық	2184	635	343.9%	1035	2217	46.7%	-1182
Экономикалық	1054	300	351.3%	477	998	47.8%	-521
Педагогикалық	530	220	240.9%	351	573	61.3%	-222
Медициналық	331	145	228.3%	176	333	52.9%	-157
Заңды	323	86	375.6%	128	231	55.4%	-103
Сәулет-құрылыс жұмыстары	207	72	287.5%	59	133	44.4%	-74
Ауыл шаруашылығы	86	49	175.5%	37	71	68.9%	-32
Басқалар	2295	2028	113.2%	1190	1843	64.6%	-653

Ескертпе: Авторлар [11] дереккөз негізінде құрастырған.

Келген экономистердің саны 1,1 мың адамды, мұғалімдер – 530 адамды, дәрігерлер – 331 адамды, заңгерлер – 323 адамды, сәулетші-құрылысшылар – 207 адамды, АӨК қызметкерлері – 86 адамды құрады. Сонымен бірге 1 мың техникалық маман, 477 экономист, 351 мұғалім, 176 дәрігер, 128 заңгер, 71 АӨК қызметкері және 59 сәулетші-құрылысшы жұмыстан шығарылды. Келгендер мен кеткендер санындағы ең үлкен айырмашылық сәулетшілер мен құрылысшылар (3,5 есе), заңгерлер (2,5 есе), экономистер (2,2 есе) және техникалық мамандықтары бар адамдар (2,1 есе) арасында байқалды.

Қазіргі уақытта мемлекетімізде 20–28 жас аралығындағы экономикалық белсенді жастар саны 2 миллионнан асады. Олардың басым бөлігі (76,1%) жалдамалы қызметте жұмыс істесе, 23,9%-ы өзін-өзі жұмыспен қамтығандар қатарында. Жұмыс табу мүмкіндігі шектеулі аймақтарда өзін-өзі жұмыспен қамту еңбекпен айналысудың балама тәсілі ретінде қарастырылады.

Сонымен қатар, жастар білім деңгейі бойынша да ерекшеленеді. Жұмыспен қамтылған жастардың 42,9%-ының жоғары немесе аяқталмаған жоғары білімі болса, өзін-өзі жұмыспен қамтығандардың арасында жоғары білімділердің үлесі 25,2%-ды құрайды. Бұдан бөлек, 15–28 жас аралығындағы жастардың шамамен 7%-ы оқу орындарында білім алмайды және тұрақты жұмыс істемейді [12].

Осы статистикаларға сүйене отырып, көші-қон процестеріне әсер ететін бірқатар факторлар анықталды, оларды экономикалық, саяси және әлеуметтік деп бөлуге болады.

Экономикалық факторлар: жұмыс орындарының жетіспеушілігі мен жалақының төмендігі адамдарды шетелде жақсы өмір сүру жағдайларын іздеуге мәжбүр етеді. Бұл факторлар көші-қон ағындарының негізгі қозғаушы күші болып табылады.

Саяси ахуал: саяси тұрақсыздық, визалық режимдердің қатаңдатылуы немесе керісінше жеңілдетілуі көші-қон процестеріне айтарлықтай әсер етеді. Көші-қон туралы шешім қабылдауда саяси ахуал шешуші фактор болып табылады.

Әлеуметтік факторлар: көші-қонды шешуде білім беру мен денсаулық сақтаудың сапасы, сондай-ақ жалпы өмір сүру деңгейі маңызды рөл атқарады. Жоғары өмір сүру деңгейі мен жақсы әлеуметтік жағдайлар көші-қонды тартымды етеді.

Көші-қон Қазақстанның экономикасы мен қоғамына алуан түрлі әсер етеді. Қазақстаннан жас және білімді адамдардың эмиграциясының негізгі себептерін бірнеше санатқа бөлуге болады Төменде негізгі нәтижелер келтірілген:

1. Еңбек әлеуетінің төмендеуі

Шетелге баратын жастардың білімі мен кәсіби шеберлігі жоғары деңгейде болуы әдеттегідей. Олардың кетуі Қазақстанда білікті жұмысшылардың тапшылығына әкеліп соғады, бұл экономиканың технология, медицина, ғылым және инженерия сияқты негізгі салаларын дамытуды қиындатады. Бұл өз кезегінде елдің өнімділігі мен инновациялық әлеуетін төмендетеді.

Кесте 2 – Еңбек әлеуетінің төмендеуінің экономикалық салдары

№	Экономикалық салдарлар	Сипаттамасы
1	Өнімділіктің төмендеуі	Білікті және жоғары білімді жастардың кетуі жұмыс күшінің жалпы сапасын төмендетеді, бұл экономиканың негізгі секторларында өнімділіктің төмендеуіне әкеледі.
2	Инновацияның баяулауы	Жас мамандардың кетуі инновациялық белсенділікті төмендетеді, бұл жаңа идеялар мен технологияларды енгізуде қиындықтар туғызады және Қазақстанның бәсекеге қабілеттілігін төмендетеді.
3	Жұмыс күшінің жетіспеушілігі	Кейбір салаларда жұмыс күші жетіспейді, бұл компаниялардың өсуіне және кеңеюіне кедергі келтіреді, сонымен қатар шетелдік инвесторларды тарту мүмкіндіктерін шектейді.
4	Салық түсімдерінің азаюы	Жас және экономикалық белсенді азаматтардың кетуі салық түсімдерінің азаюына әкеліп соғады, бұл мемлекеттік бюджетті қысқартады және шектейді әлеуметтік бағдарламаларды қаржыландыру мүмкіндіктері.
5	Жұмыссыздықтың өсуі	Жастардың кетуі кейбір салаларда жұмыс күшінің тапшылығына, ал басқаларында жұмыссыздықтың өсуіне әкеліп соғады, бұл аймақтық теңсіздікті күшейтеді және әлеуметтік шиеленістердің артуына әкеледі.
Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.		

Бұл 2-кестеде Қазақстаннан жастардың көші-қонының еңбек әлеуетіне тигізетін негізгі экономикалық салдары көрсетілген. Бұл салдарлар ел экономикасына бірқатар кері әсерін тигізіп, Қазақстанның ұзақ мерзімді экономикалық дамуына кедергі келтіреді.

2023 жылдың III тоқсанындағы мәліметтерге сәйкес, 15 жастан асқан тұрғындардың 65,5%-ы жұмыспен қамтылғандар қатарында болса, жұмыс күшінің 95,3%-ы еңбекпен қамтылған. Халықаралық еңбек ұйымының әдістемесіне сәйкес, жұмыссыздық деңгейі 4,7%-ды құрады, ал жұмыссыз азаматтардың жалпы саны 451,5 мың адамды құрады. Сонымен қатар, жұмыс істемейтін және білім алмайтын санатындағы жастардың үлесі 7,1%-ға тең болды.

Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігінің мәліметтеріне сәйкес, ағымдағы жылдың маусым айының соңына дейін жұмыспен қамту органдарына жұмыс іздеуші ретінде 91,1 мың азамат өтініш берген. Жұмыспен қамту бойынша барлығы 52,6 мың іс-шара көрсетілді, кәсіптік оқытуға немесе қайта даярлауға, біліктілігін арттыруға 18,4 мың адам жіберілді, қоғамдық жұмыстарға 4,9 мың адам қатысты [8].

Жалақы деңгейіндегі айырмашылықтар көші-қонға айтарлықтай әсер етеді. Жоғары жалақы ұсынылатын аймақтар жұмыс іздеушілер үшін барған сайын тартымды бола түсуде. Бұл әсіресе жоғары білікті мамандар арасында байқалады, өйткені олар өздерінің білімі мен тәжірибесін ең жақсы бағалайтын жерлерге көшуге тырысады. Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының мәліметі бойынша 2024 жылдың бірінші тоқсанында орташа айлық атаулы жалақы 382 279 теңгені құрады [8]. Бұл ретте өткен жылдың сәйкес тоқсанымен салыстырғанда өсім 12,3%-ды құрады. Дегенмен, егер сіз жылдың бірінші тоқсанындағы бірнеше жылдағы көрсеткіштерді салыстырсаңыз, өсімнің айтарлықтай болғанын байқайсыз.



Сурет 4 – Жұмыспен қамту деңгейі

Ескертпе: Авторлармен [13] дереккөз негізінде құрастырылған.

2. Салық түсімдерін азайюы

Жастардың көші-қоны экономикалық белсенді халықтың санын азайтады, бұл салық түсімдерінің азаюына әкеледі. Жұмысшылардың аз болуы ел бюджетіне және әлеуметтік бағдарламалар мен инфрақұрылымдық жобаларды қаржыландыру мүмкіндігіне кері әсерін тигізетін табыс салығы мен әлеуметтік аударымдардан түсетін түсімдердің азаюын білдіреді.

Кесте 3 – Салық түсімдерін азайюының экономикалық салдары

№	Экономикалық салдарлар	Сипаттамасы
1	Бюджет кірістерін қысқарту	Жұмыс істейтін халық санының азаюы табыс салығы мен әлеуметтік аударымдардан түсетін түсімдердің азаюына алып келеді. Бұл мемлекеттік бюджет кірістерінің қысқаруына алып келеді.
2	Әлеуметтік бағдарламаларды қысқарту	Салық түсімдерінің азаюы әлеуметтік бағдарламалардың қысқаруына немесе толығымен тоқтатылуына әкеледі. Бұл халықтың әлеуметтік әлауқатына кері әсерін тигізеді.
3	Инфрақұрылымдық жобаларды тоқтату	Салық түсімдерінің азаюы инфрақұрылымдық жобаларды қаржыландыруды қиындатады. Бұл экономиканың ұзақ мерзімді өсуі мен дамуына кедергі келтіреді.
4	Инвестициялық ахуалдың нашарлауы	Салық түсімдерінің азаюы экономикалық тұрақсыздыққа алып келеді. Бұл инвестициялық ахуалды нашарлатады және инвестиция көлемін азайтады.
5	Мемлекеттік қарыздың өсуі	Бюджет тапшылығын жабу үшін мемлекет несие алуға жүгінеді. Қарыздардың өсуі ұзақ мерзімді перспективада мемлекеттік бюджеттің қаржылық тұрақтылығына қауіп төндіреді.

Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.

Бұл кестеде Қазақстаннан жастардың көші-қонының негізгі экономикалық салдары көрсетілген. Бұл салдарлар ел экономикасына үлкен кері әсерін тигізеді және Қазақстанның ұзақ мерзімді перспективада орнықты дамуына кедергі келтіреді.

Бұл сурет бойынша қауымдастық 2024 жылдың алғашқы тоқсанында салық түсімдері бойынша жоспардың орындалуы 2023 жылдың осы кезеңіндегі көрсеткішпен салыстырғанда 19,9%-ды құрады. Сонымен бірге, КБ шығыстары 17%-ға немесе 966 млрд теңгеге, 6,8 трлн теңгеге дейін өсті, бұл кіріс бөлігінен 18%-ға немесе 1,1 трлн теңгеге асып түсті.



Сурет 5 – Ел бойынша салық түсімдері

Ескертпе: Авторлармен [14] дереккөз негізінде құрастырылған.

3. Білім беруге инвестициялардың жоғалуы

Қазақстан білім беру мен кадрларды даярлауға қомақты қаржы бөлуде. Алайда, жас мамандар шетелге кеткенде, бұл инвестиция өзін ақтамайды. Ел инвестицияланған қаражаттан түсетін пайданы жоғалтады, өйткені оқытылған мамандар өз білімдері мен дағдыларын басқа экономикалардың дамуына үлес қоса отырып, өз отанынан тыс жерлерде қолданады.

Кесте 4 – Білім беруге инвестициялардың жоғалуының экономикалық салдары

№	Экономикалық салдарлар	Сипаттамасы
1	Адами капиталды азайту	Кәсіби дағдылары бар жоғары білімді жастардың шетелге кетуі білім беру жүйесіне салынған инвестициялардың біржола жоғалуына әкеліп соғады, бұл елдің ұзақ мерзімді экономикалық өсуіне кедергі келтіреді.
2	Өндіріс пен инновацияның төмендеуі	Білікті кадрларсыз өндірістік және инновациялық белсенділік төмендейді, бұл жаңа технологиялар мен инновацияларды енгізу мүмкіндіктерін шектейді, нәтижесінде елдің өндірістік және инновациялық әлеуеті төмендейді.
3	Экономикалық өсудің баяулауы	Жастардың шетелге кетуі білім беру жүйесіне салынған инвестициялардың қайтарымсыз жоғалуына және ұзақ мерзімді экономикалық өсудің баяулауына алып келеді.
4	Еңбек нарығындағы теңгерімсіздік	Білім саласына салынған инвестицияның жоғалуы еңбек нарығындағы теңгерімсіздікті күшейтеді, бұл жоғары білімді және тапшылыққа әкеледі кейбір салаларда білікті кадрлар, ал басқаларында жұмыссыздықтың жоғары деңгейі.
5	Әлеуметтік және экономикалық теңсіздік	Білім беру саласына инвестицияның жоғалуы әлеуметтік және экономикалық теңсіздікті күшейтеді, бұл қоғамдағы теңсіздікті арттырады және әлеуметтік шиеленістердің артуына әкеледі.

Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.

Жылы берілген кестеде көрсетілген негізгі экономикалық салдары көшу жастарға үшін шекара, жетекші қайтарымсыз шығындарға инвестициялар жылы білім беру жылы Қазақстанда. Бұлар салдары теріс әсер етеді арналған экономикаға елдер, кедергі жасау тұрақты экономикалық дамытуға жылы ұзақ мерзімді перспективада.

Білім саласына салынған инвестициялар: Ағымдағы жылдың он айында білім саласына салынған инвестициялар 257 058 млн теңгені құрады.

Өткен жылмен салыстырғанда өзгеріс: Бұл көрсеткіш өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 47%-ға өсті.

Жалпы инвестициялардың үлесі: Білім саласына салынған инвестициялар барлық инвестициялардың 2,3% құрайды.

Жергілікті бюджеттен инвестициялар: Бұл саладағы инвестициялардың ең көп үлесі жергілікті бюджетке тиесілі – 167 007 млн теңге, бұл 65% құрайды [15].

4. Демографиялық құрылымның нашарлауы

Жастардың көші-қоны елдің демографиялық құрылымына да әсер етеді. Жастар санының азаюы егде жастағы тұрғындардың үлесінің артуына әкеліп соғады, бұл денсаулық сақтау мен әлеуметтік қамсыздандыру жүйесіне қосымша салмақ түсіреді. Бала туудың төмендеуі демографиялық проблемаларды күшейтеді және зейнетақы жүйесінің ұзақ мерзімді тұрақтылығына нұқсан келтіреді.

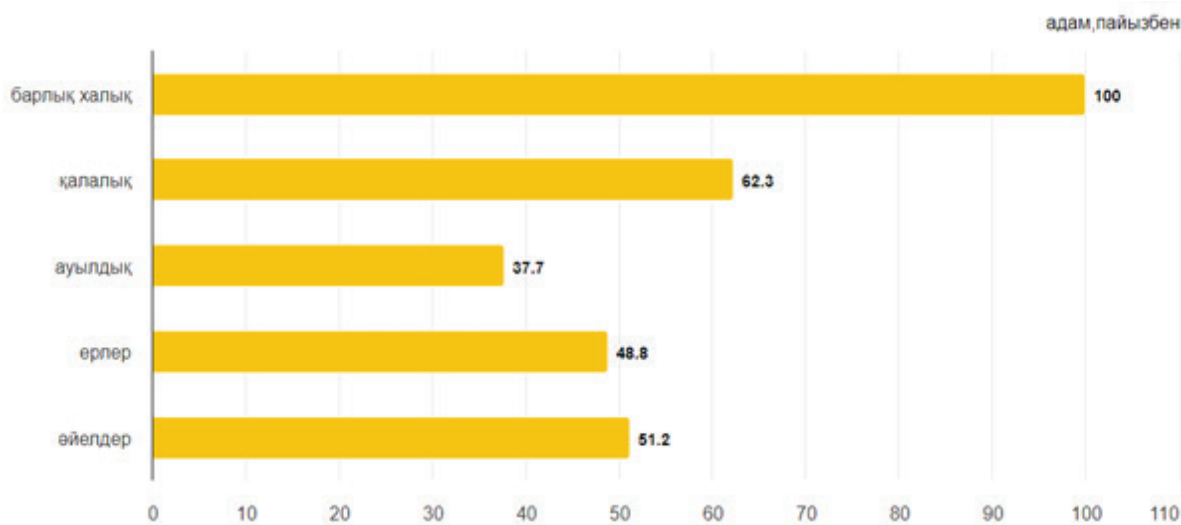
Жастардың шетелге көші-қоны Қазақстандағы демографиялық құрылымның нашарлауына алып келеді. Осы құбылыстың негізгі әсерлерін қарастырайық:

Кесте 5 – Демографиялық құрылымның нашарлауының экономикалық салдары

№	Экономикалық салдарлар	Сипаттамасы
1	Халықтың қартаюы	Жастардың кетуі халықтың қартаюына әкеліп соғады, бұл денсаулық сақтау, әлеуметтік қамсыздандыру және зейнетақы жүйесіне жүктемені арттырады. Бұл жұмыс күшінің қысқаруына және экономикалық өсудің баяулауына әкеледі.
2	Бала туу көрсеткішінің төмендеуі	Жастардың кетуі туу деңгейінің төмендеуіне ықпал етеді, бұл ұзақ мерзімді демографиялық тұрақтылыққа қауіп төндіреді елдер. Бала туудың төмендеуі жұмыс күшінің тапшылығын күшейтеді және әлеуметтік-экономикалық дамуды тежеуі мүмкін.
3	Еңбек нарығындағы теңгерімсіздік	Демографиялық құрылымның нашарлауы еңбек нарығындағы теңгерімсіздікке әкеліп соғады, бұл кейбір салаларда жұмыс күшінің тапшылығын, ал басқаларында жұмыс күшінің артық болуын тудыруы мүмкін. Бұл экономиканың тиімділігіне және жалпы өнімділікке кері әсерін тигізеді.
4	Әлеуметтік қамсыздандыру жүйесіне түсетін жүктеменің артуы	Халықтың қартаюы әлеуметтік қамсыздандыру жүйесіне жүктемені арттырады, бұл зейнетақы мен медициналық қызметтерге жұмсалатын шығындардың өсуіне әкеледі. Жұмыс істейтін халық саны азайған сайын, бұл шығындарды қаржыландыру барған сайын күрделі міндетке айналады.
5	Аймақтық теңсіздіктер	Жастардың көші-қоны аймақтық теңсіздікті күшейтеді, әсіресе халық саны мен экономикалық белсенділіктің төмендеуі байқалатын ауылдық және шалғай аудандарда. Бұл осы аймақтардың дамуын тежеп, олардың экономикалық жағдайын нашарлатуы мүмкін.

Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.

Бұл кестеде Қазақстанның демографиялық құрылымы мен экономикасы үшін жастардың шетелге көші-қонының негізгі салдары көрсетілген. Жастар көші-қонының келеңсіз салдары халықтың қартаюы, бала туудың төмендеуі, еңбек нарығындағы теңгерімсіздік, әлеуметтік қамсыздандыру жүйесіне түсетін жүктеменің артуы және аймақтық теңсіздік болып табылады.



Сурет 6 – 2024 жылғы 1 сәуір жынысы мен жер типі бойынша халық саны

Ескертпе: Авторлармен [16] дереккөз негізінде құрастырылған.

Сурет бойынша халықтың басым бөлігі қалаларда тұрады (62.3%). Әйелдер еркектерден сәл басым (51.2% қарсы 48.8%). Ауыл тұрғындарының үлесі азырақ (37.7%), бұл урбанизация тенденциясын көрсетеді.

5. Бәсекеге қабілеттіліктің төмендеуі

Білікті кадрлардың жоғалуы қазақстандық компаниялардың халықаралық нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін әлсіретеді. Мамандардың жетіспеушілігі өнім мен қызмет сапасының төмендеуіне әкелуі мүмкін, бұл жаңа нарықтарға шығуды және инвестиция тартуды қиындатады. Ұзақ мерзімді перспективада бұл экономикалық өсуді бәсеңдетуі және жаңа технологиялар мен инновацияларды дамыту мүмкіндіктерін шектеуі мүмкін.

Кесте 6 – Бәсекеге қабілеттіліктің төмендеуінің экономикалық салдары

№	Экономикалық салдарлар	Сипаттамасы
1	Білікті кадрлардың жетіспеушілігі	Жастардың кетуі экономикада жоғары білікті кадрлардың тапшылығына әкеп соғады, бұл өндірістік процестердің тиімділігін төмендетеді және инновациялар мен жаңа технологияларды енгізуді қиындатады.
2	Инновациялар мен технологиялық дамуды тежеу	Жас және білімді кадрлардың кетуі инновациялық белсенділікті төмендетеді, ҒЗТКЖ қарқынын бәсеңдетеді және елдегі ғылыми-технологиялық прогреске кері әсерін тигізеді.
3	Шетелдік инвестициялардың азаюы	Экономиканың бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуі шетелдік инвестициялардың ағынын азайтады, бұл елдің инвестициялық тартымдылығын төмендетеді және экономикалық өсуді тежейді.
4	Экспорттық әлеуеттің төмендеуі	Бәсекеге қабілеттіліктің төмендеуі экспорттық әлеуетті шектейді, бұл халықаралық нарықтарда қазақстандық өнімге сұраныстың төмендеуіне алып келеді және сауда теңгерімін нашарлатады.
5	Ішкі нарықтағы бәсекелестіктің төмендеуі	Жас және креативті кәсіпкерлердің шетелге кетуі ішкі нарықтағы бәсекелестікті төмендетеді, монополияландыруды күшейтеді және тауарлар мен көрсетілетін қызметтер сапасының төмендеуіне алып келуі мүмкін.
Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.		

Жастардың көші-қонының жағымсыз салдары, кестеде көрсетілгендей, білікті кадрлардың тапшылығын, инновацияларды енгізу мен технологиялық дамудың тежелуін, шетелдік инвестициялардың қысқаруын, экспорттық әлеуеттің төмендеуін және ішкі нарықтағы бәсекелестіктің төмендеуін қамтиды. Бұл мәселелер елдің ұзақ мерзімді экономикалық дамуы мен тұрақтылығына кедергі келтіреді.

Ұсынымдар:

Жастар көші-қонының экономикалық салдарын жеңілдету және адам капиталының шығынын азайту үшін келесі шараларды қабылдау қажет:

Жастар үшін тартымды жағдайлар жасау: Еңбек жағдайларын жақсарту, жалақыны көтеру, мансаптық өсуге және кәсіби дамуға мүмкіндіктер беру.

Білім беру жүйесін дамыту: Білім беруге инвестиция салу, оның сапасын арттыру, еңбек нарығында сұранысқа ие мамандарды дайындайтын бағдарламаларды жүзеге асыру.

Инновациялар мен кәсіпкерлікті қолдау: Стартаптар мен инновациялық жобаларға жағдай жасау, жас кәсіпкерлерге гранттар мен басқа да қолдау түрлерін ұсыну.

Мигранттарды қайтару: Білікті мамандарды қайтару бағдарламаларын әзірлеу, шетелге кеткендерді кері тартуға жағдай жасау.

Жастардың ел өміріне қатысуын ынталандыру: Жастарды қоғамдық және саяси процестерге тарту, олардың ел болашағына қатысты шешімдер қабылдауға белсенді қатысуын қамтамасыз ету.

Жастардың көші-қоны проблемасын шешу кешенді тәсілді және мемлекеттің, бизнес пен қоғамның белсенді өзара іс-қимылын талап етеді. Тек бірлескен күш-жігердің арқасында ғана келеңсіз үрдісті тоқтатып, тұрақты экономикалық дамуға жағдай жасауға болады Қазақстанның.

Кесте 7 – Экономикалық зардаптарды азайту жолдары

№	Жеңілдету шаралары	Сипаттамасы / нәтижесі
1	Жастар үшін тартымды жағдайлар жасау	Еңбек жағдайларын жақсарту, жалақыны көтеру, мансаптық мүмкіндіктерді қамтамасыз ету.
2	Білім беру жүйесін дамыту	Білімге инвестиция салу, оның сапасын арттыру, сұранысқа ие бағдарламаларды енгізу.
3	Инновациялар мен кәсіпкерлікті қолдау	Стартаптар үшін жағдай жасау, жас кәсіпкерлерге гранттар мен қолдау көрсету.
4	Кеткен мамандарды қайтару	Мамандарды қайтару бағдарламалары, оларды қайтару үшін тартымды жағдайлар жасау.
5	Жастардың қатысуын ынталандыру	Жастарды қоғамдық және саяси процестерге тарту, олардың белсенді қатысуын қамтамасыз ету.
Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.		

Қорытынды

Қазақстаннан жастардың көші-қоны құбылысын зерттеу елдің ұзақ мерзімді даму перспективаларына әсер ететін елеулі экономикалық және әлеуметтік салдарларды анықтады. Жастардың көші-қоны, әсіресе жоғары білімді және жоғары білімді адамдар арасында білікті кадрлардың болуы еңбек нарығына, жалпы ішкі өнімге (ЖІӨ) және халықтың демографиялық құрылымына тікелей әсер етеді. Түйінді тұжырымдар:

Адами капиталды қысқарту: Жас мамандардың жоғалуы жоғары білікті жұмысшылардың тапшылығына әкеліп соғады, бұл елдің өнімділігі мен инновациялық әлеуетіне кері әсерін тигізеді. Бұл, өз кезегінде, Қазақстанның жаһандық экономикалық өзгерістерге бейімделу және тұрақты экономикалық өсуді қолдау қабілетін шектейді.

Экономикалық әсер: Жастардың эмиграциясы экономикаға кері әсерін тигізіп, ЖІӨ-ге қосқан үлесін төмендетіп, экономикалық өсу қарқынын бәсеңдетеді. Еңбек ресурстарының тапшылығы жаңа кадрларды тартуға және оқытуға жұмсалатын шығындардың ұлғаюын талап етеді, бұл бюджетке қосымша салмақ түсіреді.

Демографиялық өзгерістер: Жастардың кетуі халықтың жас құрылымындағы теңгерімсіздікке алып келеді, бұл әлеуметтік қамсыздандыру жүйесіне және зейнетақымен қамсыздандыруға демографиялық жүктемені күшейтеді. Жастар санының азаюы демографиялық тұрақтылық пен тепе-теңдікке қол жеткізуді қиындатады.

Қорытындылай келе, жастарды елде ұстау және олардың дамуына қолайлы жағдай жасау стратегиялық және жан-жақты көзқарасты талап етеді. Білім беру деңгейін арттыруға, мансаптық өсу үшін жағдайлар жасауға және өмір сүру сапасын жақсартуға бағытталған кешенді шаралар Қазақстанның ұзақ мерзімді перспективада орнықты экономикалық дамуын және демографиялық тұрақтылығын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

ӘДЕБИЕТТЕР

1 Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (өтініш берілген күн: 16.05.2024)

2 Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (өтініш берілген күн: 24.05.2024)

3 Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (өтініш берілген күн: 27.05.2024)

4 Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (өтініш берілген күн: 02.06.2024)

5 Salvador N., Jin Zh. Human Capital and Migration: a Cautionary Tale // University of Chicago and University of Western Ontario. 2020, no. 15. pp. 196–225.

- 6 By B. Lindsay Lowell. Skilled Migration Abroad or Human Capital Flight? // Institute for the Study of International Migration. 2018, no. 53(2), pp. 287–303.
- 7 Тлеубердиева С.С., Ысқақова Д.Б. Қазақстан жастарының көші-қонының экономикалық аспектілері // Экономика: стратегия және практика. – 2022. – № 2. – 126–146 бб.
- 8 External Youth Migration in the Countries of Central Asia: Risk analysis and minimization of negative consequences // International organization for migration. 2019, no. 84, pp. 120–136.
- 9 Архипова Л.С., Горохова И.В. Влияние миграционных процессов на экономическую безопасность и пространственное развитие России // Вестник Российского экономического университета имени Плеханова Г.В. – 2022. – № 3. – С. 119–133.
- 10 Бедрина Е.Б., Васильева Р.И., Вахрушева А.А. Миграционные процессы и межкультурные коммуникации в условиях глобальных вызовов // Вестник университета имени первого Президента России Ельцина Б.Н. – 2022. – № 2. – С. 79–98.
- 11 «Қазақстан Республикасы Ұлттық қауіпсіздік комитетінің Шекара қызметі» мемлекеттік мекемесінен ресми жауап / орындаушы Нурпеисов С.Б. 14.05.2024. № 03873813.
- 12 Ішкі миграция: жастардың әлеуетін тиімді пайдалануға не кедергі? // Егемен Қазақстан. – 27.05.2023. URL: <https://egemen.kz/article/307618>
- 13 Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (өтініш берілген күн: 21.04.2024)
- 14 Қазақстан қаржыгерлерінің қауымдастығы. 09.03.2024г. URL: <https://afk.kz/kz/o-nas/informacziya-ob-afk.html>
- 15 Сколько инвестировано в сферу образования в Казахстане // Центр деловой информации Kapital.kz – 03.12.2023г. URL: <https://kapital.kz/economic/110987>
- 16 Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросы. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (өтініш берілген күн: 06.06.2024)

REFERENCES

- 1 Qazaqstan Respublikasy strategialyq jospirlau jәne reformalar jәnindegi agenttiginiñ ultiq statistika bürosy. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (ötiniş berilgen күn: 16.05.2024). (In Kazakh).
- 2 Qazaqstan Respublikasy strategialyq jospirlau jәne reformalar jәnindegi agenttiginiñ ultiq statistika bürosy. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (ötiniş berilgen күn: 24.05.2024). (In Kazakh).
- 3 Qazaqstan Respublikasy strategialyq jospirlau jәne reformalar jәnindegi agenttiginiñ ultiq statistika bürosy. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (ötiniş berilgen күn: 27.05.2024). (In Kazakh).
- 4 Qazaqstan Respublikasy strategialyq jospirlau jәne reformalar jәnindegi agenttiginiñ ultiq statistika bürosy. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (ötiniş berilgen күn: 02.06.2024). (In Kazakh).
- 5 Salvador N., Jin Zh. (2020) Human Capital and Migration: a Cautionary Tale // University of Chicago and University of Western Ontario, no. 15. pp. 196–225. (In English).
- 6 By B. Lindsay Lowell. (2018) Skilled Migration Abroad or Human Capital Flight? // Institute for the Study of International Migration, no. 53(2), pp. 287–303. (In English).
- 7 Tleuberdieva S.S., Ysqaqova D.B. (2022) Qazaqstan jastarynyñ köši-qonynyñ ekonomikalыq aspektleri // Ekonomika: strategija jәne praktika. No. 2. 126–146 pp. (In Kazakh).
- 8 External Youth Migration in the Countries of Central Asia: Risk analysis and minimization of negative consequences // International organization for migration. 2019, no. 84, pp. 120–136. (In English).
- 9 Arhipova L.S., Gorohova I.V. (2022) Vlijanie migracionnyh processov na jekonomicheskiju bezopasnost' i prostranstvennoe razvitie Rossii // Vestnik Rossijskogo jekonomicheskogo universiteta imeni Plehanova G.V. No. 3. P. 119–133. (In Russian).
- 10 Bedrina E.B., Vasil'eva R.I., Vahrusheva A.A. (2022) Migracionnye processy i mezhkul'turnye kommunikacii v uslovijah global'nyh vyzovov // Vestnik universiteta imeni pervogo Prezidenta Rossii El'cina B.N. No. 2. P. 79–98. (In Russian).
- 11 «Qazaqstan Respublikasy ultiq қаuipsizdik komitetiniñ Şekara qyzmeti» memlekettik mekemesinen resmi jauap / oryndaушы Nurpeisov S.B. 14.05.2024. No. 03873813. (In Kazakh).
- 12 Işki migrasiya: jastardyñ әleuetin timdi paidalanuға ne kedergі? // Egeмен Qazaqstan. 27.05.2023. URL: <https://egemen.kz/article/307618>. (In Kazakh).
- 13 Qazaqstan Respublikasy strategialyq jospirlau jәne reformalar jәnindegi agenttiginiñ ultiq statistika bürosy. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (ötiniş berilgen күn: 21.04.2024). (In Kazakh).
- 14 Qazaqstan qarjygerleriniñ қаuymdastyғы. 09.03.2024g. URL: <https://afk.kz/kz/o-nas/informacziya-ob-afk.html>. (In Kazakh).

15 Skol'ko investirovano v sferu obrazovanija v Kazahstane // Centr delovoj informacii Kapital.kz – 03.12.2023g. URL: <https://kapital.kz/economic/110987>. (In Russian).

16 Qazaqstan Respublikasy strategialyq josparlau және reformalar jönindegi agenttığınıñ ülttyq statistika bürosy. URL: <https://www.stat.gov.kz/> (ötiniş berilgen күн: 06.06.2024). (In Kazakh).

АБДРАМАНОВА У.Е.,*¹

докторант.

*e-mail: uabdramanova4@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-2024-3646

НИЕТАЛИНА Г.К.,¹

к.э.н., профессор.

e-mail: g.niyetalina@turand-edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2004-0603

ОРЛОВСКА Р.,²

PhD, профессор.

e-mail: renata.orlowska@ug.edu.pl

ORCID ID: 0000-0003-0184-6297

СПАНОВ М.У.,³

д.э.н., профессор.

e-mail: m-spanov@rambler.ru

ORCID ID: 0000-0002-6448-8397

¹«Тұран» университеті,

г. Алматы қ., Қазақстан

²Гданьский университет,

г. Гданьск, Польша.

³КазНУ им. аль-Фараби,

г. Алматы, Қазақстан

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МОЛОДЕЖНОЙ МИГРАЦИИ КАЗАХСТАНА: АНАЛИЗ ПОТЕРЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Аннотация

Статья посвящена анализу экономических последствий молодежной миграции Казахстана. Влияние миграции молодежи на экономику – это экономические и социальные изменения, возникающие в результате оттока молодых и образованных граждан из страны. Цель данного исследования – количественная оценка и анализ реальных экономических последствий миграции молодежи из Казахстана. Посредством исследования изучить такие факторы, как изменения на рынке труда, влияние на валовой внутренний продукт (ВВП) и изменение демографических тенденций, а также провести всесторонний обзор долгосрочных экономических затрат и выгод от миграции. Кроме того, выяснение того, как миграция влияет на дефицит квалифицированных кадров на рынке труда, инновационную активность, научно-технический прогресс, приток иностранных инвестиций и конкуренцию на внутреннем рынке. Для решения поставленных задач использовались общенаучные методы и подходы, в том числе сравнительный анализ, описательная статистика, анализ тенденций, методы эконометрического моделирования. Объект исследования – отъезд молодых и образованных людей из Казахстана. Предмет исследования – влияние миграционного потока на национальную безопасность и экономическое развитие Казахстана. Практическая значимость работы заключается в предоставлении конкретных мер и рекомендаций, направленных на снижение и укрепление уровня оттока человеческого капитала в Казахстане. Эти меры включают улучшение условий труда и жизни, развитие системы образования, создание благоприятного социально-политического климата и поддержку инновационных инициатив. Реализация предложенных идей может способствовать устойчивому развитию страны и укреплению ее конкурентоспособности на мировой арене.

Ключевые слова: миграция, человеческий капитал, экономика, рынок труда, инновации, демографические изменения.

ABDRAMANOVA U.E.,*¹

PhD student.

*e-mail: uabdramanova4@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-2024-3646

NIETALINA G.K.,¹

c.e.s., professor.

e-mail: g.niyetalina@turand.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-2004-0603

ORLOWSKA R.,²

PhD, professor.

e-mail: renata.orlowska@ug.edu.pl

ORCID ID: 0000-0003-0184-6297

SPANOV M.U.,³

d.e.s., professor.

e-mail: m-spanov@rambler.ru

ORCID ID: 0000-0002-6448-8397

¹Turan University,

Almaty, Kazakhstan

²University of Gdańsk,

Gdansk, Poland.

³Al-Farabi Kazakh National University,

Almaty, Kazakhstan

**THE ECONOMIC CONSEQUENCES
OF YOUTH MIGRATION IN KAZAKHSTAN:
AN ANALYSIS OF THE LOSS OF HUMAN CAPITAL**

Abstract

The article is devoted to the analysis of the economic consequences of youth migration in Kazakhstan. The impact of youth migration on the economy is the economic and social changes that arise because of the departure of young and educated citizens from the country. The purpose of this study is to quantify and analyze the real economic consequences of youth migration from Kazakhstan. To conduct a comprehensive review of the long-term economic costs and benefits of migration by examining factors such as changes in the labor market, the impact on gross domestic product (GDP), and changes in demographic trends through research. In addition, to determine how migration affects the shortage of qualified personnel in the labor market, innovative activity, scientific and technological progress, the flow of foreign investment, and competition in the domestic market. To solve the tasks set, general scientific methods and approaches were used, including methods of comparative analysis, descriptive statistics, trend analysis, and econometric modeling. The object of the study: the departure of young and educated people from Kazakhstan. The subject of the study: the impact of migration flows on national security and economic development of Kazakhstan. The practical significance of the work lies in the presentation of specific measures and recommendations aimed at reducing and strengthening the level of outflow of human capital in Kazakhstan. These measures include improving working and living conditions, developing the education system, creating a favorable socio-political climate, and supporting innovative initiatives. The implementation of the proposed proposals can contribute to the sustainable development of the country and strengthen its competitiveness on the world stage.

Key words: migration, human capital, economy, labor market, innovation, demographic changes.

Мақаланың редакцияға түскен күні: 13.07.2024

FTAXP 73.01.75
ӘОЖ 65.01
JEL A12

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-200-212>

ЖУМАНОВ А.У.,*¹

докторант.

*e-mail: azat_jumanov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4401-4362

КЕГЕНБЕКОВ Ж.К.,²

т.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

e-mail: kegenbekov@dku.kz

ORCID ID: 0000-0001-8175-7440

ТОЛУЕВ Ю.И.,³

т.ғ.д., профессор.

e-mail: jurijs1949@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-5377-526X

¹әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,

Алматы қ, Қазақстан

²Қазақ-неміс университеті,

Алматы қ, Қазақстан

³Көлік және коммуникация институты,

Рига қ., Латвия

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ЛОГИСТИКА ЖӘНЕ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ДӘЛІЗДЕРДІҢ ТРАНЗИТТІК ӘЛЕУЕТІНІҢ ДАМУ ЖАҒДАЙЫ

Андатпа

Қазақстанның транзиттік-көлік саласының өсіп келе жатқан маңызы сауданы кеңейту, экономикалық байланыстарды нығайту, инвестицияларды, энергетикалық ынтымақтастықты және өңіраралық туризмді дамыту үшін катализатор болып табылады. Бұл зерттеуде Қазақстанның соңғы онжылдықтағы көліктік-логистикалық әлеуетін арттыру жөніндегі ғылыми зерттеулердің мақсаттары, негізгі бағыттары мен негізгі идеялары қарастырылады. Зерттеу транзит пен көлік дамуының экономикалық, энергетикалық және туристік салдарын жан-жақты талдауға бағытталған. Ғылыми және практикалық маңыздылығы саясаткерлерді, мүдделі тараптар мен зерттеушілерді Қазақстанның экономикалық ландшафтын қалыптастырудағы тиімді транзиттік-көлік секторының аса маңызды рөлі туралы хабардар етуде жатыр. Зерттеу көлік пен логистикаға қатысты кеңірек білім саласын байыта отырып, болашақ саясат пен инфрақұрылымдық инвестицияларға құнды үлес қосады. Практикалық маңыздылығы тұрғысынан зерттеу Қазақстанның транзиттік-көлік инфрақұрылымының тиімділігін, орнықтылығы мен өміршеңдігін арттыру бойынша практикалық ұсыныстарды ұсына отырып, сала саясаткерлері мен басшылары үшін басшылық ретінде қызмет етеді. Зерттеу нәтижелері елдің көлік секторының ұзақ мерзімді дамуы мен бәсекеге қабілеттілігіне ықпал ететін стратегиялық шешімдер қабылдау үшін пайдаланылуы мүмкін.

Тірек сөздер: транзит, халықаралық дәліздер, туризм, қойма, кәсіпорын, халықаралық сауда, тәжірибе.

Кіріспе

Қазіргі жаһандық ландшафтта логистика шешуші рөл атқарады, көбінесе елдердің өнеркәсіптік прогресін анықтайды. Әлемнің көптеген елдерінің үкіметтері логистиканың дамуына көп көңіл бөледі, оны өнеркәсіптік өсуді ынталандырудың негізгі катализаторы ретінде таниды. Қазақстан контекстінде мұндай стратегияны қабылдау өнеркәсіптік сектордағы Елеулі серпіліске әлеуетті ықпал ете отырып, елеулі экономикалық зардаптарға әкелуі мүмкін. Логистикаға сауатты және ғылыми негізделген тәсілдерге деген қажеттілік Қазақстанның нарықтық қатынастарға көшуіне сәйкес келеді. Логистикалық сектордың дамуы әлеуметтік климат үшін де, жалпы ел экономикасы үшін де үлкен маңызға ие.

Бұл зерттеудің өзектілігі Қазақстанның жаһандық логистикалық желідегі негізгі ойыншы ретіндегі өсіп келе жатқан маңыздылығымен атап өтіледі. Еуропа мен Азияның қиылысында орналасқан елдің стратегиялық географиялық жағдайы оны тауарлар мен қызметтердің қозғалысына ықпал ететін ерекше жағдайға қояды. Логистика мен транзиттік әлеуетті дамыту жай-күйін зерделеу барлық экономикалық артықшылықтарды пайдалану және ел алдында тұрған қазіргі заманғы сын-тегеуріндерге сәйкестік үшін қажет болады.

Бұл зерттеу ғылыми және практикалық салалардағы заманауи мәселелерге сәйкес келеді. Логистиканың даму динамикасын түсіну саясаткерлер, кәсіпкерлер мен ғалымдар үшін өте маңызды, өйткені ол салмақты шешімдер қабылдауға, ресурстарды тиімді бөлуге және тұрақты экономикалық өсуге тікелей ықпал етеді. Сондықтан осы зерттеудің мақсаты Қазақстан Республикасының халықаралық дәліздеріндегі логистика мен транзиттік әлеуетті дамыту жағдайына байланысты объектіні, пәнді, мақсаттарды, міндеттерді, әдістер мен тәсілдерді зерделеу болып табылады.

Зерттеу объектісі Қазақстан Республикасының логистикалық жүйесі, ал пәні – елді әлемдік нарықтармен байланыстыратын халықаралық дәліздер болып табылады. Негізгі мақсат-логистика мен транзиттік әлеуеттің қазіргі жағдайын бағалау, күшті және әлсіз жақтарын анықтау. Міндеттерге қолданыстағы инфрақұрылымды талдау, нормативтік-құқықтық базаны бағалау және оны жақсарту стратегияларын ұсыну кіреді. Зерттеуде әдебиетке шолу, нақты мысалдарды зерттеу және статистикалық талдауды қамтитын сапалық және сандық әдістердің үйлесімі қолданылды.

Материалдар мен әдістер

Зерттеуді монография барысында, абстрактілі-логикалық экономика және есептеу әдістері: реттеу, айырмашылығын табу, тұжырымдау қолданылды.

Зерттеу Қазақстан Республикасындағы халықаралық дәліздердің логистикасы мен транзиттік әлеуетін дамыту жағдайына арналған. Ағымдағы жағдайға назар аудара отырып, тиісті мәселелер бойынша бар білімге қысқаша шолу жасалынады. Логистика және транзит саласындағы мәселелерді шешу қажеттілігі негізделеді. Зерттеу барысында ағымдағы жағдайды, тұрған міндеттерді талдауды және Қазақстанның халықаралық дәліздері үшін тиімді логистика мен транзиттің маңыздылығын қоса алғанда, негізгі ұстанымдар баяндалды.

Нәтижелер мен талқылау

Қазақстанда логистикалық қызметтер секторының перспективалы дамуына байланысты сарапшылар көлік компаниялары жұмысының тиімділігін әлемдік эталондарға сәйкес келетін ең жоғары кәсіби стандарттарға дейін арттыруға бағытталған стратегияларды белсенді түрде қарастыруда.

Қазақстан өзінің күрделі логистикалық жүйесімен танымал, мұнда ұзақ қашықтықтар кәсіпкерлерге логистикалық шығындардың жоғары болуына байланысты әртүрлі өңірлерде өз бизнесін кеңейтуге жиі кедергі келтіреді. Логистикалық компаниялар бұл мәселені шығындарды азайту және жүктерді жеткізу тиімділігін арттыру арқылы шешуге мәжбүр.

Логистикалық компаниялардың алдында тұрған негізгі кедергілердің бірі-ішкі байланыстың жеткіліксіздігі және білікті қызметкерлердің жетіспеушілігі. Қызмет көрсетудің төмен сапасы, көлік инфрақұрылымының дамымауы, қойма үй-жайларының тапшылығы, логистикалық операторлардың кәсібилігінің жеткіліксіздігі және қызметтердің тар спектрі негізгі проблемалар болып табылады.

Логистиканы дамытудың бәсекеге қабілеттілігін жеделдету және арттыру үшін озық технологияларды қолдана алатын және жалпы сапа стандарттарын арттыру үшін бірінші дәрежелі логистикалық қызметтерді ұсына алатын мамандарды даярлау қажет [1].

Қазіргі таңда Қазақстан Транскаспий бағыты арқылы жүк ағынын жылына 500 мың контейнерге дейін арттыруды жоспарлап отыр. Қазақстан президенті Қасым-Жомарт Тоқаев Транскаспий халықаралық көлік бағыты (ТХТМ) арқылы жүк ағынын ұлғайту және оны 2030 ж. қарай жылына 500 мың контейнерге дейін жеткізу жоспарланғанын мәлімдеген болатын. Бұл туралы республика басшысы «Орталық Азия + Араб мемлекеттерінің Ынтымақтастық

Кенесі» бірінші саммитінде мәлімдеді. Саммитте Тоқаев транзиттік-көлік саласын дамытудың маңыздылығын атап өтті [2, 3]. Оның айтуынша, өңір елдері маршруттарды әртараптандыру және түрлі инфрақұрылымдық және логистикалық жобаларды дамыту үшін белсенді шаралар қабылдауда. Қазақстан басшысы Транскаспий халықаралық көлік бағытының әлеуетін атап өтті.

Украинадағы соғыс еуропалық компанияларға Қытайдан Ресей мен Беларусь арқылы Еуропалық Одаққа (ЕО) өтетін дәстүрлі «Солтүстік дәліз» бағытына қол жеткізуді белгісіз мерзімге жауып тастады [4].

Орта дәліз, Азиядан Еуропаға дейінгі көлік бағыты, сонымен қатар Каспий теңізі мен оған іргелес елдер арқылы ірі энергетикалық жобаларды жүзеге асыруға ықпал етеді, 2022 ж. Украинадағы қақтығыстың шиеленісуінен кейін одан да көп назар аударды [5].

Каспий аймағы ЕО-ның энергетикалық қауіпсіздігі үшін маңызды стратегиялық аймақ болып табылады, оның мұнай мен газдың едәуір қоры және географиялық жағдайы Еуропаға энергия ресурстарын тасымалдауға болатын құбырлар салуға мүмкіндік береді [6, 7].

«Біз осы бағыт арқылы жүк ағынын жоспарлы түрде ұлғайтуға және оны 2030 ж. қарай жылына 500 мың контейнерге жеткізуге ниеттіміз. Сонымен қатар, Қазақстан «Солтүстік-Оңтүстік» халықаралық көлік дәлізін дамыту бойынша шаралар қабылдауда», – деді Қасым-Жомарт Тоқаев.

Самитте логистиканы дамыту мен жеделдетуге байланысты нақты 5 бағыт қарастырылды.



Сурет 1 – Логистиканы дамытуға бағытталған шаралар

Ескертпе: Авторлармен [2, 3] дереккөздер негізінде құрастырылған.

Самитте қозғалған келесі мәселе—сауда-экономикалық байланыстарды кеңейту. Сауда-экономикалық байланыстарды кеңейту. Президент Қазақстанның қысқа мерзімде Шығанақ елдеріне экспортты 100 тауар позициясы бойынша шамамен 4 400 млн сомаға ұлғайтуға дайын екенін мәлімдеді.

Инвестициялық ынтымақтастықты жандандыру. UNCTAD баяндамасына сәйкес, өткен жылы ғана Орталық Азияға таза инвестициялар ағыны 40%-ға артып, Қазақстан 10 млрд құрады, оның 60%-ы Қазақстанға тиесілі. Шығанақ елдері Қазақстан экономикасына шамамен 3–3,6 млрд инвестиция салды, сондықтан республика инвестициялық байланыстарды арттыруға мүдделі. Тоқаев ынтымақтастық Кеңесінің барлық мүше мемлекеттерімен өзара іс-қимылға дайын екендігін мәлімдеді [8, 9].

Энергетикалық ынтымақтастықты тереңдету. Орталық Азия мемлекеттерінің аумағында 30 млрд тоннадан астам барланған мұнай қоры және 20 трлн текше метрден астам газ бар. Бұл аймақты мұнай-газ ресурстарының көлемі бойынша араб түбегінен кейінгі екінші орынға шығарады. Қазақстан ОПЕК+ елдерінің ірі энергетикалық компанияларымен, әсіресе «жасыл» энергетика саласында ынтымақтастыққа дайын. Президенттің айтуынша, Сауд Арабиясының ACWA power, әмірліктің Masdar, Катар компанияларымен жобалар перспективалы болып

көрінеді. Тоқаев ынтымақтастық кеңесіне мүше елдердің мұнай және газ экспорттаушыларын Қазақстанда өтетін халықаралық энергетикалық форумға қатысуға шақырды.

Азық-түлік қауіпсіздігі. Қазақстан әлемдегі ең ірі бидай мен ұн өндірушілердің ондығына кіреді. Тоқаев Араб серіктестерінің тәжірибесі негізінде «органикалық» және «халал» өнімдерінің стандарттарын, техникалық реттеу және сертификаттау жүйесін синхрондау жөніндегі жұмыстың жалғасатынын хабарлады. Президент осы саладағы ынтымақтастықты кеңейту үшін ауыл шаруашылығы министрлерінің кездесу тетігін құруды ұсынды.

Өңіраралық туризмді дамыту. Тоқаевтың айтуынша, Орталық Азияда бірегей туристік ресурстар бар. Ол туризмнің өзара ілгерілеуін дамытуға дайын екенін хабарлады. Сондай-ақ, президент Қазақстан араб мемлекеттерінің Ынтымақтастық кеңесінің барлық елдері үшін визасыз режим енгізгенін, сондай-ақ осы мемлекеттердің астаналарымен тікелей әуе қатынасын жолға қойғанын атап өтті.

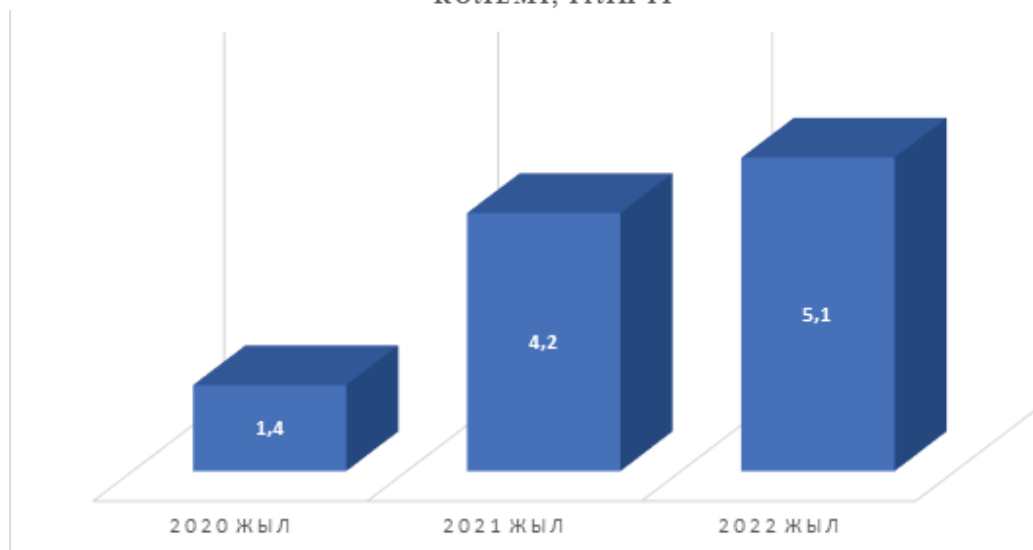
Бүгінде Теңіз көлігі саласы ерекше өзектілікке ие болуда. Қазақстанның Каспийдегі жұмыс істеп тұрған сауда флотына төрт құрғақ жүк кіреді, сондықтан негізгі тасымалдарды эзирбайжандық ASCO операторы («Әзірбайжан Каспий теңіз пароходствосы» жақ) жүзеге асырады, онда 54 кеме, оның ішінде 20 танкер, 18 паром және 15 әмбебап құрғақ жүк бар. Аталған жобаларды іске асыру теңіз порттары мен флоттың әлеуетін толық ашуға мүмкіндік береді.

Қазақстан үкіметінде ішкі туристер санын – 11 млн адамға дейін, шетелдік туристер санын – 4 млн адамға дейін, саладағы жұмыспен қамтуды – 800 мың адамға дейін ұлғайту, сондай-ақ ДЭФ рейтингіне сәйкес Қазақстанды туризмді дамыту бойынша әлемнің топ–50 еліне шығару міндеті қойылды. Қазақстанның мәдениет және спорт министрі Асхат Ораловтың айтуынша, туристік өнімдерді, инфрақұрылым мен брендтерді дамыту, сайып келгенде, Қазақстанның танымалдылығын арттырып, Қазақстанның түрлі өңірлеріне ішкі және сыртқы туристер ағынын арттыруы тиіс.

Логистика бұл барлық тауарларды, сатушыдан сатып алушыға дейін бүкіл өнер кәсіп тізбегі бойынша тауарларды уақтылы жеткізуді қамтамасыз ететін экономиканың түпкі тамыры.

Қазақстанның жүк тасымалы көлемі жыл санап көтеріліп келеді, 2021 ж. қорытындылай келе көліктік жүк тасымал түрлері (жер асты каналды қоспағанда) 4,2 млрд тонна болды. Еліміздің салыстырмалы 5 жылдық қарқыны ковидқа қарамастан өсті, елдің элек.порталтал саудасы мен транзиттік саудасы дамуымен қолдау тапқан 1,4% құрады. 2020 ж. соңына қарай ҚР-да барлық логистика түрлері (жер асты тасымалдауды қоспағанда) тасымалдаудан түскен таза пайдысы 1,4 трлн теңгені құрады, оның 1,1 трлн (78%) заттарды алып және апарудан түсті.

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЖҮК ТАСЫМАЛЫНЫҢ
КӨЛЕМІ, ТРЛН ТТ



Сурет 2 – Қазақстандағы жүк тасымалының көлемі

Ескертпе: Авторлармен [10, 11] дереккөздер негізінде құрастырылған.

Қарап отсақ 2022 ж. жүк тасымалы көлемінің артуы, ҚР-да көлік түрлерімен тасымалдау(құбыр өткізгішті қоспағанда) тасымалдаудан түскен пайда 5,1 трлн теңге болды.

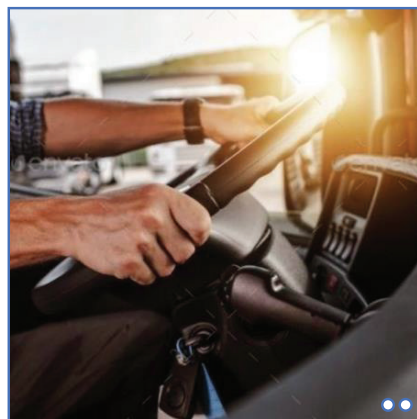
Бүгінгі таңда логистиканың барлық саласы дамуда. 2022 ж. аяғына таман 2023 ж. басына қарай ЕАЭО нарығында (Еуразиялық экономикалық одақ) логистика көлемі өсті. Қазақстан және Орталық Азияның басқа да елдері, бұған ТМД-ның басқа аймақтарындағы тұрақсыздық (Украинадағы соғыс) ықпал етті.

Әрине, өткен жылдар еліміз үшін мүмкіндіктерге толы жыл болды. Көлік саласында 2022 ж. Еуропадан Азияға көлік тасымалы негізінен қайта салынды. Қазақстан бұл бастаманы жандандыруға мүмкіндік алды. Негізгі капиталға инвестициялар көліктік-логистикалық нарық 2022 ж. өткен жылдың деңгейімен салыстырғанда 5,4%-ға ұлғайып, 1,55 трлн теңгеден асты. Мұнда үкімет маңызды рөл атқарады, өйткені инвестициялардың жалпы көлемінің 44%-ы мемлекеттік қаражат есебінен жүзеге асырылды.

Транскаспий халықаралық көлік бағыты. Қазақстанның сыртқы сауда айналымының өсуіне алып келді, салыстырғанда 34%-дан астам. Экспорт 2022 ж. 39,9%-ға, 84,4 млрд долларға дейін, ал импорт 21,4%-ға, 50 млрд долларға дейін өсті [12].



Сурет 3 – Транскаспий халықаралық көлік бағыты



Сурет 4 – Автомобиль көлігімен жүк тасымалдау



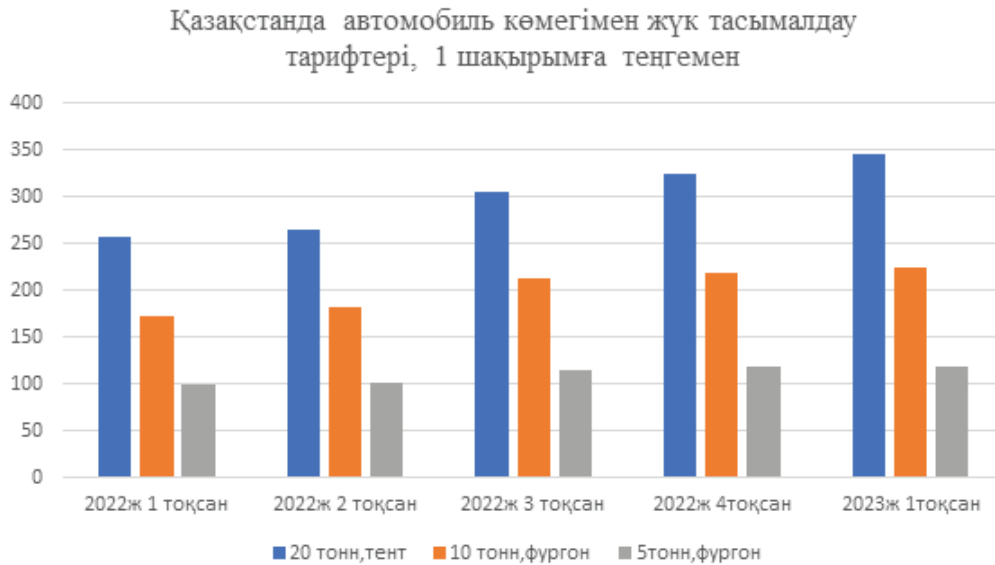
Сурет 5 – Қойма логистикасы нарығы

Ескертпе: Авторлармен [2, 3] дереккөздер негізінде құрастырылған.

Қазақстанның қойма логистикасы нарығының негізгі проблемасын бағаның өсуінің жоғары қарқыны деп атауға болады. Нарықтың бұл сегменті соңғы 5 жылда жаңа қойма объектілерін енгізу көлемі бойынша да, сұраныстың артуы бойынша да серпінді өсуді көрсетті. Қазақстан нарығындағы қойма үй-жайларының жиынтық ұсынысы 2022 ж. 5 млн шаршы метрді құрады, оның ішінде 1,31 млн шаршы метр жоғары класты қоймаларға тиесілі болды. Бұл ретте қазір жекелеген өңірлердегі қойма үй-жайларына сұраныс ұсыныстан едәуір асып түседі. Бұл бағаның белсенді өсуіне әкеледі, бұл, әрине, нарықтың осы сегментінің дамуына кедергі келтіреді. Сонымен, 2022 ж. А класындағы қоймаларға сұраныс өте жоғары болды, әсіресе азық-түлік, тұтынушылық электроника және фармацевтикалық өнімдерді сататын компаниялар тарапынан.

Қазақстанда автомобиль көлігімен жүк тасымалдау бағасы 2022 ж. орта есеппен 20–35%-ға өсті. 20 тонналық фургонмен тасымалдау тарифі өткен жылы 34,7%-ға ұлғайды және 2023 ж. I тоқсанына қарай 1 км үшін 345 теңгеге жетті. 10 және 5 тонналық фургондармен жүк тасымалдау бағасы сол кезеңде тиісінше 30,1%-ға және 20,2%-ға өсті.

Қазақстанда автомобиль көлігімен жүк тасымалдау бағасы 2022 ж. орта есеппен 20–35%-ға өсті. 20 тонналық фургонмен тасымалдау тарифі өткен жылы 34,7%-ға ұлғайды және 2023 ж. I тоқсанына қарай 1 км үшін 345 теңгеге жетті. 10 және 5 тонналық фургондармен жүк тасымалдау бағасы сол кезеңде тиісінше 30,1%-ға және 20,2%-ға өсті [13, 14].



Сурет 6 – Қазақстандағы автомобиль көлігімен жүк тасымалдау бағасының көрсеткіштері

Ескертпе: Авторлармен [6] дереккөз негізінде құрастырылған.

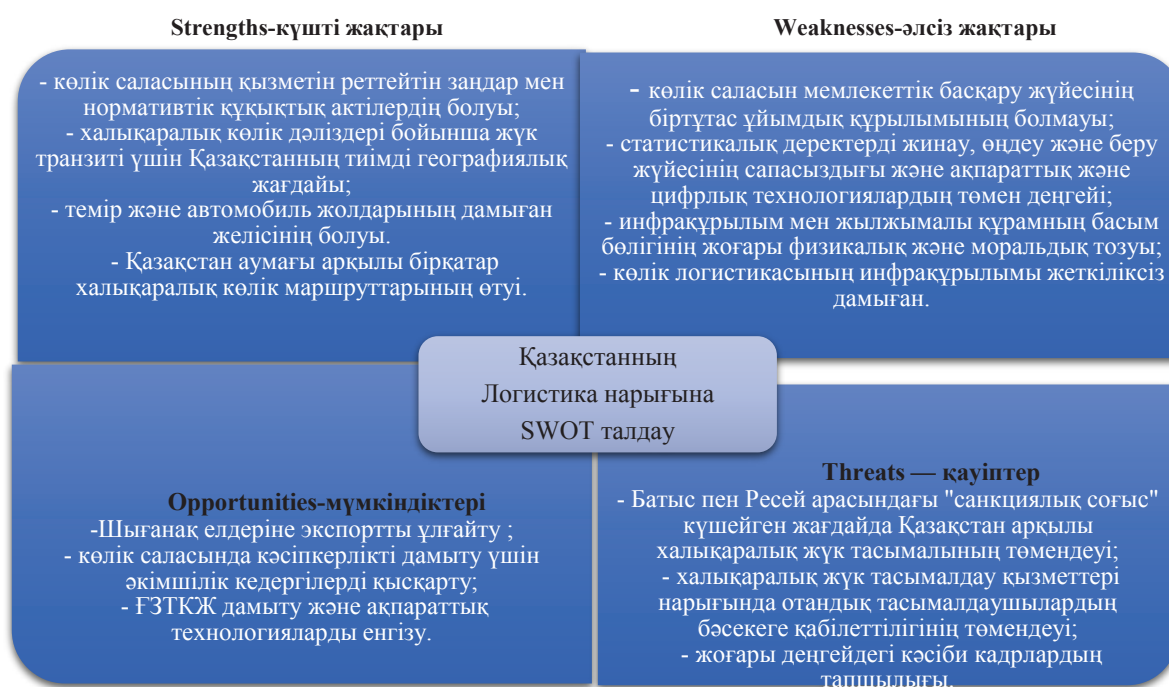
2023 ж. автомобиль жүктеріне ставкалардың күрт өсуі болмауы керек. Бағаның өсуінің негізгі драйвері тасымалдау құнының өзгеруі, оның ішінде отын бағасының өсуіне байланысты болады. Бұл ретте 2023 ж. басында теңіз жүктеріне ставкалардың, сондай-ақ ұзақ мерзімді келісімшарттар бойынша контейнерлік тасымалдарға Тарифтердің шамалы төмендегенін атап өтуге болады. Сонымен қатар, өткен жылы көліктік көмекші қызметтерге, сондай-ақ сақтау қызметтеріне бағаның өсуі байқалды. Салыстырмалы түрде тұрақты 2020–2021 жж. салыстырғанда, осы қызмет түрлерінің бағасы 2022 ж. орта есеппен 4–6%-ға өсті. Бұл ретте логистикалық қызметтерге сұраныстың артуы, сондай-ақ қол жетімді жоғары сыныпты қойма алаңдарының шектелуі қысқа мерзімді перспективада бағаның төмендеуіне сенуге мүмкіндік бермейді. Сұраныс негізінен Ресей нарығын тастап, өз бизнесін кеңейтетін немесе Қазақстанға ауыстыратын компаниялар тарапынан қалыптасады [10].

Ағымдағы үрдістер 2030 ж. қарай Қазақстан Орталық Азияның жетекші транзиттік хабына айналуға және өзінің көліктік-логистикалық кешенінің белсенді дамуын қамтамасыз етуге қабілетті екенін көрсетеді. Бұған, әрине, өзекті «Қазақстан Республикасының 2030 ж. дейінгі көліктік-логистикалық әлеуетін дамыту тұжырымдамасы» ықпал етеді. 2024–2026 жж. сауда ағындарының негізгі бағыттарында шекараларға жақын заманауи сауда-логистикалық хабтар пайда болады деп күтілуде. Қытаймен шекарада «Қорғас торабы» кешені, Ресеймен – «Еуразия» трансшекаралық сауда орталығы, Қырғызстанмен – индустриялық сауда-логистикалық кешені (ИТЛК), Өзбекстанмен – «Каспий торабы» контейнерлік хабы, сондай-ақ «Орталық Азия» халықаралық өнеркәсіптік кооперация орталығы ашылады.

Логистикалық даму саяси–экономикалық, әлеуметтік факторлармен тығыз байланысты.

Логистика саласының дамуы экономиканың дамуы мен нарықтық жаңашылдыққа бастар жолы әрі даму көзі болып табылады. Көршілес алыс–жақын шетелдермен сауда–логистикалық бағыттың дамуы ел болашағына оң әсерін тигізеді хақ. Ол үшін әрине заманауи логистикалық менеджментті енгізу және дамыту қажет.

Қазіргі Қазақстан Республикасындағы логистиканың даму жағдайы және заманауи логистикалық менеджмент енгізу болашағын Swot талдау түрінде бейнелесек:



Сурет 7 – Қазақстанның Логистика нарығына SWOT талдау

Ескертпе: Авторлармен [2, 3] дереккөздер негізінде құрастырылған.

Қазіргі уақытта көліктің барлық түрлерінің қызметі мемлекеттік реттеумен (заңды және заңға тәуелді актілер) жеткілікті дәрежеде қамтылған. Қазақстан Республикасының 2025 ж. дейінгі Стратегиялық даму жоспары қабылданды, «көлік туралы» заңы, ЕАЭО шеңберінде көлік түрлері бойынша салалық заңдар, заңдар мен нормативтік құжаттар бар. Сонымен қатар, тиісті уәкілетті мемлекеттік органдар МТЖ қызметтеріне ақы төлеу, жүк түрлері бойынша сараланған тарифтерді белгілеу, жолаушылар тасымалын субсидиялау әдістемесі мен қағидаларын әзірлеуге кіріспеді. ЕАЭО бойынша әріптестердің теміржол тасымалы нарығында табиғи монополияны сақтау фактілері, сондай-ақ жылжымалы құрам мен тасымалдармен бизнестің қажеттіліктерін кепілді қамтамасыз еткені үшін ҚТЖ-дан жауапкершілікті алу экономикалық бағалаусыз қалып отыр. Бұл институционалдық кемшіліктер кәсіпкерлердің (соның ішінде ірі) салалардың тұрақты жұмысына деген сенімсіздігін тудырды. Бұл институционалдық кемшіліктер көлік саласын мемлекеттік басқару жүйесінің біртұтас ұйымдық құрылымының болмауымен күрделене түседі. Қазақстанда барлық көлік-логистикалық кешенді реттейтін, стратегиялық шешімдер қабылдайтын, көлік саласындағы барлық ұлттық компаниялардың қызметін айқындайтын және бақылайтын уәкілетті салалық мемлекеттік орган жоқ. Сонымен қатар, Қазақстан Республикасында көлік-логистикалық кешенді және оның жекелеген салаларын дамыту стратегиясы жоқ.

Қолайлы географиялық жағдай транзиттік жүк ағындары үшін дәліздердің дамуына ықпал етеді. Алайда, бұл артықшылық көбінесе нарық қатысушылары (жүк жөнелтушілер, тасымалдаушылар және т.б.) үшін қол жетімді жедел және өзекті ақпараттың жетіспеушілігімен, ресми статистика жинайтын көрсеткіштердің тар тізімімен және ақпараттық және цифрлық технологияларды жинау жүйесінің дамымауымен теңестіріледі. Қолданыстағы статистика көлік кешенінің жай-күйінің шынайы көрінісін көрсетпейді.

Темір және автомобиль жолдарының дамыған желісінің болуы. Теміржол желілерінің, ішкі су және теңіз көлігінің географиялық тармақталған және ұзартылған желісі, сондай-ақ автомобиль жолдарының құрылысы қолданыстағы көлік дәліздері арқылы іргелес мемлекеттермен байланысты қамтамасыз ете отырып, халықтың және Бизнестің республикаішілік және өңіраралық (транзиттік) қатынастағы кез келген қашықтыққа жүк және жолаушылар тасымалына қажеттілігін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Тасымалдау көлемін ұлғайту,

қажетті қаржыландырудың және қазіргі заманғы технологияларды күтіп ұстау, жаңғырту және енгізу, көлік инфрақұрылымы объектілерінің өткізу қабілетін арттыру жөніндегі транзиттік әлеуетке барабар шаралардың болмауы транзиттік тасымалдардың өсу қарқынының төмендеуіне, сондай-ақ Қазақстанның транзиттік дәліздерінің тартымдылығына әкелуі мүмкін. Жылжымалы құрамды жаңартудың ағымдағы қарқыны саябақтың техникалық жағдайының нашарлауына, техникалық қызмет көрсету мен экологиялық жүктеме шығындарының артуына, сондай-ақ тозу деңгейінің жоғарылауына әкелуі мүмкін, нәтижесінде саябақтың қысқаруына әкелуі мүмкін. Инфрақұрылым мен жылжымалы құрамның көпшілігі қазірдің өзінде жоғары физикалық және моральдық тозуға ұшырады, бұл көлік желісінің толыққанды дамуына кедергі келтіреді. Тозу теміржол көлігінде 60%, Жүк және жолаушылар көлігінде 68% құрайды. Халықаралық автомобиль тасымалдары үшін жылжымалы құрамды жаңартуда мемлекеттік қолдаудың болмауы отандық тасымалдаушылардың бәсекеге қабілеттілігін төмендетеді. Жаңартудың төмен қарқыны тасымалдаудың жоғары құнының себептерінің бірі болып табылады.

Қазақстан аумақ арқылы өтетін халықаралық көлік маршруттарын ашатын мүмкіндіктерді пайдалануы қажет. Мүмкіндіктердің бірі-жүктерді контейнерлік тасымалдауды арттыру. Алайда, контейнерлік технологиялар үшін тиісті көлік-логистикалық инфрақұрылым қажет, оның жеткіліксіз дамуы халықаралық көлік маршруттарын оңтайлы пайдалануға мүмкіндік бермейді. Инфрақұрылымнан басқа контейнерлеуді ынталандыру саясаты қажет. Бұл үшін, ең алдымен, дұрыс тариф, сондай-ақ есепке алу технологияларын жетілдіру талап етіледі.

Физикалық емес кедергілер, ұзақ қарапайым және бюрократиялық кідірістер жүктерді жеткізу мерзімдерін сақтамауға, маршруттың бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуіне, беделді шығындарға, материалдық шығындарға (тиеу-түсіру жұмыстары, маневрлік, терминалдық) әкеледі. Қазақстан аумағы бойынша үшінші елдерден үшінші елдерге транзитпен өтетін контейнерлерді қосымша кедендік тексеру. Клиенттер кешігу мен тоқтап қалудан қорқып, трансақзақстандық маршруттар бойынша тауарларды жеткізуден бас тартады. Ішкі нарықтарда отандық тасымалдаушылардың бәсекеге қабілеттілігінің төмендеуі орын алуда. Көлік саласын дамытуда жүйелі тәсілдердің болмауы, мемлекеттік қолдаудың төмен деңгейі, көліктің барлық түрлері бойынша Жылжымалы құрам мен инфрақұрылымның жоғары тозуы, жылжымалы құрамды жаңартудың төмен қарқыны отандық тасымалдаушыларға басқа мемлекеттердің, ең алдымен көрші елдердің тасымалдаушыларымен бәсекелесуге мүмкіндік бермейді.

Мемлекеттің ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарды (ҒЗТҚЖ) жеткіліксіз қаржыландыруы және көлік пен логистикаға ақпараттық технологияларды енгізуі өзекті мәселе болып табылады. Қазіргі заманғы ақпараттық жүйелердің болмауына байланысты техникалық жағдайлар мен қозғалыс режимдері туралы ақпаратты жинау, талдау және сақтау, тұрақты маршруттар мен тасымалдаушылардың тізілімін жүргізу, тасымалдауға рұқсат беру сияқты міндеттерді қоса алғанда, Қазақстанның көлік инфрақұрылымы желісін дамытуды жоспарлаудың тиімсіз практикасы сақталуда.

Жақында Еуразиялық экономикалық комиссия (ЕЭК) Еуразиялық экономикалық одаққа (ЕАЭО) мүше мемлекеттерде ақпараттық технологияларды цифрландыру және енгізу міндеттерін шешуге назар аударды. Көлік саласының ұлттық компаниялары өздерінің цифрландыру және АТ енгізу бағдарламаларын әзірлеп жатқанына қарамастан, ҒЗТҚЖ мен технологияларды енгізуге әсер етуі мүмкін білікті мамандардың жетіспеушілігі түріндегі ықтимал кедергі бар.

Кесте 1 – «Порт Құрық» ЖШС сипаттамасы

Өткізу қабілеті	млн тонна / жылына
құрғақ жүк терминалы (жалпы жүк және контейнерлер)	4
мұнай құю терминалы	9,6
астық терминалы	2,1
паром терминалы (паромдық жүктер – вагондар мен автокөліктер)	2
Барлығы:	17,7
Ескертпе: Авторлармен [2] дереккөз негізінде құрастырылған.	

Кесте 2 – Порттардың жиынтық көрсеткіштері және Қазақстандағы ТМТМ объектілеріндегі қолданыстағы көлік стратегияларын үйлестіру деңгейі

«Порт Құрық» ЖШС сипаттамасы	
Өткізу қабілеті	млн тонна / жылына
Теміржол-паром терминал	4
Автопаром терминал	2
Барлығы:	6
Ақтау және Құрық порттарының жиынтық өткізу қабілеті, млн тонна / жыл	
23,7	
Ақтау және Құрық порттарының 2021 ж. жүктерін жиынтық тасымалдау, мың тонна	
700	
Ақтау және Құрық порттарының теңіз терминалдары арқылы жүктерді ауыстырып тиеу көлемі 2022 ж. I тоқсанында, мың тонна	
1	2
күрғақжүк	284,9
мұнай	513,8
астық	221,6
1	2
паромды (теміржолды)	263,4
БАРЛЫҒЫ:	1 283,7
2024 ж. I тоқсанда кеме түрлері бойынша жүкті тасымалдау, мың тонна	
Күрғақ жүк	505,8
танкер	513,8
паром	263,4
БАРЛЫҒЫ:	1 283,0
Ақтау және Құрық порттарының өндірістік қуатын есептеу 2024 ж. I тоқсанында порттардың жүктелуінің 95%-ы мәлімделген кезде (1 283,7 мың тонна), мың тонна	
1 351, 2	
2024 ж. сәуірде күтілетін тасымалдау, мың тонна	
238	
2024 ж. мәлімделген жүктердің жиынтық тасымалы, млн тонна	
10,5	
Ескертпе: Авторлармен [2] дереккөз негізінде құрастырылған.	

Жоғарыда келтірілген мәліметтер әртүрлі жария (Каспий теңізі порттарының ресми сайттары) және жария емес ресурстардан (институционалдық құрылымдардың ішкі есептері) жиналды. Кейбір есептеулерді алынған мәліметтерге сүйене отырып, жұмыс авторы жасады. Қазіргі уақытта біз бірнеше негізгі қорытынды жасай аламыз: ТМТМ маршрутының порт инфрақұрылымы 2024 ж. I тоқсанының басталуына дейін, Ресей мен Украина арасындағы саяси жағдайдың әсерінен жүк ағындарының векторы өзгергенге дейін және Еуропаға қарай негізгі транзиттік маршруттар бойынша жүктерді тасымалдау мүмкін болмай қалғанға дейін 50% - дан астам жүктелген жоқ. Балама бағыт ретінде ТМТМ жүк ағынының нақты өсуін қабылдады. Алайда, бұл маршруттың инфрақұрылымы ай сайын өсіп келе жатқан жүк ағынына және одан да көп мәлімделген 10,5 миллионға дайын емес. алдағы 2024 ж. тонна жүк [15].

Кесте 3 – ТМТМ қатысты Қазақстандағы теміржол және теңіз секторларын дамыту стратегияларын шамамен үйлестіру деңгейі

«Стратегиядағы объектіні еске түсіру» индикаторы	Стратегия	
	«Нұрлы жол 2020–2025»	ТРАСЕКА-и «ЛОГОС» бас жоспары, оның негізінде стратегия құрылды «Европа-Кавказ-Азия 2016–2026»
	Саны	Саны
«Қазақстан», «казахстанский»	-	84
«ТМТМ»	5	0
«ТРАСЕКА», «TRASECA»	2	-
«Нұрлы жол»	-	0
«Каспий теңізі «(және «Каспий» сияқты басқа вариациялар)	34	72
Ақтау Теңіз Порты, Ақтау Порты, Ақтау	26	56
«порт Құрық»	13	0
«порт Баку», «Азербайджан», «Поти», «бакинский»	16	136
«транскаспийский»	3	4
Барлығы:	99	352
Шартты «қашықтық»	253	
Ескертпе: Авторлармен [12] дереккөз негізінде құрастырылған.		

Болашақта логистикалық компаниялардың қызметкерлерінің біліктілігін арттыру күтілуде, бұл білікті қызметкерлерге сұраныстың артуына әкеледі.

Қорытынды

Қорытындылай келе, біз жүргізген зерттеу Н.Ә. Назарбаев ұсынған «Қазақстан–2030» көреген бастамасына сәйкес келетін Қазақстандағы логистиканың серпінді эволюциясын көрсетеді. Бұл зерттеуде Қазақстанның жаһандық көлік ағындарының стратегиялық қиылысы ретіндегі тарихи рөлі танылады, отандық көлік инфрақұрылымының жаһандық бәсекеге қабілеттілігін арттыру қажеттігі атап өтіледі. Басты мақсат-елді әртараптандыру жөніндегі тұрақты күш-жігерге терең енген өсудің кешенді Стратегиясында көзделгендей, елдің аумағы арқылы өтетін сауда қызметінің көлемін едәуір ұлғайтуды ынталандыру.

Бұл өсу стратегиясының көп қырлы аспектілерін қарастырған кезде көлік секторы жол құрылысы, туризм, қызмет көрсету жүйелері және капиталды дамыту сияқты әртүрлі салаларға әсер ету арқылы шешуші рөл атқаратыны анық. Бұл стратегиялық тәсіл тек инфрақұрылымға ғана қатысты емес; бұл Қазақстанды әлемдік логистикалық аренада қорқынышты ойыншы ретінде орналастыруға бағытталған біртұтас бастама.

Сонымен қатар, біздің зерттеуіміз өнеркәсіптік кәсіпорындардағы ішкі өндірістік жүйелерді оңтайландыруға және жетілдіруге шақыра отырып, логистиканы дамытуға белсенді көзқарасты қолдайды. Сонымен қатар, зерттеу технологиялық кешендер мен тұрмыстық және материалдық қатынастардың экономикалық аспектілерін дамытудың шұғыл қажеттілігін көрсетеді. Осылайша, Қазақстан жаһандық сауданың өзгермелі жағдайларына бейімделуді қамтамасыз ете отырып, өзінің логистикалық іргетасын нығайта алады.

Зерттеу Қазақстанның өзінің бай тәжірибесі мен пайдаланылмаған әлеуетін пайдаланудың маңыздылығын көрсетеді. Қазіргі заманғы логистикалық парадигмалар мен нарықтық құрылымдарды жылдам енгізу ұсынылады, бұл елге дамудың ерекше траекториясын құруға мүмкіндік береді. Мұндай тәсіл Қазақстанға басқа шетелдік капиталистік мемлекеттер жүріп өткен тарихи жолдарды айналып өтуге және озық логистикалық жүйелерді тез енгізетін ел ретінде орнығуға мүмкіндік береді.

Қазақстанда логистиканың үздіксіз дамуы нарықтық экономиканың қалыптасуын көрсетіп қана қоймайды, сонымен қатар басым нарықтық қағидаттар мен заңдарға стратегиялық сәйкестікті куәландырады. Логистиканың кәсіпорынды басқару жүйесіне кірігуі Қазақстанға жаһандық логистикалық ландшафтта жетекші орын алуға мүмкіндік беретін перспективалық тәсілді көрсетеді.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Какие тенденции наблюдаются в транспортно-логистическом секторе // Центр деловой информации Kapital.kz. URL: <https://kapital.kz/economic/115867/kakiye-tendentsii-nablyudayut-sya-v-transportno-logisticheskome-sektore.html>
- 2 Срок прохождения грузов по казахстанской части ТМТМ сократился вдвое // Информационное агентство «РИА новости». URL: <https://ria.ru/amp/20230303/tmtm-1855516030.html>
- 3 Казахстан планирует увеличить грузопоток через Транскаспийский маршрут до 500 тыс. контейнеров в год // Международное деловое издание «Курсив». URL: <https://kz.kursiv.media/2023-07-20/dmnnv-gruzopotok-transkaspij/>
- 4 Palu R., Hilmola O.-P. Future Potential of Trans-Caspian Corridor: Review // Logistics. 2022. Issue 7. Vol. 3. P. 39.
- 5 Larçon J-P, Vadcar C. Routes d'échanges Chine-Europe: émergence du corridor transcasprien et enjeux pour l'Union européenne // Revue Internationale et Strategique. 2022. Issue 128. Vol. 4. P. 29–40.
- 6 Sarkhanov T., Huseynli N. The importance of energy reserves in the Caspian Sea basin in the energy security policy of the European Union // Multidisciplinary Reviews. 2023. Issue 6. Vol. 12023. P. e2023004.
- 7 Guliyev F., Akhrarkhodjaeva N. The Trans-Caspian energy route: Cronyism, competition and cooperation in Kazakh oil export // Energy Policy. 2009. Issue 37. Vol. 8. P. 3171–3182.
- 8 Искалиев Е. Транспортная логистика сегодня – это ключевой компонент в реализации ГП ФИИР // Библиотека «KAZLOGISTICS». URL: <https://kazlogistics.kz/ru/library/analytic/9>
- 9 Какова роль Казахстана в Новом Шёлковом пути? // Forbes Қазақстан журналы. URL: https://forbes.kz/finances/markets/kazakhstan_i_novyiy_shelkovyiy_put/
- 10 Қазақстан Республикасын индустриалдық-инновациялық дамыту стратегиясы 2020–2025 жж. арналған. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U030001096> (өтініш берілген күні: 10.09.2022)
- 11 Кородюк И.С., Кархова С.А. Региональные транспортно-логистические системы: вопросы теории и практики: монография. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2008. – 335 с.
- 12 Қазақстан Республикасының көлік стратегиясы 2015 ж. дейін. 11 Қазақстан Республикасы Президентінің жарлығымен бекітілген 2006 ж. сәуір № 86. URL: <http://www.mtk.kz>
- 13 Отчет по оптимизации транспорта // Азиатский банк инфраструктурных инвестиций (АИИВ) 2022. URL: https://www.aiib.org/en/news-events/annual-report/2022/common/pdf/2022-AIIB-Annual-Report_final-proof_single-page.pdf
- 14 Azhgaliyeva D., Kalyuzhnova Y. Unlocking transport connectivity in the Trans-Caspian region. Tokyo, ADBI, 2022, chapter 8, pp. 187–206. URL: <https://www.adb.org/publications/unlocking-transport-connectivity-trans-caspian-corridor>
- 15 Kumukov A.M., Luzyanin S.G. China's Foreign-Policy Strategy in the South Caucasus-a Transit Window to Europe? // Russia in Global Affairs. 2023. Issue 22. Vol. 1. P. 176.

REFERENCES

- 1 Kakiye tendentsii nabljudajutsja v transportno-logisticheskome sektore // Centr delovoj informacii Kapital.kz. URL: <https://kapital.kz/economic/115867/kakiye-tendentsii-nablyudayut-sya-v-transportno-logisticheskome-sektore.html>. (In Russian).
- 2 Srok prohozhenija gruzov po kazahstanskoj chasti TMTM sokratilsja vdvoe // Informacionnoe agentstvo «RIA novosti». URL: <https://ria.ru/amp/20230303/tmtm-1855516030.html>. (In Russian).
- 3 Kazahstan planiruet uvelichit' gruzopotok cherez Transkapijskij marshrut do 500 tys. kontejnerov v god // Mezhdunarodnoe delovoe izdanie «Kursiv». URL: <https://kz.kursiv.media/2023-07-20/dmnnv-gruzopotok-transkaspij/>. (In Russian).
- 4 Palu R., Hilmola O.-P. (2022) Future Potential of Trans-Caspian Corridor: Review // Logistics. Vol. 3. P. 39. (In English).
- 5 Larçon J-P, Vadcar C. (2022) Routes d'échanges Chine-Europe: émergence du corridor transcasprien et enjeux pour l'Union européenne // Revue Internationale et Strategique. Issue 128. Vol. 4. P. 29–40. (In English).

6 Sarkhanov T., Huseynli N. (2023) The importance of energy reserves in the Caspian Sea basin in the energy security policy of the European Union // *Multidisciplinary Reviews*. Issue 6. Vol. 12023. P. e2023004. (In English).

7 Guliyev F., Akhrarkhodjaeva N. (2009) The Trans-Caspian energy route: Cronyism, competition and cooperation in Kazakh oil export // *Energy Policy*. Issue 37. Vol. 8. P. 3171–3182. (In English).

8 Iskaliev E. Transportnaja logistika segodnja – jeto kljuchevoj komponent v realizacii GP FIIR // Библиотека «KAZLOGISTICS». URL: <https://kazlogistics.kz/ru/library/analytic/9>. (In Russian).

9 Kakova rol' Kazahstana v Novom Shjol'kovom puti? // *Forbes Kazakstan zhurnaly*. URL: https://forbes.kz/finances/markets/kazahstan_i_novyiy_shelkovyy_put/. (In Russian).

10 Qazaqstan Respublikasyn industrialdyq-innovasiyalq damytu strategiasy 2020–2025 jj. arnalğan. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U030001096> (ötiniş berilgen küni: 10.09.2022). (In Kazakh).

11 Korodjuk I.S., Karhova S.A. Regional'nye transportno-logisticheskie sistemy: voprosy teorii i praktiki: monografija. Irkutsk: Izd-vo BGUJeP, 2008. 335 p. (In Russian).

12 Qazaqstan Respublikasynyñ kölik strategiasy 2015 j. deim. 11 Qazaqstan Respublikasy Prezidentiniñ jarlyğymen bekıtilgen 2006 j. säuir No. 86. URL: <http://www.mtk.kz>. (In Kazakh).

13 Otchet po optimizacii transporta // Aziatskij bank infrastrukturyh investicij (AIIB) 2022. URL: https://www.aiib.org/en/news-events/annual-report/2022/common/pdf/2022-AIIB-Annual-Report_final-proof_single-page.pdf. (In Russian).

14 Azhgaliyeva D., Kalyuzhnova Y. (2022) Unlocking transport connectivity in the Trans-Caspian region. Tokyo, ADBI, shapter 8, pp. 187–206. URL: <https://www.adb.org/publications/unlocking-transport-connectivity-trans-caspian-corridor>. (In English).

15 Kumukov A.M., Luzyanin S.G. (2023) China's Foreign-Policy Strategy in the South Caucasus-a Transit Window to Europe? // *Russia in Global Affairs*. Issue 22. Vol. 1. P. 176. (In English).

ЖУМАНОВ А.У.,*¹

докторант.

*e-mail: azat_jumanov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4401-4362

КЕГЕНБЕКОВ Ж.К.,²

к.т.н., ассоциированный профессор.

e-mail: kegenbekov@dku.kz

ORCID ID: 0000-0001-8175-7440

ТОЛУЕВ Ю.И.,³

д.т.н., профессор.

e-mail: jurijs1949@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-5377-526X

¹Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан

²Казахстанско-немецкий университет, г. Алматы, Казахстан

³Институт транспорта и связи, г. Рига, Латвия

СОСТОЯНИЕ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ И ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦИАЛА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОРИДОРОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация

Растущее значение транзитно-транспортной отрасли Казахстана является катализатором для расширения торговли, укрепления экономических связей, развития инвестиций, энергетического сотрудничества и межрегионального туризма. В данном исследовании рассматриваются цели, основные направления и основные идеи научных исследований по повышению транспортно-логистического потенциала Казахстана за последнее десятилетие. Исследование направлено на всесторонний анализ экономических, энергетических и туристических последствий развития транзита и транспорта. Научная и практическая значимость заключается в информировании политиков, заинтересованных сторон и исследователей о важнейшей роли эффективного

транзитно-транспортного сектора в формировании экономического ландшафта Казахстана. Исследование вносит ценный вклад в будущие инвестиции в политику и инфраструктуру, обогащая более широкую область знаний, связанных с транспортом и логистикой. С точки зрения практической значимости исследование служит руководством для политиков и руководителей отрасли, предлагая практические рекомендации по повышению эффективности, устойчивости и жизнеспособности транзитно-транспортной инфраструктуры Казахстана. Результаты исследования могут быть использованы для принятия стратегических решений, способствующих долгосрочному развитию и конкурентоспособности транспортного сектора страны.

Ключевые слова: транзит, международные коридоры, туризм, склад, предприятие, международная торговля, практика.

ZHUMANOV A.U.,*¹

PhD student.

*e-mail: azat_jumanov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4401-4362

KEGENBEKOV ZH.K.,²

c.t.s., associate professor.

e-mail: kegenbekov@dku.kz

ORCID ID: 0000-0001-8175-7440

TOLUEV Y.I.,³

Doctor of Technical Sciences, Professor.

e-mail: jurijs1949@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-5377-526X

¹Al-Farabi Kazakh National University,
Almaty, Kazakhstan

²Kazakh-German University,
Almaty, Kazakhstan

³Transport and Telecommunication Institute,
Riga, Latvia

STATE OF LOGISTICS DEVELOPMENT AND TRANSIT POTENTIAL OF INTERNATIONAL CORRIDORS OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract

The growing importance of Kazakhstan's transit and transport industry is a catalyst for expanding trade, strengthening economic ties, investment development, energy cooperation and interregional tourism. This study examines the objectives, main directions and main ideas of scientific research on enhancing Kazakhstan's transport and logistics potential over the last decade. The study aims at a comprehensive analysis of the economic, energy and tourism implications of transit and transport development. The scientific and practical significance is to inform policy makers, stakeholders and researchers about the critical role of an efficient transit and transport sector in shaping the economic landscape of Kazakhstan. The study makes a valuable contribution to future policy and infrastructure investments, enriching the broader field of knowledge related to transport and logistics. In terms of practical relevance, the study serves as a guide for policymakers and industry leaders, offering practical recommendations to improve the efficiency, sustainability and viability of Kazakhstan's transit and transport infrastructure. The results of the study can be used to make strategic decisions that contribute to the long-term development and competitiveness of the country's transport sector.

Key words: transit, international corridors, tourism, warehouse, enterprise, international trade, practice.

MPHTI 06.71.05
УДК 330.1
JEL D60

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-213-226>

АМАНБАЙ Э.Е.,*¹

докторант.

*e-mail: nauka.world@rambler.ru

ORCID ID: 0009-0001-4807-2252

БАЙЖОЛОВА Р.А.,¹

д.э.н., профессор.

e-mail: nauka.world@rambler.ru

ORCID ID: 0000-0003-3873-6753

СИЛКА Д.Н.,²

д.э.н., профессор.

e-mail: w220@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0002-0357-0530

¹Евразийский национальный
университет им. Л.Н. Гумилева,
г. Астана, Казахстан

²Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
«Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»,
г. Москва, Россия

ЗАРУБЕЖНЫЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ: АНАЛИЗ УСПЕШНЫХ ПРАКТИК

Аннотация

В статье освещается актуальная проблема социально-экономического развития, связанная с обеспечением населения жильем. Повышение качества жизни и удовлетворение основных потребностей человека тесно зависят от наличия жилья. Быстрое развитие городских территорий, урбанизация и демографический рост увеличивают спрос и стоимость жилья, что ставит перед государством задачу обеспечения жильем социально уязвимых групп населения. Строительный сектор Казахстана остается одной из наиболее привлекательных сфер для инвестиций. В современных экономических условиях взаимосвязь между финансовым планированием и прогнозированием играет решающую роль в устойчивом развитии различных отраслей, включая строительную отрасль. В данной статье анализируется зарубежный опыт в области доступного жилья, рассматриваются механизмы реализации государственных жилищных программ, а также факторы, влияющие на доступность жилья. С помощью сравнительного и статистического анализа авторы выявляют основные подходы к решению проблемы доступности жилья в разных странах и дают оценку их эффективности. Кроме того, в статье рассматривается опыт других стран по расширению направлений государственных жилищных программ, внедрению дополнительных инструментов финансирования и поиску новых источников жилищного финансирования. Используемые в статье методы сравнительного анализа, статистического анализа, синтеза и обобщения позволяют выявить основные тенденции и закономерности в обеспечении доступным жильем за рубежом. В заключение авторами подчеркивается важность совершенствования механизмов обеспечения доступным жильем и адаптации успешного зарубежного опыта к собственным условиям для обеспечения устойчивого социально-экономического развития Республики Казахстан.

Ключевые слова: жилищная политика, доступное жилье, социально-экономическое развитие, государственные жилищные программы, урбанизация, механизмы финансирования, сравнительный анализ

Введение

Устойчивое развитие любого государства основывается на социально-экономической политике. Качество жизни людей и повышение его уровня тесно связаны с социально-экономическим развитием. Удовлетворение базовых потребностей человека выступает основой для формирования и развития общества в условиях экономического роста. Обеспечение права человека на жилище является одним из основных направлений качества жизни. Обеспечение жильем – один из основных аспектов удовлетворения потребностей в повышении качества жизни населения.

Быстрое развитие городских территорий, урбанизация, внутренняя миграция населения, демографический рост приводят к увеличению спроса на жилье и его стоимости. Увеличение стоимости строительных материалов и других ресурсов способствует росту цен на жилье. В результате становится трудно обеспечить население жильем. Жилищные проблемы становятся препятствием для социально-экономического развития государства, решить которые можно с помощью специальных механизмов обеспечения доступным жильем социально уязвимых категорий населения. Обеспечение доступным жильем во всех экономически развитых странах осуществляется путем реализации государственных жилищных программ.

Сложившаяся в стране ситуация требует пересмотра и расширения направлений государственных жилищных программ, внедрения дополнительных инструментов финансирования строительства социального жилья и предоставления упрощенных ипотечных кредитов, поиска дополнительных источников финансирования государственного жилищного фонда. В результате всего этого совершенствование механизмов обеспечения доступным жильем в Республике Казахстан и разработка его мероприятий становятся актуальными вопросами, что и определяет актуальность темы исследования данной научной работы.

Вместе с тем проблема обеспечения населения страны доступным жильем в последние годы стоит особенно остро. В мире состояние рынка жилья, в свою очередь, становится индикатором состояния экономики. В этой связи целью данного исследования является изучение мирового опыта обеспечения доступным жильем для определения наиболее передовых практик.

Для достижения поставленной цели необходимо провести обзор действующих мировых практик, рассмотреть специфические особенности обеспечения доступным жильем, а также изучить доступность ипотечного кредитования в странах с различным уровнем развития.

Таким образом, нами рассмотрен опыт множества стран, выявлен наиболее успешный механизм обеспечения доступным жильем разных слоев населения.

Материалы и методы

При написании научной статьи авторы использовали методы сравнительного анализа. Был проведен сравнительный анализ доступного жилья в разных странах. Использовался метод статистического анализа, результаты которого подтверждают выводы сравнительного анализа. В то же время применялись методы синтеза и обобщения как один из основных методов экономического анализа.

При использовании сравнительного анализа авторами сопоставлены данные по действующим практикам обеспечения доступным жильем в целях выявления наиболее эффективных. Эффективность действующих практик оценена с помощью применения статистического метода.

Механизмы обеспечения доступным жильем, в том числе для разных стран, рассмотрены в работах Тархановой Е.В., Брагина Н.И. и Златина П.А., Кирсановой Д., Жаргалсайхана Д., Буевой С., Лиян В., Васюкович А., Бабич Ю., Бейер Э. Факторы, влияющие на доступность жилья, рассматриваются в научных трудах Аракеляна Р.Г., Шевченко О.Ю. и Калитвенцева А.А., Масика С.А.

Результаты и обсуждение

Изучение работ различных авторов показывает, что большинство рецензируемых научных статей носит общий характер. В некоторых работах обозначены проблемы доступности жилья в стране, не эквивалентной Республике Казахстан по уровню социально-экономического развития, или механизмы обеспечения им. Кроме того, в исследованных источниках данных отсутствует информация о комплексной методике оценки доступности жилья с учетом упрощенных кредитных инструментов, используемых в конкретной стране. В каждом государстве существуют свои жилищные программы, направленные на помощь населению в получении жилья, некоторые из них могут быть адаптированы в Казахстане только в качестве опыта.

Сегодня рынки жилья являются частью сложных структур перераспределения государственных активов в жилищные фонды, учитывающих интересы всех участников.

Помимо элитных и спальных районов во всех зарубежных мегаполисах, к сожалению, есть и отдаленные районы. Появление районов, где проживает бедная часть населения, создает различные социальные проблемы. Одной из причин бедственного положения отдельных категорий населения является недоступность жилья, не говоря уже о комфортности жилья, и отсутствие нормальных условий для жизни.

На любом рынке жилья доступность жилья зависит от экономического развития страны, геополитики, уровня жизни населения, доходов домохозяйств, стоимости земли, расположения страны (остров, полуостров или материк) и многих других факторов.

Чем выше экономическое развитие страны (города), тем ниже доступность жилья для обычных людей, не имеющих достаточного дохода для покупки собственного дома или квартиры. Из-за выделения крупных инвестиций в экономически развитых странах или городах стоимость жизни увеличивается, поэтому цены на жилье растут, и, наоборот, развивающиеся страны не могут обеспечить доходность (платежеспособность) населения в период резкого роста стоимости жилья [1].

Среднестатистическому жителю Казахстана, зарабатывающему около 185–200 тыс. тенге в месяц (по данным на 2023 г.), придется откладывать зарплату около 16 лет (а именно 15,8 года), чтобы купить квартиру площадью 100 квадратных метров, рыночная стоимость которой составляет около 36 миллионов тенге. Так, по данным аналитического агентства Numbeo, по итогам 2023 г., Казахстан занимает 13-е место по доступности жилья среди 40 государств Азии и 33-е место среди 113 стран мира [2] (рисунок 1).

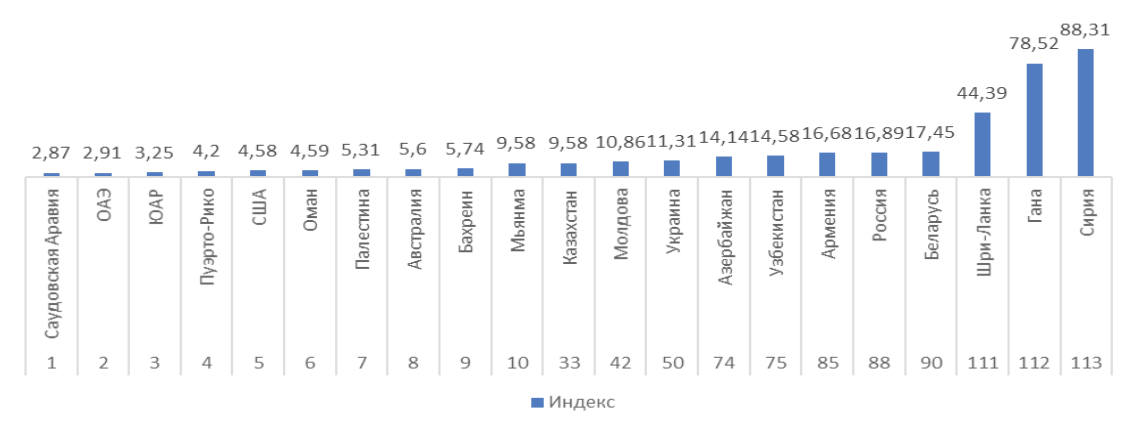


Рисунок 1 – Рейтинг стран по доступности недвижимости за 2023 г.

Примечание: Составлено на основе источника [2].

Согласно данным рисунка Казахстан занимает 33-е место в международном рейтинге доступности жилья. Данный рейтинг рассчитан с учетом чистых доходов. Так, по данным рисунка, Казахстан опережает позиции Узбекистана (75-е место) и России (88-е место). При этом следует отметить, что займы, представляемые по коммерческим ипотечным программам, являются слишком высокими для населения страны. В настоящее время наиболее оптимальным

решением жилищного вопроса является накопительная система жилищно-строительных сбережений, итогом которой является доступная ипотека. Так, согласно правилам кредитования Отбасы банка, при условии выполнения всех требований самым низким займом является промежуточный заем с годовой эффективной ставкой вознаграждения в 3,6%.



Рисунок 2 – Рейтинг стран по стоимости квартир

Примечание: Составлено на основе источника [2].

Поскольку жителю любой страны со средним уровнем дохода, в том числе и Казахстана, крайне сложно приобрести жилье площадью 100 квадратных метров, в данной статье представлены результаты анализа доступности жилья по итогам 2023 г. с учетом ипотечного кредитования на мировых рынках. Для проведения данного анализа мы использовали данные сайта «Numbeo», представляющего собой большую базу данных «Мировые цены на жилье (недвижимость)» [2]. Таблица 1 основана на этой базе данных.

Данные таблицы 1 показывают, что во многих странах доступность жилья увеличивается примерно на 40–50% по сравнению с вариантом покупки жилья на собственные средства, без долгов. Так, для жителей первых 10 стран, которые могут накопить финансовые средства для покупки жилья с возможностью получения ипотечного кредита на 5–10 лет без долгов, возможность доступа к жилью увеличивается в 2 раза за 3–5 лет.

Следует также отметить, что Саудовская Аравия и ОАЭ имеют высокий индекс доступности кредитов – 4,62 и 4,72 соответственно. Исландия также имеет высокий индекс доступности ипотечного кредитования – 3,48. Лихтенштейн, Бахрейн, США, Пуэрто-Рико, ЮАР, Катар, Бельгия, Нидерланды, Палестина, Финляндия, Испания и Кипр имеют самый высокий индекс доступности ипотечных кредитов (≥ 2). Несмотря на высокую стоимость жилья в этих странах, высокие доходы населения и рост индекса доступности кредитов позволяют жителям приобретать жилье для обеспечения комфортного уровня жизни своей семьи, не сокращая расходы на другие товары. Среди этих стран стоит отметить Палестину, геополитическая ситуация в ко-

торой нестабильна. Но независимо от геополитической ситуации низкая стоимость жилья там и относительно высокие доходы населения (в 2 раза выше, чем в Казахстане) и рост индекса доступности ипотечного кредитования обеспечивают доступность жилья в Казахстане через 5,5 лет.

Таблица 1 – Доступность жилья на рынках разных стран с учетом ипотечного кредитования

Страна	Доступность жилья	Индекс доступности кредитов	Страна	Доступность жилья	Индекс доступности кредитов
Доступное жилье (относительно доступное жилье)					
Саудовская Аравия	2,95	4,62	Новая Зеландия	9,00	1,48
ОАЭ	3,05	4,72	Болгария	9,17	1,6
Оман	3,70	1,73	Индия	9,20	1,06
Лихтенштейн	3,81	2,60	Коста-Рика	9,64	0,93
Бахрейн	3,86	2,96	Италия	9,71	1,73
США	4,40	2,98	Швейцария	9,73	1,77
Пуэрто-Рико	4,40	2,98	Казахстан	9,7	0,70
Южная Африка	4,49	2,73	Швеция	9,76	1,64
Катар	5,41	2,57	Австрия	10,27	1,62
Палестина	5,52	2,00	Япония	10,28	1,69
Бельгия	6,47	2,56	Германия	10,56	1,53
Дания	6,6	2,57	Румыния	10,75	1,06
Кипр	6,89	2,23	Греция	11,56	1,16
Канада	9,97	1,30	Россия	16,30	0,51
Примечание: Составлено по источнику [2].					

Показатели, приведенные в таблице 1, свидетельствуют о том, что Казахстан остается на своем месте (35–36 место) с точки зрения приобретения жилья без привлечения заемных средств. Индекс уровня доступности жилья в кредит увеличится с 15,8 до 9,75 (на 39%). При рассмотрении показателей доступности жилья в Казахстане для сравнения с разными странами были взяты следующие показатели: средняя стоимость 1 квадратного метра квартиры составляет около 490 тысяч тенге (стоимость квартиры до 25 миллионов тенге), процентная ставка по ипотеке на 20 лет составляет 14,65 %, после уплаты налогов средняя зарплата составляет около 215 тысяч тенге [3].

Стоимость 1 квадратного метра жилья в Казахстане считается относительно низкой среди рассматриваемых стран: 96-е место среди 106 стран. Однако низкие доходы населения и очень низкое значение индекса кредитоспособности (0,66) не обеспечивают доступность жилья для казахстанцев со среднемесячной заработной платой.

Анализ доступности жилья на рынках разных стран показывает, что Казахстан является лидером по доступности жилья среди стран СНГ (9,75). В Грузии доступность жилья составляет 13,28, в Беларуси – 14,58, в Кыргызстане – 14,33, в Узбекистане – 14,34, в Азербайджане – 14,68, в России – 16,30. В категорию стран с затрудненным доступом к жилью мы перевели Таджикистан и Туркменистан, где индексы составляют 18,19 и 25,51 соответственно [4].

В Юго-Восточной Азии доступность жилья очень затруднена. Гонконг считается страной с самой высокой ценой на жилье в мире, которая составляет 32 тыс. долларов США за 1 квадратный метр. Далее следуют Сингапур, Южная Корея, Швейцария, Китай, Израиль, Тайвань.

В Швейцарии доступность жилья составляет 9,73, индекс доступности кредитов – 1,77, в Израиле доступность жилья – 14,11, индекс доступности кредитов – 1,07. Высокий уровень среднего дохода и достаточно большой индекс доступности ипотеки обеспечивают относительную доступность жилья для жителей Швейцарии и Израиля.

На Филиппинах, в Сингапуре, Южной Корее, Китае и Гонконге жилье практически недоступно для людей со средним уровнем дохода (индекс доступности жилья варьируется от 26,06 до 44,39).

В странах с низким средним доходом и высокой стоимостью жилья доступность жилья равна нулю. Так, в Непале, Шри-Ланке, Судане, Камеруне, Камбодже, на Кубе людям со средней зарплатой придется копить на частное жилье около 100–200 лет. Не лучше обстоят дела на рынках жилья Вьетнама, Лаоса, Аргентины, Тайваня и Туркменистана, где среднему работнику придется копить почти 70 лет, чтобы купить дом.

Наконец, для жителей африканских стран с уровнем доступности жилья около 80–120 (Танзания, Гана, Уганда, Сенегал, Бенин) покупка дома практически невозможна. В беднейших странах люди не мечтают о жилье. Их приоритеты сводятся к поиску пропитания на каждый день и выживанию в условиях войны и болезней. Индекс доступности жилья в Сомали составляет 500, в Замбии – 315, в Бурунди – почти 200, а в Габоне – более 160.

Основные положения Декларации ООН о правах человека, Хартии Европейского союза направлены на защиту жителей стран третьего мира, которые не могут реализовать свое право на жилье.

Важнейшим показателем на рынке недвижимости (всегда главным товаром) является цена на жилье.

Диапазон ценовых показателей на рынке жилья разных стран широк, и цена квадратного метра составляет от 0,5 тыс. долларов США до 32 тыс. долларов США.

Во Франции, которая является частью очень дорогого рынка жилья, цены на жилье в 2023 г. держались на уровне 8,2–8,7 тыс. долларов за квадратный метр. За прошедшие годы цены на жилье в Германии выросли на 15% (с 6,1 до 7,3 тыс. долларов за 1 квадратный метр), а в Австралии – на 14% (с 6 до 7 тыс. долларов за 1 квадратный метр).

На рынках Кувейта, Канады, Швеции, Новой Зеландии, Нидерландов, Дании и Великобритании средняя цена жилья превышает 6000 долларов за квадратный метр, в то время как в США, Катаре, Исландии, Чехии, Ирландии, Италии, Норвегии цена 1 квадратного метра жилья держится в пределах 5 тысяч долларов. Также Бельгия (3,7 тыс. долларов), Эстония (3,8 тыс. долларов), Мальта (3,7 тыс. долларов), Таиланд (3,6 тыс. долларов), Литва (3,6 тыс. долларов), Словения (3,6 тыс. долларов), Польша (3,4 тыс. долларов), Португалия (3,6 тыс. долларов). Среди стран с высокими ценами на жилье – государства Хорватия (3,1 тыс. долларов США), Венгрия (3 тыс. долларов США).

Во Вьетнаме, Уругвае и России стоимость 1 квадратного метра жилья приближается к 3000 долларов, а к 2025 г. стоимость 1 квадратного метра в каждой из этих трех стран превысит 3000 долларов.

В 2023 г. стоимость жилья в Люксембурге увеличилась на 66,3% по сравнению с 2022 г. Самый высокий рост цен был зафиксирован на рынке жилья Исландии – +96,4 %.

За последние 3 года (с 2021 по 2023 гг.) на ценовую ситуацию на рынках жилья ряда зарубежных стран существенное влияние оказали пандемия COVID-19 и геополитическая ситуация в России.

Экономическая и политическая ситуация в России в 2023 г. привела к тому, что значительная часть населения покинула страну на неопределенный срок. Большой поток россиян иммигрировал в Турцию и Израиль и, как следствие, увеличил спрос на жилье в этих странах. В результате только во II квартале 2023 г. цены на жилье выросли на 46% в Турции и на 11,4% в Израиле.

Из-за санкций, введенных в еврозоне, популярные у россиян рынки жилья стали недоступны. По этой причине цены на жилье в Испании, на Кипре, в Болгарии и Италии начали снижаться в 2023 г. – рынок недвижимости этих стран потерял российских покупателей.

Наибольшей популярностью среди иностранных жителей пользуется рынок жилья США, поскольку в этой стране существует множество механизмов для эмиграции иностранцев – от возможности получить грин-карту до предоставления убежища политическим и экономическим беженцам.

В период с 2020 по 2023 гг. стоимость жилья в США выросла на 40%. Это намного выше уровня 2004–2006 гг., когда стоимость жилья выросла на 25%. Сегодня продажи жилья в Америке падают, потому что покупательная способность населения снизилась. Кроме того, ставки

по ипотечным кредитам выросли с 2,5% в 2021 г. до 6% в 2022 г. [5]. Это снижает способность людей приобретать частное жилье.

На рынок жилья в европейских странах существенно повлияют следующие факторы: сокращение ВВП в 2020 г. из-за COVID-19; снижение вовлеченности рабочей силы в строительную отрасль; нарушения в глобальных цепочках поставок, приводящие к дефициту строительных материалов; результат сокращения поставок энергетического газа в Европу из-за санкций против России; рост инфляции из-за энергетического кризиса; повышение процентных ставок европейских банков; ужесточение монетарной политики снижает спрос на ипотеку; повышение требований к разрешениям на строительство жилья; рост спроса на строительство жилья. В результате цены на жилье падают.

Сегодня основными проблемами в обеспечении доступного жилья в развитых странах являются растущий спрос и сокращение финансирования. До глобального экономического кризиса 2008 г. доступное жилье предоставлялось уязвимым и особым категориям населения. Но в последние годы на социальное жилье стали массово записываться покупатели, впервые приобретающие жилье (молодые люди, семьи со средним уровнем дохода). Во многих странах доступное жилье понимается как социальное жилье. Социальное жилье рассматривается как форма использования жилья в жилищной экономике конкретной страны.

Социальное жилье за рубежом делится на три типа:

- ◆ универсальное – не зависит от дохода семьи;
- ◆ целевое – жилье зависит от уровня дохода;
- ◆ остаточное – целевое жилье только для особых или уязвимых групп населения.

Во всей Европе социальное жилье определяется как «жилье, предоставляемое по нормальной и умеренной стоимости». В Австрии это государственное жилье или жилье с ограничением доходов; целевое жилье в Германии; некоммерческое или государственное жилье в Дании; среднеоплачиваемое жилье во Франции; государственное жилье в Канаде, США и Израиле; социальное жилье в Нидерландах, Великобритании, Словакии и Сербии; государственное жилье в Финляндии; государственное жилье в Испании; арендное жилье в Венгрии; жилое жилье в России; государственное жилье в Нидерландах, Великобритании, Словакии и Сербии. Хотя единого определения понятия «социальное жилье» не существует, оно является ключевым словом при использовании государством различных механизмов обеспечения доступным жильем определенных категорий населения.

Крупнейшие европейские страны обеспечивают доступ к жилью путем сдачи в аренду социального жилья, но при этом производят дополнительные выплаты населению, чтобы облегчить аренду. В Испании, Греции и на Кипре государственное жилье продается ниже рыночной стоимости. Часто покупатели жилья объединяются в кооперативы, чтобы снизить стоимость покупки и коммунальных платежей на человека. В Великобритании можно приобрести дом в совместную собственность, при этом одна часть дома покупается владельцем, а другая может быть куплена с помощью субсидированной ипотеки. В Швеции, Финляндии, Польше жилье предоставляется на правах пользования. Арендатор оплачивает 15 процентов стоимости жилья на момент вселения в дом, а остальную часть отдает в счет арендной платы. Такое жилье можно унаследовать, но в случае выселения владелец жилья обязан вернуть его в государственный жилищный фонд, а первоначальный взнос возвращается арендатору. Продажа и покупка такого жилья запрещена.

При покупке дома в США в собственность стоимость ипотечного кредита составляет от 3,5 до 7% в год. Чтобы претендовать на государственное жилье, совокупный доход семьи должен составлять менее 50% от медианной зарплаты в штате. Для малообеспеченных слоев населения арендная плата снижается. Штат возмещает арендодателю разницу в стоимости аренды. Еще одним видом доступного жилья в Америке является Affordable Housing Lottery – лотерея доступного жилья для граждан, которые тратят более 30 процентов своего семейного дохода на аренду. Если квартиросъемщик выигрывает, он может жить в этой квартире до конца своих дней с арендной платой в два раза ниже рыночной. Но такая квартира не может быть сдана в аренду третьим лицам [7].

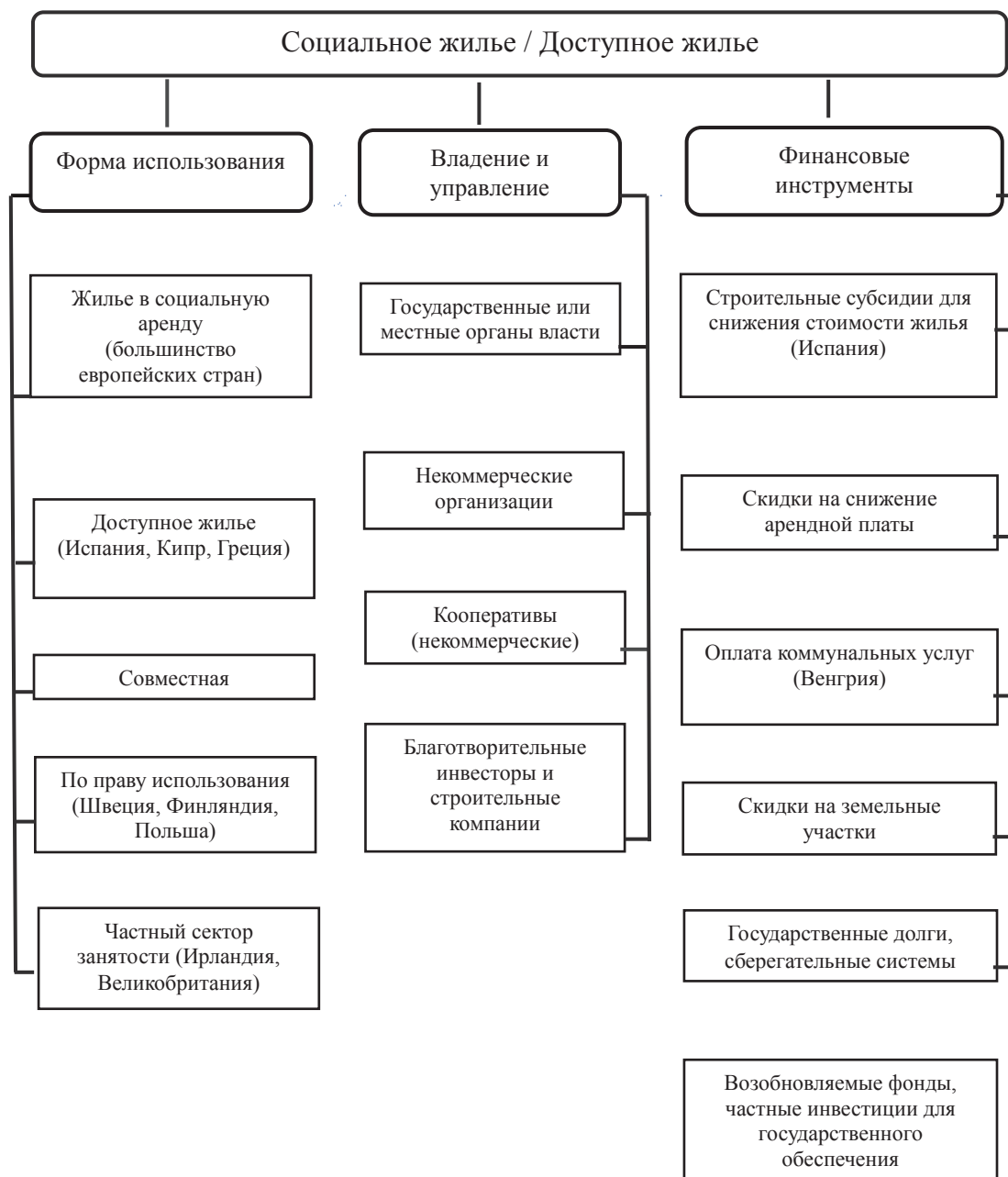


Рисунок 3 – Основные особенности социального/доступного жилья

Примечание: Составлено на основе источника [2].

В Канаде программа «Открытые двери» предоставляет застройщикам различные стимулы для сдачи в аренду новых квартир по ценам ниже рыночных в течение 25 лет. Доступное жилье может сдаваться в аренду малообеспеченным людям по фиксированным ценам: ежемесячная арендная плата за квартиру с двумя спальнями составляет 1110 долларов, за квартиру с тремя спальнями – 1400 доллара, за квартиру с четырьмя спальнями – не превышает 1531 доллара. В случае покупки квартиры государство выплачивает застройщикам 25 тыс. долларов в качестве первоначального взноса после того, как владелец получит квартиру [8].

Каждая страна разрабатывает собственные механизмы обеспечения доступного жилья, но существуют определенные условия для покупателей или арендаторов социального жилья.

Кредиты на приобретение жилья в Объединенных Арабских Эмиратах выдаются на 30 лет по ставке 2,5%. Молодожены (только граждане ОАЭ) получают от государства 119 000 долла-

ров на момент заключения брака. Молодой семье также предоставляется частный дом на условиях беспроцентного кредита. Срок погашения кредита составляет 30 лет, но после рождения третьего ребенка кредит полностью погашается государством. Мужчина, имеющий двух жен, имеет возможность получить жилищную субсидию для обеспечения второй жены частным жильем. Существуют различные специальные жилищные программы для семей с низкими доходами (в том числе для иностранцев) [9].

В Сингапуре 80% жилья находится в государственном жилищном фонде. Существуют программы «Enhanced CPF Housing Grant» – повышенный жилищный грант от Центрального пенсионного фонда (CPF), «Family Grant» – семейный грант, «Proximity Housing Grant» – грант на недорогое жилье рядом с родителями или женатыми детьми. Для приобретения квартиры жителям с определенным уровнем (низким) дохода необходимо внести в ЦБ РФ 20% от стоимости жилья, а на остальную часть стоимости жилья можно получить кредит в размере 1,5–2%. Если полная стоимость государственной квартиры оплачена, то через пять лет ее можно продать по рыночной цене без каких-либо ограничений. Покупатели первого жилья в Сингапуре могут получить субсидию в размере 80 000 сингапурских долларов на покупку нового дома и 120 000 сингапурских долларов на покупку дома на вторичном рынке [10, 11].

В Японии люди, уволенные с работы и ставшие бездомными, могут получать пособие на жилье в течение 6 месяцев. В настоящее время в Японии не существует других льгот на доступное жилье [12].

В Китае стоимость аренды социального жилья для малообеспеченных граждан определяется на основе средней рыночной ставки и дохода семьи. Пособие на жилье предоставляется в течение одного года и составляет максимум 80 процентов от стоимости аренды. В Китае социальное жилье строится за счет местного бюджета. Площадь квартиры стандартизирована: однокомнатные квартиры – 30–40 квадратных метров, двухкомнатные – 50–60 квадратных метров, трехкомнатные – 60–70 квадратных метров [13, 14].

В России по программе Агентства по ипотечному жилищному кредитованию срок кредита составляет 30 лет, первоначальный взнос – 10% от стоимости квартиры, годовая процентная ставка – 7,9%. Программа «Доступное жилье» предоставляет право приобрести квартиру в кредит на срок до 20 лет и на льготных условиях, без первоначального взноса и процентов по кредиту, которую может приобрести молодая семья (возраст пары не должен быть старше 35 лет). Государство субсидирует 35% стоимости квартиры для отдельных категорий молодых семей и 40% – для семей с детьми. Программа «Жилье для российской семьи» предлагается любому гражданину России, где можно использовать материнский капитал и ипотечный кредит. В 2023 г. размер материнского капитала на первого ребенка составит 589,5 тыс. рублей, на второго ребенка – 779 тыс. рублей. В случае использования материнского капитала за первого ребенка при рождении второго ребенка семья получит 189,5 тыс. рублей [15].

В Великобритании в рамках программы социального жилья «10 городов будущего» за счет средств государственного бюджета строятся дома с использованием энергосберегающих технологий. Молодые семьи могут приобрести квартиры в таких домах с помощью государственной помощи в размере 17,5% от стоимости жилья. Государство также выделяет различные льготные кредиты при покупке жилья особым категориям граждан – тем, кто «работает на общество» (учителям, врачам, полицейским, пожарным, социальным работникам и т.д.) [16].

В Испании только 1% населения арендует социальное жилье из государственного жилищного фонда, поскольку большинство испанцев предпочитают иметь собственный дом или квартиру. Для аренды жилья существует программа «Доступная аренда» (Programa Alquiler Asequible) для граждан страны, чей годовой доход не превышает 4-кратного минимального размера оплаты труда. В рамках государственной программы «Жилье, защищенное государством» ежегодно выделяется 100 тыс. государственных субсидий на приобретение жилья для малообеспеченных категорий населения. В течение последующих 30 лет такое жилье имеет статус социального, а его продажа и покупка запрещены. Механизм выделения социального жилья в Испании имеет свои особенности – чтобы получить право на социальное жилье, разыгрывается лотерея на стадионе. Также в Испании принята «Дополнительная программа для молодежи» по приобретению арендного жилья с обязательством покупки на срок от 6 до 18 лет [17].

Во Франции общий объем социального жилья составляет 50% жилищного фонда страны. В рамках программы «Доступное жилье» существует программа «Жилье нижнего уровня». В рамках этой программы предоставляются квартиры площадью не более 80 квадратных метров в недорогих домах Ашелем, которые составляют 20% жилищного фонда страны. Чтобы получить такое доступное жилье, необходимо ждать семь лет, а доход семьи не должен превышать 2100 евро в месяц для жителей столицы и 1900 евро для жителей провинций. Кроме того, малообеспеченные семьи могут получить от государства пособие на оплату коммунальных услуг [18].

В структуре всего жилищного фонда Нидерландов есть две равные доли: частная собственность и государственное жилье. Размер арендной платы определяется индивидуально для каждого претендента на социальное жилье. Социальное жилье доступно гражданам с годовым доходом до 40 765 евро при одиночном проживании и до 45 014 евро при совместном проживании. Социальные дома Space Vox строятся из 3-этажных сборных блок-квартир. Сборные конструкции собираются на строительной площадке, коммуникационная инфраструктура дома рассматривается отдельно [19, 20].

Кредиты на покупку жилья в Германии выдаются на 10 лет под процентную ставку 3,5–5,3 % с первоначальным взносом 50% от стоимости жилья. Социальное жилье не предоставляется бесплатно. В случае невозможности оплатить социальное жилье малообеспеченный человек должен выполнять социально значимую работу или выполнять определенные обязательства, чтобы пользоваться жильем.

В Польше в рамках программы «Квартира для молодых» (Mieszkanie Dla Młodych) семья, младшему из супругов которой не исполнилось 35 лет, может получить субсидируемый государством кредит на 15 лет при личном взносе в размере 59% от стоимости жилья. В рамках этой программы государство оплачивает 30% стоимости жилья многодетным семьям, 20% – семьям с двумя детьми, 15% – семьям с одним ребенком и 10% – неженатым и бездетным семьям. Согласно договору программы, площадь квартиры должна составлять 75–85 квадратных метров [21].

В Израиле квартиры предоставляются по сниженным ценам в рамках программы Target Price. Застройщики обязаны продавать 25% квартир по сниженной цене с 20-процентной скидкой по договору. Недорогие многоквартирные дома строятся в менее престижных районах города [22].

Социальное жилье в США и Европе предоставляется только малообеспеченным гражданам, которые не могут позволить себе купить или арендовать жилье по рыночным ценам. Жилищные программы, существующие в других странах, рассчитаны на разные категории населения.

Заключение

С учетом условий жилищных программ в Казахстане предлагается пошаговый алгоритм оценки обеспеченности жильем с оценкой следующих показателей: стоимость жилья по жилищным программам в Казахстане; сумма первоначального взноса, уплаченного банку для получения ипотечного кредита; срок кредитования и процентная ставка банка за пользование кредитом; различные дополнительные выплаты, предусмотренные государством (сертификаты и т.п.); среднедушевой доход и минимальный прожиточный минимум: норматив для средней площади квартиры и среднего количества членов семьи, проживающих в одной квартире. Этот метод оценки использовался для оценки доступности жилья для каждого типа жилищной программы в Казахстане.

Учитывая доступность жилья в развитых зарубежных странах и механизмы обеспечения доступного жилья, определенные инструменты могут быть использованы и в Казахстане. Например, снижение процентной ставки по кредиту до 5% годовых, выплата различных пособий и субсидий (материнский капитал в России, субсидии по количеству детей в Польше), использование практики аренды жилья из государственного жилого фонда многих европейских стран (постоянная аренда, снижение арендной платы, коммунальные платежи, субсидии, определение условий аренды или купли-продажи жилья, полученного в рамках государственной жилищной

программы, и т.д.), такие способы, как учет налоговых и иных льгот для застройщиков жилья с целью продажи фиксированной части квартир для малообеспеченных категорий населения по низкой цене.

Доступ к жилью оценивался по рейтингу 57 стран по трем направлениям: доступное жилье (относительно доступное жилье); доступ к жилью затруднен; не имеет приюта. Самое доступное жилье в Саудовской Аравии и ОАЭ – 4,62 и 4,72 соответственно. Доступ жилья в Юго-Восточной Азии очень затруднен. Для жителей некоторых африканских стран, имеющих значение индекса доступности жилья (Танзания, Гана, Уганда, Сенегал, Бенин), совершенно отсутствует возможность владения частным домом. Анализ динамики изменения цен на жилье на зарубежных рынках позволил ранжировать страны по ценовым показателям. Самая высокая стоимость жилья в мире в Гонконге – 32 тыс. долларов США за 1 квадратный метр.

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить наиболее приемлемый передовой опыт обеспечения доступным жильем, который может послужить основой для совершенствования отечественного механизма обеспечения доступным жильем.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Property Prices Index by Country 2023 Mid-Year. URL: <https://www.numbeo.com/property> (accessed: 10.09.2024).
- 2 Эекфюф И., Ходов Л.Г. Жилищное хозяйство в экономике развитых стран. URL: <https://mirec.mgimo.ru/2008/2008-03/zhilishnoe-hozyajstvo> (дата обращения: 10.09.2024)
- 3 Грищенко В. Составлен рейтинг стран с самым доступным жильем. 2021. URL: <https://nerukhomi.ua/news/tyinok/sostavlen-rejting-stran> (дата обращения: 10.09.2024)
- 4 Mukayev D., Shalbolova U., Tanaş J. Housing affordability analysis in Kazakhstan based on D-HAQ model // Journal of International Studies. 2022, no. 15(4), pp. 28–42.
- 5 Рынок недвижимости США перешел в режим коллапса. URL: <https://optimism.kz/2022/08/25/rynok-nedvizhimosti-ssha-pereshel-v> (дата обращения: 10.09.2024)
- 6 Noring L., Struthers D., Grydehøj A. Governing and financing affordable housing at the intersection of the market and the state: Denmark’s private non-profit housing system // Urban Research and Practice. 2022. No. 15(2). P. 258–274.
- 7 Доступно ли жилье за рубежом? URL: <https://vseon.com/analitika> (дата обращения: 10.09.2024)
- 8 Кредиты безработным и помощь многоженцам: жилищная политика в разных странах. URL: <https://btaconf.ru/ru/node/2229> (дата обращения: 10.09.2024)
- 9 Кирсанов Д. Социальные льготы в Эмиратах. URL: <https://uaetours.ru/soczialnye-lgoty-v-emiratah> (дата обращения: 10.09.2024)
- 10 Жаргалсайхан Д. Сингапур: каждому гражданину по квартире. URL: <https://jargaldefacto.com/article/singapur-kajdomu> (дата обращения: 10.09.2024)
- 11 Буева С. Жизнь в Сингапуре. URL: <https://journal.tinkoff.ru/singapore> (дата обращения: 10.09.2024)
- 12 Безработным в Японии будет выплачиваться пособие на аренду жилья. URL: <https://daimnevizu.ru/gabota/uroven-bezrabotichy-v> (дата обращения: 10.09.2024)
- 13 Лиань В. Квартиры всем и каждому. Как решают жилищную проблему в Китае. URL: <https://kprf.ru/international/new-world/130714.html> (дата обращения: 10.09.2024)
- 14 Васюкович А. Программа ипотека «Доступное жилье для Российской семьи в 2024 году». URL: <https://ipotekaved.ru/voprosi/ipoteka-dostupnoe> (дата обращения: 10.09.2024)
- 15 Программа «Доступное жилье». URL: <https://gu.spb.ru/news> (дата обращения: 08.09.2024)
- 16 Социальное жилье в регионах ЕЭК ООН. Модели, тенденции, вызовы. – Нью-Йорк; Женева: ООН, 2018. – 85 с.
- 17 Социальные программы аренды жилья в Испании. URL: <https://espanarusa.com/ru/pedia/article/545339> (дата обращения: 08.09.2024)
- 18 Как получить социальное жилье во Франции. URL: <https://www.infrance.su/forum/showthread.php?t=61562> (дата обращения: 08.09.2024)
- 19 Бабыч Ю. Как выглядит социальное жилье в разных странах мира. URL: <https://realestate.24tv.ua/ru/vygljadit-socialnoe-zhile-raznyh-stranah> (дата обращения: 10.09.2024)
- 20 Бейер Э. Социальная жилищная сфера в Нидерландах. URL: <https://www.valnet.ru/m7-128.phtm> (дата обращения: 10.02.2023).

21 Владимирова Ю. Как иностранцу получить социальное жилье в Польше? URL: <https://poland-consult.com/polezno-znat/zhile> (дата обращения: 10.09.2024)

22 Одобрена новая программа льготного жилья: где в Израиле появятся квартиры с 20-процентной скидкой. URL: <https://detaly.co.il/odobrena> (дата обращения: 10.09.2024)

REFERENCES

1 Property Prices Index by Country 2023 Mid-Year. URL: <https://www.numbeo.com/property> (accessed: 10.09.2024). (In English).

2 Jeekhoff I., Hodov L.G. Zhilishhnoe hozjajstvo v jekonomike razvityh stran. URL: <https://mirec.mgimo.ru/2008/2008-03/zhilishhnoe-hozjajstvo> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

3 Grishenko V. Sostavlen rejting stran s samym dostupnym zhil'em. 2021. URL: <https://nerukhomi.ua/news/ryinok/sostavlen-rejting-stran> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

4 Mukayev D., Shalbolova U., Tanaş J. (2022) Housing affordability analysis in Kazakhstan based on D-HAQ model // Journal of International Studies, no. 15(4), pp. 28–42. (In English).

5 Rynok nedvizhimosti SShA pereshel v rezhim kollapsa. URL: <https://optimism.kz/2022/08/25/ryinok-nedvizhimosti-ssha-pereshel-v> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

6 Noring L., Struthers D., Grydehøj A. (2022) Governing and financing affordable housing at the intersection of the market and the state: Denmark's private non-profit housing system // Urban Research and Practice. No. 15(2). P. 258–274. (In English).

7 Dostupno li zhil'e za rubezhom? URL: <https://vseon.com/analitika> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

8 Kredity bezrabortnym i pomoshh' mnogozhencam: zhilishhnaja politika v raznyh stranah. URL: <https://btaconf.ru/ru/node/2229> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

9 Kirsanov D. Social'nye l'goty v Jemiratah. URL: <https://uaetours.ru/soczialnye-lgoty-v-emiratah> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

10 Zhargalsajhan D. Singapur: kazhdomu grazhdaninu po kvartire. URL: <https://jargaldefacto.com/article/singapur-kajdomu> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

11 Bueva S. Zhizn' v Singapore. URL: <https://journal.tinkoff.ru/singapore> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

12 Bezrabortnym v Japonii budet vyplachivat'sja posobie na arendu zhil'ja. URL: <https://daimnevizu.ru/rabota/uroven-bezrabortczy-v> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

13 Lijan' V. Kvartiry vsem i kazhdomu. Kak reshajut zhilishhnuju problemu v Kitae. URL: <https://kprf.ru/international/new-world/130714.html> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

14 Vasjukovich A. Programma ipoteka «Dostupnoe zhil'e dlja Rossijskoj sem'i v 2024 godu». URL: <https://ipotekaved.ru/voprosi/ipoteka-dostupnoe> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

15 Programma «Dostupnoe zhil'e». URL: <https://gu.spb.ru/news> (дата obrashhenija: 08.09.2024). (In Russian).

16 Social'noe zhil'e v regionah EJeK OON. Modeli, tendencii, vyzovy. N'ju-Jork; Zheneva: OON, 2018. 85 p. (In Russian).

17 Social'nye programmy arendy zhil'ja v Ispanii. URL: <https://espanarusa.com/ru/pedia/article/545339> (дата obrashhenija: 08.09.2024). (In Russian).

18 Kak poluchit' social'noe zhil'e vo Francii. URL: <https://www.infrance.su/forum/showthread.php?t=61562> (дата obrashhenija: 08.09.2024). (In Russian).

19 Babych Ju. Kak vygljadit social'noe zhil'e v raznyh stranah mira. URL: <https://realestate.24tv.ua/ru/vygljadit-socialnoe-zhile-raznyh-stranah> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

20 Bejer Je. Social'naja zhilishhnaja sfera v Niderlandah. URL: <https://www.valnet.ru/m7-128.phtm> (дата obrashhenija: 10.02.2023). (In Russian).

21 Vladimirova Ju. Kak inostranicu poluchit' social'noe zhil'e v Pol'she? URL: <https://poland-consult.com/polezno-znat/zhile> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

22 Odobrena novaja programma l'gotnogo zhil'ja: gde v Izraile pojavjatsja kvartiry s 20-procentnoj skidkoj. URL: <https://detaly.co.il/odobrena> (дата obrashhenija: 10.09.2024). (In Russian).

АМАНБАЙ Ә.Е.,*¹

докторант.

*e-mail: nauka.world@rambler.ru

ORCID ID: 0009-0001-4807-2252

БАЙЖОЛОВА Р.А.,¹

э.ф.д., профессор.

e-mail: nauka.world@rambler.ru

ORCID ID: 0000-0003-3873-6753

СИЛКА Д.Н.,²

э. ф. д., профессор.

e-mail: w220@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0002-0357-0530

¹Л.Н. Гумилев атындағы

Еуразия ұлттық университеті,

Астана қ., Қазақстан

²«Ресей Федерациясы Президентінің

жанындағы Ресей халық шаруашылығы

және мемлекеттік басқару академиясы»

Федералдық мемлекеттік бюджеттік

жоғары білім беру мекемесі,

Мәскеу қ., Ресей

ҚОЛЖЕТІМДІ БАСПАНАМЕН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУДЕГІ ШЕТЕЛДІК ТӘСІЛДЕР: ОЗЫҚ ТӘЖІРИБЕЛЕРДІ ТАЛДАУ

Аңдатпа

Мақалада халықты тұрғын үймен қамтамасыз етуге байланысты әлеуметтік-экономикалық дамудың өзекті мәселесі көрсетілген. Өмір сүру сапасын жақсарту және адамның негізгі қажеттіліктерін қанағаттандыру баспананың қолжетімділігіне тығыз байланысты. Қалалық аумақтардың қарқынды дамуы, урбанизация және демографиялық өсу тұрғын үйге сұраныс пен құнын арттыруда, бұл халықтың әлеуметтік осал топтарын тұрғын үймен қамтамасыз ету міндетін қояды. Қазақстанның құрылыс секторы инвестиция үшін ең тартымды салалардың бірі болып қала береді. Қазіргі экономикалық жағдайда қаржылық жоспарлау мен болжау арасындағы байланыс әртүрлі салалардың, соның ішінде құрылыс индустриясының тұрақты дамуында шешуші рөл атқарады. Бұл мақалада қолжетімді баспана саласындағы шетелдік тәжірибеге талдау жасалып, мемлекеттік тұрғын үй бағдарламаларын іске асыру тетіктері, сондай-ақ тұрғын үйдің қолжетімділігіне әсер ететін факторлар қарастырылған. Салыстырмалы және статистикалық талдауды пайдалана отырып, авторлар әртүрлі елдердегі тұрғын үйге қолжетімділік мәселесін шешудің негізгі тәсілдерін анықтайды және олардың тиімділігін бағалайды. Сонымен қатар, мақалада басқа елдердің мемлекеттік тұрғын үй бағдарламаларының бағыттарын кеңейту, қосымша қаржыландыру құралдарын енгізу және тұрғын үйді қаржыландырудың жаңа көздерін іздеу тәжірибесі қарастырылған. Мақалада қолданылған салыстырмалы талдау, статистикалық талдау, синтез және жалпылау әдістері шетелде қолжетімді тұрғын үймен қамтамасыз етудің негізгі тенденциялары мен заңдылықтарын анықтауға мүмкіндік береді. Мақаланы қорытындылай келе, авторлар Қазақстан Республикасының тұрақты әлеуметтік-экономикалық дамуын қамтамасыз ету үшін қолжетімді баспанамен қамтамасыз ету тетіктерін жетілдірудің және табысты шетелдік тәжірибені өз жағдайларына бейімдеудің маңыздылығын атап көрсетеді.

Тірек сөздер: тұрғын үй саясаты, қолжетімді баспана, әлеуметтік-экономикалық даму, мемлекеттік тұрғын үй бағдарламалары, урбанизация, қаржыландыру тетіктері, салыстырмалы талдау.

AMANBAI A.YE.,*¹

PhD student.

*e-mail: nauka.world@rambler.ru

ORCID ID: 0009-0001-4807-2252

BAIZHOLOVA R.A.¹

d.e.s., professor.

e-mail: baizholova_55@mail.ru

ORCID: 0000-0003-3873-6753

SILKA D.N.,²

d.e.s, professor.

e-mail: w220@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0002-0357-0530

¹L.N. Gumilyov National University,
Astana, Kazakhstan

²Federal State Budgetary Educational Institution
of Higher Education “Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration”,
Moscow, Russia

FOREIGN APPROACHES TO PROVIDING AFFORDABLE HOUSING: ANALYSIS OF SUCCESSFUL PRACTICES

Abstract

The article highlights the current problem of socio-economic development related to providing the population with housing. Improving the quality of life and meeting basic human needs closely depend on the availability of housing. Rapid development of urban areas, urbanization and demographic growth increase the demand and cost of housing, which poses the task of providing housing to socially vulnerable groups of the population for the state. The construction sector of Kazakhstan remains one of the most attractive areas for investment. In today's economic conditions, the relationship between financial planning and forecasting plays a decisive role in the sustainable development of various industries, including the construction industry. This article analyzes foreign experience in the field of affordable housing, considers the mechanisms for implementing state housing programs, as well as factors affecting housing affordability. Using comparative and statistical analysis, the authors identify the main approaches to solving the problem of housing affordability in different countries and assess their effectiveness. In addition, the article considers the experience of other countries in expanding the areas of state housing programs, introducing additional financing instruments and finding new sources of housing financing. The methods of comparative analysis, statistical analysis, synthesis and generalization used in the article allow us to identify the main trends and patterns in the provision of affordable housing abroad. In conclusion, the authors emphasize the importance of improving the mechanisms for providing affordable housing and adapting successful foreign experience to our own conditions to ensure sustainable socio-economic development of the Republic of Kazakhstan.

Key words: housing policy, affordable housing, socio-economic development, state housing programmes, urbanisation, financing mechanisms, comparative analysis.

**БІЛІМ БЕРУ ЖӘНЕ ОҚЫТУ: ӘДІСТЕМЕ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ
ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ
EDUCATION AND TRAINING: METHODOLOGY, THEORY, TECHNOLOGY**

MPHTI 06.81.23
УДК 331.108
JEL M53

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-227-241>

АМАНТАЕВА Р.К.,*¹

докторант.

*e-mail: raunur88@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4461-7622

САРТАНОВА Н.Т.,¹

к.э.н., доцент.

e-mail: nalimas@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4342-1134

БЕКТУРГАНОВА Р.Ч.,¹

д.п.н., профессор.

e-mail: rimma.bekturganova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8013-779X

БАЙЖАНОВА Л.А.-Н.,¹

м.э.н., ст. преподаватель.

e-mail: L.bayzhanova@bk.ru

ORCID ID: 0009-0002-2381-0359

¹Костанайский региональный университет
им. А. Байтұрсынұлы,
г. Костанай, Казахстан

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ SOFT SKILLS НА УВЕРЕННОСТЬ
В ДАЛЬНЕЙШЕМ ТРУДОУСТРОЙСТВЕ СТУДЕНТОВ**

Аннотация

В современном динамично развивающемся мире вопрос о роли «мягких навыков» (софт-скилы) в профессиональной сфере приобретает особую актуальность. В данном исследовании внимание было сфокусировано на анализе связи между софт-скиллами и уверенностью студентов в своих профессиональных перспективах. Целью исследования является выявление наиболее востребованных на рынке труда софт-скилов, а также оценка их влияния на уровень уверенности студентов в возможности найти работу по специальности. Для достижения этой цели был проведен опрос 538 студентов третьего и четвертого курсов обучения Костанайского регионального университета имени Ахмета Байтұрсынұлы, обучающихся по различным образовательным программам. Анализ данных был осуществлен с помощью статистических методов в программе R-Studio. Оригинальность исследования заключается в комплексном подходе к изучению влияния софт-скилов на уверенность в трудоустройстве с учетом различных направлений подготовки будущих специалистов. Полученные результаты могут иметь практическую значимость для совершенствования образовательных программ, делая акцент на развитии наиболее востребованных на рынке труда мягких навыков, что позволит повысить уровень подготовки студентов к самостоятельному трудоустройству. Данное исследование позволит определить, какие именно мягкие навыки наиболее востребованы на рынке труда, мнение респондентов и каким

образом их развитие влияет на уверенность студентов в успешном трудоустройстве, что расширит понимание влияния софт-скилов на карьерные перспективы студентов. Полученные результаты могут быть использованы для совершенствования образовательных программ с целью повышения конкурентоспособности выпускников на рынке труда, а также для помощи студентам в развитии навыков, необходимых для успешного поиска работы и построения карьеры.

Ключевые слова: софт-скилл, мягкие навыки, уверенность в трудоустройстве, студенты, профессиональные перспективы, статистический анализ.

Введение

В стремительно меняющемся мире, где доминируют инновации и технологический прогресс, роль мягких навыков для достижения карьерного успеха выпускников становится все более очевидной. Рынок труда динамичен, и работодатели сегодня ценят не только специалистов с безупречной технической подготовкой, но и тех, кто обладает навыками решения проблем, способностью к адаптации и эффективной коммуникации с коллегами и клиентами.

Многочисленные исследования ученых по всему миру подтверждают прямое влияние развитых мягких навыков на успешную карьеру выпускников. Кандидаты, обладающие этими навыками, выделяются на фоне конкурентов, повышая свои шансы на получение желаемой работы.

В связи с этим осознание того, какие именно мягкие навыки наиболее ценятся работодателями, становится ключевым аспектом для студентов и выпускников.

Цель данного исследования заключается в выявлении наиболее востребованных мягких навыков среди выпускников университета, а также в оценке их значимости для построения успешной карьеры в современных условиях труда. Понимание этого аспекта позволит студентам оптимально подготовиться к будущей профессиональной деятельности и повысить свою конкурентоспособность на рынке труда.

Практическая значимость исследования:

- 1) результаты исследования помогут выявить, какие именно мягкие навыки наиболее ценятся работодателями в различных отраслях;
- 2) исследование позволит понять, как развитие софт-скилов влияет на уровень уверенности студентов в своих шансах найти работу по специальности.
- 3) полученные данные могут быть использованы для разработки и внедрения программ развития софт-скилов в учебные планы вузов;
- 4) развитие мягких навыков у студентов позволит им стать более привлекательными для потенциальных работодателей, что, в свою очередь, повысит их шансы на успешное трудоустройство.

Материалы и методы

Для достижения поставленной цели был проведен опрос среди студентов Костанайского регионального университета. Выборка исследования составила 538 студентов, обучающихся на третьем и четвертом курсах на пяти факультетах:

- ♦ Педагогический институт им. У. Султангазина (ПИ);
- ♦ факультет сельскохозяйственных наук (ФСХН);
- ♦ факультет социально-гуманитарных наук (ФСГН);
- ♦ факультет машиностроения, энергетики и информационных технологий (ФМЭИТ);
- ♦ факультет экономики и права (ФЭиП).

Сбор данных осуществлялся посредством онлайн-опроса на платформе Google Forms. Оценка ответов производилась по 5-балльной шкале Лайкерта, где 1 балл соответствовал значению «совершенно не согласен (не уверен)», а 5 баллов – «полностью согласен (уверен)».

Анкета включала два блока вопросов:

- ♦ самооценка мягких навыков: оценка студентами своих навыков в области коммуникации, командной работы, решения проблем, тайм-менеджмента, креативности, адаптивности и т.д.;

- ♦ уверенность в трудоустройстве: оценка студентами своей уверенности в возможности найти работу по специальности, их готовности к самостоятельному поиску работы и представлениям о своих перспективах профессионального развития.

Обработка данных.

Первичные данные были закодированы и проанализированы с помощью программы R Studio. Для анализа данных были применены следующие методы:

- ♦ описательная статистика: позволила получить общее представление о распределении данных и их основных характеристиках;
- ♦ корреляционный анализ: помог определить взаимосвязь между мягкими навыками и уверенностью студентов в трудоустройстве;
- ♦ регрессионный анализ: позволил выявить, какие именно мягкие навыки наиболее влияют на уверенность студентов в трудоустройстве;
- ♦ дисперсионный анализ (ANOVA): использовался для сравнения уровня уверенности в трудоустройстве между студентами разных факультетов.

Результаты и обсуждение

1. Модель исследования. Современные исследования все чаще акцентируют внимание на важности мягких навыков для успешной профессиональной реализации. Впервые выделенные Полом Дж. Уитмором в 1972 г. мягкие навыки приобретают все большее значение в условиях динамично меняющегося рынка труда. Если ранее основной фокус был направлен на развитие когнитивных способностей (hard skills), то сегодня все большее значение придается личностным качествам и умению эффективно взаимодействовать с окружающими (soft skills) [1].

Разрыв между требованиями работодателей и уровнем развития мягких навыков у выпускников вузов становится все более очевидным. Многим молодым специалистам сложно найти работу, несмотря на наличие соответствующего образования. Причиной этого является нехватка или отсутствие мягких навыков [2].

Образовательные учреждения играют ключевую роль в развитии мягких навыков у студентов. Однако несмотря на растущее осознание важности этой проблемы, существует ряд препятствий.

Во-первых, студенты зачастую не видят прямой связи между освоенными компетенциями и будущей профессиональной деятельностью [3].

Во-вторых, традиционные образовательные программы, ориентированные на передачу знаний, не всегда эффективно способствуют развитию мягких навыков [4].

Необходимость развития мягких навыков обусловлена несколькими факторами:

- ♦ быстрые изменения на рынке труда: знания быстро устаревают и развитие мягких навыков становится непрерывным процессом [5].
- ♦ комплексность современных задач: решение профессиональных задач требует не только глубоких знаний в конкретной области, но и умения работать в команде, принимать решения в условиях неопределенности и эффективно коммуницировать [6].
- ♦ рост конкуренции: для успешной карьеры недостаточно просто обладать знаниями, необходимо уметь их применять на практике и выделять себя на фоне других кандидатов [7].

Развитие мягких навыков является одной из важнейших задач современного образования. Инвестиции в развитие этих навыков позволят выпускникам вузов стать более конкурентоспособными на рынке труда и успешно реализовать свой профессиональный потенциал.

Для углубленного изучения взаимосвязи между мягкими навыками и уровнем уверенности выпускников вузов в успешном трудоустройстве было проведено систематическое исследование научной литературы. В результате анализа был сформирован перечень из семи наиболее часто упоминаемых мягких навыков, таких как коммуникация, решение проблем, лидерские качества, гибкость и адаптивность, работа в команде, постоянное обучение и управление временем, оказывающих существенное влияние на профессиональную успешность. На основе полученных данных была разработана модель исследования (рисунок 1), направленная на выявление наиболее востребованных мягких навыков среди выпускников и оценку их значимости для построения карьеры в современных условиях рынка труда.

Трудоустройство и уверенность в себе. Трудоустройство представляет собой сложный социально-экономический феномен, определяющий не только материальное благополучие индивида, но и его психологическое состояние. Договорные отношения между работодателем и работником, основанные на обмене труда на заработную плату, оказывают существенное влияние на качество жизни человека. В связи с этим вопросы трудоустройства занимают центральное место в исследованиях в области высшего образования.

В условиях растущей конкуренции на рынке труда, обусловленной процессами массового распространения высшего образования, проблема трудоустройства выпускников приобретает особую актуальность. Современные студенты все чаще поступают в вузы с целью повышения своих карьерных перспектив. Однако несмотря на растущее количество выпускников, не все из них успешно трудоустраиваются [6].

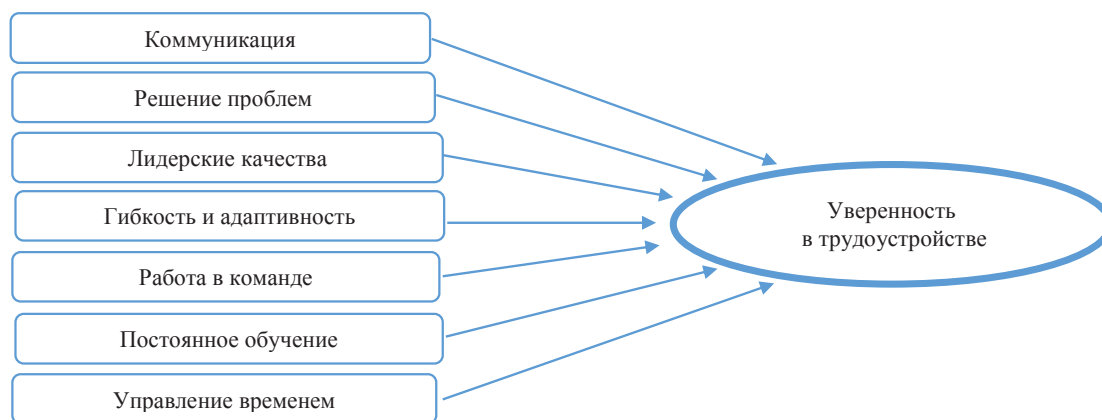


Рисунок 1 – Модель исследования

Примечание: Составлено авторами.

Уверенность в себе выступает одним из ключевых факторов, влияющих на успешность трудоустройства. Внешняя функция уверенности проявляется в способности индивида убедить других в своих компетенциях посредством уверенного поведения и коммуникации. Внутренняя функция уверенности связана с самооценкой и амбициями человека. Низкая самооценка ограничивает возможности индивида в достижении профессиональных целей и, соответственно, снижает вероятность успешного трудоустройства [7].

Таким образом, уверенность в себе играет важную роль в процессе поиска работы и построения карьеры. Она не только влияет на восприятие индивида работодателями, но и определяет его собственные карьерные устремления.

Трудоустройство и мягкие навыки. Трудоустройство студентов тесно связано с мягкими навыками, которые дополняют технические знания и формируют личность человека. Работодатели все больше ценят мягкие навыки при найме выпускников, считая их критически важными для организационного успеха. Исследования показывают, что мягкие навыки являются сильными предикторами трудоустройства на рынке труда XXI века [8]. Большинство студентов бакалавриата имеют представление о мягких навыках, однако некоторые путают мягкие навыки с жесткими. При этом важно отметить, что основная часть мягких навыков приобретается именно в процессе обучения в университете [9].

Исчезновение старых и появление новых рабочих мест предъявляют новые требования к навыкам работников. Работодатели придают большее значение компетенциям, связанным с базовыми навыками, навыками социальных отношений и навыками самоуправления. Эти изменения спроса требуют другого стиля обучения, который отличается от традиционных методов, основанных на пассивном накоплении знаний [4]. Чтобы повысить трудоустройство выпускников, высшие учебные заведения должны понимать требования работодателей и включать в программу обучения «педагогика трудоустройства», чтобы укрепить связь между академической средой и социально-профессиональной реальностью и обеспечить адекватный переход выпускников на рынок труда [10].

Мягкие навыки представляют собой личные качества, которые существенно повышают шансы на трудоустройство и успех в карьере. К числу этих навыков относятся командная работа, лидерские навыки, решение проблем, управление временем и критическое мышление. Наличие развитых мягких навыков тесно связано с уверенностью в будущем трудоустройстве. Это особенно актуально для студентов, которые изначально могут недооценивать важность этих навыков, но могут извлечь значительную пользу из программ, направленных на их развитие [11].

Использование мягких навыков, таких как готовность учиться и влиять на окружающих, связано с улучшением профессиональных результатов, даже с учетом навыков счета и университетских степеней. Более того мягкие навыки также способствуют развитию самосознания в критическом мышлении, повышают уверенность в себе и способность к эмпатии, а также помогают адаптироваться к различным условиям [12].

Учитывая вышесказанное, можно выдвинуть гипотезу H1: существует взаимосвязь между мягкими навыками и уверенностью в дальнейшем трудоустройстве, которая зависит от направления подготовки (факультета).

Коммуникация – это процесс передачи информации, идей и чувств между отдельными лицами или группами. Она включает в себя говорение, слушание и понимание как вербальных, так и невербальных сигналов. Хотя большинство людей рождаются с физической способностью говорить, эффективная коммуникация – это приобретенный навык, который развивается посредством наблюдения, образования и практики. Коммуникационные навыки имеют решающее значение в различных областях, включая социальную работу, психологию и инженерию. В корпоративном секторе и на мировом рынке сильные коммуникативные способности особенно ценны. Образовательные учреждения играют жизненно важную роль в развитии коммуникативных навыков студентов наряду с техническими знаниями. Эффективная коммуникация необходима для передачи информации, понимания других и того, чтобы быть понятым, что делает ее основополагающим аспектом личного и профессионального успеха в современную эпоху [13].

Эффективное общение критически важно для производительности труда и карьерного роста. Исследования показывают, что уверенность в общении тесно связана с навыками трудоустройства. Уверенность в себе на собеседованиях во многом зависит от конкретных поведенческих данных, таких как уравновешенность и коммуникативные навыки [14]. Высокоэффективные работники демонстрируют значительно более высокий уровень мотивации и навыков общения, таких как эмпатия и адаптация стиля общения. Кроме того, руководители проявляют более высокую мотивацию к общению и эмпатии по сравнению с подчиненными. Раньше работодатели отдавали предпочтение людям с хорошей академической успеваемостью и соответствующим опытом работы, но сегодня их превзошли люди с превосходными навыками общения [2].

Решение проблем является фундаментальным когнитивным навыком, необходимым для успеха в XXI веке. Оно включает в себя систематическое наблюдение и критическое мышление для поиска решений при столкновении с незнакомыми задачами или ситуациями. Структура решения проблем состоит из двух основных компонентов: навыков наблюдения, которые включают сбор и интерпретацию информации, и навыков критического мышления, охватывающих концептуализацию, логическое рассуждение, применение стратегий, аналитическое мышление, принятие решений и синтез. Развитие навыков решения проблем требует больше, чем просто знания предмета; оно требует сочетания понимания содержания и общих способностей решения проблем [15].

Исследования показывают, что по мере повышения психологической устойчивости и уверенности в себе улучшаются навыки решения проблем. Уверенность в себе также положительно коррелирует с академическими успехами и будущими карьерными перспективами. Уверенность в общении, в частности, тесно связана с развитием навыков трудоустройства [14]. Образовательные вмешательства, такие как театральное образование, значительно повышают у студентов как уверенность в себе, так и способность решать проблемы [16].

Лидерство – это многогранная концепция, которая включает мотивацию и руководство людьми для достижения общих целей. Эффективные лидеры обладают различными качествами, включая укрепление уверенности, повышение морального духа и способность понимать

человеческую психологию. Современное лидерство подчеркивает внутренние качества, такие как подлинность, бодрствование, гибкость, доброта и равновесие, делая акцент на важности самостоятельного лидерства как основе для руководства другими. Лидерские навыки имеют решающее значение для создания четких видений, эффективного общения и помощи сотрудникам в понимании их ролей и обязанностей [17].

Исследования, проведенные в Объединенных Арабских Эмиратах, обнаружили положительную корреляцию между лидерским потенциалом студентов бакалавриата и их самооценкой трудоустройства [18]. Аналогичное исследование в Малайзии показало, что лидерские качества оказывают самое сильное среди мягких навыков влияние на возможности трудоустройства выпускников [19]. Кроме того, исследование, изучающее качества лидера у студентов бакалавриата, показало, что все пять измерений лидерства (альтруистическое призвание, эмоциональное исцеление, мудрость, убедительное картирование и организационное управление) положительно коррелируют с воспринимаемым студентами трудоустройством [20]. Эти результаты подчеркивают важность интеграции развития лидерских навыков в учебные программы высшего образования для повышения трудоустройства выпускников.

Гибкость и адаптивность являются важнейшими навыками в современной динамичной рабочей среде. Эти навыки охватывают способность адаптироваться к изменениям, принимать решения, действовать независимо, проводить самооценку и корректироваться. Работодатели высоко ценят гибкость и адаптивность у кандидатов на работу, считая их одними из наиболее важных критериев во время собеседований. Организации с гибкими человеческими ресурсами и адаптивной культурой, как правило, более инновационны и восприимчивы к изменениям окружающей среды [21].

Концепция гибкости, основанная на способности сгибаться и выпрямляться, как дерево, подчеркивает индивидуальную ответственность за трудоустройство на современных рынках труда. Чтобы оставаться конкурентоспособными, компании ищут работников, которые могут быстро адаптироваться к изменениям рынка и вносить постоянный вклад в инновации. Недавние исследования подчеркивают важность навыков карьерной адаптации и трудоустройства для карьерного успеха студентов. Карьерная адаптивность положительно связана с навыками трудоустройства среди студентов-инженеров и необходимыми для четвертой промышленной революции [22].

Работа в команде – это высоко ценимый работодателями навык, который включает сотрудничество и эффективное групповое участие. Этот навык – один из важнейших мягких навыков, которыми должны обладать профессионалы, чтобы способствовать преемственности бизнеса в эпоху глобализации. Развитие навыков командной работы может положительно повлиять на самооценку студентов, что имеет решающее значение для их академического и профессионального успеха. Исследования показывают, что навыки командной работы и самооценка взаимосвязаны, а лидерские навыки можно развить с помощью управляемой групповой работы. Университетам рекомендуется интегрировать обучение командной работе и воспитание самооценки, чтобы вооружить студентов компетенциями, которые пригодятся им на протяжении всей жизни. Навыки командной работы являются предикторами самооценки среди студентов университетов. Чрезмерная уверенность в командной работе может привести к увеличению усилий и улучшению результатов как для работников, так и для компаний [23].

Непрерывное обучение – это процесс расширения знаний и навыков человека для адаптации к меняющимся требованиям работы и жизни. Оно включает в себя такие практики, как поиск обратной связи, участие в обучении и применение уроков из прошлого опыта в новых ситуациях. Навык непрерывного обучения ценен для работодателей, поскольку он помогает работникам адаптироваться к меняющимся требованиям рабочего места [24].

Важно отметить, что предоставление учащимся ответственности за свое обучение может повысить их способность к инновациям, самоуправлению и инициативе, что в итоге улучшает их самооценку. Исследования показывают положительную корреляцию между уровнем образования и воспринимаемой важностью работы. Обучение развитию карьеры существенно влияет на навыки трудоустройства, предполагая, что усиление поддержки в этой области повышает шансы студентов на приобретение трудоустраиваемых навыков. Недавние исследования подчеркивают, что студенты бизнес-факультетов оценивают навыки обучения как второй по важ-

ности навык трудоустройства, акцентируя внимание на активном непрерывном обучении для поддержания долгосрочной трудоустроенности [25].

Управление временем – это важный жизненный навык, который подразумевает эффективную организацию и использование своего времени для достижения личных и организационных целей. Этот навык существенно влияет на успеваемость и самооценку студентов. Исследования показали положительную корреляцию между навыками управления временем, самооценкой и средним баллом (GPA) среди студентов-медсестер. Эффективное управление временем необходимо для того, чтобы студенты преуспевали в учебе и справлялись со стрессом. Студенты с лучшими навыками управления временем, как правило, достигают более высоких средних баллов и оценок за курс, особенно по таким предметам, как финансовый учет. Важность управления временем выходит за рамки академической сферы, поскольку это ценный навык, востребованный работодателями в различных областях. Развитие сильных навыков управления временем может положительно влиять на самооценку студентов и их общие академические достижения, готовя их к будущему профессиональному успеху [26].

Хотя мягкие навыки играют важную роль в профессиональной жизни, анализ существующих исследований показывает, что не все из них одинаково влияют на успешность трудоустройства. Возникает предположение, что некоторые мягкие навыки имеют большую значимость в зависимости от специальности. Таким образом, можно сформулировать гипотезу H2: для каждой специальности существуют специфические мягкие навыки, которые напрямую связаны с уровнем уверенности в успешном трудоустройстве.

Современные исследования все чаще указывают на то, что профессиональный успех определяется не изолированными компетенциями, а их синергетическим взаимодействием. Комбинация различных навыков формирует уникальный профессиональный профиль, повышающий конкурентоспособность специалиста на динамичном рынке труда.

Многочисленные исследования подтверждают важность сочетания различных навыков для достижения профессионального успеха. Так, в сфере управления бизнесом особо востребованы такие компетенции, как работа в команде, принятие решений и критическое мышление [27]. В области образования подчеркивается значение командной работы и навыков непрерывного обучения [28].

Таким образом, можно выдвинуть следующую гипотезу H3: существуют определенные комбинации мягких навыков, оказывающие наиболее существенное влияние на уверенность в успешном трудоустройстве.

Исследования демонстрируют прямую связь между выбранной областью обучения и уровнем уверенности в будущем трудоустройстве. Так, например, студенты бизнес-дисциплин, как правило, демонстрируют более высокий уровень уверенности по сравнению со студентами гуманитарных наук и искусств [29]. Эти различия могут быть обусловлены различными факторами, такими как спрос на рынке труда, престиж профессии и ожидаемая заработная плата. Исходя из этих данных, можно выдвинуть следующую гипотезу H4: уровень уверенности в дальнейшем трудоустройстве напрямую зависит от направления подготовки.

2. Описательная статистика. Для начала рассмотрим сводную таблицу 1, отражающую распределение респондентов по факультетам.

Таблица 1 – Распределение респондентов по факультетам

Название факультета	Всего
Педагогический институт им. У. Султангазина	129
Факультет сельскохозяйственных наук	142
Факультет социально-гуманитарных наук	32
Факультет машиностроения, энергетики и информационных технологий	153
Факультет экономики и права	82
Всего	538
Примечание: Составлено авторами на основе данных онлайн-опроса.	

Из данных таблицы 1 можно сделать следующие выводы:

- ♦ наибольшее количество респондентов приняли участие в опросе с факультета машиностроения, энергетики и информационных технологий и факультета сельскохозяйственных наук;
- ♦ наименьшее количество респондентов приняли участие в опросе с факультета социально-гуманитарных наук.

Всего в опросе участвовало 538 студентов. При разработке исследовательских вопросов наше исследование напрямую спрашивало студентов о том, насколько они уверены по пяти-балльной шкале в своих навыках и в получении работы после окончания вуза.

В таблице 2 представлены средние значения (X) и стандартные отклонения (σ) семи мягких навыков и уверенности в трудоустройстве по пяти факультетам университета:

1) средние значения мягких навыков и уверенности в трудоустройстве варьируются по разным факультетам университета;

2) стандартные отклонения показывают разброс значений вокруг среднего, причем для некоторых навыков, например, «Уверенность найти работу», этот разброс более выраженный (* отмечены результаты с высоким стандартным отклонением).

Таблица 2 – Описательная статистика в зависимости от факультета обучения

Навык/Факультет	ПИ		ФСХН		ФСГН		ФМЭиИТ		ФЭиП	
	X	σ	X	σ	X	σ	X	σ	X	σ
Коммуникация	3,5	0,71	3,51	0,8	3,56	0,72	3,38	0,79	3,37	0,79
Решение проблем	3,55	0,77	3,63	0,74	3,41	0,67	3,58	0,82	3,5	0,77
Лидерские качества	3,31	0,83*	3,54	0,87	3,38	0,75	3,3	0,88*	3,29	0,87*
Гибкость и адаптивность	3,55	0,72	3,65	0,85	3,62	0,87	3,54	0,8	3,46	0,74
Работа в команде	3,69	0,83	3,74	0,86	3,69	0,86	3,58	0,8	3,59	0,77
Постоянное обучение	3,56	0,79	3,53	0,81	3,75	0,92	3,33	0,83	3,52	0,77
Управление временем	3,22	0,84*	3,27	0,91*	3,44	0,67	3,18	0,85*	3,2	0,81*
Уверенность найти работу	3,77	0,82	3,51	1,02*	3,34	1,21*	3,56	0,96*	3,44	0,89*

Примечание: Составлено авторами на основе данных онлайн-опроса, полученных в результате анализа в программе R-Studio.

Вывод: результаты показывают, что студенты разных факультетов имеют различные уровни развития мягких навыков и уверенности в трудоустройстве. Возможно, это может быть связано как с особенностями программ обучения на разных факультетах, так и с индивидуальными особенностями студентов. Для повышения общего уровня подготовки студентов к будущей карьере, возможно, стоит уделить внимание развитию определенных навыков на всех факультетах.

3. Корреляционный анализ. Для определения силы связи между софт-скилами и уверенностью в трудоустройстве студентов был использован коэффициент корреляции по Спирману (* отмечен средний коэффициент корреляции). Результаты представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Коэффициент корреляции между софт-скилами и уверенностью в трудоустройстве

Навык	ПИ	ФСХН	ФСГН	ФМЭиИТ	ФЭиП
Коммуникация	0,27	0,25	0,40*	0,36*	0,16
Решение проблем	0,23	0,28	0,19	0,40*	0,44*
Лидерские качества	0,19	0,29	0,25	0,25	0,29
Гибкость и адаптивность	0,17	0,31*	0,14	0,38*	0,38*
Работа в команде	0,08	0,33*	0,37*	0,27	0,28
Постоянное обучение	0,16	0,37*	0,15	0,38*	0,34*
Управление временем	0,11	0,31*	0,06	0,30*	0,29

Примечание: Составлено авторами на основе данных онлайн-опроса, полученных в результате анализа в программе R.

1) В целом наблюдается положительная корреляция между софт-скилами и уверенностью в трудоустройстве на всех факультетах. Это означает, что чем более развиты у студентов мягкие навыки, тем выше их уверенность в том, что они смогут найти работу по специальности.

2) Сила связи варьируется в зависимости от навыка и факультета. Наиболее высокие средние коэффициенты корреляции между навыками и уверенностью в трудоустройстве наблюдаются у студентов факультета ФМЭиИТ. Это может быть связано с тем, что на этих факультетах учебные программы в большей степени ориентированы на развитие мягких навыков. Самая слабая взаимосвязь между софт-скилами и уверенностью в трудоустройстве наблюдается у студентов педагогического института.

Выводы:

1) развитие софт-скилов является важным фактором, повышающим уверенность студентов в успешном трудоустройстве;

2) влияние разных софт-скилов на уверенность в трудоустройстве может отличаться в зависимости от специфики факультета.

Эти особенности необходимо учитывать при разработке программ подготовки студентов, делая акцент на развитии наиболее востребованных на рынке труда мягких навыков. Таким образом, гипотеза H1 исследования подтверждается: существует взаимосвязь между софт-скилами и уверенностью в дальнейшем трудоустройстве, причем эта взаимосвязь зависит от направления подготовки (факультета).

4. Регрессионный анализ. Чтобы выяснить, какие мягкие навыки больше всего влияют на уверенность в дальнейшем трудоустройстве, рассмотрим таблицу 4, где:

♦ β – коэффициент регрессии, показывает изменение в значении зависимой переменной (уверенность в трудоустройстве) при изменении независимой переменной (софт-скилы) на одну единицу.

♦ p-value – используется для оценки статистической значимости полученных коэффициентов регрессии. Значимость коэффициентов:

*- уровень значимости 0.05

** - уровень значимости 0.01

Из таблицы 4 видно, что навыки, оказывающие статистическую значимость на зависимую переменную на разных факультетах, это:

1) ПИ – коммуникация;

2) ФСГН – коммуникация;

3) ФМЭиИТ – решение проблем, постоянное обучение.

Стоит отметить, что существует статистически значимая отрицательная связь между уровнем лидерских качеств и уровнем уверенности в трудоустройстве. Это означает, что по мере увеличения лидерских качеств, значение уверенности уменьшается.

4) ФЭиП – решение проблем;

5) ФСХН – не выявлено статистически значимых зависимостей между софт-скилами и уверенностью в трудоустройстве.

Таблица 4 – Коэффициент регрессии между софт-скилами и уверенностью в трудоустройстве

Навык/ Факультет	ПИ		ФСХН		ФСГН		ФМЭиИТ		ФЭиП	
	β	p-value	β	p-value	β	p-value	β	p-value	β	p-value
Коммуникация	0.288	0,037*	-0.023	0,871	1.347	0,037*	0.052	0,715	-0,239	0,128
Решение проблем	0.041	0,757	-0.037	0,839	-0.512	0,485	0.414	0,003**	0,579	0,001**
Лидерские качества	0.046	0,720	-0.023	0,876	-0.444	0,353	-0.252	0,036*	-0,043	0,779
Гибкость и адаптивность	-0.030	0,829	0.075	0,586	-0.425	0,352	0.114	0,370	0,096	0,589
Работа в команде	-0.067	0,563	0.154	0,289	0.719	0,210	0.011	0,927	0,144	0,333
Постоянное обучение	0.097	0,456	0.256	0,083	-0.614	0,157	0.289	0,009**	0,159	0,286
Управление временем	-0.005	0,962	0.153	0,220	0.6776	0,240	0.049	0,634	0,060	0,693

Примечание: Составлено авторами на основе данных онлайн-опроса, полученных в результате анализа в программе R-Studio.

Вывод: результаты регрессионного анализа показывают, что различные софт-скилы имеют разное влияние на уверенность студентов в трудоустройстве в зависимости от факультета. Таким образом, мы подтвердили гипотезу H2 и выяснили, какие именно мягкие навыки наиболее существенно влияют на уверенность в успешном трудоустройстве.

В современных условиях все более очевидной становится необходимость комплексного подхода к развитию компетенций. Сочетание различных навыков создает комплексный профиль, который привлекает работодателей и позволяет адаптироваться к меняющимся условиям рынка труда, открывая новые возможности. Таким образом, развитие нескольких навыков одновременно не только обогащает профессиональный опыт, но и формирует устойчивую основу для карьерного роста.

В таблице 5 приведены статистически значимые комбинации предикторов, влияющих на уверенность в трудоустройстве для всех специальностей. Важно отметить, что между различными навыками наблюдается сложная взаимосвязь. Некоторые комбинации усиливают друг друга (№ 2, 3, 7, 8). Это означает, что совместное наличие этих навыков оказывает более сильное положительное влияние на уверенность в поиске работы, чем каждый из них в отдельности. Другие комбинации, напротив, демонстрируют ослабление эффекта (№ 1, 4, 5, 6, 9). Это может указывать на то, что в определенных случаях избыток лидерских качеств в сочетании с работой в команде может снижать уверенность.

Навыки коммуникации, гибкости и адаптивности, неизменно присутствующие во всех значимых комбинациях, подчеркивают свою ключевую роль в формировании уверенности в поиске работы. Лидерские качества также вносят существенный вклад в этот процесс.

Таблица 5 – Комбинации предикторов, влияющих на уверенность в трудоустройстве для всех специальностей

	Комбинации предикторов	β	p-value
1	Коммуникация: гибкость и адаптивность	-162,61652	0,0376*
2	Коммуникация: лидерские качества: гибкость и адаптивность	72,58840	0,0480*
3	Коммуникация: гибкость и адаптивность: работа в команде	38,37512	0,0410*
4	Коммуникация: лидерские качества: гибкость и адаптивность: работа в команде	-18,48436	0,0360*
5	Решение проблем: лидерские качества: гибкость и адаптивность: работа в команде	-14,45669	0,0489*
6	Коммуникация: лидерские качества: гибкость и адаптивность: постоянное обучение	-24,14907	0,0404*
7	Коммуникация: решение проблем: лидерские качества: гибкость и адаптивность: работа в команде	4,77099	0,0294*
8	Коммуникация: лидерские качества: гибкость и адаптивность: работа в команде: постоянное обучение	5,78934	0,0202*
9	Коммуникация: решение проблем: лидерские качества: гибкость и адаптивность: работа в команде: постоянное обучение	-1,49883	0,0467*
Примечание: Составлено авторами на основе данных онлайн-опроса, полученных в результате анализа в программе R.			

Вывод: результаты анализа комбинаций предикторов подтверждают важность сочетания определенных софт-скилов для формирования уверенности студентов в трудоустройстве. Таким образом, мы подтвердили гипотезу H3 и выяснили, какие комбинации мягких навыков наиболее существенно влияют на уверенность в успешном трудоустройстве.

5) Дисперсионный анализ. Исследования показывают, что существует разница в уровне уверенности в будущем трудоустройстве в зависимости от области учебы или профессии. Для подтверждения гипотезы был применен дисперсионный анализ (ANOVA). Полученное значение статистики Фишера ($F = 2.391$) при уровне значимости $p = 0.0498$ позволило отвергнуть нулевую гипотезу о равенстве средних значений уверенности в трудоустройстве между различ-

ными факультетами. Таким образом, эмпирические данные подтверждают гипотезу Н4 о том, что уровень уверенности в дальнейшем трудоустройстве напрямую зависит от направления подготовки.

Рисунок 2 поможет наглядно выявить различия между специальностями и понять, какие из них имеют наиболее высокий или низкий уровень уверенности в будущем трудоустройстве.

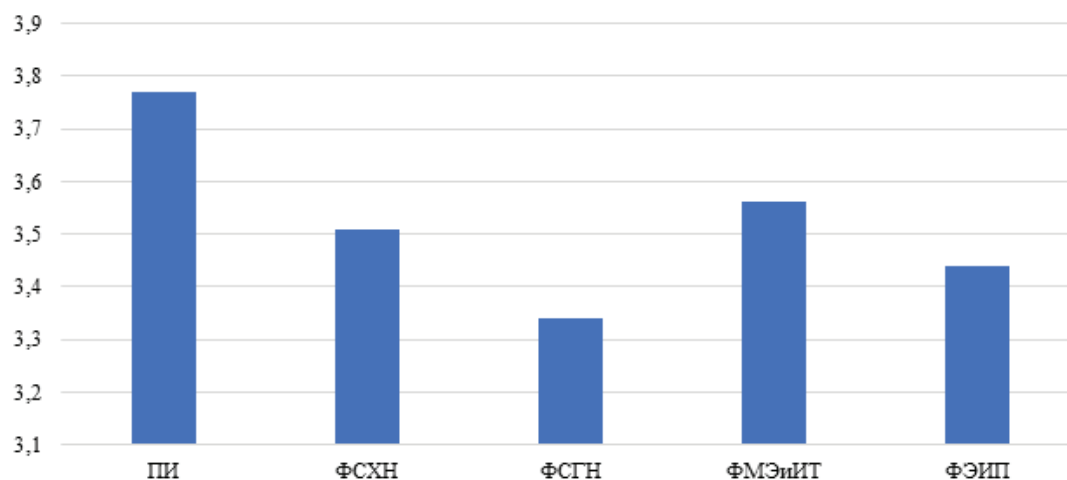


Рисунок 2 – Сравнение уверенности в трудоустройстве между разными специальностями

Примечание: Составлено авторами на основе данных онлайн-опроса, полученных в результате анализа в программе R.

Заключение

Исследование о влиянии софт-скилов на уверенность студентов в трудоустройстве представляет существенный вклад в понимание значимости развития мягких навыков для успешной карьеры. В рамках данного исследования были подтверждены следующие гипотезы:

Н1: существует взаимосвязь между мягкими навыками и уверенностью в дальнейшем трудоустройстве, которая зависит от направления подготовки (факультета);

Н2: для каждой специальности существуют специфические мягкие навыки, которые напрямую связаны с уровнем уверенности в успешном трудоустройстве;

Н3: существуют определенные комбинации мягких навыков, оказывающие наиболее существенное влияние на уверенность в успешном трудоустройстве;

Н4: уровень уверенности в дальнейшем трудоустройстве напрямую зависит от направления подготовки.

На основе этих результатов рекомендуется:

1) включить развитие мягких навыков в образовательные программы всех факультетов университета.

2) уделить особое внимание развитию навыков, которые имеют наиболее сильную связь с уверенностью в трудоустройстве на конкретном факультете.

3) разработать программы развития мягких навыков, ориентированные на различные комбинации этих навыков.

4) проводить мониторинг эффективности программ развития мягких навыков на разных факультетах.

Полученные результаты могут быть использованы для улучшения образовательных программ с целью повышения конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Данное исследование является лишь частью более обширного проекта, следующим этапом которого будет изучение того, как развитие мягких навыков влияет на фактическое трудоустройство выпускников с целью проведения сопоставительного анализа.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Muhammad A. Factor Analysis of the Companies Demands to the Polytechnic Graduates in Indonesia // *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*. 2019. No. 25(1). P. 117–121.
- 2 Padhi P. Integrating soft skill training in professional courses for sustainable employment: an overview // *BOHR International Journal of Social Science and Humanities Research*. 2022. No. 1(1). P. 17–24.
- 3 Бондарева Л.В., Потемкина Т.В., Саулембекова Г.С. Влияние «мягких» навыков на готовность к самостоятельному трудоустройству: опыт самооценки будущих инженеров // *Высшее образование в России*. – 2022. – Том 30. – № 12. – С. 59–74.
- 4 Уразова Б.А. Образовательное несоответствие и рынок труда в республике Казахстан // *Вестник университета «Туран»*. – 2022. – № 1. – С. 284–296.
- 5 Кюрегян А.Л., Хусаинова М.А. Гибкие навыки как ключевые компетенции, повышающие конкурентоспособность выпускников вузов // *Вестник Самарского Государственного Технического Университета. Серия «Психолого-педагогические науки»*. – 2022. – № 19(4). – С. 113–120.
- 6 Beaumont E., Gedye S., Richardson S. “Am I employable?”: Understanding students’ employability confidence and their perceived barriers to gaining employment // *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. 2016. No. 19. P. 1–9.
- 7 Benabou R., Tirole J. Self-Confidence and Personal Motivation // *The Quarterly Journal of Economics*. 2002. No. 117(3). P. 871–915.
- 8 Asefer A., Abidin Z. Soft skills and graduates’ employability in the 21st century from employers’ perspectives: a review of literature // *International Journal of Infrastructure Research and Management*. 2021. No. 9(2). P. 44–59.
- 9 Abisheva A.Y., Yeralina E.M. Soft skills of bachelor degree students: analysis of sources by gender for employment // *Central Asian Economic Review*. 2022. No. 1. P. 60–72.
- 10 Гельманова З.С., Мажитова С.К. Гибкие компетенции: возможности трудоустройства выпускников // *Государство и бизнес: теория и практика управления*. – 2023. – № 6. – С. 21–28.
- 11 Husni A., Albert A. Developing Soft Skills in Teaching PAI // *BICC Proceedings*. 2023. No. 1. P. 76–84.
- 12 Fernandez F., Liu H. Examining relationships between soft skills and occupational outcomes among U.S. adults with and without university degrees // *Journal of Education and Work*. 2019. No. 32(8). P. 650–664.
- 13 Kumar S. The Study about Communication Skill: A Prerequisite for Engineers // *World Journal of English Language*. 2022. No. 12(3). P. 96.
- 14 Parveen S., Iqbal A., Farid M.F. Communication Confidence and Employability Skills Between Students of English Works and BS English Program: A Comparative Analysis // *Global Digital & Print Media Review*. 2023. No. VI(I). P. 254–263.
- 15 Rahman M.M. 21st Century Skill “Problem Solving”: Defining the Concept // *Asian Journal of Interdisciplinary Research*. 2019. No. 2(1). P. 64–74.
- 16 Cicek V., Palavan O. Impact of Drama Education on the Self-Confidence and Problem-Solving Skills of Students of Primary School Education // *Kastamonu Education Journal*. 2017. No. 25(1). P. 187–202.
- 17 Nandasinghe G. Leadership and Organization Performance: A Review on Theoretical and Empirical Perspectives // *Global Journal of Management and Business Research*. 2020. No. 20(4). P. 25–30.
- 18 Shomotova A., Karabchuk T., Ibrahim A. Leadership potential and self-perceived employability of undergraduate students in the United Arab Emirates // *International Journal of Educational Research Open*. 2024. No. 7. P. 100335.
- 19 Abdullah A.R., Muhammad M.Z., Md Nasir N.A. The Role of Soft Skills on Business Graduates Employability // *Journal of Entrepreneurship and Business*. 2021. No. 7(2). P. 83–94.
- 20 Yue X. The Impact of Undergraduates Servant Leadership on Their Employability // *Sage Open*. 2024. No. 14(2). P. 2158–2440.
- 21 Vendolska I. Flexible Graduate is Successful Graduate. Key Factors of Successful Job Interview, Results of a Comparative Analysis // *Journal of Competitiveness*. 2016. No. 8(2). P. 87–102.
- 22 Omar M.K. Relationship Between Career Adaptability and Employability Skills: Towards Engineering Graduates Career Development // *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2023. No. 13(12). P. 5026–5039.
- 23 De Prada E., Mareque M., Pino-Juste M. Self-Esteem among University Students: How It Can Be Improved through Teamwork Skills // *Education Sciences*. 2024. No. 14(1). P. 108.
- 24 Määttä K., Königäs M. The Basics of Continuous Learning Pedagogy // *Education and Society*. 2021. No. 39(1). P. 81–96.

- 25 Mainga W. et al. Graduate Employability of Business Students // *Administrative Sciences*. 2022. No. 12(3). P. 72.
- 26 Pehlivan A. The Effect of the Time Management Skills of Students Taking a Financial Accounting Course on their Course Grades and Grade Point Averages // *International Journal of Business and Social Science*. 2013. No. 4(5). P. 196–203.
- 27 Majid S. Importance of Soft Skills for Education and Career Success // *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education*. 2012. No. 2(2). P. 1036–1042.
- 28 Tang K.N. The importance of soft skills acquisition by teachers in higher education institutions // *Kasetsart Journal of Social Sciences*. 2020. No. 41. P. 22–27.
- 29 Schulz J.F., Thöni C. Overconfidence and Career Choice // *PLoS ONE*. 2016. No. 11(1). P. e0145126.

REFERENCES

- 1 Muhammad A. (2019) Factor Analysis of the Companies Demands to the Polytechnic Graduates in Indonesia // *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*. No. 25(1). P. 117–121. (In English).
- 2 Padhi P. (2022) Integrating soft skill training in professional courses for sustainable employment: an overview // *BOHR International Journal of Social Science and Humanities Research*. No. 1(1). P. 17–24. (In English).
- 3 Bondareva L.V., Potemkina T.V., Saulembekova G.S. (2022) Vliyanie «mjagkih» navykov na gotovnost' k samostojatel'nomu trudoustrojstvu: opyt samoocenki budushhih inzhenerov // *Vysshee obrazovanie v Rossii*. V. 30. No. 12. P. 59–74. (In Russian).
- 4 Urazova B.A. (2022) Obrazovatel'noe nesootvetstvie i rynek truda v respublike Kazahstan // *Vestnik universiteta «Turan»*. No. 1. P. 284–296. (In Russian).
- 5 Kjuregian A.L., Husainova M.A. (2022) Gibkie navyki kak kljuchevye kompetencii, povyshajushhie konkurentnosposobnost' vypusnikov vuzov // *Vestnik Samarskogo Gosudarstvennogo Tehnicheskogo Universiteta. Serija «Psichologo-pedagogicheskie nauki»*. No. 19(4). P. 113–120. (In Russian).
- 6 Beaumont E., Gedye S., Richardson S. (2016) “Am I employable?”: Understanding students' employability confidence and their perceived barriers to gaining employment // *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*. No. 19. P. 1–9. (In English).
- 7 Benabou R., Tirole J. (2002) Self-Confidence and Personal Motivation // *The Quarterly Journal of Economics*. No. 117(3). P. 871–915. (In English).
- 8 Asefer A., Abidin Z. (2021) Soft skills and graduates' employability in the 21st century from employers' perspectives: a review of literature // *International Journal of Infrastructure Research and Management*. No. 9(2). P. 44–59. (In English).
- 9 Abisheva A.Y., Yeralina E.M. (2022) Soft skills of bachelor degree students: analysis of sources by gender for employment // *Central Asian Economic Review*. No. 1. P. 60–72. (In English).
- 10 Gel'manova Z.S., Mazhitova S.K. (2023) Gibkie kompetencii: vozmozhnosti trudoustrojstva vypusnikov // *Gosudarstvo i biznes: teorija i praktika upravlenija*. No. 6. P. 21–28. (In Russian).
- 11 Husni A., Albert A. (2023) Developing Soft Skills in Teaching PAI // *BICC Proceedings*. No. 1. P. 76–84. (In English).
- 12 Fernandez F., Liu H. (2019) Examining relationships between soft skills and occupational outcomes among U.S. adults with—and without—university degrees // *Journal of Education and Work*. No. 32(8). P. 650–664. (In English).
- 13 Kumar S. (2022) The Study about Communication Skill: A Prerequisite for Engineers // *World Journal of English Language*. No. 12(3). P. 96. (In English).
- 14 Parveen S., Iqbal A., Farid M.F. (2023) Communication Confidence and Employability Skills Between Students of English Works and BS English Program: A Comparative Analysis // *Global Digital & Print Media Review*. No. VI(I). P. 254–263. (In English).
- 15 Rahman M.M. (2019) 21st Century Skill “Problem Solving”: Defining the Concept // *Asian Journal of Interdisciplinary Research*. No. 2(1). P. 64–74. (In English).
- 16 Cicek V., Palavan O. (2017) Impact of Drama Education on the Self-Confidence and Problem-Solving Skills of Students of Primary School Education // *Kastamonu Education Journal*. No. 25(1). P. 187–202. (In English).
- 17 Nandasinghe G. (2020) Leadership and Organization Performance: A Review on Theoretical and Empirical Perspectives // *Global Journal of Management and Business Research*. . No. 20(4). P. 25–30. (In English).
- 18 Shomotova A., Karabchuk T., Ibrahim A. (2024) Leadership potential and self-perceived employability of undergraduate students in the United Arab Emirates // *International Journal of Educational Research Open*. No. 7. P. 100335. (In English).

- 19 Abdullah A.R., Muhammad M.Z., Md Nasir N.A. (2021) The Role of Soft Skills on Business Graduates Employability // Journal of Entrepreneurship and Business. No. 7(2). P. 83–94. (In English).
- 20 Yue X. (2024) The Impact of Undergraduates Servant Leadership on Their Employability // Sage Open. No. 14(2). P. 2158–2440. (In English).
- 21 Vendolska I. (2016) Flexible Graduate is Successful Graduate. Key Factors of Successful Job Interview, Results of a Comparative Analysis // Journal of Competitiveness. No. 8(2). P. 87–102. (In English).
- 22 Omar M.K. (2023) Relationship Between Career Adaptability and Employability Skills: Towards Engineering Graduates Career Development // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. No. 13(12). P. 5026-5039. (In English).
- 23 De Prada E., Mareque M., Pino-Juste M. (2024) Self-Esteem among University Students: How It Can Be Improved through Teamwork Skills // Education Sciences. No. 14(1). P. 108. (In English).
- 24 Määttä K., Köngäs M. (2021) The Basics of Continuous Learning Pedagogy // Education and Society. No. 39(1). P. 81–96. (In English).
- 25 Mainga W. et al. (2022) Graduate Employability of Business Students // Administrative Sciences. No. 12(3). P. 72. (In English).
- 26 Pehlivan A. (2013) The Effect of the Time Management Skills of Students Taking a Financial Accounting Course on their Course Grades and Grade Point Averages // International Journal of Business and Social Science. No. 4(5). P. 196–203. (In English).
- 27 Majid S. (2012) Importance of Soft Skills for Education and Career Success // International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education. No. 2(2). P. 1036–1042. (In English).
- 28 Tang K.N. (2020) The importance of soft skills acquisition by teachers in higher education institutions // Kasetsart Journal of Social Sciences. No. 41. P. 22–27. (In English).
- 29 Schulz J.F., Thöni C. (2016) Overconfidence and Career Choice // PLoS ONE. No. 11(1). P. e0145126. (In English).

АМАНТАЕВА Р.К.,*¹

докторант.

*e-mail: raunur88@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4461-7622

САРТАНОВА Н.Т.,¹

э.ф.к., доцент.

e-mail: nalimas@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4342-1134

БЕКТУРГАНОВА Р.Ч.,¹

п.ф.д., профессор.

e-mail: rimma.bekturganova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8013-779X

БАЙЖАНОВА Л.А.-Н.,¹

э.ф.м., аға оқытушы.

e-mail: L.bayzhanova@bk.ru

ORCID ID: 0009-0002-2381-0359

¹А. Байтұрсынұлы атындағы

Қостанай өңірлік университеті,

Қостанай, Қазақстан

СТУДЕНТТЕРДІ ОДАН ӘРІ ЖҰМЫСҚА ҚАМТУҒА СЕНІМДІЛІККЕ ЖҰМСАҚ СКИЛЛДІҢ ӘСЕРІН ЗЕРТТЕУ

Андатпа

Қазіргі серпінді дамып келе жатқан әлемде кәсіби саладағы «жұмсақ дағдылардың» (софт дағдылары) рөлі туралы мәселе ерекше өзекті болып табылады. Бұл зерттеуде жұмсақ дағдылар мен студенттердің кәсіби болашағына деген сенімі арасындағы байланысты талдауға назар аударылды. Зерттеудің мақсаты – еңбек нарығында сұранысқа ие жұмсақ дағдыларды анықтау, сондай-ақ олардың студенттердің өз мамандығы бойынша жұмыс табу қабілетіне сенім деңгейіне әсерін бағалау. Осы мақсатқа жету үшін Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университетінің әртүрлі білім беру бағдарламалары бойынша білім алып жатқан 538 3 және 4 курс студенттеріне сауалнама жүргізілді. Деректерді талдау R-Studio бағдарламасында статистикалық әдістерді қолдану арқылы жүргізілді. Зерттеудің өзіндік ерекшелігі болашақ мамандарды

дайындаудың әртүрлі бағыттарын ескере отырып, жұмсақ дағдылардың жұмысқа орналасуға деген сеніміне әсерін зерттеудің кешенді тәсілінде жатыр. Алынған нәтижелердің білім беру бағдарламаларын жетілдіру үшін практикалық маңызы болуы мүмкін, еңбек нарығында сұранысқа ие «жұмсақ дағдыларды» дамытуға баса назар аударылады, бұл студенттердің өз бетінше жұмысқа дайындық деңгейін арттырады. Бұл зерттеу еңбек нарығында қандай жұмсақ дағдыларға сұраныс көп екенін, респонденттердің пікірлерін және олардың дамуы студенттердің табысты жұмысқа деген сеніміне қалай әсер ететінін анықтауға көмектеседі, бұл жұмсақ дағдылардың студенттердің мансаптық перспективаларына әсері туралы түсінікті кеңейтеді. Алынған нәтижелерді еңбек нарығында түлектердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында білім беру бағдарламаларын жетілдіруге пайдалануға болады. Сондай-ақ студенттерге табысты жұмыс табу және мансап құру үшін қажетті дағдыларды дамытуға көмектесу.

Тірек сөздер: софт-скилл, жұмсақ дағдылар, жұмысқа деген сенімділік, студенттер, кәсіби перспективалар, статистикалық талдау.

AMANTAIEVA R.K.,*¹

PhD student.

*e-mail: raunur88@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4461-7622

SARTANOVA N.T.,¹

c.e.s., associate professor.

e-mail: nalimas@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-4342-1134

BEKTURGANOVA R.CH.,¹

d.p.s., professor.

e-mail: rimma.bekturganova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-8013-779X

BAIZHANOVA L.A-N.,¹

m.e.s., senior lecturer.

e-mail: L.bayzhanova@bk.ru

ORCID ID: 0009-0002-2381-0359

¹Akhmet Baitursynuly

Kostanay Regional University,

Kostanay, Kazakhstan

RESEARCH OF THE INFLUENCE OF SOFT SKILLS ON CONFIDENCE IN FURTHER EMPLOYMENT OF STUDENTS

Abstract

In today's dynamically developing world, the role of “soft skills” in the professional sphere is of particular relevance. In this study, attention was focused on the analysis of the relationship between soft skills and students' confidence in their professional prospects. The purpose of the study is to identify the most popular soft skills in the labor market, as well as to assess their impact on the level of students' confidence in the possibility of finding a job in their specialty. To achieve this goal, a survey was conducted among 538 3rd and 4th-year students of the Kostanay Regional University named after Akhmet Baitursynuly, studying in various educational programs. Data analysis was carried out using statistical methods in the R-Studio program. The originality of the study lies in the integrated approach to studying the impact of soft skills on confidence in employment, taking into account the various areas of training of future specialists. The obtained results may have practical significance for improving educational programs, focusing on the development of the most in-demand “soft skills” in the labor market, which will improve the level of students' preparation for independent employment. This study will determine which soft skills are most in-demand in the labor market, the opinion of respondents and how their development affects students' confidence in successful employment, which will expand the understanding of the influence of soft skills on students' career prospects. The obtained results can be used to improve educational programs in order to increase the competitiveness of graduates in the labor market as well as helping students develop the skills necessary for a successful job search and career building.

Key words: soft skill, soft skills, job confidence, students, vocational prospects, statistical analysis.

Дата поступления статьи в редакцию: 05.07.2024

IRSTI 82.17.25
UDC 658.336
JEL J24, O15

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2024-1-4-242-252>

KUDAIBERGENOV ZH.B.,*¹

PhD, senior lecturer.

*e-mail: zhandos.kudaibergen@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-7927-8747

BOLATOVA B.ZH.,¹

PhD, associate professor.

e-mail: botagos.bolatova@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0003-1597-0555

TAIZHANOV L.T.,²

PhD, senior lecturer.

e-mail: tayzhanov1988@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5067-6530

KUNURKULZHAYEVA G.,¹

c.e.s., associate professor.

e-mail: gkunurkulzhayeva@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-0042-7341

¹K. Zhubanov Aktobe Regional University,

Aktobe, Kazakhstan

²Khoja Akhmet Yassawi International

Kazakh-Turkish University,

Turkistan, Kazakhstan

MECHANISMS FOR IMPLEMENTING HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PRACTICES AT A REGIONAL UNIVERSITY

Abstract

Human resource management practices are critical in determining the effectiveness, organizational culture and productivity of organizations and universities in particular. Because of the need to improve the competitiveness of higher education organizations, to meet the rapid growth of technology and the new emerging needs of faculty and staff, it is important to focus on effective human resource management practices. The purpose of this study is to identify and analyse the processes by which human resource management practices are implemented at a regional university. In this way, the study is able to determine the current state of the human resource management practices, problems and conditions that can improve or limit the process of human resource management strategies in the university context. A qualitative research method was used to conduct an in-depth analysis of HR management practices at the university. A total of 11 interviews were conducted with participants selected for their roles and procedures for implementing human resource management practices. The collected qualitative data were analyzed using NVivo software with the help of the thematic analysis, whereby the data were coded to identify themes and patterns. The results confirm the importance of effective HR management practices at the university, especially their impact on increasing job satisfaction, reducing employee turnover and improving the organization image. The qualitative results indicate the positive results of implementing HR management practices to improve positive organizational performance. This study is important because it fills a research gap that has not been effectively explored in the literature on human resource management at the universities.

Key words: HR resource management practices, human resource management, implementation mechanisms, university, recruitment, selection, performance management.

Introduction

Human Resource Management (HRM) practices are central to determining the efficiency, culture, and performance of organizations, including universities. Since higher education institutions are under pressure to increase their competitiveness, to cope with the fast-growing technological environment, and to satisfy new and growing needs of students and academics, the role of proper HRM practices is

crucial. The nature of operations of universities presents a number of challenges and opportunities to HRM due to the fact that universities are a convergence of academic and administrative departments. Knowledge of how these practices is being put into practice in universities may be useful in enhancing the operational efficiency of the universities and attaining strategic objectives.

HR management is a strategic corporate function which is highly important in the context of organizations like regional universities. Thus, the application of the best practices of HRM in such environments is critical to the realization of institutional objectives, staff productivity, and effective learning environment. Regional universities are other institutions that experience some challenges in recruiting and retaining competent human resources given the regional characteristics and financial constraints. HRM practices aid in the process of talent acquisition and management, which in turn is crucial for the sustenance of high academic standards and organizational efficiency [1].

Professional growth is essential for the faculty and staff to be acquainted with the modern approaches to teaching and research, and the latest innovations in the field of administration. HRM practices support the development of human resources by promoting the design and delivery of professional development initiatives relevant to the university's workforce. Appropriate performance standards and feedback systems facilitate the achievement of the university's strategic goals in relation to the performance of faculties and staffs. Effective HRM practices help in establishing and implementing good performance appraisal systems that reward high performers and help in identifying areas of poor performance. HRM practices are very central when it comes to the formulation of a working environment that will enhance the welfare of the employees and their satisfaction with their jobs. This in turn increases efficiency and decreases turnover rates thus leading to the stability of the university and in turn growth [2].

There is a growth in the complexity of HRM in universities because of the complexity of organizational structures, the need for competitiveness, and changing educational needs. Current research calls for the increased importance of HRM practices in enhancing academic achievement, faculty contentment, and organizational efficiency [3].

The recruitment and selection strategies practiced in universities have continued to adopt the use of technology and big data in order to improve the processes and coverage. The new sources include e-recruitment platforms, social media, and artificial intelligence for attracting and selecting candidates [4]. These mechanisms do not only make the process of recruitment more efficient but also enhance the candidates' matching with the needs of the organization [5]. The staff development activities in universities aim at the promotion of staff learning and career advancement. Some of the ways through which these practices can be put into practice include the use of online learning platforms, workshops and mentorship programs [6]. The focus on group work and cross-disciplinary experiences for improving professional competencies and developing connections with other scholars is also increasing [7]. The process of performance management has developed into more comprehensive and ongoing procedures. Formal performance management is now moving from the traditional once-a-year performance review combined with feedback, peer review and self-assessment [8]. There is a significant increase in the application of technology in monitoring and assessment of performances and development of plans of action [9]. This is due to the fact that compensation and benefits are structured to be competitive as well as flexible in a bid to attract and maintain quality employees. Some of the ways include market rates, performance bonuses, and other incentives, and benefits structures [10]. Besides, organizations have also started providing more non-pecuniary incentives like flexibility to work from home and corporate wellness programs to improve the quality of work life [11]. Some of the measures of good employee relations practices include the promotion of a healthy work environment. These are the employee engagement surveys, channels of communication, and conflict solving procedures [12].

Culture plays a major role in the application of HRM practices in universities. The environment that supports teamwork, creativity, and diversity can help to implement the modern approach to HRM [13]. On the other hand, if the organization has a hierarchical or fragmented culture, then it may pose a challenge to the efforts mentioned above [14]. The legal systems which include national labor laws and policies affecting higher education affect the implementation of the HRM practice. Employment standards, equal opportunity legislation as well as the accreditation standards must be met by universities [15]. The legal factors may make universities change their HRM practices to meet the legal requirements and satisfy the market demands [16]. Some of the difficulties that

universities encounter when implementing HRM practices include the resistance to change, lack of adequate finances, and how to manage a diverse employees' population [17]. Strategizing on change management, fundraising for HR development programs, and increasing diversity are essential in addressing these challenges [18]. The application of HRM practices has been associated with enhanced faculty and staff productivity, satisfaction, and organizational performance [19]. Farhan & Hatem mentioned that when HRM practices are effectively implemented, then employees are more engaged, organizations experience lower turnover and the institutional reputation is boosted [20].

These literatures point to the significance of HRM practices within organizations and the methods that can be used in the application of these practices. Institutional culture and regulatory environment are seen to have a strong bearing on the success of these implementations. However, to promote a healthy and efficient academic climate, the implementation of efficient HRM practices is vital.

Linking the university's strategic objectives to the HRM practices guarantees that the HR initiatives are in tandem with the overall strategic plan of the university. This entails the identification of the university's strategic workforce requirements, talent acquisition, and development, and the identification of appropriate talent to fill the vacancies. Applying the best practices of HRM in a regional university is a complex task that depends on the successful integration of the university's strategy, the existence of appropriate policies, top management support, and the ongoing HRM development. The knowledge of the main concepts and mechanisms of HRM will help regional universities improve the organizational performance, increase the employees' satisfaction, and meet the goals of educational activities.

The goal of this study is to find out and analyze the mechanisms by which HRM practices are adopted in regional university. Therefore, through exploring these mechanisms, the study is able to determine the existing HR practices, the existing problems, and the factors that may facilitate or hinder the implementation of HRM strategies in the context of the academia.

To achieve this goal, the research is guided by the following key questions:

1. What HRM practices are frequently used in the university?
2. What are the primary mechanisms through which HRM practices are implemented and sustained in the university?
3. How do contextual factors such as institutional culture and regulations affect the implementation of HRM practices in the university?
4. What challenges does university meet in the implementation of HRM practices?
5. What are the expected benefits in implementing HRM practices regarding the faculty and staff in performance, job satisfaction, and organizational efficiency?

This study is important since it fills a research gap that has not been effectively explored in the literature regarding HRM in higher education. Through the examination of the processes of the HRM practice application, the present study offers a detailed insight into how the discussed practices can be implemented in universities. It is believed that the results should provide some useful recommendations to the university management and HR practitioners that would help improve the existing HRM practices in order to improve organizational performance and create a positive workplace culture for academics and other employees in the university.

Materials and methods

Research Design

This research work adopted a qualitative method research design with a view to offer an extensive, in-depth analysis of the mechanisms of the HRM practice in regional university [21]. This design makes it possible to increase the validity and richness of the outcomes.

Data Collection

Some of the respondents were administered with semi-structured interviews comprising of the HR managers, faculty members, and the administrative staff. These interviews aimed to gather in-depth insights into:

- ◆ The types of HRM practices that were put in place;
- ◆ The ways in which HRM practices are carried out in the university;
- ◆ Challenges in the process of implementation;

- ♦ The impact of institutional culture and regulatory environment;
- ♦ The perceived effectiveness and the results of these practices.

Sample

Eleven interviews were conducted with participants chosen according to their positions and the processes of implementing HRM strategies.

Data Analysis

The collected qualitative data were analyzed using thematic analysis which entails coding the data and determining the themes and patterns [22]. The qualitative data were analyzed with the help of NVivo software for data categorization.

This approach, backed up by sound empirical data collection and analysis procedures, seeks to offer an account of the processes of HRM practice institutionalization in the university. The choice of the qualitative research method approach enables the investigation of a wide range of the HRM practices of the university and provides a significant contribution to the knowledge of the field of higher education management.

Results

Analysis of the collected data showed that the following practices were identified by universities to be in place in HRM: recruitment and selection, performance management, training and development, compensation and benefits, and employee relations.

Some of the technological applications that have been helpful in improving recruitment include e-recruitment systems, learning management systems, and engagement surveys. It was proven according to the responses of HR managers and professionals of the university as follows: “e-recruitment platforms have helped to cut down the time to hire as well as increasing the quality of the applicants we get to the university”, “With the help of social media platforms, our university has reached out to better talents”, “We use engagement surveys and we have gained useful feedback to improve our recruitment process and the satisfaction of the candidates”.

Here, the two main principles of performance management, namely, continuous feedback and peer evaluations were highly recommended. One faculty member commented, “The feedback has been on regular basis and due to this I was able to understand where I stand with regard to the university’s objectives and the necessary adjustments that have to be made”. A senior lecturer said, “Peer assessments have offered various angles of the work I do and this has enhanced my professional practice and productivity to the department”.

As for the key components of professional development, online learning platforms and mentorship programs were noted as crucial. An administrative staff member said, “I found that through online learning I have received high quality training and development that are flexible with my schedule”. A lecturer mentioned, “I believe that programs such as mentorship have helped me greatly in my career”. A staff development coordinator responded, “The use of both online and face-to-face classes has been very fruitful since the online classes can be taken at one’s own convenience while the face-to-face sessions provide a sense of interaction”.

New hires also needed to be motivated and this could only be achieved through market-based salary adjustments and flexible benefits. HR professional responded, “Competitive salaries and comprehensive benefits have allowed us to recruit and retain the best faculty”. An administrative staff said, “The flexible benefits packages have been quite popular and appreciated because they allow for the choice of options that would be most appropriate for the needs of the employees”. A faculty member mentioned, “The improvements in the financial benefits have helped me to sleep better at night and to feel more secure in terms of my financial future”.

The open communication system and surveys used in the workplace were helpful in improving the organizational culture. One lecturer said, “The employment has been made happy through the usual surveys and open forums”. A staff member commented that, “The open communication has given me a sense of belonging to the leadership and knowledge of the institutions’ changes”. An administrative employee said, “I have realized that the online feedback platform has proven useful in that it guarantees that our grievances are dealt with as soon as possible”.

The results of qualitative data focus on the analysis of the specific practices of HRM in universities, and the outcomes of their application to the problems of recruitment and selection, performance management, training and development, compensation and benefits, and employee relations. As illustrated by the examples, the HRM practices are critical for improving the organizational performance and establishing a healthy workplace.

Contextual Factors Influencing HRM Practices

The findings of the study outlined several contextual factors that have a huge impact on the ability of universities to implement HRM practices. Some of these include, institutional culture and the regulatory environment. All of these factors are important in understanding how and why HRM practices are implemented and managed in higher education institutions.

Another indicator revealed was institutional culture that was found to play a significant role in the effectiveness of the HRM practices. The study revealed that university with a collaborative and inclusive culture will likely to adopt innovative HRM practices optimally. The positive institutional culture ensures that the faculty and staff are appreciated, thus they will be willing to participate in any activities. Interviewees also stressed that the openness and cooperation with other departments promote communication and contribute to the implementation of new HRM practices. Another respondent was of the view that, “Our culture facilitates increased tolerance and easier implementation of new initiatives”.

It was also ascertained that the degree of compliance with regulatory standards was an important determinant of the application of HRM practices. Sticking to the national labor laws and the policies of higher education increases the compliance and the reputation of the university. Some of the participants mentioned that regulation is crucial to sustaining the university’s trust and credibility. An administrative staff said, “Meeting all the regulatory requirements not only places the HRM in a good standing but also gives confidence to the public”. These results imply that the context should be taken into account when it comes to the application of HRM practices in universities. A positive institutional climate for cooperation, the proper organizational and legal balance of power, and compliance with the requirements of legislation are critical for the implementation and application of HRM practices.

Challenges and Solutions in Implementing HRM Practices

This paper revealed the following as the major issues that university’s experience in the process of implementing HRM practices and the strategies used to deal with these issues.

Some of the issues that are often realized when implementing change in organization relate to resistance to change in organizations. There is however resistance that was discovered to hinder the adoption of the change management strategies that were considered effective in overcoming the resistance.

There was a change of the performance management system where the faculty members resisted change since they preferred the previous system. Based on the case analysis, the following organizational change management was applied by the HR department: Kotter’s 8-Step Process for Leading Change, such as establishing the urgency, building the change coalition, and communicating the change vision. These steps proved useful in gradually easing the resistance and hence the transition process. An HR manager said, “With the help of early engagement and constant communication, we managed to gain the key stakeholders’ trust and minimize the level of resistance”.

An issue that encountered was the resistance towards an e-recruitment platform. The Human Resources department arranged more detailed training and offered help to each employee in the process of familiarization with the new system. They also gather feedbacks and modified it from time to time according to the feedbacks that the users have given. One of the faculty members said, “I found the hands on training session and the follow-up to be very helpful in preparing for the transition to the new e-recruitment platform than I had expected”.

Performance management shifted to the continuous feedback system, and it was not received positively at first. Therefore, the HR department used change management strategies such as pilot, peer coaching, and feedback to showcase the effectiveness of the new system. A department head said, “The pilot programs enabled us to live with the new system and realize its benefits which contributed to increasing its acceptance”.

Diversity management in the context of the university workforce is not an easy feat that can be solved by the provision of universal solutions and interventions. University provided diversity

training to all the staff and faculty of the university. This program comprised of workshops, seminars and on-line courses for the purpose of creating awareness and for the enhancement of skills to handle diversity at the workplace. One of the respondents said, “The diversity training program has been enlightening and has offered tangible ways of creating a diverse workplace”. University implemented work flexibility and implemented strategies for the recruitment of employees in the organization. Such measures were flexible working hours and working from home possibilities. An HR specialist said, “This university has increased flexibility in working conditions and focused on the recruitment of employees, which has led to an increase in diversity”.

These results have also brought out the significance of strategic initiatives in handling the issues relating to HRM practice in university. Thus, it can be stated that, if universities implement proper change management and support diversity in the universities, they can improve their HRM processes and get better organizational results.

Perceived Outcomes

The qualitative data from this study showed that when the HRM practices were effectively implemented, then the level of job satisfaction was high, the turnover was low and the institutional reputation was also good. Such positive outcomes were confirmed in several universities and proved the effectiveness of the implementation of strategic HRM.

Higher Job Satisfaction

Specifically, on the professional development and performance management dimensions of HRM, it was discovered that they positively impacted on faculty and staff job satisfaction. Professional development including staff training sessions, training and supportive supervisors, and opportunities for higher education received positive responses from staff. A faculty member mentioned, “The aspect of professional development and performance management system has made this university to be among the best place to work as I feel supported in my career path”.

University initiated a new Performance Management System that focused on regular feedback and individual performance improvement objectives. This system substituted the conventional performance evaluation tradition of the annual appraisal system, which was more efficient in providing timely feedback. An employee said, “The feedback system has been an excellent innovation as I get feedback on my performance consistently and this make me to feel more valued in the organization”.

University was able to implement flexible work arrangements and wellness programs that was welcomed by the staff, and this improved the work-life balance of staff. One staff said, “The policies regarding the working hours and the health programs have enhanced my job satisfaction and health status at the workplace.”

Reduced Turnover

The overall effectiveness of the practices of HRM also help in lowering down the turnover rates since employees who are capable and receive ample support from the institution are likely to stay.

The authorities ensured the new employees were given proper orientation and support with the right professional development programs. It was also beneficial in assimilation of new employees into the institution hence they felt they were part of the university right from the start. One of the new hires remarked, “The onboarding program and subsequent support provided has made me to feel so welcome and wanted at this university hence the desire to continue working here”.

University especially emphasized on the aspect of employee incentive through systematic reward management. This program consisted of monetary rewards and social reward such as fun fairs. One of the employees said, “Through the rewards program, I have been motivated to be recognized by the university hence developing a loyalty towards the same”.

Improved Institutional Reputation

The effectiveness of the applied HRM practices was also associated with the improvement of the institutional reputation, which made current and prospective employees see these universities as organizations worth working for. University’s commitment to the advancement of professional training and career mobility improved the institution’s image as an employer among university employees. An academic staff noted, “Through provision of professional development support to the faculty, the university has not only enhanced our job satisfaction but it has also enhanced the image of the university as an employer of choice”. University’s adoption of a clear and fair system of performance management led to the enhancement of trust and morale among employees thereby boosting the image

of the university. A senior lecturer said: “The increased openness and fairness of the performance management system has made our workplace environment and the University as a fair employer even better”.

Such findings confirm the high value of effective HRM practices in universities, emphasizing their effect on increasing job satisfaction, decreasing turnover, and increasing the institution’s reputation. Thus, the qualitative findings indicates the effectiveness of the strategic HRM implementation for the enhancement of the positive organizational performance.

The study demonstrates that the HRM practices in university are delivered in a form of several innovative structures which are dependent on contextual factors including institutional culture and regulatory environment. Thus, despite the challenges such as resistance to change and the management of diversity, the best practices of HRM contribute to the improvement of faculty and staff productivity, satisfaction, and institutional performance. This paper’s findings can be used to develop better approaches to HRM in the higher education institutions.

Discussion

There has been a paradigm shift in university recruitment and selection processes due to the use of e-recruitment platforms and social media. These digital tools are making it possible to increase efficiency in reaching a wider audience during recruitment activities which is consistent with the theory of Resource Based View which calls for strategic management of firm’s resources for advantage over competitors [23]. The results support previous research that has shown how appealing e-recruitment is when attempting to attract a diverse pool of high-quality candidates [4].

Feedback systems have become more dynamic and ongoing rather than through once-a-year formal evaluation or appraisals through peer evaluations. This is, in line with the principles of Change Management Theory particularly referencing Kotter’s 8 Step Process, which emphasizes the continual reinforcement of behaviors to uphold change [24]. The strong performance ratings for performance management techniques suggest that these approaches are well received and have an impact on the performance of faculty and staff.

The focus on training and professional development through educational platforms and mentorship programs underscores the commitment to enhancing staff skills. This strategy aligns with Institutional Theory by adapting to evolving norms and expectations in the education sector [25]. Prioritizing growth not enhances individual capabilities but also nurtures a culture of ongoing improvement.

A supportive and collaborative organizational culture was identified as a facilitator of HRM practices. This discovery is consistent with existing literature, which implies that a nurturing culture encourages innovation and eases the execution of HR initiatives [13]. Departments that value teamwork are better equipped to maximize their resources.

The regulatory landscape, which involves adhering to labor laws and educational policies at the level plays a role in enhancing the implementation of HRM practices by promoting uniformity and compliance, with set norms. The present study provides support to the Institutional Theory in this respect that suggests that the regulatory environment significantly influences the behaviors of organizations [15].

The issues outlined, namely resistance to change and diversity, are all seen as typical issues in the implementation of HRM practice in universities. According to the study, the following solutions were crucial in addressing the challenges such as good change management practices and how to support diversity policies. These solutions are in line with the recommendations of best practices of HR management and organizational change literature.

The benefits of effective HRM practices such as increased job satisfaction, low turnover rate and enhanced institutional image are some of the reasons that make strategic HRM crucial for higher education institutions. Such results correspond with Farhan & Hatem’s studies that have established a relationship between the implementation of HRM practices and improved organizational performance [20].

Practical implications

The findings of this study have several practical implications for HR managers and university management as follows:

1. Adoption of digital tools: It is crucial to analyze how universities are going to maintain the efficiency of HRM practices through the use of digital tools and platforms, focusing on the recruitment and performance management processes.

2. Continuous feedback systems: Introducing regular feedback processes can improve performance evaluation and organizational development by ensuring the congruency of individual and institutional goals.

3. Professional development: The development of people through online training and coaching is also important to maintain a culture of learning.

4. Diversity culture: Supporting an open culture for employees can help in enhancing the effectiveness of the HRM practices.

5. Compliance and standards: Maintenance of standard regulatory procedures also helps in maintaining the standards and also in building the reputation of the institution.

Limitations and further research

This study has some limitations, which should be considered for the next research. Despite the variety of the sample, the conclusions made based on it may not reflect all the specifics of HRM practices in different types of universities.

Further research could be aimed at the research of changes in the nature of the HRM practices and their effects with the help of longitudinal designs. Furthermore, it is recommended to extend the sample to the universities of different regions in order to get a more comprehensive picture of the state of HRM in higher education.

Conclusion

The purpose of this study was to establish the nature of HRM practices, the steps used in the implementation process, the factors influencing the process, and the results of the implementation process in university. Conducting the research through the qualitative approach, the study offered a rich insight into the ways in which the universities work and the efficiency of their HRM strategies. Hence, this research is useful in explaining the HRM practices in universities, the ways in which these practices are put into practice, the conditions under which they are practiced and the perceived effects of these practices. Thus, the results of the study underscore the role of HRM in enhancing academic performance and organizational efficiency. When the challenges and solutions mentioned above have been understood, universities can improve their HRM practices and gain competitive advantage.

REFERENCES

1 Alsakarneh A., Shatnawi H.A., Alhyasat W.B.A.K., Zowid F., Alrababah R.A.M., Eneizan B. The effectiveness of human resource management practices on increasing organizational performance and the mediating effect of employee engagement // *Uncertain Supply Chain Management*. 2024, no. 12(2), pp. 1141–1154. URL: <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.11.019>

2 Johennesse L.A.C., Chou T.K. Employee Perceptions of Talent Management Effectiveness on Retention // *Global Business and Management Research*. 2017, no. 9(3), pp. 46–58.

3 Mishra J K. Human resources management in higher education: a review // *Tuijin Jishu. Journal of Propulsion Technology*. 2023, no. 44(4), pp. 4576–4582. URL: <https://doi.org/10.52783/tjjpt.v44.i4.1751>

4 Stone D.L., Deadrick D.L., Lukaszewski K.M., Johnson R. The influence of technology on the future of human resource management // *Human Resource Management Review*. 2015, no. 25(2), pp. 216–231. URL: <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2015.01.002>

5 Prakash Y. E-Recruitment and Selection Practices in Digital Age // *I-Manager's Journal on Management*. 2019, no. 13(3), pp. 30–45. URL: <https://doi.org/10.26634/jmgt.13.3.15474>

6 Simelane-Mnisi S. Academics' perceptions on online continuous professional development in higher education // *The Independent Journal of Teaching and Learning*. 2023, no. 18(2), pp. 65–77. URL: <https://doi.org/10.17159/ijtl.v18i2.17305>

7 Berman E.M., Bowman J.S., West J.P., Van Wart M. Human resource management in public service: paradoxes, processes, and problems (Seventh Edition). Thousand Oaks, California: Sage, 2022.

8 Pulakos E.D., Hanson R.M., Arad S., Moyer N. Performance Management Can Be Fixed: An On-the-Job Experiential Learning Approach for Complex Behavior Change // *Industrial and Organizational Psychology*. 2015, no. 8(1), pp. 51–76. URL: <https://doi.org/10.1017/iop.2014.2>

9 Pashkus N., Bavina P., Egorova E. Impact of COVID-19 and Related Forced Digitalization Processes on the Competitiveness of Higher Education Institutions and Organizations // *SHS Web of Conferences*. 2021, no. 92, pp. 01040. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219201040>

10 Mehrez A., Bakri A. The impact of human resource practices on job satisfaction and intention to stay in emerging economies: model development and empirical investigation among high caliber governmental employees in Qatar // *Management Science Letters*. 2019, no. 9, pp. 425–442. URL: <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.12.007>

11 Kröll C., Nüesch S. The effects of flexible work practices on employee attitudes: Evidence from a large-scale panel study in Germany // *The International Journal of Human Resource Management*. 2019, no. 30(9), pp. 1505–1525. URL: <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1289548>

12 Nolan C., Harney B. Reframing HRM in SMEs: challenges and dynamics. Springer International Publishing, 2023.

13 Jones S.R., Torres V., Arminio J.L. Negotiating the complexities of qualitative research in higher education: fundamental elements and issues (Second edition). Routledge, 2014.

14 Park S., Doo M.Y. The effect of organizational culture and HR practices on female managers' commitment and job satisfaction // *European Journal of Training and Development*. 2020, no. 44(2/3), pp. 105–120. URL: <https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2019-0045>

15 Verger A., Fontdevila C., Zancajo A. Multiple paths towards education privatization in a globalizing world: A cultural political economy review // *Journal of Education Policy*. 2017, no. 32(6), pp. 757–787. URL: <https://doi.org/10.1080/02680939.2017.1318453>

16 Tsiligiris V., Ilieva J. Global engagement in the post-pandemic world: Challenges and responses // *Perspective from the UK. Higher Education Quarterly*. 2022, no. 76(2), pp. 342–366. URL: <https://doi.org/10.1111/hequ.12390>

17 Bolander P., Werr A., Asplund K. The practice of talent management: a framework and typology // *Personnel Review*. 2017, no. 46(8), pp. 1523–1551. URL: <https://doi.org/10.1108/PR-02-2016-0037>

18 Obeidat B., Al-Sarayrah S., Tarhini A., Al-Dmour R.H., Al-Salti Z., Sweis R. Cultural Influence on Strategic Human Resource Management Practices: a Jordanian Case Study // *International Business Research*. 2016, no. 9(10), pp. 94–114. URL: <https://doi.org/10.5539/ibr.v9n10p94>

19 Jawaad M., Amir A., Bashir A., Hasan T. Human resource practices and organizational commitment: The mediating role of job satisfaction in emerging economy // *Cogent Business & Management*. 2019, no. 6(1), pp. 1608668. URL: <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1608668>

20 Farhan A., Hatem G. The impact of HRM practices on faculty members' performance in the higher education institutions in the era of the Covid-19 // *International Journal of Early Childhood Special Education*. 2022, no. 14(3), pp. 893–898. URL: <https://doi.org/10.9756/INT-JECSE/V14i3.112>

21 Hennink M. M., Hutter I., Bailey A. Qualitative research methods. London: SAGE, 2011.

22 Wright S. Mixed-methods content analysis with NVivo: data analysis and writing up. London: SAGE, 2023.

23 Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage // *International Business Strategy. Theory and Practice*. Routledge, 2015, pp. 283–301.

24 Kotter J.P. Leading change: A conversation with John P. Kotter // *Strategy & Leadership*. 1997, no. 25(1), pp. 18–23. URL: <https://doi.org/10.1108/eb054576>

25 DiMaggio P.J., Powell W.W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields // *American Sociological Review*. 1983, no. 48(2), pp. 147–160. URL: <https://doi.org/10.2307/2095101>

КУДАЙБЕРГЕНОВ Ж.Б.,*¹

PhD, аға оқытушы.

*e-mail: zhandos.kudaibergen@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-7927-8747

БОЛАТОВА Б.Ж.,¹

PhD, доцент.

e-mail: botagos.bolatova@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0003-1597-0555

ТАЙЖАНОВ Л.Т.,²

PhD, аға оқытушы.

e-mail: tayzhanov1988@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5067-6530

КУНУРКУЛЬЖАЕВА Г.,¹

Э.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

e-mail: gkunurkulzhayeva@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-0042-7341

¹Қ. Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті,
Ақтөбе, Қазақстан

²Қожа Ахмет Ясауи атындағы
халықаралық қазақ-түрік университеті,
Түркістан, Қазақстан

Өңірлік университетте адам ресурстарын басқару тәжірибелерін іске асыру тетіктері

Андатпа

Адам ресурстарын басқару тәжірибесі ұйымдардың, соның ішінде университеттердің тиімділігін, ұйымдық мәдениетін және өнімділігін анықтау үшін өте маңызды. Жоғары білім беру ұйымдарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру, технологиялардың жылдам өсуін және оқытушылар мен қызметкерлердің жаңа және дамып келе жатқан қажеттіліктерін қанағаттандыру қажеттілігіне байланысты адам ресурстарын басқарудың тиімді тәжірибесіне назар аудару маңызды. Бұл зерттеудің мақсаты өңірлік университетте адам ресурстарын басқару практикасы жүзеге асырылатын процестерді анықтау және талдау болып табылады. Осылайша, зерттеу адам ресурстарын басқару тәжірибесінің қазіргі жағдайын, университеттер контекстіндегі адам ресурстарын басқару стратегиясының процесін жақсартатын немесе шектейтін мәселелер мен жағдайларды анықтайды. Университетте адам ресурстарын басқару тәжірибелеріне терең талдау жүргізу үшін сапалы зерттеу әдісі қолданылды. Өзінің атқаратын рөлі мен адам ресурстарын басқару тәжірибесін іске асыру рәсімдерін ескере отырып іріктелген 11 қатысушымен сұхбат жүргізілді. Қол жеткізген сапалы деректер бағыт пен үлгілерді анықтау үшін деректер кодталған тақырыптық талдауды пайдалана отырып, NVivo бағдарламасы арқылы талданды. Нәтижелер университеттегі адам ресурстарын басқарудың тиімді тәжірибелерінің маңыздылығын, әсіресе олардың жұмысқа қанағаттанушылықты арттыруға, жұмыстан шығып кетуді азайтуға және ұйымның беделін жақсартуға әсерін растады. Осылайша, сапалы зерттеу нәтижелері ұйымның тиімділігін үшін адам ресурстарын басқару тәжірибесін енгізудің оң нәтижелерін көрсетті. Бұл зерттеу университеттердегі адам ресурстарын басқару бойынша әдебиеттерде зерттелмеген олқылықты толтырады.

Тірек сөздер: адам ресурстарын басқару тәжірибелері, адам ресурстарын басқару, іске асыру тетіктері, университет, іріктеу, таңдау, тиімділікті басқару.

КУДАЙБЕРГЕНОВ Ж.Б.,*¹

PhD, ст. преподаватель.

*e-mail: zhandos.kudaibergen@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-7927-8747

БОЛАТОВА Б.Ж.,¹

PhD, доцент.

e-mail: botagos.bolatova@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0003-1597-0555

ТАЙЖАНОВ Л.Т.,²

PhD, ст. преподаватель.

e-mail: tayzhanov1988@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-5067-6530

КУНУРКУЛЬЖАЕВА Г.,¹

к.э.н., ассоциированный профессор.

e-mail: gkunurkulzhayeva@zhubanov.edu.kz

ORCID ID: 0000-0002-0042-7341

¹Актюбинский региональный

университет им. К. Жубанова,

г. Актюбе, Казахстан

²Международный казахско-турецкий

университет им. Х.А.Ясави,

г. Туркестан, Казахстан

МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В РЕГИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Аннотация

Практика управления человеческими ресурсами имеет решающее значение для определения эффективности, организационной культуры и производительности организаций и университетов в частности. Из-за необходимости повысить конкурентоспособность высших образовательных организаций, удовлетворить быстрый рост технологий и новые возникающие потребности преподавателей и сотрудников важно сосредоточиться на эффективной практике управления человеческими ресурсами. Целью данного исследования является выявление и анализ процессов, посредством которых практики управления человеческими ресурсами реализуются в региональном университете. Таким образом, исследование способно определить текущее состояние практики управления человеческими ресурсами, проблемы и условия, которые могут улучшить или ограничить процесс стратегии управления человеческими ресурсами в контексте университетов. Для проведения углубленного анализа практики HR-управления в университете был использован качественный метод исследования. Всего было проведено 11 интервью с участниками, отобранными с учетом их ролей и процедур реализации практик управления человеческими ресурсами. Собранные качественные данные были проанализированы с помощью программы NVivo с использованием тематического анализа, при котором данные были закодированы для определения тем и закономерностей. Результаты подтверждают важность эффективных практик HR-управления в университете, особенно их влияние на повышение удовлетворенности работой, снижение текучести кадров и улучшение имиджа организации. Качественные результаты свидетельствуют о положительных результатах внедрения практик HR-управления для улучшения положительных результатов работы организации. Это исследование важно, поскольку оно заполняет пробел в исследованиях, который не был эффективно изучен в литературе по управлению человеческими ресурсами в университетах.

Ключевые слова: практики HR-управления ресурсами, управление человеческими ресурсами, механизмы реализации, университет, набор, отбор, управление эффективностью.

Article submission date: 02.07.2024

ОҚЫРМАНДАРҒА АРНАЛҒАН АҚПАРАТ

«Туран» университетінің хабаршысы» ғылыми журналы Ғылыми еңбектің негізгі нәтижелерін жариялау үшін Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі Білім және ғылым саласындағы бақылау комитеті ұсынатын ғылыми басылымдар тізбесіне енгізілді, «Экономика» саласы.

(«Ғылыми еңбектің негізгі нәтижелерін жариялау үшін Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі білім және ғылым саласындағы бақылау Комитеті ұсынатын ғылыми баспалар Тізбесін бекіту туралы» 2021 жылғы 28 қаңтардағы № 52 бұйрығына толықтырулар енгізу туралы» ҚР БҒМ Білім және ғылым саласындағы бақылау комитетінің **25.06.2021 ж.** № 526 бұйрығы)

«Туран» университетінің хабаршысы» ғылыми журналы оқырмандар ашық қол жеткізе алатын Ғылыми электронды кітапханаға (Мәскеу, Ресей Федерациясы) енгізілді және ғылыми журналдардың материалдарын ақпараттық, ғылыми және білім беру мақсаттарында іздеу, көру және пайдалану мүмкіндігін қамтамасыз ету үшін Ресейлік ғылыми дәйексөз алу индексі (РИНЦ) аналитикалық базасына енді (Келісімшарт № 361-06 / 2016 ж. 16.06.2016 ж.).

eLIBRARY.RU платформасында жарияланған жарияланымдардың толық мәтініне қол жеткізу үшін Ғылыми электронды кітапханаға пайдаланушының тіркелуі қажетті шарт болып табылады.

**Ғылыми электронды кітапхана eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru>**

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ

Научный журнал «Вестник университета «Тұран» – «Тұран» университетінің хабаршысы» включен в Перечень научных изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации основных результатов научной деятельности, отрасль «Экономика»

(приказ Комитета по контролю в сфере образования и науки МОН РК № 526 от **25.06.2021** г. «О внесении дополнений в приказ № 52 от 28 января 2021 г. «Об утверждении Перечня научных изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации основных результатов научной деятельности»)

Научный журнал «Вестник университета «Тұран» – «Тұран» университетінің хабаршысы» размещен в Научной электронной библиотеке (г. Москва, Российская Федерация) в открытом доступе для читателей и включен в аналитическую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) с целью предоставления возможности поиска, просмотра и использования материалов научного журнала в информационных, научных и учебных целях (договор № 361-06/2016 от 16.06.2016 г.)

Регистрация пользователя в Научной электронной библиотеке является **необходимым условием** для получения доступа к полным текстам публикаций, размещенных на платформе eLIBRARY.RU

**Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru>**

INFORMATION FOR READERS

The scientific journal “Bulletin of Turan University” is in the list of scientific publications recommended by the Committee for Control in the Field of Education and Science of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan for publishing main results of scientific activity, the branch “Economy”

(by the order of the Committee for Control in the Field of Education and Science of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan №. 526 from **25.06.2021** “On Amendments to Order No. 52 from January 28, 2021” On Approval of the List of Scientific Publications Recommended by the Committee for Control in the Field of Education and Science of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan for publishing main results of scientific activity”)

The scientific journal “Bulletin of Turan University”, hosted in the Scientific electronic library (Moscow, Russian Federation), is free to readers and included in the analytical database “Russian science citation index” (RSCI) with the aim of providing search, view and use materials of scientific journal in for information, research and education (contract №.361-06/2016 from 16.06.2016)

User registration in the Scientific electronic library is **a necessary condition** to gain access to the full text publications hosted on the eLibrary platform.RU

Scientific Electronic Library eLIBRARY.RU:
<http://elibrary.ru>

«ТҰРАН» УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ» ЖУРНАЛЫНДА ЖАРИЯЛАНАТЫН МАҚАЛАЛАРДЫ РӘСІМДЕУГЕ ҚОЙЫЛАТЫН ТАЛАПТАР

Материалдар қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде журналдың ресми сайты (<https://vestnik.turan-edu.kz/>) арқылы қабылданады, онда авторларға мақалаларды жіберу үдерісі, сондай-ақ ақы төлеу туралы толық нұсқаулық бар.

Мәтін **WINWORD XP** немесе*. **RTF (Reach text format)** форматында терілуі тиіс. **Times New Roman** шрифт, **14** кегль. Жазба мәтіні бір жол аралығы арқылы теріліп, **16 беттен** аспауы тиіс.

Парақтың үстінгі сол жақ бұрышында **ҒТАМИ, ӘОК** және **JEL** жазылады.

Одан әрі, парақтың оң жақ жоғары бөлігінде автордың тегі мен инициалдары, жұмыс орны, ғылыми дәрежесі мен атағы, ел мен қала атауы, e-mail үш тілде сөздер (қазақша, орысша және ағылшынша) жазылады, егер бірнеше автор болса – мақаланың негізгі авторын (* белгісімен) көрсетіңіз. Парақтың ортасына материалдың **атауы** бас әріптермен, одан әрі – **тірек сөздер** (7–8 сөз, екі сөз тіркесінен аспауы керек) үш тілде жазылады. Содан кейін мәтіннің келесі жиек мөлшерін сақтай отырып, **тасымалдаусыз** басу қажет: сол жақ – 30 мм, оң жақ – 10 мм, үстінгі – 15 мм, астыңғы – 20 мм сақтай отырып тасымалсыз жазылады. Азат жол үшінші белгіден басталады. Формулалар тек **формалар редакторы (Microsoft Equation)** қосымшасында терілуі керек. **Кестелер, суреттер және схемалар** қосымша бояуларсыз жазылады.

Мәтінде **квадрат жақшалар** ішінде қолданылған әдебиеттерге сілтемелер, ал **қолданылған әдебиеттер** тізімі мақала соңына 15-30 атау көлемінде жазылады. Кириллицада ұсынылған әдебиеттер екі нұсқада - түпнұсқада және романизацияланған алфавитте (**транслитерация** - <http://www.translit.ru>) беріледі.

Қолданылған әдебиеттер тізімінен кейін мақаланың мақсаты мен қолданылған зерттеу әдістері көрсетілген **андатпа** (200–250 сөз, 14 кегль) үш тілде жазылады. Одан әрі, мақаланың **атауы** үш тілде жазылады.

Журналдың потенциалды авторлары тақырыптарына сәйкес мақаланың құрылымы бойынша келесі ережелерді ұстануы тиіс (**атауы, андатпа, тірек сөздер, кіріспе, материалдар мен әдістер, нәтижелер, талқылаулар, қорытынды, қаржыландыру туралы ақпарат (бар болса), әдебиеттер, транслитерацияланған әдебиеттер тізімі**).

Мақаланың құрылымдық элементтерінің тақырыптары қалың қаріппен көрсетілуі керек.

Мақала мәтіні еш жерде жарияланбаған түпнұсқалық нұсқада болуы тиіс.

Мақала жасырын рецензиялаудан өтеді, рецензенттерді журналдың редколлегиясы тағайындайды.

Мақаланың соңында толық аты-жөнін, кері мекенжайын, телефондарын, факсін, электрондық пошта мекенжайын (e-mail) көрсетуіңізді сұраймыз.

Мақаланың мазмұнына автор (авторлар) жауапты. Ғылыми-редакциялық кеңестің пікірі әрдайым автордың (авторлардың) пікірімен сәйкес келе бермейді. Редакциялық кеңес мақалаларды жариялау немесе қабылдамау құқығын өзіне қалдырады.

Ғылыми плагиатты анықтау және оның алдын алу мақсатында «Тұран» университетінде ғылыми плагиатты анықтау және оның алдын алу жөніндегі қызметті ұйымдастыру туралы ережеге» сәйкес журнал редакциясы жариялауға ұсынылған мақалаларды антиплагиат бойынша тексерістен өткізеді.

Біздің басылымға қайта басылған кезде сілтеме міндетті.

Біздің мекен-жайымыз: **050013, Алматы қ., Сәтпаев көш., 16А, «Тұран» университеті.**

Анықтама телефоны: **8(727) 260-40-18, 260-70-00.**

Сайт: <https://vestnik.turan-edu.kz/>

Редакциялық алқа

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ, ПУБЛИКУЕМЫХ В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»

Материалы принимаются на казахском, русском и английском языках через официальный сайт журнала (<https://vestnik.turan-edu.kz/>), в котором имеется подробная инструкция для авторов о процессе подачи статей, а также об оплате публикации.

Текст статьи должен быть набран в **WINWORD XP** или *. RTF (Reach text format). Шрифт **Times New Roman**, кегль **14**, текст должен быть набран через один интервал и не превышать **16** страниц.

В левой верхней части листа печатается **МРНТИ, УДК и JEL**.

Далее в правой верхней части листа печатаются на трех языках (казахском, русском и английском) фамилия и инициалы автора, место работы, ученая степень и звание, название страны и города, e-mail; если авторов несколько – указать основного автора статьи (знаком*). В середине листа прописными буквами печатаются **название** материала, далее – **ключевые слова** (7–8 слов, в том числе не более двух словосочетаний) на трех языках. Затем идет текст, который следует печатать **без переносов**, соблюдая следующие размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 15 мм, нижнее – 20 мм. Абзацный отступ начинается с третьего знака. Формулы набирать только в приложении – **редактор формул (Microsoft Equation)**. **Таблицы, рисунки и схемы** печатаются без заливок.

В тексте в **квадратных скобках** даются ссылки на использованную литературу, **список литературы** печатается в конце статьи в количестве 15–30 наименований. Литература, представленная на кириллице, дается в двух вариантах – в оригинале и романизированным алфавитом (**транслитерация** – <http://www.translit.ru>).

После списка литературы должна быть **аннотация** (200–250 слов, 14 кегль) на трех языках, в котором указываются цель статьи и использованные методы исследования. Далее печатается **название статьи** также на трех языках.

Потенциальные авторы журнала должны в соответствии с заголовками придерживаться следующих правил по структуре статьи (**название, аннотация, ключевые слова, введение, материалы и методы, результаты, обсуждение, заключение, информация о финансировании (при наличии), литература, транслитерированный список литературы**).

Заголовки структурных элементов статьи должны быть выделены жирным шрифтом.

Текст статьи должен быть оригинальным, ранее нигде не опубликованным.

Статья проходит «слепое» рецензирование, рецензенты назначаются редколлегией журнала.

В конце статьи просим указать Ф.И.О. полностью, обратный адрес, телефоны, факс, адрес электронной почты (e-mail).

Ответственность за содержание статьи несет автор (авторы). Мнение Научно-редакционного совета не всегда совпадает с мнением автора (авторов). Редакционный совет оставляет за собой право публикации или отклонения статей.

В целях выявления и предотвращения научного плагиата в соответствии с «Положением об организации деятельности по выявлению и предотвращению научного плагиата в университете «Туран» редакцией журнала проводится проверка на антиплагиат статей, представленных для публикации.

Ссылка на наше издание при перепечатке обязательна.

Наш адрес: **050013, г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А, университет «Туран».**

Телефон для справок: **8(727) 260-40-18, 260-70-00.**

Сайт: <https://vestnik.turan-edu.kz/>

Редакционная коллегия

REQUIREMENTS FOR THE DESIGN OF ARTICLES PUBLISHED IN THE JOURNAL “BULLETIN OF TURAN UNIVERSITY”

Manuscripts are accepted in Kazakh, Russian and English through the official website of the journal (<https://vestnik.turan-edu.kz/>), which provides with the detailed instructions for authors about the process of submitting articles, as well as publication fees.

The text of the article must be typed in **WINWORD XP** or *. RTF (Reach text format). **Times New Roman** font, size **14**, the text must be typed in one interval and not exceed 16 pages.

IRSTI, UDC and **JEL** are printed in the upper left part of the sheet.

Then, in the upper right part of the sheet, the author's surname and initials, place of work, academic degree and title, name of the country and city, and e-mail are printed in three languages (Kazakh, Russian, and English). If there are several authors, indicate the main author of the article (with the *sign). In the middle of the sheet, **the name of the manuscript** is printed in capital letters, followed by **keywords** (7-8 words, including no more than two phrases) in three languages. Then there is the text that should be printed without hyphenation, observing the following field sizes: left-30 mm, right-10 mm, top-15 mm, bottom-20 mm. The paragraph indent begins with the third character. Formulas must be given in the **formula editor** application (Microsoft Equation). **Tables, figures, and diagrams** are printed without fills.

In the text, references to the literature used are given in **square brackets**, the list of references is printed at the end of the article comprising 15-30 titles. The reference presented in the Cyrillic alphabet is given in two versions – in the original and in the Romanized alphabet (**transliteration** – <http://www.translit.ru>).

A short abstract (200-250 words, 14 size) should be given in three languages after the list of references, which indicates the purpose of the article and the research methods used. Then **the title of the article** is also printed in three languages.

Authors of the journal should adhere to the following requirements concerning the structure of the article in accordance with the headings (**title, abstract, keywords, introduction, materials and methods, results, discussion, conclusion, information about funding (if available), references, transliterated list of references**).

The headings of the structural elements of the article should be given in bold.

The text of the article must be original, not previously published anywhere.

The article is subjected to “blind” review, the reviewers are appointed by the Editorial board of the journal.

At the end of the article, please indicate your full name, return address, phone numbers, fax, and e-mail address.

The author (s) is/are responsible for the content of the article. The opinion of the Scientific and Editorial Board does not always coincide with the opinion of the author (s). The Editorial Board reserves the right to publish or reject articles.

In order to identify and prevent scientific plagiarism, in accordance with the “Regulations on the organization of activities for the identification and prevention of scientific plagiarism at Turan University”, the Editorial board of the journal checks articles submitted for publication for anti-plagiarism.

A link to our publication is required when reprinting it.

Our address: **050013, Almaty, Satpaev ave. 16a, Turan University**

Phone: **8(727) 260-40-18, 260-70-00.**

Website: <https://vestnik.turan-edu.kz/>

Editorial board

ҚҰРМЕТТІ ЖАЗЫЛУШЫЛАР!

Біздің индекс: **75665**
Жазылу құны 3 айға – **460 теңге**

Негізін қалаушы: «Тұран» университеті
Алматы қ., Сәтпаев көш., 16А.
Тел: 260-40-18, 260-70-00
E-mail: maya60@list.ru;
m.zhuikova@turand-edu.kz;
vestnik@turand-edu.kz
Сайт: <https://vestnik.turand-edu.kz/>

УВАЖАЕМЫЕ ПОДПИСЧИКИ!

Наш индекс: **75665**
Стоимость подписки на 3 месяца – **460 теңге**

Учредитель: университет «Туран»
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А.
Тел.: 260-40-18, 260-70-00
E-mail: maya60@list.ru;
m.zhuikova@turand-edu.kz;
vestnik@turand-edu.kz
Сайт: <https://vestnik.turand-edu.kz/>

DEAR READERS!

Our index: **75665**
Subscription cost for 3 months – **460 tg**

Founder: Turan University
16 A Satpaev ave., Almaty
Tel: 206-40-18, 260-70-00
E-mail: maya60@list.ru;
m.zhuikova@turand-edu.kz;
vestnik@turand-edu.kz
Website : <https://vestnik.turand-edu.kz/>

«ТҰРАН» УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ
Ғылыми журнал
№ 4 (104) 2024 ж.

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»
Научный журнал
№ 4 (104) 2024 г.

Компьютерная верстка: Жуйкова М.А.
Корректор: Скуратова И.М.

Подписано в печать 13.12.2024 г.
Бумага офсетная № 1,62 x 84/16. Плотность 80 г/м².
Усл.печ.л. 32,5 Уч.изд.л. 33,8 Тираж 500 экз.
Заказ № 439

Адрес редакции:
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А, университет «Туран».
Оригинал-макет подготовлен редакционно-издательским
отделом университета «Туран».
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16А.
Тел.: 260-40-18, 260-70-00.

Отпечатано в ТОО «Технология изображений».
г. Алматы, ул. Нурмакова, 30, офис 2
Тел.: 258-48-02, 250-96-69.