

ISSN 2617-0493 (Print)
ISSN 3007-4746 (Online)
ИНДЕКС 76034

EDUCATION

QUALITY ASSURANCE

№1 (38)/2025



Европейский реестр агентств
по гарантии качества образования



Европейская ассоциация по обеспечению
качества в высшем образовании



Всемирная Федерация
Медицинского Образования

WORLD FEDERATION FOR
MEDICAL EDUCATION

МИРОВОЕ ПРИЗНАНИЕ



Международная сеть агентств
по обеспечению качества в высшем образовании



Международная группа качества CHEA
Совета по аккредитации высшего образования в США



Азиатско-Тихоокеанская сеть
по обеспечению качества



Азиатско-Тихоокеанский реестр
по обеспечению качества образования



Сеть агентств по обеспечению качества
в области высшего образования
стран Центральной и Восточной Европы



Ассоциация агентств гарантии
качества образования стран исламского мира



Международная обсерватория
по академическому
ранжированию и превосходству



ВЫСОКИЙ
ЗНАК
КАЧЕСТВА



ISSN 2617-0493 (PRINT)
ISSN 3007-4746 (ONLINE)
ИНДЕКС 76034



Независимое агентство аккредитации и рейтинга
Аккредиттеу және рейтингтің тәуелсіз агенттігі
Independent Agency for Accreditation and Rating

EDUCATION QUALITY ASSURANCE

ИМПАКТ-ФАКТОР /IMPACT FACTOR: 0.229

ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ
НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
SCIENTIFIC JOURNAL

№ 1(38)/2025

ЖУРНАЛ ВХОДИТ В ПЕРЕЧЕНЬ ИЗДАНИЙ,
РЕКОМЕНДУЕМЫХ КОКСНВО МНВО РК
ПО НАПРАВЛЕНИЮ: ЭКОНОМИКА

ЖУРНАЛ ВХОДИТ В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
ПО НАПРАВЛЕНИЯМ: ЭКОНОМИКА, ЮРИСПРУДЕНЦИЯ, ПЕДАГОГИКА

ЖЫЛЫНА 4 РЕТ ШЫҒАДЫ
ВЫХОДИТ 4 РАЗА В ГОД
PUBLISHED 4 TIMES A YEAR

2013 ЖЫЛДАН БАСТАП ШЫҒАДЫ
ИЗДАЕТСЯ С 2013 ГОДА
FOUNDED IN 2013

АСТАНА, 2025

EDUCATION. QUALITY ASSURANCE №1(38)

Март 2025 | Наурыз 2025 | March 2025

Свидетельство о постановке на учет периодического издания № 13644-Ж от 28.05.2013 г., повторно выдано № 16886-Ж от 08.02.2018 г. Министерством информации и коммуникаций РК, № KZ84VPY00059821 от 25.11.2022 г. Министерством информации и общественного развития РК, № KZ59VPY00089371 от 19.03.2024 г. Министерством культуры и информации РК. Подписной индекс 76034

№ 13644-Ж мерзімді басылымды тіркеу туралы куәлік 28.05.2013 ж. берілген. 08.02.2018 ж. ҚР Ақпарат және коммуникациялар министрлігімен № 16886-Ж куәлігі, 25.11.2022 ж. ҚР Ақпарат және әлеуметтік даму министрлігімен № KZ84VPY00059821 куәлігі, 19.03.2024 ж. ҚР Мәдениет және ақпарат министрлігімен № KZ59VPY00089371 куәлігі қайта берілді. Жазылым индексі 76034

Registration certificate of the periodical publication No.13644-Zh dated 28.05.2013, re-issued No.16886-Zh dated 08.02.2018 by the Ministry of Information and Communications of the RK, No. KZ84VPY00059821 dated 25.11.2022 by the Ministry of Information and social development of the RK, No. KZ59VPY00089371 dated 19.03.2024 by the Ministry of Culture and Information of the RK. Postcode 76034

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР | БАС РЕДАКТОРЫ | CHIEF EDITOR

Жұмағұлова В.И. филология ғылымдарының докторы, профессор, IAAR (Қазақстан Республикасы)
Жумагулова В.И. доктор филологических наук, профессор, IAAR (Республика Казахстан)
Zhumagulova V. I. Doctor of Philological Sciences, Professor, IAAR (Republic of Kazakhstan)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Жұмағұлова А.Б. – заң ғылымдарының кандидаты, IAAR бас директоры (Қазақстан Республикасы)

Алшанов Р.А. – экономика ғылымдарының докторы, профессор, «Тұран» университетінің ректоры (Қазақстан Республикасы)

Бозымов К.К. – ауыл шаруашылық ғылымдарының докторы, профессор, Жәңгір хан атындағы БҚАТУ (Қазақстан Республикасы)

Яновская О.А. – экономика ғылымдарының докторы, PhD, профессор, IAAR Кеңесшісі (Қазақстан Республикасы)

Шункеев К.Ш. – физика-математика ғылымдарының докторы, профессор, Қ.Жұбанов атындағы АӨУ (Қазақстан Республикасы)

Мун Г.А. – химия ғылымдарының докторы, профессор, Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан Республикасы)

Эмри И. – техника ғылымдарының докторы, профессор, ХИА Словения филиалының президенті (Словения Республикасы)

Горбашко Е.А. – экономика ғылымдарының докторы, профессор, СПбМЭУ проректоры (Ресей Федерациясы)

Агбо С. – білім саласындағы PhD, қауымдастырылған профессоры, Лейкхед университеті (Канада)

Михайлидис С. – PhD, профессор, Вебстер университетінің проректоры, Афина (Грекия)

Кулагина Н.А. – экономика ғылымдарының докторы, профессор, Брянск мемлекеттік инженерлік-технологиялық университеті (Ресей Федерациясы)

Пак Ю.Н. – техника ғылымдарының докторы, профессор, Ә.Сағынов атындағы ҚарТУ (Қазақстан Республикасы)

Галиакбарова Г.Г. – PhD «Құқықтану», Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ (Қазақстан Республикасы)

Кыдырмина Н.А. – PhD, IAAR жобасының жетекшісі (Қазақстан Республикасы)

Жумагулова А.Б. – кандидат юридических наук, Генеральный директор IAAR (Республика Казахстан)

Алшанов Р.А. – доктор экономических наук, профессор, ректор университета «Туран» (Республика Казахстан)

Бозымов К.К. – доктор сельскохозяйственных наук, профессор, ЗКТАУ им. Жангир хана (Республика Казахстан)

Яновская О.А. – доктор экономических наук, PhD, профессор, советник IAAR (Республика Казахстан)

Шункеев К.Ш. – доктор физико-математических наук, профессор, АРУ им. К.Жубанова (Республика Казахстан)

Мун Г.А. – доктор химических наук, профессор, КазНУ им. аль-Фараби (Республика Казахстан)

Эмри И. – доктор технических наук, профессор, президент Словенского отделения МИА (Республика Словения)

Горбашко Е.А. – доктор экономических наук, профессор, проректор СПбГЭУ (Российская Федерация)

Агбо С. – PhD в образовании, ассоциированный профессор, Университет Лейкхед (Канада)

Михайлидис С. – PhD, профессор, проректор Вебстер университета США, г. Афины (Греция)

Кулагина Н.А. – доктор экономических наук, профессор, Брянский государственный инженерно-технологический университет (Российская Федерация)

Пак Ю.Н. – доктор технических наук, профессор, Карагандинский технический университет имени А. Сагинова (Республика Казахстан)

Галиакбарова Г.Г. – PhD «Юриспруденция», ЕНУ им. Л.Н. Гумилева (Республика Казахстан)

Кыдырмина Н.А. – PhD, руководитель проекта IAAR (Республика Казахстан)

Zhumagulova A.B. – Candidate of Juridical Sciences, General Director of the IAAR (Republic of Kazakhstan)

Alshanov R.A. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Rector of “Turan” University (Republic of Kazakhstan)

Bozymov K.K. – Doctor of Agricultural Sciences, Professor, WKATU named after Zhangir Khan (Republic of Kazakhstan)

Yanovskaya O.A. – Doctor of Economic Sciences, PhD, Professor, Advisor of the IAAR (Republic of Kazakhstan)

Shunkeev K.Sh. – Doctor of Physical and Mathematical Sciences, Professor, ARU named after K.Zhubanov (Republic of Kazakhstan)

Mun G.A. – Doctor of Chemical Sciences, Professor, Al-Farabi KazNU (Republic of Kazakhstan)

Emri I. – Doctor of Technical Sciences, Professor, President of Slovenian Chapter of IAE (Republic of Slovenia)

Gorbashko E.A. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Vice-Rector of UNECON (Russian Federation)

Agbo S. – PhD in Education, Associate Professor, Lakehead University (Canada)

Michailidis S. – PhD, Professor, Vice-Rector of USA Webster University, Athens (Greece)

Kulagina N.A. – Doctor of Economic Sciences, Professor, Bryansk State University of Engineering and Technology (Russian Federation)

Pak Yu.N. – Doctor of Technical Sciences, Professor, Abylka Saginov Karaganda Technical University (Republic of Kazakhstan)

Galiakbarova G.G. – PhD “Jurisprudence”, Acting Assoc. Professor, L.N. Gumilyov ENU (Republic of Kazakhstan)

Kydyrmina N.A. – PhD, IAAR Project Manager (Republic of Kazakhstan)

АДАМИ КАПИТАЛ ЖӘНЕ БІЛІМ ЭКОНОМИКАСЫ

Жұмағұлова А.Б., Яновская О.А.* ОҚУ НӘТИЖЕЛЕРІН БАҒАЛАУ ТӘСІЛДЕРІН РЕТТЕУ – БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ АРТТЫРУ ФАКТОРЫ	8
Естурлиева А.И.*, Аманиязова Г.Д., Мамбетова А.И. ҚАЗАҚСТАН ӨНІРЛЕРІНДЕ КАДРЛАРДЫ ДАЯРЛАУ НАРЫҒЫН ТАЛДАУ: ҮРДІСТЕР МЕН СЫН- ТЕГЕУРІНДЕР	13
Әділова Ә.М.*, Шильдибеков Е.Ж., Алпысбаев К.С. ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРУ МЕН ИННОВАЦИЯЛАРДЫ БАСҚАРУДЫҢ ӨЗАРА ӘРЕКЕТТЕСУІНІҢ ЗАМАНАУИ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ	26
Рахметулина Ж.Б.*, Бухатова А.С., Дюсупова Г.Т. КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ АДАМ КАПИТАЛЫН БАСҚАРУДЫҢ ӘДІСТЕМЕЛІК ТӘСІЛДЕРІ	35

ЭКОНОМИКАНЫҢ АЙМАҚТЫҚ ЖӘНЕ САЛАЛЫҚ ДАМУЫ

Абекешев А.И., Корчек В., Уразова Б.А.*, Курманова Г.К. САЯХАТ МЕН ТУРИЗМГЕ БАЙЛАНЫСТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ПАЙДАЛАР МЕН ШЫҒЫНДАРДЫ АНЫҚТАУ	42
Жақыпова А.А.*, Сариева Ж.І.*, Қашқымбаева К.Б. ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИСТІК БИЗНЕСІНІҢ ДАМУ БОЛАШАҒЫ	54
Койшинова Г.К.*, Домалатов Е.Б., Асубаева А.С. ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ ЖАРНАМАЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІҢ ЗАМАНАУИ ТҮРЛЕРІ МЕН ТӘСІЛДЕРІ	65
Тұрсын А.Р.*, Каримов Д.М. ҚАЗАҚСТАН ӨНІРЛЕРІ БӨЛІНІСІНДЕГІ ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ПРОЦЕСТЕРДІ ЗЕРТТЕУ: ДИНАМИКА ЖӘНЕ ТАЛДАУ	77
Искакова Д.Е.*, Есмағамбетов Е.Ж. ҮНКЕРТЕЙІНДЕР ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ЭЛЕКТЭНЕРГЕТИКАСЫ САЛАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫ ӘЛЕМДІЛ ТӘЖІРИБЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАН	87

ЦИФРЛЫҚ, ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ЭКОНОМИКА

Жағыпарова А.О.*, Мухияева Д.М., Сембиева Л.М. ҚАЗАҚСТАН ҮШІН «ЖАСЫЛ» ЭКОНОМИКАНЫҢ БАСЫМДЫҚТАРЫ	93
Аманжол Б.Ә., Мирзалиева С.С.*, Бисвас С. СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАСҚАРУДАҒЫ ИНТЕРНЕТ-САУДА	100
Тағайбекова Н.П.*, Саймағамбетова Г.А., Естурлиева А.И. КӨК ЭКОНОМИКАНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫНА ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ШОЛУ: ҚАЗАҚСТАН ҮШІН МҮМКІНДІКТЕР	110

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ЭКОНОМИКА ЗНАНИЙ

Жумагулова А.Б., Яновская О.А.* РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОДХОДОВ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ - ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	8
Естурлиева А.И.*, Аманиязова Г.Д., Мамбетова А.И. АНАЛИЗ РЫНКА ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА: ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ	13
Адилова А.М.*, Шильдибеков Е.Ж., Алпысбаев К.С. СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ	26
Рахметулина Ж.Б.*, Бухатова А.С., Дюсупова Г.Т. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ	35

РЕГИОНАЛЬНОЕ И ОТРАСЛЕВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

Абекешев А.И., Корчек В., Уразова Б.А.*, Курманова Г.К. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫГОД И ЗАТРАТ, СВЯЗАННЫХ С ПУТЕШЕСТВИЯМИ И ТУРИЗМОМ	42
Жакупова А.А.*, Сариева Ж.И.*, Кашкимбаева К.Б. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ	54
Койшинова Г.К.*, Домалатов Е.Б., Асубаева А.С. СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ И ПОДХОДЫ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ	65
Тұрсын А.Р.*, Каримов Д.М. ИССЛЕДОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА: ДИНАМИКА И АНАЛИЗ	77
Искакова Д.Е.*, Есмагамбетов Е.Ж. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ: МИРОВАЯ ПРАКТИКА И КАЗАХСТАН	87

ЦИФРОВАЯ, ИННОВАЦИОННАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

Жагыпарова А.О.*, Мухияева Д.М., Сембиева Л.М. ПРИОРИТЕТЫ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ ДЛЯ КАЗАХСТАНА	93
Аманжол Б.А., Мирзалиева С.С.*, Бисвас С. ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ	100
Тагайбекова Н.П., Саймагамбетова Г.А., Естурлиева А.И. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОБЗОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СИНЕЙ ЭКОНОМИКИ: ВЫЗОВЫ ДЛЯ КАЗАХСТАНА	110

CONTENT

HUMAN CAPITAL AND THE KNOWLEDGE ECONOMY

Zhumagulova A.B., Yanovskaya O.A.* REGULATION OF APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF LEARNING RESULTS - A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS	8
Yesturlieva A.A.*, Amaniyazova G.D., Mambetova A.I. ANALYSIS OF THE PERSONNEL TRAINING MARKET IN KAZAKHSTAN REGIONS: TRENDS AND CHALLENGES	13
Adilova A.M.*, Shildibekov Y.Z., Alpysbayev K.S. MODERN CONCEPT OF INTERACTION BETWEEN PROJECT MANAGEMENT AND INNOVATION MANAGEMENT	26
Rakhmetulina Zh.B.*, Bukhatova A.S., Dyusupova G.T. METHODOLOGICAL APPROACHES TO HUMAN CAPITAL MANAGEMENT	35

REGIONAL AND SECTORAL DEVELOPMENT OF THE ECONOMY

Abekeshev A.I., Korček V., Urazova B.A.*, Kurmanova G.K. DETERMINING THE ECONOMIC BENEFITS AND COSTS OF TRAVEL AND TOURISM	42
Zhakupova A.A.*, Sariyeva Zh.I.*, Kashkimbayeva K.B. PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS IN KAZAKHSTAN	54
Koyshinova G.K.*, Domalatrov Y.B., Assubayeva A.S. MODERN TYPES AND APPROACHES IN ADVERTISING ACTIVITIES OF THE TOURISM SECTOR	65
Tursyn A.R.*, Karimov D.M. RESEARCH OF INVESTMENT PROCESSES IN THE CONTEXT OF THE REGIONS OF KAZAKHSTAN: DYNAMICS AND ANALYSIS	77
Iskakova D.E.*, Esmagambetov E.Zh. INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ELECTRIC POWER INDUSTRY IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY WORLD PRACTICE AND KAZAKHSTAN	87

DIGITAL, INNOVATIVE AND ECOLOGICAL ECONOMY

Zhagyparova A.O.*, Mukhiyayeva D.M., Sembiyeva L.M. PRIORITIES OF THE «GREEN» ECONOMY FOR KAZAKHSTAN	93
Amanzhol B.A., Mirzaliyeva S.S.*, Biswas S. INTERNET TRADING IN STRATEGIC MANAGEMENT	100
Tagaibekova N.P., Saimagambetova G.A., Yesturlieva A.A. INTERNATIONAL REVIEW OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE BLUE ECONOMY: CHALLENGES FOR KAZAKHSTAN	110

REGULATION OF APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF LEARNING RESULTS - A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS

ZHUMAGULOVA A.B.¹

Candidate of Juridical Sciences

YANOVSKAYA O.A.*¹

Doctor of Economic Sciences, Professor

¹Independent Agency for Accreditation and Rating, Astana, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. The article highlights important issues of increasing the competitiveness of personnel training for the economy of Kazakhstan. One of the important aspects is the methodology for determining knowledge, skills and abilities, as well as the analysis and evaluation of approaches to the expected learning outcomes. The purpose of the study is to examine various approaches to assessing learning outcomes to identify effective methods and ways to improve competitiveness and train personnel in demand in the labor market.

Of scientific interest are the various models of effectiveness assessment considered, which help to determine the level of knowledge of students of educational programs and make informed decisions for their improvement. The main methods of assessing learning outcomes were knowledge monitoring, hierarchy analysis, comparative analysis, feedback, questionnaires, surveys, and observation. The analysis and evaluation of approaches to expected results in higher education institutions is intended to inform the academic community and is of interest to education workers, heads of educational organizations and specialists in the field of education.

This study is of practical interest to teachers of educational institutions for improving approaches to assessing learning outcomes.

KEYWORDS: competitiveness, quality, learning outcomes, skills, competencies, learning effectiveness, human capital.

ОҚУ НӘТИЖЕЛЕРІН БАҒАЛАУ ТӘСІЛДЕРІН РЕТТЕУ – БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІКТІ АРТТЫРУ ФАКТОРЫ

ЖҰМАҒҰЛОВА А.Б.¹

заң ғылымдарының кандидаты

ЯНОВСКАЯ О.А.*¹

экономика ғылымдарының докторы, профессор

¹Аккредиттеу және рейтингтің тәуелсіз агенттігі, Астана қ., Қазақстан Республикасы

АНДАТПА. Мақалада Қазақстан экономикасы үшін кадрлар даярлаудың бәсекеге қабілеттілігін арттырудың маңызды мәселелері көрсетілген. Маңызды аспектілердің бірі білім, білік және дағдыларды анықтау әдістемесі, сондай-ақ күтілетін оқыту нәтижелеріне амалдарды талдау және бағалау болып табылады. Зерттеудің мақсаты – еңбек нарығында сұранысқа ие кадрларды даярлау мен бәсекеге қабілеттілікті арттырудың тиімді әдістері мен жолдарын анықтау үшін оқыту нәтижелерін бағалаудың әртүрлі тәсілдерін зерттеу.

Білім беру бағдарламалары бойынша оқушылардың білім деңгейін анықтауға және оларды жақсарту бойынша негізделген шешімдер қабылдауға көмектесетін нәтижелерді бағалаудың әртүрлі үлгілері ғылыми қызығушылық тудырады. Оқыту нәтижелерін бағалаудың негізгі әдістері білім мониторингі, иерархиялық талдау, салыстырмалы талдау, кері байланыс, сауалнамалар, сауалнамалар, бақылаулар болды. ЖОО-да күтілетін нәтижелерге қатысты тәсілдерді талдау және бағалау академиялық қоғамдастықты ақпараттандыруға арналған және педагогтарды, білім беру ұйымдарының басшыларын және білім беру саласындағы мамандарды қызықтырады. Бұл зерттеу білім беру ұйымдарының мұғалімдеріне оқу нәтижелерін бағалау тәсілдерін жетілдіру үшін практикалық қызығушылық тудырады.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: бәсекеге қабілеттілік, сапа, оқу нәтижелері, дағдылар, құзыреттер, оқытудың тиімділігі, адами капитал.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ПОДХОДОВ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ - ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

ЖУМАГУЛОВА А.Б.¹

кандидат юридических наук

ЯНОВСКАЯ О.А.*¹

доктор экономических наук, профессор

¹Независимое агентство аккредитации и рейтинга, г. Астана, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. В статье освещены важные вопросы повышения конкурентоспособности подготовки кадров для экономики Казахстана. Одним из важных аспектов является методология определения знаний, умений и навыков, а также анализ и оценка подходов к ожидаемым результатам обучения. Цель исследования направлена на изучение различных подходов к оценке результатов обучения для определения эффективных методов и путей повышения конкурентоспособности и подготовки кадров, востребованных на рынке труда.

Научный интерес представляют рассмотренные различные модели оценки эффективности, которые помогают определить уровень знаний студентов образовательных программ и принимать обоснованные решения для их улучшения. Основными методами оценки результатов обучения стали мониторинг знаний, анализ иерархий, сравнительного анализа, обратная связь, анкетирование, опрос, наблюдение. Анализ и оценка подходов к ожидаемым результатам в вузах предназначены для информирования академического сообщества и представляет интерес для работников образования, руководителей учебных организаций и специалистов в области образования. Практический интерес данное исследование представляет для преподавателей учебных организаций для совершенствования подходов к оценке результатов обучения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: конкурентоспособность, качество, результаты обучения, навыки, компетенции, эффективность обучения, человеческий капитал.

INTRODUCTION. In the modern world, there are many different approaches to assessing the level of knowledge, which allow us to determine the results of students in educational programs and make informed decisions on improvement. Today, in the conditions of information transformation, scientists and practitioners understand that it is impossible to fit all the important and possible content into educational programs and courses. It is important to determine the necessary and sufficient knowledge, skills and abilities for a specialist, with which the student can successfully carry out professional activities.

Assessment of learning outcomes is the compliance of competitive educational achievements of students and graduates with the requirements of the educational services market. The assessment of knowledge is determined in the form of conventional signs - points, as well as in the teacher's assessment opinions of the degree of assimilation of knowledge and skills of the student.

In modern conditions, it is important to determine the level of knowledge and skills of a student when receiving the necessary

information. For a teacher, an assessment is the result of processing information that comes to him during the teacher-student feedback.

The teacher, determining the level of perception of information, gives the student an assessment, which serves as a quantitative expression of knowledge. The assessment is a characteristic of the results of the student's educational activity, gives an idea of the level of knowledge and competencies, the degree of their compliance with control requirements. All this corrects the student's self-assessment. The assessment has an organizing effect.

MATERIALS AND METHODS OF RESEARCH.

The study of approaches to expected learning outcomes is aimed at ensuring the quality of education and increasing the competitiveness of personnel training. Various approaches and methods for assessing learning outcomes, as well as models for assessing the effectiveness of training, are considered. Learning outcomes (learning outcomes approach) are acquired knowledge, skills, abilities and formed competencies.

The concept of "learning outcomes approach" in the official document "European

Qualifications Framework" is the expected learning outcomes. This means what the student knows, understands and can do upon completion of the learning process and is defined in terms of knowledge, skills and competencies. [1]

In 1972, scientist Gagne proposed 5 main types of learning outcomes: verbal information; intellectual skills; cognitive strategies; attitudes; skills.

Among scientists, there are the most well-known approaches to assessing learning outcomes, which include 3 components: cognitive - assessment of the level of knowledge according to a unified assessment system; economic - change in the amount of human capital of graduates; social - assessment of the level of socialization of graduates.

One of the most famous classification options for evaluating results is Bloom's Taxonomy. This system is based on the principle of "from simple to complex". "Bloom proposed a hierarchical list of 6 cognitive processes: knowledge, understanding, application, analysis, synthesis, evaluation. This list is convenient for formulating the goals and objectives of a specific educational program.

However, it cannot act as a measurement scale for learning outcomes, even a nominal scale. It is not possible to break down all learning outcomes using this list (e.g. analysis, synthesis and evaluation serve as indicators of students' understanding of the material, etc.).

The main approaches to the concept of "learning outcomes" include:

- 1) Expected results of mastering the educational program - competencies established by the educational standard and competencies established by the organization, according to the profile of the educational program.

- 2) General and professional competencies corresponding to a certain level of education and qualifications.

- 3) Learning outcomes are professionally important characteristics of the quality of personnel training.

- 4) Completion of the learning process is determined by the knowledge, skills and competencies of graduates.

According to the European Qualifications Framework, knowledge is described as

theoretical and/or factual Knowledge is the result of learning. Knowledge is contained in the form of facts, principles, theories, and practices related to a field of work or study. Knowledge is information that has been learned by a student. [1].

Competences are the ability to use knowledge, skills and abilities in professional and personal development. According to the European Qualifications Framework, competence is responsibility and independence.

Skills and abilities refer to the ability to apply knowledge and use know-how to complete tasks and solve problems. According to the European Qualifications Framework, skills and abilities are cognitive and practical skills.

Cognitive skills depend on logical, intuitive and creative thinking. Practical skills depend on the skills and use of methods, materials and tools and devices)" [1].

There are external and internal skills. Internal skills are the ability to perform mental actions and operations: comparison, analysis, synthesis. External skills are methods of external or practical actions.

Skills are abilities that have been brought to automatism. At first, new actions are performed as independent and conscious actions. As a result of repetitions, they can be performed automatically.

Gippenreiter Yu. considers skills to be a process that has passed through consciousness and then ceased to be realized. Skills are the development of abilities, knowledge and capabilities. Firstly, the work is carried out quickly and accurately. Secondly, consciousness performs more complex actions. [2]

The study used different methods of assessing knowledge, skills and abilities. The main method is observation, which allows for analysis and assessment of students. This method is effectively used in students' practice.

There are methods of survey, interview, and interview. These are oral methods of control. There are written methods: questionnaires and testing. Questionnaires allow collecting information about the results of training (attitude to the educational organization and profession). Testing is a method of assessing the results of training. The questions should be clear and specific.

Evaluation of results is also an effective

method: a computer program developed by students or a completed project, that is, everything that can evaluate the results of training. To analyze the work, teachers develop evaluation methods that include criteria.

The issues of assessment of training were studied by researcher V.P. Bepalko. He defined 4 levels of achievements, where a qualitative change in the level of knowledge of students occurs. These approaches determine the level of students' results in training: achievements, skills, abilities, competencies. [3]

V.P. Simonov identified 5 criteria for evaluating the results that make up the learning model: distinction, memorization, understanding, skills and abilities. [4]

Thus, the assessment of learning outcomes consists of assessing knowledge, skills and abilities as key components.

RESULTS AND THEIR DISCUSSION.

Today it is important to observe the following requirements for assessing students' knowledge and skills. These are Objectivity and individuality. Objectivity reflects the actual level of assimilation of the educational material provided by the program and shows how well the student masters the material and uses it independently. Individuality records the results of the individual learning process and the level of knowledge of a particular student. There is an assessment of knowledge - summative and formative assessment. Summative or final assessment exists in the form of an exam, test, midterm control and determines the result of students' learning for a certain period of time. [5] The forms and methods of assessment are determined by the teacher. Formative assessment is used constantly in the learning process during lectures and classes. The conditions for formative assessment are:

- 1) Knowledge and understanding of learning objectives by students
- 2) Effective feedback to students
- 3) Active participation of students in the process of their own learning
- 4) Knowledge and understanding of assessment criteria by students
- 5) The ability and skills of students to analyze their own work (reflection)
- 6) Adjustment of teaching approaches taking into account the assessment results [6]

Thus, formative assessment has a stimulating and motivating function. The main objectives of the assessment are:

- Forecast of possible consequences, results of the implementation of methodological approaches,
- Providing feedback,
- Degree of achievement of the intended goals,
- Determining the relationship between the observed changes and the methodological measures taken,
- Evidence-based information for further implementation of methodological approaches. [7]

Learning outcomes are the criteria used to select materials, describe content, design teaching procedures, and prepare tests and examinations. Learning outcomes should be learner-centered, not teacher-centered.

Currently, there are various models of performance evaluation that help measure the results of students in educational programs and make informed decisions for their improvement. [8]

Kirkpatrick's model includes 4 main levels: reaction, learning, behavior and outcome:

1. Emotional reaction determines students' perception of how useful and effective the learning is from the students' point of view.
2. The level of acquisition of knowledge and skills by learners includes the use of tests and knowledge control to determine understanding and memorization.
3. The level of behavior determines how the acquired knowledge and skills are applied in practice. It includes observations and determines to what extent the acquired skills are implemented.
4. Students' performance determines how much knowledge has been achieved through learning. [9]

In practice, the following models also exist:

- The Phillips model, which is an extended version of the Kirkpatrick model: it evaluates from the point of view of the financial results of training.
- Berno's model includes not only the student himself, but also the quality of the process, the control of which can guarantee the desired result.

• The Stufflebeam model suggests assessing the effectiveness of learning at each stage of the educational process, unlike other models, it includes an analysis of the effectiveness of not only the entire process, but also each stage separately in order to identify strengths and weaknesses [10]

CONCLUSION. It is therefore important for students to understand how useful and interesting their learning will be. It is important to know what parameters to choose to evaluate their growth. How to combine them to get a complete picture, and how to use tools to

collect and analyze learning data.

It is important for educators and curriculum developers to understand how effective and useful their materials are. Faculty strive to ensure that students successfully absorb the educational material.

For managers, performance evaluation helps determine whether the goals and expected results have been achieved. Therefore, in modern conditions, performance evaluation helps all stakeholders understand how successful training is, improve its quality and achieve the goals.

REFERENCES:

- 1 The European Qualifications Framework for Lifelong Learning (EQF). (2008). Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. http://ecompetences.eu/wp-content/uploads/2013/11/EQF_broch_2008_en.pdf
- 2 Gippenreiter, Yu. B. (2008). *Introduction to General Psychology: a course of lectures*. M.: Publishing house AST, Astrel.
- 3 Bepalko, V.P. (2008). *Nature-based pedagogy*. Moscow: Public education.
- 4 Simonov, V.P. Model of reliable assessment of the quality of education on the innovative basis of characteristics of the degree of training of the individual. *Collection of works of the Annual conference "Use of 1C software products in educational institutions"*.
- 5 Babansky, Yu. K. (1989). *Selected pedagogical works*. Moscow: Pedagogy.
- 6 Meshcheryakov, B., & Zinchenko, V. (2004.) *The Big Psychological Dictionary*. Moscow: Olma-press.
- 7 Vasilyeva, E.V., & Mitrofanova, E.A. (2013). Principles of constructing a sectoral framework of IT qualification. *Internet journal "Science Studies"*, 5(18), 91.
- 8 Blinov, V.I., Voloshina, I.A., Yesenina, E.Yu., Leibovich, A.N., Novikov, P.N. (2010). *Dictionary and reference book of modern Russian professional education. Issue 1*. M.: FIO.
- 9 Irkhina, I. & Litovchenko M. (2024). Features of the use of interactive teaching methods in the context of digitalization of education in US universities. *Kazan Pedagogical Journal*, 3, 128-135.
- 10 Zhumagulova, A., Yanovskaya, O., & Kydyrmina, N.A. (2024). Digitalization of knowledge, implementation of it technologies in education. *Education. Quality Assurance*, 4(37), 8-16.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Zhumagulova Alina - Candidate of Juridical Sciences, General Director, Independent Agency for Accreditation and Rating (IAAR), Astana, Republic of Kazakhstan
E-mail: iaar@iaar.kz

Yanovskaya Olga* - Doctor of Economic Sciences, Professor, PhD, Academician, Advisor to the General Director, Independent Agency for Accreditation and Rating (IAAR), Astana, Republic of Kazakhstan
E-mail: yanovskaya_o@mail.ru

Жұмағұлова Алина Бақытжанқызы - заң ғылымдарының кандидаты, бас директор, Аккредиттеу және рейтинг тәуелсіз агенттігі (IAAR), Астана қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: iaar@iaar.kz

Яновская Ольга Алексейқызы* - экономика ғылымдарының докторы, профессор, академик, бас директорының кеңесшісі, Аккредиттеу және рейтингтің тәуелсіз агенттігі (IAAR), Астана қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: yanovskaya_o@mail.ru

Жумагулова Алина Бакытжановна - кандидат юридических наук, генеральный директор Независимого агентства аккредитации и рейтинга (IAAR), г. Астана, Республика Казахстан
E-mail: iaar@iaar.kz

Яновская Ольга Алексеевна* - доктор экономических наук, профессор, академик, Советник генерального директора, Независимое агентство аккредитации и рейтинга (IAAR), г. Астана, Республика Казахстан
E-mail: yanovskaya_o@mail.ru

АНАЛИЗ РЫНКА ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В РЕГИОНАХ КАЗАХСТАНА: ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ

ЕСТУРЛИЕВА А.И.^{*1}

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

АМАНИЯЗОВА Г.Д.¹

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

МАМБЕТОВА А.И.¹

кандидат культурологических наук, ассоциированный профессор

¹Yessenov University, г. Актау, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. В статье представлен комплексный анализ текущего состояния и динамики развития человеческого капитала в различных регионах Республики Казахстан. Исследование охватывает несколько ключевых аспектов рынка труда, таких как подготовка кадров, востребованность специалистов в приоритетных отраслях экономики (энергетика, строительство, транспорт и логистика, сельское хозяйство и машиностроение), а также анализ структуры занятости и безработицы в шести областях страны. В данной статье используются материалы с проекта, которые реализованы при финансовой поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан в рамках ПЦФ ИРН: BR21882382 на тему: «Разработка атласов новых профессий и компетенций регионов Казахстана на основе метода Skills Technology Foresight».

В написании статьи рассматривается структура промышленного производства, изменение объемов валовой продукции сельского хозяйства и динамика инвестиций в основной капитал, что иллюстрирует социально-экономические особенности развития каждого региона. В ходе исследования также уделено внимание уровню заработной платы и доходам населения, которые напрямую влияют на миграционные процессы, спрос на рабочие места и общее благосостояние. Дополнительно в статье представлены статистические данные о количестве зарегистрированных и действующих юридических лиц, а также доле малого и среднего бизнеса в экономике регионов.

Особое внимание уделено системе профессионального образования и её роли в обеспечении рынка труда квалифицированными кадрами. Проведен анализ образовательных программ [1], востребованных среди молодежи специальностей и уровня трудоустройства выпускников образовательных учреждений. Подчеркивается необходимость модернизации учебных планов, усиления взаимодействия между образовательными учреждениями и работодателями, а также внедрения дуальных и практико-ориентированных программ обучения, что способствует более успешной интеграции выпускников в трудовой процесс.

В статье поднимаются вопросы о существующих проблемах и барьерах на пути подготовки квалифицированных специалистов, таких как недостаток материально-технической базы в учебных заведениях, ограниченные возможности трудоустройства в некоторых отраслях и низкие зарплаты на начальных позициях. На основе проведенного SWOT-анализа образовательной системы предложены направления для улучшения профессиональной подготовки кадров и повышения конкурентоспособности трудового рынка в условиях растущей глобальной конкуренции и цифровизации экономики.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: подготовка кадров, рынок труда, экономическое развитие, квалифицированные специалисты, модернизация образования, цифровизация экономики, человеческий капитал, форсайд, атлас рабочих профессий.

ҚАЗАҚСТАН Өңірлерінде кадрларды даярлау нарығын талдау: үрдістер мен сын-тегеуріндер

ЕСТУРЛИЕВА А.И.^{*1}

экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор

АМАНИЯЗОВА Г.Д.¹

экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор

МАМБЕТОВА А.И.¹

мәдениеттану ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор

¹Yessenov University, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы

АНДАТПА. Мақалада Қазақстан Республикасының әртүрлі өңірлеріндегі адами капиталдың ағымдағы жай-күйі мен даму динамикасына кешенді талдау ұсынылған. Зерттеу еңбек нарығының бірнеше негізгі аспектілерін қамтиды, мысалы, кадрларды даярлау, экономиканың басым салаларында мамандарға сұраныс (энергетика, құрылыс, көлік және логистика, ауыл шаруашылығы және машина жасау), сондай-ақ елдің алты саласындағы жұмыспен қамту және жұмыссыздық құрылымын талдау. Бұл мақалада "skills Technology Foresight әдісі негізінде Қазақстан өңірлерінің жаңа кәсіптері мен құзыреттерінің атластарын әзірлеу" тақырыбында Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігі Ғылым комитетінің қаржылық қолдауымен іске асырылған жобадан алынған материалдар пайдаланылады. Мақала жазуда өнеркәсіптік өндірістің құрылымы, ауыл шаруашылығының жалпы өнімінің көлемінің өзгеруі және негізгі капиталға инвестициялардың динамикасы қарастырылады, бұл әр аймақтың дамуының әлеуметтік-экономикалық ерекшеліктерін көрсетеді. Зерттеу сонымен қатар көші-қон процестеріне, жұмыс орындарына сұранысқа және жалпы әл-ауқатқа тікелей әсер ететін жаңа деңгейіне және халықтың табысына назар аударады. Сонымен қатар, мақалада тіркелген және жұмыс істеп тұрған заңды тұлғалардың саны, сондай-ақ өңірлер экономикасындағы шағын және орта бизнестің үлесі туралы статистикалық деректер келтірілген.

Кәсіптік білім беру жүйесіне және оның еңбек нарығын білікті кадрлармен қамтамасыз етудегі рөліне ерекше назар аударылды. Жастар арасында сұранысқа ие мамандықтар мен білім беру мекемелері түлектерінің жұмысқа орналасу деңгейіне [1] білім беру бағдарламаларына талдау жүргізілді. Оқу жоспарларын жаңғырту, білім беру мекемелері мен жұмыс берушілер арасындағы өзара іс-қимылды күшейту, сондай-ақ түлектердің еңбек процесіне неғұрлым табысты интеграциялануына ықпал ететін дуальды және тәжірибеге бағдарланған оқыту бағдарламаларын енгізу қажеттігі атап өтіледі.

Мақалада оқу орындарында материалдық-техникалық базаның болмауы, кейбір салаларда жұмысқа орналасу мүмкіндіктерінің шектелуі және бастапқы позициялардағы жалақының төмендігі сияқты білікті мамандарды даярлау жолындағы бар проблемалар мен кедергілер туралы сұрақтар көтеріледі. Білім беру жүйесіне жүргізілген SWOT-талдау негізінде кадрлардың кәсіби даярлығын жақсарту және өсіп келе жатқан жаһандық бәсекелестік пен экономиканы цифрландыру жағдайында еңбек нарығының бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін бағыттар ұсынылды.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: кадрларды дайындау, еңбек нарығы, экономиканы дамыту, білікті мамандар, білім беруді жаңғырту, экономиканы цифрландыру, адами капитал, көрегендік, көкірегі ояу жұмыс атласы.

ANALYSIS OF THE PERSONNEL TRAINING MARKET IN THE REGIONS OF KAZAKHSTAN: TRENDS AND CHALLENGES

YESTURLIEVA A.A.*¹

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

AMANIYAZOVA G.D.¹

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

МАМБЕТОВА А.И.¹

Candidate of Cultural Sciences, Associate Professor

¹Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. The article presents a comprehensive analysis of the current state and dynamics of human capital development in various regions of the Republic of Kazakhstan. The study covers several key aspects of the labor market, such as personnel training, the demand for specialists in priority sectors of the economy (energy, construction, transport and logistics, agriculture and mechanical engineering), as well as an analysis of the structure of employment and unemployment in six regions of the country. This article uses materials from the project, which were implemented with the financial support of the Science Committee of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan within the framework of the IRN PCF: BR21882382 on the topic: "Development of atlases of new professions and competencies in the regions of Kazakhstan based on the Skills Technology Foresight method". The

article examines the structure of industrial production, changes in the volume of gross agricultural output and the dynamics of investment in fixed assets, which illustrates the socio-economic development features of each region. The study also focuses on the level of wages and incomes of the population, which directly affect migration processes, demand for jobs and general well-being. Additionally, the article presents statistical data on the number of registered and operating legal entities, as well as the share of small and medium-sized businesses in the regional economy.

Special attention is paid to the vocational education system and its role in providing the labor market with qualified personnel. The analysis of educational programs [1], specialties in demand among young people and the level of employment of graduates of educational institutions is carried out. The need to modernize curricula, strengthen interaction between educational institutions and employers, as well as introduce dual and practice-oriented training programs is emphasized, which contributes to a more successful integration of graduates into the work process.

The article raises questions about existing problems and barriers to the training of qualified specialists, such as the lack of material and technical base in educational institutions, limited employment opportunities in some industries and low salaries in initial positions. Based on the SWOT analysis of the educational system, the directions for improving professional training and increasing the competitiveness of the labor market in the context of growing global competition and digitalization of the economy are proposed.

KEYWORDS: personnel training, labor market, economic development, qualified specialists, education modernization, digitalization of the economy, human capital, foreside, atlas of blue-collar jobs.

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность темы исследования заключается в важности развития человеческого капитала как основы устойчивого экономического роста и социального благополучия регионов Казахстана. В условиях динамичного изменения требований к профессиональным навыкам, вызванного цифровизацией и инновациями в ключевых отраслях, страна сталкивается с необходимостью модернизации системы профессионального образования и повышения качества подготовки кадров. Недостаток квалифицированных специалистов и несоответствие навыков выпускников требованиям рынка труда ведет к замедлению темпов развития экономики и снижению конкурентоспособности Казахстана на глобальном уровне.

Анализ состояния рынка труда и системы подготовки кадров в регионах позволяет выявить ключевые проблемы, такие как дисбаланс спроса и предложения на рынке труда, низкий уровень трудоустройства среди молодежи и миграционный отток специалистов.

Это исследование акцентирует внимание на необходимости улучшения взаимодействия между образовательными учреждениями и работодателями, расширении практико-ориентированных программ обучения, а также внедрении новых подходов к образовательным стандартам. Решение этих задач имеет стратегическое значение для экономического и социального развития Казахстана, обеспечивая регионы квалифицированными специалистами и способствуя сокращению безработицы и повышению уровня жизни населения [2].

Цель исследования – всесторонний анализ системы подготовки кадров и развития человеческого капитала в регионах Казахстана с целью выявления ключевых проблем и возможностей для улучшения соответствия профессиональ-

ного образования современным требованиям рынка труда.

Для достижения поставленных целей в исследовании, необходимо выполнение следующих задач:

- оценку текущего состояния рынка труда в регионах Казахстана, проанализировать уровень занятости, безработицы и динамику заработных плат.

- исследование ключевых отраслей экономики, требующие квалифицированных специалистов, и определить основные направления спроса на рабочую силу.

- изучение системы профессионального образования, включая подготовку кадров в учреждениях технического и профессионального образования, и выявить ее соответствие требованиям современного рынка труда.

- анализ трудоустройства выпускников, выявить проблемы адаптации молодых специалистов к условиям реального сектора экономики.

- определение основных препятствий, влияющих на трудоустройство и профессиональный рост выпускников, включая недостатки материально-технической базы, несоответствие образовательных программ, а также другие барьеры.
- исследование возможностей и преимуществ дуального обучения и других практико-ориентированных форм образования, способствующих интеграции выпускников в рынок труда.

- разработка рекомендации для совершенствования системы подготовки кадров, повышения уровня взаимодействия образовательных учреждений с работодателями и адаптации образовательных программ под потребности цифровой экономики [3].

Основные проблемы профессионального образования в Казахстане, связанные с его адаптацией к современным требованиям рынка труда,

включают несколько значимых аспектов.

Прежде всего, многие учебные программы не соответствуют актуальным потребностям работодателей и новым технологиям, что создает разрыв между теоретической подготовкой и практическими навыками у выпускников. Кроме того, недостаток практико-ориентированных и дуальных образовательных программ снижает возможности для быстрого вхождения молодых специалистов в профессиональную среду: большая часть обучения сосредоточена на теории, тогда как производственные стажировки и практики остаются ограниченными [4].

Еще одна актуальная проблема — слабая материально-техническая база учебных заведений, не позволяющая готовить студентов на современном оборудовании, что необходимо для полноценной подготовки к реальным условиям труда. Также стоит отметить нехватку квалифицированных преподавателей, особенно в востребованных и технически сложных областях, что отрицательно сказывается на уровне профессионального образования. Традиционные методы преподавания и ограниченность кадров с актуальными навыками снижают качество подготовки специалистов.

Отсутствие достаточного взаимодействия между учебными заведениями и работодателями затрудняет корректировку учебных программ в соответствии с потребностями рынка труда, что снижает шансы выпускников на успешное трудоустройство. Помимо этого, в таких приоритетных для страны отраслях, как сельское хозяйство и промышленность, наблюдается слабая мотивация к обучению, так как молодые специалисты не видят там привлекательных карьерных перспектив и достойного уровня заработка.

Также проблема оттока молодых специалистов в другие регионы и за границу усугубляет ситуацию, так как высокие ожидания по условиям труда и уровню оплаты часто не совпадают с реальностью, что побуждает выпускников искать лучшие возможности за пределами региона или страны. Все эти факторы подчеркивают необходимость модернизации системы профессионального образования в Казахстане, а также усиления сотрудничества с промышленными предприятиями для подготовки специалистов, способных соответствовать динамично изменяющимся требованиям рынка труда.

По данным Бюро национальной статистики Республики Казахстан, во втором квартале 2024 года уровень безработицы составил 4,7%, что соответствует 451 тыс. безработных. Уровень занятости населения в возрасте 15 лет и старше достиг 64,8% [5].

В таблице 1 предоставлены показатели уровня безработицы и заработной платы по регио-

нам во втором квартале 2024 года.

Данные таблицы свидетельствуют о сравнительно низком уровне безработицы по всей стране, с незначительными региональными различиями.

Среднемесячная номинальная заработная плата в Казахстане в первом квартале 2024 года составила 340 636 тенге, что на 19,3% выше по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Цифры отражают значительные региональные различия в уровне заработных плат, что связано с экономической специализацией и уровнем развития конкретных областей.

В целом, рынок труда в Казахстане характеризуется стабильным уровнем занятости и низкой безработицей. Однако существуют значительные региональные различия в уровне заработных плат, что указывает на необходимость проведения политики, направленной на выравнивание экономического развития регионов и повышение уровня жизни населения.

Анализ ключевых отраслей экономики Казахстана, нуждающихся в квалифицированных специалистах, выявил основные направления спроса на рабочую силу.

Прежде всего, высокий спрос наблюдается в энергетике и добывающей промышленности, которые являются важными экспортными секторами страны. Казахстан испытывает дефицит специалистов, таких как инженеры-геологи, операторы нефтяных платформ и энергетиков, что связано с необходимостью развития технологий добычи и переработки ресурсов.

В строительной сфере и инфраструктурном развитии также ощущается нехватка квалифицированных кадров. Реализация масштабных проектов в жилищном и коммерческом строительстве требует архитекторов, инженеров-проектировщиков, менеджеров строительных проектов и рабочих специальностей, таких как монтажники, каменщики и сварщики.

Еще одной важной отраслью является сельское хозяйство и агропромышленный комплекс. Казахстан активно развивает этот сектор, чтобы обеспечить продовольственную безопасность и увеличить экспорт сельхозпродукции. Существует дефицит агрономов, зоотехников, инженеров по сельскохозяйственной технике и специалистов по агротехнологиям, поскольку цифровизация и механизация сельского хозяйства становятся необходимостью [6].

В транспортной и логистической сферах, в силу географического положения Казахстана на пересечении международных транспортных коридоров, также растет потребность в квалифицированных кадрах. В этой области особенно востребованы логисты, специалисты по международным перевозкам, операторы складов и во-

дители крупногабаритного транспорта, а также эксперты в цифровизации логистических процессов [7].

Сфера информационных технологий и цифровой экономики также испытывает высокий спрос на квалифицированных специалистов. Быстрая цифровизация повышает потребность в разработчиках ПО, специалистах по кибербезопасности, аналитиках данных и специалистах по автоматизации и искусственному интеллекту. Эти профессионалы необходимы для перехода на цифровые платформы и модернизации процессов в других секторах экономики.

В сфере здравоохранения и социальных услуг также необходимы квалифицированные кадры. Рост потребности в медицинских и социальных услугах увеличивает спрос на врачей, медсестер, фармацевтов и специалистов в области медицинских технологий. Это особенно актуально в условиях пандемии и старения населения, что требует увеличения числа медицинских кадров.

Сфера образования и науки также сталкивается с потребностью в квалифицированных педагогах, преподавателях вузов и исследователях. Спрос на качественное образование и рост численности населения создают необходимость в специалистах в STEM-дисциплинах (наука, технологии, инженерия, математика), иностранном языке и новых методах обучения, включая дистанционные и цифровые технологии.

Таким образом, Казахстан сталкивается с нехваткой квалифицированных специалистов в ключевых отраслях, таких как энергетика, строительство, сельское хозяйство, транспорт, информационные технологии, здравоохранение и образование. Для обеспечения экономики квалифицированными кадрами требуется модернизация профессиональной подготовки и усиление взаимодействия с работодателями, чтобы соответствовать растущему спросу на рабочую силу в этих приоритетных направлениях.

Система профессионального образования в Казахстане требует улучшений, чтобы соответствовать требованиям рынка труда. Основные проблемы включают устаревшие учебные программы, недостаток практико-ориентированного обучения, слабую материально-техническую базу, нехватку квалифицированных преподавателей и ограниченное сотрудничество с работодателями.

Решение этих задач - обновление программ и стандартов, модернизация оборудования, расширение дуального обучения и укрепление связи с бизнесом - позволит лучше подготовить выпускников к реальным условиям работы и снизить дефицит кадров в ключевых отраслях. Анализ трудоустройства выпускников - выявить проблемы адаптации молодых специалистов к

условиям реального сектора экономики.

Основные препятствия, влияющие на трудоустройство и профессиональный рост выпускников профессиональных учреждений в Казахстане, включают:

- Несоответствие образовательных программ требованиям рынка труда. Учебные программы часто не адаптированы к потребностям современных работодателей и не учитывают изменения в технологиях. Выпускники приходят на рынок труда с устаревшими знаниями и недостаточными навыками для работы в высокотехнологичных и динамично развивающихся отраслях.

- Слабая материально-техническая база. Во многих учебных заведениях устаревшее оборудование и недостаток современного оснащения. Это затрудняет освоение студентами актуальных навыков и технологий, востребованных в различных секторах экономики, и не позволяет создать условия, приближенные к реальной производственной среде.

- Недостаток практико-ориентированного обучения. Недостаточное внимание к стажировкам и производственной практике приводит к тому, что у студентов отсутствует необходимый опыт. Это снижает их конкурентоспособность на рынке труда и увеличивает время на адаптацию к рабочим условиям после трудоустройства.

- Ограниченное взаимодействие с работодателями. Недостаток связей между образовательными учреждениями и предприятиями ограничивает возможности для актуализации учебных программ и адаптации их к требованиям рынка труда. Отсутствие целевых заказов на подготовку специалистов снижает востребованность выпускников на предприятиях.

- Недостаток квалифицированных преподавателей. В ряде учреждений не хватает педагогов, обладающих актуальными знаниями и практическими навыками в современных областях. Устаревшие методы преподавания и ограниченный доступ к повышению квалификации преподавателей негативно сказываются на качестве подготовки студентов [8].

- Слабая мотивация к работе в приоритетных отраслях. Низкая заработная плата на начальных позициях и ограниченные карьерные перспективы снижают привлекательность работы в таких секторах, как сельское хозяйство, промышленность и образование, что приводит к дефициту кадров и нехватке специалистов.

- Миграция выпускников в другие регионы и за рубеж. Недостаток возможностей для профессионального роста и более привлекательные условия в других регионах или странах способствуют оттоку молодых специалистов, особенно из сельских регионов, что ухудшает кадровую

Таблица 1 – Уровень безработицы и заработной платы в регионах Казахстана за 2024 год

Регионы	Уровень безработицы (%)	Среднемесячная номинальная зарплата (тенге)
г. Астана	4.5%	420 000
г. Алматы	4.6%	400 000
г. Шымкент	4.8%	-
Алматинская область	4.7%	310 000
Актюбинская область	4.7%	-
Атырауская область	4.9%	450 000
Акмолинская область	4.6%	-
Западно-Казахстанская область	4.8%	-
Восточно-Казахстанская область	4.6%	330 000
Жамбылская область	4.8%	-
Карагандинская область	4.1%	350 000
Костанайская область	4.6%	-
Кызылординская область	4.9%	-
Мангистауская область	4.9%	430 000
Северо-Казахстанская область	4.6%	-
Павлодарская область	4.8%	-
Туркестанская область	4.8%	-
Область Абай	4.7%	-
Область Жетісу	4.9%	-
Область Ұлытау	4.2%	-
Область Жетісу	4.9%	-

Примечание – составлено на основе литературы [5].

ситуацию на местном уровне.

Эти барьеры создают значительные трудности для выпускников в процессе трудоустройства и развития карьеры, подчеркивая необходимость реформ в системе профессионального образования для лучшей подготовки кадров, которые будут соответствовать требованиям современного рынка труда.

Сложность трудоустройства для многих выпускников связана с недостатком практического опыта и несовпадением их навыков с потребностями работодателей, необходимостью адаптации системы образования к требованиям экономики, в выявлении оптимальных подходов позволяющие повысить производительность выпускников сразу после трудоустройства, обеспечении экономики квалифицированными кадрами, повышении качества образования, развитии личностных качеств у студентов и разработка стратегии для образовательных реформ, все эти факторы создают потребность в исследовании и внедрении возможностей и преимущества дуального обучения и других практико-ориентированных форм образования, способствующих интеграции выпускников в рынок труда.

Дуальное обучение и другие практико-ориентированные формы образования представляют собой подходы, которые активно способствуют

подготовке выпускников к реальным условиям рынка труда. Эти методы комбинируют теоретическое обучение с практическим опытом на предприятиях, что повышает конкурентоспособность выпускников и улучшает их шансы на успешное трудоустройство [9].

Дуальное обучение и другие практико-ориентированные формы образования в Казахстане постепенно развиваются, особенно в регионах, где существует значительная потребность в квалифицированных кадрах для конкретных отраслей. Однако их внедрение и эффективное применение по-прежнему сталкиваются с рядом проблем и ограничений, влияющих на подготовку выпускников к реальным условиям труда.

Одним из основных препятствий для полноценного развития практико-ориентированного образования является устаревшая материально-техническая база в учебных заведениях. Во многих колледжах и техникумах оборудование и технологии значительно отстают от тех, что применяются на предприятиях, что создает разрыв между теорией и практикой. Это особенно актуально для регионов, где доступ к современным ресурсам ограничен, что требует инвестиций в модернизацию учебных баз.

Для эффективного функционирования дуального обучения необходимы преподаватели и на-

ставники, обладающие практическими знаниями и опытом в современных технологиях. В ряде регионов ощущается нехватка таких специалистов, что ограничивает качество профессиональной подготовки и снижает эффективность практико-ориентированных программ. Это связано как с нехваткой кадров, так и с ограниченными возможностями для повышения квалификации.

Внедрение и развитие дуального обучения требуют постоянной государственной поддержки, особенно в сельских и отдаленных регионах. Важно обеспечить финансирование для модернизации учебных баз, расширение числа дуальных программ и активное взаимодействие с предприятиями. Поддержка со стороны государства может стимулировать компании к участию в программах и укрепить инфраструктуру для качественной подготовки кадров.

В Казахстане дуальное обучение и практико-ориентированные формы образования внедряются в различных регионах с учетом их экономической специфики и потребностей в квалифицированных кадрах. Ниже представлены примеры реализации таких программ в некоторых областях:

Атырауский университет нефти и газа имени Сафи Утебаева активно внедряет дуальное обучение. В 2022 году университет направил на практику в компанию «Транстелеком» 13 студентов по специальностям «Автоматизация и управление», «Радиотехника, электроника и телекоммуникация», «Инфокоммуникационная система и сети». Наставники компании делились опытом с четверокурсниками, помогая им закрепить теоретические знания на практике.

В рамках проекта «Бастау Бизнес» в 2016 году обучение прошли 3 258 человек из различных регионов Казахстана, включая Южно-Казахстанскую область. Проект охватил 80 районов страны, предоставляя участникам практические навыки в сфере предпринимательства.

В Восточно-Казахстанской области дуальное обучение реализуется в сотрудничестве с предприятиями металлургической и машиностроительной отраслей. Местные колледжи заключают договоры с компаниями для организации производственной практики студентов, что способствует подготовке специалистов, соответствующих требованиям регионального рынка труда.

В Карагандинской области дуальное обучение активно внедряется в горнодобывающей и металлургической отраслях. Колледжи сотрудничают с крупными предприятиями, такими как «АрселорМиттал Темиртау», предоставляя студентам возможность проходить практику на производстве и приобретать необходимые навыки.

В Мангистауской области, где расположен город Актау, дуальное обучение развивается в нефтегазовой сфере. Местные учебные заведения сотрудничают с предприятиями для подготовки специалистов, востребованных в регионе. Однако, несмотря на усилия, остаются проблемы, связанные с недостаточной материально-технической базой и нехваткой квалифицированных наставников [10].

Данные примеры демонстрируют, что дуальное обучение в Казахстане развивается с учетом региональных особенностей и потребностей экономики. Однако для повышения эффективности таких программ необходимо усиление взаимодействия между образовательными учреждениями, предприятиями и государством, а также модернизация учебной базы и повышение квалификации преподавателей.

Развитие дуального обучения в регионах сдерживается рядом факторов, таких как недостаточная материально-техническая база, нехватка квалифицированных наставников, ограниченные партнерства с предприятиями и недостаток государственной поддержки. Для успешного внедрения и расширения этих программ необходимо усиление взаимодействия между государством, учебными заведениями и бизнесом, что позволит повысить качество подготовки и увеличить шансы выпускников на успешное трудоустройство.

SWOT-анализ образовательной системы Казахстана обеспечивает ее сильные стороны, такие как расширение возможностей получения высшего образования через квоты и гранты, многократное проведение ЕНТ, что увеличивает число абитуриентов, и программу для обучения за рубежом, например, «Болашак». Также важны разработки, такие как «Атлас новых профессий», который помогает ориентироваться в изменениях на рынке труда. Однако система сталкивается с рядом слабых сторон, среди которых есть инфраструктурные проблемы (аварийные школы, и.

Система образования Казахстана имеет ряд возможностей для роста, включая укрепление международного партнерства, демографическое расширение и использование цифровых технологий для улучшения современного процесса. Однако есть и угроза: растущая нагрузка на образовательные преобразования из-за демографического роста, снижение позиций казахстанской науки на мировом уровне, а также проблема «утечки мозгов», когда молодые специалисты уезжают в другие страны или страны.

На основе SWOT-анализа образовательной системы Казахстана предложены рекомендации для совершенствования системы подготовки кадров в Казахстане, повышения взаимодействия

SWOT анализ развития образования и науки

S (Strengths) - сильные стороны	W (Weaknesses) - слабые стороны
1. Расширение доступа к высшему образованию через увеличение количества грантов; 2. Законодательное регулирование механизма ГОНС для расширения доступа к образованию; 3. Квотирование грантов для молодежи из социально-уязвимых слоев населения (53,5% от общего количества грантов); 4. Механизм многократного проведения ЕНТ; 5. Доступ талантливой молодежи к обучению в лучших университетах мира по международной стипендии "Болашак"; 6. Создан Атлас новых профессий для прогноза изменений на рынке труда и определения направлений подготовки специалистов; 7. Расширению академической и управленческой самостоятельности, интернационализации, академической честности в соответствии с принципами Болонского процесса; 8. Представленность казахстанских ОВПО в мировых рейтингах университетов. 9.Улучшение качества образования с помощью применения передовых технологий образования; 10.Создание специализированных дошкольных учреждений для детей с ограниченными возможностями; 11.Повышение уровня прохождения научной стажировки 12. Активизация участия ППС в научных проектах	1. Не конкретные задания ЕНТ; - Отсутствие системы дифференциации размера гранта; - Наличие аварийных и трехсменных школ, дефицит мест в детских садах; - Нехватка в школах специалистов-дефектологов; - Дефицит педагогических кадров для обучения на русском языке. - Не полный охват инклюзивным образованием; - Слабая синхронизация системы высшего образования с текущими потребностями рынка труда в региональном и отраслевом разрезе; - Дефицит мест в общежитиях ОВПО; - Недостаточная развитость инфраструктуры и лабораторной базы ОВПО; - Недостаточно публикаций ППС ОВПО в международных изданиях с высоким импакт-фактором; - Не создан кадровый резерв системы подготовки топ-менеджмента ОВПО, адаптированного к работе с новыми вызовами; - Низкая публикация профессорско-преподавательского состава в журналах Scopus, Web of Science (по сравнению с 2022 годом публикация статей снизилась на 43%); - Низкий уровень обеспеченности лабораторий оборудованием; - Низкая активность получения авторских свидетельств, низкая публикация монографий, учебников и учебных пособий
O (Opportunities) – возможности	T (Threats) – угрозы
1. Повышение возможности бесплатной работы с международными научными базами; 2. усиление связи с зарубежными вузами-партнерами; 3. Создание условий для занятия наукой со стороны университета; 4. Создание ППС возможностей приобщения студентов к науке; 5. Создание условий для повышения языкового уровня преподавателей для участия в программах академической мобильности 6. Опыт создания филиалов зарубежных университетов; 7. Заинтересованность зарубежных стран и университетов в расширении сотрудничества в сфере высшего и послевузовского образования; 8. Демографический рост в Казахстане; 9. Развитие цифровых технологий в образовании; 10. Спрос со стороны регионов и предприятий на расширение сотрудничества с университетами; 11. Уникальное географическое положение, политическая стабильность, культурное разнообразие;	1. Растущая демографическая нагрузка на систему высшего образования; 2. Спад позиций казахстанской науки в мировых рейтингах; 3. Увеличение "утечки мозгов" и отток молодых преподавателей и научных кадров в иные отрасли. 4.Снижение активности поступления преподавателей кафедры в докторантуру; 5.Увеличение возраста специалистов научной степени; 6.Перевод ППС университета на работу в школы (из-за высокой заработной платы в школе).

образовательных учреждений с работодателями и адаптации образовательных программ к требованиям цифровой экономики:

1. Обновление и адаптация образовательных программ:

- Разработка новых учебных программ и стандартов, которые учитывают современные требования цифровой экономики, такие как знания в области ИТ, анализа данных, искусственного интеллекта и цифровых коммуникаций.

- Актуализация содержания учебных курсов в соответствии с тенденциями отрасли и требова-

ниями работодателей, особенно в таких сферах, как программирование, кибербезопасность, автоматизация и машинное обучение.

- Введение гибких учебных программ, которые позволят студентам изучать специализированные курсы в зависимости от потребностей рынка и индивидуальных интересов, а также ускорит их адаптацию к меняющимся условиям труда.

2. Развитие дуального и практико-ориентированного обучения:

- Расширение числа дуальных образователь-

ных программ в сотрудничестве с ведущими предприятиями, чтобы студенты могли совмещать учебу с работой на реальных проектах.

- Создание учебно-производственных центров при вузах и колледжах, где студенты смогут проходить практическую подготовку в условиях, максимально приближенных к реальному производству.

- Заключение долгосрочных договоров с предприятиями для организации регулярной производственной практики и последующего трудоустройства выпускников, что поможет сократить разрыв между знаниями и практическими навыками.

3. Повышение квалификации преподавательского состава:

- Регулярное обучение и повышение квалификации преподавателей в соответствии с требованиями цифровой экономики. Преподаватели должны быть в курсе новейших технологий и методик.

- Организация стажировок для преподавателей на предприятиях в партнерстве с компаниями, чтобы педагоги могли обновлять свои знания и изучать современные отраслевые технологии.

- Привлечение специалистов-практиков для проведения лекций и мастер-классов, что позволит студентам и преподавателям узнать о последних тенденциях из первых уст.

4. Укрепление партнерства между учебными заведениями и работодателями:

- Создание советов по сотрудничеству с работодателями, которые будут заниматься координацией учебных программ и обсуждением требований к навыкам студентов.

- Регулярное проведение совместных мероприятий, таких как ярмарки вакансий, мастер-классы, семинары и круглые столы, чтобы работодатели могли наладить контакт со студентами и преподавателями.

- Формирование базы для целевой подготовки кадров в зависимости от потребностей конкретных компаний, что позволит работодателям напрямую влиять на учебный процесс и готовить специалистов для своих нужд.

5. Инвестирование в развитие материально-технической базы:

Обновление и модернизация оборудования в учебных заведениях для соответствия современным стандартам цифровой экономики. Важно, чтобы студенты имели доступ к тем же технологиям, что используются на производстве.

- Создание и оснащение специализированных лабораторий и центров цифровых технологий для подготовки студентов по таким направлениям, как программирование, робототехника, VR/AR, анализ данных и т.д.

- Внедрение онлайн-платформ и цифровых

инструментов для проведения учебного процесса, что также позволит готовить студентов к гибким форматам работы.

6. Применение цифровых технологий в образовательном процессе:

- Внедрение обучающих платформ, позволяющих студентам развивать цифровые навыки, такие как использование облачных технологий, работа с большими данными и основы кибербезопасности.

- Применение симуляторов и виртуальной реальности в обучении, что позволит студентам моделировать реальные рабочие ситуации, требующие высокоточных навыков.

- Переход на электронные системы управления обучением, которые позволят отслеживать прогресс студентов, проводить тестирование и управлять учебными материалами, что также повысит цифровую грамотность обучающихся.

7. Развитие карьерного сопровождения и поддержки выпускников:

- Создание центров карьеры в учебных заведениях, которые будут помогать студентам с трудоустройством, готовить к собеседованиям и поддерживать связи с работодателями.

- Поддержка выпускников в развитии карьерных траекторий через проведение тренингов по мягким навыкам, таким как коммуникации, командная работа и управление временем.

- Ориентация на долгосрочное взаимодействие с выпускниками, чтобы следить за их карьерным ростом и учитывать их профессиональный опыт для дальнейшего улучшения учебных программ.

Рекомендуемые меры помогут адаптировать систему профессионального образования к реалиям цифровой экономики, увеличить трудоустройство выпускников и сократить разрыв между знаниями, полученными в образовательных учреждениях, и практическими потребностями работодателей [11].

Целесообразность методологического подхода к рассматриваемым в статье проблемам заключается в необходимости системного и комплексного анализа состояния рынка труда, уровня подготовки кадров и их соответствия требованиям современной экономики. Используемый методологический подход позволяет выявить причинно-следственные связи между качеством подготовки специалистов и их трудоустройством, а также определить факторы, влияющие на дефицит квалифицированных кадров в определенных отраслях.

Кроме того, методология дает возможность оценить эффективность образовательной системы с точки зрения ее адаптации к изменениям на рынке труда и выявить пробелы в подготовке кадров для приоритетных отраслей.

Данный подход также предполагает проведение сравнительного анализа экономических показателей, показателей занятости и состояния человеческого капитала в разных регионах, что позволяет выявить региональные различия и определить области, требующие усиленного внимания и государственной поддержки.

Анализ востребованности образовательных программ и оценка соответствия учебных планов потребностям экономики, включая перспективные направления, такие как цифровизация, энергетика и агропромышленный комплекс, помогают определить стратегические направления для совершенствования системы подготовки кадров.

Важной частью методологического подхода является разработка практических рекомендаций для повышения взаимодействия между образовательными учреждениями и работодателями, улучшения системы дуального и практико-ориентированного обучения, а также для модернизации учебных программ в соответствии с современными стандартами.

Таким образом, данный методологический подход способствует получению комплексного понимания текущих проблем и позволяет предложить обоснованные пути для их решения, ориентированные на долгосрочное развитие человеческого капитала и экономическое процветание регионов Казахстана.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Объектом исследования является система профессионального образования в Казахстане, включая ее взаимодействие с работодателями, адаптацию образовательных программ и использование практико-ориентированных форм обучения для подготовки выпускников к требованиям современного рынка труда и цифровой экономики.

При проведении исследования системы профессионального образования и ее адаптации к потребностям рынка труда использовались методы:

- анализ литературы и документов, включающий изучение нормативно-правовых актов, стратегий, отчетов образовательных учреждений и предприятий, касающихся профессионального образования и дуального обучения. Этот метод позволил выявить существующие стандарты, требования рынка труда и тенденции в образовательной системе Казахстана, что обеспечило теоретическую базу для исследования. Выбор данного метода обоснован тем, что он позволяет глубже понять текущую ситуацию и нормативные аспекты системы подготовки кадров.

- сравнительный анализ, в рамках которого проводилось сопоставление образовательных

стандартов и программ Казахстана с аналогичными системами в странах с развитым дуальным обучением, таких как Германия и Швейцария. Это позволило выявить лучшие практики и сделать выводы о том, какие элементы можно адаптировать в казахстанской системе. Сравнительный анализ обоснован необходимостью учитывать международный опыт для внедрения эффективных подходов в местные условия [12].

- анкетирование и интервью с представителями образовательных учреждений и работодателей. Анкетирование преподавателей и студентов, а также интервью с руководителями учебных заведений и представителями компаний позволили получить данные о текущем уровне сотрудничества, потребностях работодателей и готовности учебных заведений к изменениям. Данный метод обеспечивает доступ к мнению непосредственных участников системы и позволяет учитывать их опыт и ожидания.

- SWOT-анализ, который использовался для оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз дуального обучения и других практико-ориентированных форм. Этот метод позволил выделить ключевые барьеры и преимущества текущей системы. SWOT-анализ обоснован тем, что помогает объективно оценить внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие системы профессионального образования.

- контент-анализ образовательных программ, этот метод включал анализ содержания учебных программ и курсов в профессиональных учебных заведениях для выявления их соответствия требованиям цифровой экономики и потребностям рынка труда. Контент-анализ обоснован необходимостью определить степень актуальности и прикладного характера текущих программ.

- были проведены Форсайт-сессии отраслям регионов Казахстана, в ходе сессии проводились экспертные интервью с профессионалами в области профессионального образования и рынка труда. Интервью с экспертами помогли глубже понять тенденции в потребностях работодателей и возможные направления улучшения системы образования. Этот метод был выбран для получения качественной информации от специалистов, которые могли предоставить ценные инсайты для развития системы.

Эти методы были выбраны обоснованно, так как они обеспечивают комплексный подход к исследованию, позволяют получить как количественные, так и качественные данные, а также дают возможность сравнить казахстанскую систему с международными примерами и выявить ключевые факторы, влияющие на её развитие [13].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ. Основные результаты исследования системы про-

фессионального образования в Казахстане и ее адаптации к потребностям рынка труда показывают следующие ключевые моменты:

Во-первых, значительная часть учебных программ профессионального обучения в Казахстане не соответствует актуальным требованиям цифровой экономики. Около 65% учебных программ нуждаются в обновлении, особенно в таких областях, как информационные технологии, кибербезопасность и автоматизация. Это несоответствие приводит к недостаточной подготовленности выпускников к требованиям работодателей.

Во-вторых, дуальное обучение постепенно внедряется в учебных заведениях, причем сейчас оно присутствует примерно в 20% учреждений, в основном в партнерстве с предприятиями в таких отраслях, как сельское хозяйство, промышленность и строительство. Однако доступ к реальной производственной практике в процессе обучения имеет менее 30% студентов, что ограничивает распространение практико-ориентированного подхода в образовательной системе.

Третий важный результат касается вовлечения предприятий. В крупных городах, таких как Алматы и Нур-Султан, около 45% учебных заведений имеют соглашения о сотрудничестве с местными работодателями. Однако в сельских регионах этот показатель значительно ниже, всего около 15%, что затрудняет для студентов из регионов возможность получить практические навыки в реальных условиях.

Еще один значимый результат касается состояния материально-технической базы образовательных учреждений. Примерно 60% учебных заведений испытывают дефицит современного оборудования и технологий, необходимых для подготовки студентов к работе в реальных условиях рынка. Из-за этого выпускники сталкиваются с трудностями при переходе на работу на производстве.

Также выяснилось, что около 70% преподавателей нуждаются в повышении квалификации для соответствия требованиям цифровой экономики. Недостаток актуальных знаний и навыков у педагогов затрудняет подготовку студентов, которые должны быть готовы к современным вызовам и технологиям рынка труда.

Наконец, данные по трудоустройству выпускников показывают, что в учебных заведениях, где внедрены дуальные и практико-ориентированные программы, уровень трудоустройства выпускников на 30% выше, чем в учреждениях, где такие программы отсутствуют. Это подтверждает, что практико-ориентированный подход к обучению повышает готовность выпускников к трудовой деятельности и улучшает их шансы на

успешное трудоустройство.

Таким образом, для повышения эффективности системы профессионального образования в Казахстане необходимо модернизировать учебные программы, улучшить материально-техническую базу, расширить доступ к дуальным программам и повысить квалификацию преподавательского состава, чтобы выпускники могли успешно интегрироваться в рынок труда и отвечать его требованиям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Полученные результаты исследования показали, что система профессионального образования в Казахстане нуждается в модернизации для соответствия требованиям цифровой экономики и рынка труда. Основные выводы указывают на необходимость обновления образовательных программ, улучшения материально-технической базы и расширения дуального обучения. Новизна исследования заключается в комплексной оценке текущего состояния профессионального образования с акцентом на его адаптацию к цифровым и технологическим изменениям, а также в рекомендациях по повышению уровня взаимодействия учебных заведений с работодателями [14].

Результаты исследования подтверждают необходимость пересмотра и обновления учебных программ, так как около 65% из них не соответствуют потребностям современного рынка труда, особенно в направлениях IT, кибербезопасности и автоматизации. Расширение дуальных программ, в особенности в таких отраслях, как сельское хозяйство, промышленность и IT, позволит повысить качество подготовки и увеличить шансы выпускников на успешное трудоустройство, как это подтверждается повышением уровня трудоустройства на 30% в тех учебных заведениях, где такие программы уже внедрены.

Также требуется обновление материально-технической базы в 60% учебных заведений для создания условий, соответствующих реальной производственной среде, что сократит разрыв между учебным процессом и профессиональной реальностью, с которой сталкиваются выпускники. Ключевую роль играет также повышение квалификации преподавательского состава: около 70% педагогов нуждаются в обновлении знаний и навыков для соответствия современным требованиям, что требует регулярных программ повышения квалификации и стажировок на предприятиях.

Практическое значение результатов исследования заключается в том, что образовательные учреждения могут использовать их для модернизации программ и улучшения условий обучения, а государственные органы — для планирования стратегий развития профессионального образования. Работодатели также могут воспользоваться

ся результатами для улучшения сотрудничества с учебными заведениями и разработки целевых программ подготовки специалистов.

В дальнейшем научные исследования могут быть направлены на изучение эффективности дуальных программ в различных отраслях с учетом региональных особенностей, разработку и внедрение цифровых образовательных платформ и симуляторов, моделирующих производственные процессы, а также на анализ влияния профессиональной подготовки на карьерный

рост и удержание кадров в регионах с высоким миграционным оттоком специалистов. Эти направления позволят улучшить понимание воздействия профессионального образования на рынок труда и создать более адаптированные и эффективные образовательные программы. в рамках проекта ПЦФ ИРН: BR21882382 на тему: «Разработка атласов новых профессий и компетенций регионов Казахстана на основе метода Skills Technology Foresight»

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1 Закон Республики Казахстан "Об образовании". [Электронный ресурс]. Официальный сайт правительства Республики Казахстан. URL: <https://adilet.zan.kz>.
- 2 Министерство образования и науки Республики Казахстан. Стратегия развития образования Республики Казахстан на 2021–2030 годы. [Электронный ресурс]. Официальный сайт Министерства образования и науки РК. URL: <https://edu.gov.kz>.
- 3 Цифровая экономика и рынок труда в Казахстане: вызовы для системы образования // Аналитический доклад Министерства цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности Республики Казахстан. – 2022.
- 4 Бурдин, С. Анализ и перспективы развития дуального образования в Казахстане / С. Бурдин // Вестник образования и науки Казахстана. – 2023. – № 2. – С. 45–52.
- 5 Статистический отчет о состоянии профессионального образования в Казахстане. [Электронный ресурс]. – 2023. – Бюро национальной статистики Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz>.
- 6 Жакупова, Л. Проблемы и перспективы профессионального образования в условиях цифровизации / Л. Жакупова, М. Садыков // Образование и инновации. – 2022. – № 3. – С. 39–47.
- 7 Исабекова, Р. Тенденции и вызовы на рынке труда Казахстана: подготовка кадров и роль дуального обучения / Р. Исабекова // Экономика и общество. – 2021. – № 5. – С. 63–71.
- 8 Рахимова, А. Повышение квалификации педагогов профессионального образования в условиях цифровой экономики / А. Рахимова, Толегенова // Журнал профессионального образования. – 2022. – № 4. – С. 28–34.
- 9 Сафиуллин, Р. Опыт внедрения дуального образования в Казахстане. [Электронный ресурс]. – 2024. – Официальный сайт аналитического центра Института развития образования и науки. URL: <https://edu-research.kz>.
- 10 Бекмагамбетова, Ж. Проблемы модернизации материально-технической базы профессиональных образовательных учреждений / Ж. Бекмагамбетова // Технологическое образование и наука. – 2021. – № 6. – С. 15–21.
- 11 Каримова, Д. Роль работодателей в подготовке специалистов и улучшении качества профессионального образования / Д. Каримова // Экономические исследования Казахстана. – 2022. – № 2. – С. 37–43.
- 12 Дюсембекова, А. Обзор международного опыта дуального обучения и его адаптация для Казахстана / А. Дюсембекова // Педагогика и современные технологии. – 2020. – № 1. – С. 54–61.
- 13 Международный опыт в области дуального образования. Информационная база по профессиональному обучению и обучению на производстве. [Электронный ресурс]. – 2019. – ЮНЕСКО. URL: <https://unevoc.unesco.org>.

REFERENCES:

- 1 *Law of the Republic of Kazakhstan "On Education"*. Official website of the Government of the Republic of Kazakhstan. <https://adilet.zan.kz>.
- 2 Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan. *Education Development Strategy of the Republic of Kazakhstan for 2021-2030*. Official website of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan. <https://edu.gov.kz>.
- 3 Ministry of Digital Development, Innovation and Aerospace Industry of the Republic of Kazakhstan. (2022). *Digital economy and labor market in Kazakhstan: challenges for the education system: Analytical report*.
- 4 Burdin, S. (2023). Analysis and Prospects for the Development of Dual Education in Kazakhstan. *Bulletin of Education and Science of Kazakhstan*, 2, 45–52.
- 5 Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. (2023). *Statistical report on the state of vocational education in Kazakhstan*. <https://stat.gov.kz>.

- 6 Zhakupova, L., & Sadykov, M. (2022). Problems and Prospects of Professional Education in the Context of Digitalization. *Education and Innovation*, 3, 39-47.
- 7 Isabekova, R. (2021). Trends and Challenges in the Labor Market of Kazakhstan: Personnel Training and the Role of Dual Education. *Economy and Society*, 5, 63-71.
- 8 Rakhimova, A., & Tolegenova, K. (2022). Advanced training of vocational education teachers in the context of the digital economy. *Journal of Professional Education*, 4, 28-34.
- 9 Safiullin, R. (2024). *Experience of introducing dual education in Kazakhstan*. Official website of the analytical center of the Institute for Education and Science Development. <https://edu-research.kz>.
- 10 Bekmagambetova, Zh. (2021). Problems of modernization of the material and technical base of professional educational institutions. *Technological Education and Science*, 6, 15-21.
- 11 Karimova, D. (2022). The role of employers in training specialists and improving the quality of vocational education. *Economic Research of Kazakhstan*, 2, 37-43.
- 12 Dyusembekova, A. (2020). Review of international experience of dual education and its adaptation for Kazakhstan. *Pedagogy and Modern Technologies*, 1, 54-61.
- 13 UNESCO. (2019). *International experience in the field of dual education. Information base on vocational training and on-the-job training*. <https://unevoc.unesco.org>.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Естурлиева Айгуль Икласовна* - кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, заведующий кафедрой экономика и финансы, Yessenov University, г. Актау, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5632-8134>
E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz

Аманиязова Гулимай Демегеновна - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономика и финансы, Yessenov University, г. Актау, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8605-0372>
E-mail: gulimay.amaniyazova@yu.edu.kz

Мамбетова Алтынай Ибрагимовна - кандидат культурологических наук, ассоциированный профессор, заведующий кафедрой социально-гуманитарные науки, Yessenov University, г. Актау, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2661-1956>
E-mail: altyn.mambetova@yu.edu.kz

Естурлиева Айгуль Икласовна* - экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, экономика және қаржы кафедрасының меңгерушісі, Yessenov University, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5632-8134>
E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz

Аманиязова Гулимай Демегеновна - экономика ғылымдарының кандидаты, экономика және қаржы кафедрасының доценті, Yessenov University, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8605-0372>
E-mail: gulimay.amaniyazova@yu.edu.kz

Мамбетова Алтынай Ибрагимовна - мәдениеттану ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар кафедрасының меңгерушісі, Yessenov University, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2661-1956>
E-mail: altyn.mambetova@yu.edu.kz

Yesturliyeva Aigul* - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Finance, Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5632-8134>
E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz

Amaniyazova Gulimai - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Finance, Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8605-0372>
E-mail: gulimay.amaniyazova@yu.edu.kz

Mambetova Altynai - Candidate of Cultural Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Social Sciences and Humanities, Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2661-1956>
E-mail: altyn.mambetova@yu.edu.kz

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ И УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

АДИЛОВА А.М.*¹

PhD по управлению проектами, ассоциированный профессор

ШИЛЬДИБЕКОВ Е.Ж.¹

PhD по управлению проектами, ассоциированный профессор

АЛПЫСБАЕВ К.С.¹

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

¹ Международный университет информационных технологий, г. Алматы, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. Для достижения долгосрочной конкурентоспособности компаниям необходим непрерывный процесс инноваций. Инновационная деятельность компаний обусловлена реалиями и условиями современной высокотехнологичной экономики, а благодаря внедрению инноваций и инновационных процессов, повышается эффективность компаний и экономики в целом. Инновации сегодня, в основном, реализуются с помощью проектов, требующих дивергентного мышления, готовности выделять ресурсы на проекты, которые, скорее всего, потерпят неудачу, и это кажется несовместимым с мышлением управления проектами, предполагающим соблюдение строгих стандартов, принятых большинством корпоративных культур. Для решения данного вопроса в статье рассматривается возможность интеграции методов управления проектами и инновационного менеджмента. Проведён сравнительный анализ традиционных и гибких подходов к управлению проектами, выделены особенности инновационных проектов. Показано, что крайне важно найти наилучшее соответствие между характеристиками инновационного проекта и подходом к управлению проектом. Результаты подтверждают необходимость адаптации инструментов управления проектами к задачам инновационного развития.

Проведенное авторами исследование подтвердило актуальность и необходимость дальнейшего изучения и проработки проблемных вопросов эффективного управления инновационными проектами.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: проект, управление проектами, управление инновациями, инновации, инновационный проект.

ЖОБАЛАРДЫ БАСҚАРУ МЕН ИННОВАЦИЯЛАРДЫ БАСҚАРУДЫҢ ӨЗАРА ӘРЕКЕТТЕСУІНІҢ ЗАМАНАУИ ТҰЖЫРЫМДАМАСЫ

ӘДІЛОВА Ә.М.*¹

жобаларды басқару саласындағы PhD, қауымдастырылған профессор

ШИЛЬДИБЕКОВ Е.Ж.¹

жобаларды басқару саласындағы PhD, қауымдастырылған профессор

АЛПЫСБАЕВ К.С.¹

экономика ғылымдардың кандидаты, қауымдастырылған профессор

¹Харықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы қ. Қазақстан Республикасы

АҢДАТПА. Ұзақ мерзімді бәсекелік қабілеттілікке қол жеткізу үшін компанияларға инновацияның үздіксіз үдерісі қажет. Кәсіпорындардың инновациялық қызметі заманауи жоғары технологиялық экономиканың шындықтары мен жағдайларына байланысты, ал инновациялар мен инновациялық үдерістерді енгізудің арқасында кәсіпорындар мен жалпы алғанда экономиканың тиімділігі артады. Бүгінгі таңда инновациялар негізінен дивергентті ойлауды, ресурстарды сәтсіздікке ұшырауы мүмкін жобаларға бөлуге дайын болуды қажет ететін жобалар арқылы жүзеге асырылады және бұл көптеген корпоративтік мәдениеттер қабылдаған қатаң стандарттарды сақтауды көздейтін жобаларды басқару ойлауымен сәйкес келмейтін сияқты. Бұл мәселені шешу үшін

мақалада жобаларды басқару әдістері мен инновациялық менеджментті біріктіру мүмкіндігі қарастырылды. Жобаларды басқарудың дәстүрлі және икемді тәсілдеріне салыстырмалы талдау жүргізілді, инновациялық жобалардың ерекшеліктері бөлінді. Инновациялық жобаның сипаттамалары мен жобаны басқару тәсілі арасындағы ең жақсы сәйкестікті табу өте маңызды екендігі көрсетілген. Нәтижелер жобаларды басқару құралдарын инновациялық даму міндеттеріне бейімдеу қажеттілігін растайды.

Авторлар жүргізген зерттеу инновациялық жобаларды тиімді басқарудың проблемалық мәселелерін одан әрі зерттеу мен пысықтаудың өзектілігі мен қажеттілігін растайды.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: жоба, жобаны басқару, инновациялық басқару, инновация, инновациялық жоба.

MODERN CONCEPT OF INTERACTION BETWEEN PROJECT MANAGEMENT AND INNOVATION MANAGEMENT

ADILOVA A.M.*¹

PhD in Project Management, Associate Professor

SHILDIBEKOV Y.Z.¹

PhD in Project Management, Associate Professor

ALPYSBAYEV K.S.¹

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

¹International Information Technology University, Almaty, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. To achieve long-term competitiveness, companies need a continuous process of innovation. The innovative activity of companies is conditioned by the realities and conditions of the modern high-tech economy, and through the introduction of innovations and innovative processes, the efficiency of companies and the economy as a whole increase. Innovation today is mostly driven by projects that require divergent thinking, a willingness to devote resources to projects that are likely to fail, and this seems incompatible with the project management mindset of adhering to strict standards accepted by most corporate cultures. To address this issue, the article considers the possibility of integrating project management and innovation management methods. A comparative analysis of traditional and flexible approaches to project management is carried out, and the features of innovative projects are highlighted. It is shown that it is extremely important to find the best match between the characteristics of an innovative project and the approach to project management. The results confirm the need to adapt project management tools to the challenges of innovative development.

The research conducted by the authors has confirmed the relevance and necessity of further study and elaboration of problematic issues of effective management of innovative projects.

KEYWORDS: project, project management, innovation management, innovation, innovation project.

ВВЕДЕНИЕ. В последнее время все чаще к числу важнейших факторов развития экономики Казахстана стали относить инновационную деятельность, которая базируется на внедрении новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом. Сегодня в Казахстане происходят радикальные преобразования его многоукладной экономики с целью повышения конкурентоспособности страны. Уровень инновационных активных предприятий в стране находится в районе 11% [1]. Повышение данного показателя выступает одной из стратегических целей развития экономики страны.

Инновации были определены как ключевой фактор успеха во все более конкурентной и сложной среде. Экономика страны предлагает компаниям участвовать в непрерывном процессе инноваций. Когда мы говорим об инновациях,

мы имеем дело с возможностями, которые обещают новые платформы роста. Для компании инновации могут создать возможность выделить значительную часть доли рынка или создать совершенно новые рыночные возможности.

В современном деловом мире большинство видов деятельности организованы в виде проектов, в том числе и инновации. За весь период развития управление проектами предложило множество методологий, моделей и подходов, которые представляют менеджерам различные методы и инструменты планирования и реализации проектов. Совокупность этих инструментов представлена в стандартах управления проектами на основе которых различные профессиональные организации по управлению проектами во многих странах разрабатывают свои национальные стандарты по управлению проектами. Основная цель разработки данных стандартов,

состоит в том, чтобы дать практикующим специалистам выбрать из множества предлагаемых инструментов и методов именно тот, который соответствует их индивидуальной потребности.

Современные организации сталкиваются с быстрыми технологическими изменениями, высокой конкуренцией и неопределенностью рынка. В таких условиях управление проектами и управление инновациями становятся ключевыми инструментами для достижения стратегических целей. Однако их эффективная интеграция все еще остается сложной задачей.

Классическое управление проектами ориентировано на предсказуемость, контроль сроков, бюджета и ресурсов. Инновации, напротив, связаны с высокой степенью неопределенности, требуют гибкости и экспериментов. Отсутствие четкой модели взаимодействия между этими подходами приводит к неэффективности и потере инновационного потенциала.

В непрекращающейся гонке за инновациями многие компании внедряют инновации без четких стратегий или определенных процессов выбора инновационных проектов и управления ими. Исследования показывают, что до 90% инноваций не достигают коммерческого успеха из-за плохого управления. Инициирование проектов, которые плохо соответствуют корпоративным ресурсам и целям и не могут быть эффективно поддержаны, приводит к высокой частоте неудачных проектов.

Актуальность исследования заключается в необходимости исследования моделей и методик, обеспечивающих эффективное взаимодействие управления проектами и управления инновациями. Грамотное управление проектами позволит компаниям повышать свою конкурентоспособность, оптимизируя ресурсы и снижая неопределенность и риски, а также ускорять внедрение новых технологий в экономику. Таким образом, цель работы заключается в изучении методологических подходов управления проектами, которые применимы в управлении инновациями. Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- провести теоретический обзор основы управления инновационными проектами, выявить их специфику по сравнению с традиционными проектами;
- определить особенности применения методологий управления проектами в контексте инновационных проектов с учетом их особенностей;
- определить критерии выбора методологии для инновационного проекта;

- сформулировать рекомендации по выбору и адаптации методологических подходов в контексте управления инновационными проектами.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Методологической и теоретической основой исследования послужил системный подход, в рамках которого использованы общие и частные методы научного познания, такие как: анализ и синтез, методы сравнительного и историко-логического анализа.

Анализ теоретических основ управления инновационными проектами и определение критериев выбора методологического подхода были проведены на основе изучения отечественных и зарубежных научных источников. Были рассмотрены ключевые понятия, отличительные характеристики инновационных проектов, их отличия от традиционных проектов, а также определены критерии выбора методологии управления ими. Оценка применимости методологий к инновационным проектам основывалась на сравнительном анализе их преимуществ и ограничений в условиях высокой неопределенности, креативности и риска, характерных для инновационной деятельности.

На основе полученных результатов, были сформулированы рекомендации по адаптации методологий с учетом специфики инновационного проекта.

В научной литературе дается множество различных определений термина «инновация», которые эволюционируют с течением времени, по мере развития бизнеса и технологий. Большинство ученых, рассматривающих понятие инновации, исходят из позиции Й. Шумпетера [2], который является общепризнанным авторитетом в экономической науке по данному направлению. Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) представлен международный стандарт понятия «инновации», которого придерживаются большинство теоретиков и практиков в области управления. Согласно международному стандарту, инновация — это введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях [3]. Новизна здесь является ключевым моментом, а введение в употребление (появление на рынке) немаловажным признаком.

Жизненный цикл инновации, включающий в себя стадии идеи, реализации, диффузии и рутинизации какого-либо нового продукта сам определил проектный характер инновационной

деятельности. Во-первых, благодаря конечности процесса внедрения и распространения инновации, во-вторых, благодаря необходимости четкого пошагового планирования деятельности.

Очевидно, что инновационные проекты стали центральным видом деятельности в большинстве компаний, которые вкладывают все больше ресурсов в такие проекты, как разработка новых продуктов, совершенствование процессов или создание новых услуг. Но, инновационные проекты являются неопределенными начинаниями, что затрудняет предварительную оценку чистой приведенной стоимости таких проектов [4] и требует более систематических и профессиональных усилий, о чем свидетельствует большой процент компаний, которым не удается успешно завершить инновационные проекты [5].

На протяжении нескольких лет инновациями управляли через инструменты управления инновациями. Использование инструментов управления инновациями, позволяет руководству реагировать на внешние или внутренние возможности, задействовать творческие способности своих сотрудников для внедрения новых идей, процессов или продуктов [6, 7], а также осуществлять непрерывный рост и развитие компании [8]. Понимание того, как можно внедрить инновации в компанию и создать надежный внутренний инновационный потенциал, является императивом для любой фирмы, ведущей бизнес в современном динамичном мире [9].

Основная цель управления инновациями состоит в том, чтобы обеспечить набор мер, инструментов и методов, которые позволят избранным решать проблемы на протяжении всего инновационного цикла и превращать свои идеи в инновации на рынке. Инновационный менеджмент пытается превратить неопределенность в рассчитанный риск [3], путем комбинации инструментов и методов управления инновационными процессами и управления изменениями.

Элементы управления проектами уже прочно укреплены в современном бизнес-обществе: иметь хороший план, придерживаться требований, контролировать затраты, обеспечивать запас времени в зонах повышенного риска и т.д. В большинстве казахстанских компаниях существует довольно высокий уровень компетентности в области управления проектами.

Термин «проектный подход» чаще всего применяется как набор принципов и руководств, определяющих, как осуществляется управление конкретным проектом [10]. Сама система управления проектами представляет собой: «прило-

жение знаний, навыков, инструментов и методов к операциям проекта для удовлетворения требований, предъявляемых к проекту. Управление проектом означает направление работы проекта с целью поставки намеченных конечных результатов» [11].

В исследованиях обсуждаются два основных подхода к управлению проектами: традиционный (прогностический, каскадный) и гибкий (адаптивный). Более того, отсутствие единого мнения о том, какой подход лучше и предпочтительнее, привело к появлению относительно гибридного подхода к управлению проектами.

Традиционный (классический) подход к управлению проектами предназначен для проектов, реализуемых по установленному плану. Целью традиционного подхода является следование плану и параметрам в рамках проектного треугольника (сроки, бюджет и содержание), которые определяются на ранних этапах жизненного цикла, а любые изменения в проекте строго контролируются. Традиционное управление проектами предполагает, что события, влияющие на проект, предсказуемы, и подчеркивает важность требований и строгого контроля изменений, в связи с чем, традиционное управление проектами часто лучше всего работает в стабильной среде, где требуется определенный результат при фиксированном бюджете [12], а внесение изменений нежелательно.

Гибкий подход к управлению проектами представляет собой «производственную систему с возможностями для удовлетворения быстро меняющихся потребностей рынка» [13]. Гибкий подход ориентирован на проекты с высокой степенью неопределенности, непредсказуемостью, адаптируемостью, постоянными изменениями и обновлениями, более быстрым выполнением и активным участием клиента (заказчика).

Наиболее распространенная гибкая методология «Agile» – это итеративный и поэтапный процесс, который подразумевает, что заинтересованные стороны и члены проектной группы тесно сотрудничают, чтобы понять рассматриваемую область, определить требования и расставить приоритеты в функциях [14]. Множество быстрых итерационных циклов планирования и разработки гибкого подхода позволяет проверять и оценивать промежуточные результаты и вносить исправления пользователями в случае изменения их предпочтений.

Для адекватного применения инструментов и методов управления проектами при управлении инновационными проектами, важна их правильная классификация в зависимости от

степени инновационности (постепенные, радикальные и др.), или от их характера или объекта (продуктовые, процессные, организационные и маркетинговые). О важности классификации инновационных проектов, а также об его влиянии на такие области управления проектами, как управление затратами, управление закупками, управление заинтересованными сторонами и управление портфелем отмечали Яковлева, Брук и Пагнанелли [15, 16] в своих исследовательских работах. Также, Яковлева, Поли и др. [15, 17] отмечают, что, когда важные проекты терпят неудачу, часто проблема коренится в неспособности руководства выбрать правильный подход к конкретному инновационному проекту. Отсутствие структуры проекта, соответствующей типу проекта, может объяснить неудачу многих проектов, потому что используется неправильная структура для неправильного типа проекта, в то время как использование правильной структуры для правильного типа проекта может привести к лучшему общему успеху проекта.

На протяжении многих лет ученые предлагали ряд различных типологий инноваций. Классификация типов инноваций способствует управлению инновационной деятельностью выбору методов и инструментов в соответствии с типом инновации. Каждый тип инноваций имеет стратегические бизнес-цели, которые конкурируют с другими формами инноваций. Для целей эффективного управления важно уметь различать отличительные признаки каждого из типов инноваций.

В одном из ранних исследований инноваций Майер, Маркиз [18] проводили различие между двумя типами инноваций: постепенными и радикальными. Многие авторы сегодня рассматривают их как две основные формы инноваций.

Отличительной чертой радикальных инновационных проектов, выступает высокий уровень риска и неопределенности. Конечный продукт может быть новым для компании, новым для национального рынка или новым для международного рынка. Радикальные инновации характеризуются поиском, открытиями, экспериментами и принятием риска.

Постепенные инновации — это небольшие и частые изменения в существующем продукту (услуге, процессе), они сосредоточены на поддержке и привлечении дополнительных новых клиентов на существующих сегментах рынка [7]. Целью может быть продление срока службы продукта или услуги. Улучшения могут заключаться в добавлении новой функции или функциональности, улучшении качества или даже из-

менении цвета и дизайна, чтобы сделать продукт более эстетически привлекательным.

В работах казахстанских ученых также анализируются основные типы инноваций, современная ситуация в мире и тенденции диалога вокруг инноваций в разрезе экономического развития, исследуются институциональные модели инновационного развития [20]. Авторы отмечают, что внедрение инноваций – процесс, обладающий определенным набором особенностей, среди которых непредсказуемость, высокая неопределенность, сложность и комплексность как самого процесса, так и продукта.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ. Как и любой процесс инновации требуют должного управления. Инновации необходимы для стимулирования роста бизнеса и поддержания конкурентных преимуществ, важность управления инновациями быстро возрастает.

Современные компании сталкиваются с необходимостью не только эффективно реализовывать проекты, но и адаптироваться к новым условиям, внедряя инновации. Процесс внедрения инновации осуществляет через инновационные проекты, а взаимодействие управления проектами и управления инновациями позволяет компаниям достигать стратегических целей, повышать конкурентоспособность и обеспечивать устойчивое развитие.

Инновации становятся важным фактором конкурентоспособности компаний в условиях быстро меняющегося рынка. Однако их внедрение требует четкого управления процессами, что делает инструменты проектного менеджмента незаменимыми. Отличительные характеристики инновационных проектов представлены на основе их сравнения с традиционными проектами (таблица 1).

Помимо прочих характеристик, особое значение для инновационных проектов имеют внутренние заинтересованные лица – команда проекта. Руководители проектов должны знать основные компетенции назначенных членов команды. При традиционном управлении проектами мы можем не так сильно беспокоиться о ключевых компетенциях. В случае инноваций ключевые компетенции оказывают значительное влияние на стратегические бизнес-цели, сроки выхода на рынок и другие виды деятельности по коммерциализации. Инновационные проекты определяются составом команды их качеством и навыками. Команда должна уметь работать в условиях сопротивления и принимать сложные решения в неопределённых ситуациях.

Команды инновационных проектов несут вы-

Таблица 1 - Сравнительные характеристики традиционных и инновационных проектов

Основные характеристики	Традиционные проекты	Инновационные проект
Цель	Четко определена	Часто неясна, может меняться
Риск	Невелик (низкий, предсказуемый)	Высокий (непредсказуемый)
Гибкость процессов	Низкая	Высокая
Команда	Уровень квалификации-средний Опыт работы – регламентирован Структура - Иерархическая	Уровень квалификации – высокий, лица творческого труда Опыт работы – различный Структура - Кросс-функциональная
Степень неопределенности	Низкая/средняя (приемлемая)	Высокая
Влияние заказчика	Ограниченное	Активное участие
ЖЦП	Связан с инвестиционным циклом	Связан с жизненным циклом нововведения

сокую ответственность, поскольку существует вероятность неудачи при открытии новых областей, команды более активно участвуют в управлении рисками при существующей возможности неудачи.

Еще одной особенностью инновационных проектов является их классификация. Полезно понимать модели и различия между проектами, постепенных и радикальных инноваций. Это понимание может помочь в использовании соответствующих методов управления проектами и может сократить время, необходимое для радикальных инноваций, а также снизить затраты и неопределенность.

Благодаря постепенным инновациям руководитель проекта знает, что продукт будет коммерциализирован с использованием существующих технологий и производственных процессов. При радикальных инновациях руководитель проекта должен учитывать, что новый продукт вытеснит старые продукты, и производственные технологии, используемые в производстве, также могут нуждаться в обновлении, и что из-за появления новых продуктов в процессе коммерциализации могут произойти разрушительные изменения.

Проектные группы, ответственные за постепенные инновации, реагируют на изменения рыночных условий, в то время как команды радикальных инноваций действуют более активно. Радикальные инновации приносят фирме долгосрочную прибыль. Однако денежный поток, необходимый для радикальных инноваций, может зависеть от успеха фирмы в области постепенных инноваций. Соответственно, эти типы проектов имеют разные стратегические цели, которыми необходимо управлять по-разному.

Как упоминалось ранее, существует два основных подхода к управлению проектами: традиционный (классический) и гибкий (адаптивный). Оба подхода имеют свои слабые и сильные стороны, знание которых оказывает значитель-

ное влияние при их выборе (таблица 2).

Анализ слабых и сильных сторон подходов четко дают нам понять, что классический проект выгоднее использовать в крупных проектах с большими командами, а гибкий – в небольших проектах с высокой степенью неопределенности. Таким образом, для инноваций предпочтительны гибкие методики, обеспечивающие адаптацию к изменениям и активное участие заказчика.

Чтобы управлять инновационным проектом, нужно постоянно отслеживать фактические сроки исполнения пройденных этапов и появляющиеся обстоятельства, влияющие на сроки выполнения следующих этапов, оценивать риски срыва сроков и вовремя предпринимать необходимые меры. В традиционном подходе это означает постоянно пересчитывать и перестраивать график проекта. Кроме того, важно качественно информировать команду о состоянии проекта и изменениях в сроках работ. Для этого нужно каждый раз показывать коллегам, какие изменения внесены в сетевой график, и надеяться, что после очередной корректировки плана они все еще будут этот график воспринимать. Словом, традиционные приемы управления проектами в таких обстоятельствах могут быть слишком громоздкими. К тому же далеко не все менеджеры, перед которыми встают подобные задачи, достаточно хорошо знакомы с этими приемами.

На основе проведенного исследования можно сделать несколько выводов:

Управление проектами и управление инновациями отличные друг от друга дисциплины и в течение многих лет развивались в относительной изоляции друг от друга, тем не менее, взаимосвязь между ними очевидна, и ее важность возрастает, вызывая больше академических исследований. Точки пересечения двух дисциплин, такие как: гибкость, адаптивность, ориентация на результат, управление рисками, командная

Таблица 2 - Сильные и слабые стороны классического и гибкого проектного подходов к управлению проектами

Стороны	Классический подход	Гибкий подход
Сильная сторона	Четкое определение конечного результата на стадии инициации	Адаптация под потребителя конечного продукта
	Определение и отслеживание результатов на протяжении всего проекта	Минимальное количество недостатков в разработанном продукте
	Возможность определения временного запаса на каждой стадии работ	Необходимо меньше времени на запуск
	Наличие информации об обеспеченности ресурсами	Легкая генерация на изменения
	Возможность обойтись без напряженных участников работ	Постоянная связь с командой проекта и обеспечение/ получение полной и актуальной информации
Слабая сторона	нетолерантность к изменениям	Постоянное обновление документации
	большое количество неидентифицированных процессов на старте	Переносы сроков завершения
		Увеличение рисков растрат

работа, позволяют использовать методы друг друга.

Инструменты проектного менеджмента в области планирования и контроля ключевых этапов проекта позволяют минимизировать риски проекта. Итеративные подходы и гибкие методологии ускоряют внедрение инноваций. Внедрение стандартов управления проектами делает инновационные процессы более прозрачными и прогнозируемыми, а также систематизирует процесс инноваций.

Для адаптации методологии управления инновационными проектами, повышения вероятности успешной реализации инноваций, минимизации рисков и оптимизации ресурсов в управленческой практике рекомендуется:

- разрабатывать внутри компании механизм диагностики инновационного проекта для выбора подходящей модели управления;
- создавать внутри проектных команд условия для высокой степени кросс-функциональности и автономии;
- повышать уровень зрелости проектного управления через обучение персонала и внедрение стандартов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Несмотря на то, что управление проектами и инновационный менеджмент, как дисциплины, развивались совершенно независимо друг от друга с течением времени, взаимосвязь и дублирование между ними очевидны. Инновационные проекты значительно выигрывают от применения методов управления проектами в том смысле, что неопределенность, сложность, уникальность и риски управляются таким образом, чтобы минимизировать их негативное влияние. Современная концепция взаимодействия управления проектами и управ-

ления инновациями становится ключевым фактором успеха компаний. Компании, способные эффективно интегрировать эти подходы, получают значительные преимущества в виде ускоренного выхода на рынок, повышения эффективности и создания устойчивых конкурентных преимуществ.

Результаты проведенного исследования подтвердили гипотезу о необходимости интеграции управления проектами и инновациями, как условия повышения эффективности реализации инновационных инициатив.

Ключевым результатом стало выявление закономерности между типом инновации и эффективной управленческой моделью: для радикальных инноваций целесообразно применение гибких подходов, в то время как для постепенных инноваций — традиционных или гибридных моделей. Это открывает возможности для создания внутрифирменных методик диагностики и выбора подхода управления.

Разница между традиционными и инновационными проектами и традиционным и гибким управлением проектами показана для того, чтобы понять, что специфические характеристики инноваций требуют другого, более гибкого и маневренного подхода.

Полученные выводы обладают высокой практической значимостью: они могут быть использованы компаниями при планировании проектного портфеля, распределении ресурсов, формировании команд и оценке рисков.

Рекомендации и выводы, представленные в работе, подтверждают достижение поставленных целей и задач исследования. Предложенный подход обеспечивает более высокий уровень адаптивности проектного управления и способ-

ствуется стратегическому развитию компаний.

Дальнейшее изучение и разработка методических положений по теме могут быть направлены на изучение практических аспектов применения инструментов и методов управления проектами в инновационных проектах. В частности,

изучение конкретных примеров успешных и неуспешных инновационных проектов (анализ кейсов), проведение прогнозирования успешности инновационных проектов в зависимости от выбранной методологии управления (регрессионный анализ).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1 Пазиров, Г.А. Қазақстан Республикасында кәсіпорындардың инновациялық қызметін талдау / Г.А. Пазиров, А.Н. Рамашова, Н. Рамашов, Н.Т. Кальбаева // *Bulletin of the Karaganda University. Economy series.* – 2024. – Vol. 29, Issue 3(115). – P. 181-193.
- 2 Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. А. Шумпетер / пер. с нем. В.С. Автономова и др. – М.: Эксмо, 2008. – 864 с.
- 3 OECD/Eurostat. *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation* / 4th Edition. – The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg, 2018. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- 4 Keegan, A. The management of innovation in project-based firms / A. Keegan, J.R. Turner // *Long Range Planning.* – 2002. – № 35(4). – P. 367-388.
- 5 Carr, A. *Managing the Change Process: A Field Book for Change Agent Consultants* / A. Carr. – Publishing Division, Coopers & Lybrand, London, UK, 1996. – 328 p.
- 6 Pratali, P. Strategic management of technological innovations in the small to medium enterprise / P. Pratali // *European Journal of Innovation Management.* – 2003. – № 6(1). – P. 18-31.
- 7 Ćirić, D. Managing Innovation: Are Project Management Methods Enemies or Allies / D. Ćirić, B. Lalić, D. Gračanin // *International Journal of Industrial Engineering and Management (IJIEM).* – 2016. – № 7. – P. 31-41.
- 8 Muller, R. Modeling Organizational Project Management / R. Muller, N. Drouin, S. Sankaran // *Project Management Journal.* – 2019. – No. 50. – P. 499-513.
- 9 Keeley, L. *Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs* / L. Keeley, H. Walters, R. Pikkell, B. Quinn. – John Wiley & Sons, 2013. – 288 p.
- 10 Iivari, J. A dynamic framework for classifying information systems development methodologies and approaches / J. Iivari, R. Hirschheim, H. Klein // *Journal of Management Information Systems.* – 2000. – No. 17(3). – P. 179-218.
- 11 Project Management Institute (PMI). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)* / 6th edition. – Pennsylvania: PMI, 2017. – 573 p.
- 12 Wingate, L. M. *Project Management for Research and Development. Guiding Innovation for Positive R&D Outcomes* / L. M. Wingate. – Auerbach Publications, New York, 2015. <https://doi.org/10.1201/b17241>
- 13 Yusuf, Y. Agile manufacturing: The drivers, concepts and attributes / Y. Yusuf, M. Sarhadi, A. Gunasekaran // *International Journal of Production Economics.* – 1999. – No. 62(1). – P. 33-43.
- 14 Hass, K. The blending of traditional and agile project management / K. Hass // *PM world today.* – 2007. – No. 9(5). – P. 1-8.
- 15 Iakovleva, A. Methodological Aspects of Project Techniques Selection for Innovation / A. Iakovleva, // *Project Management International Journal of Innovation.* – 2014. – 2(1). – P. 18-29.
- 16 Brook, J. W. Integrating sustainability into innovation project portfolio management - A strategic perspective / J. W. Brook, F. Pagnanelli // *Journal of Engineering and Technology Management.* – 2014. – 34. – P. 46-62.
- 17 Poli, M. Project Strategy: Matching Project Structure to Project Type to Achieve Better Success / M. Poli, I. Cosic, B. Lalic // *International Journal of Industrial Engineering and Management.* – 2010. – 1(1). – P. 29-40.
- 18 Myers, S. *Successful industrial innovation: a study of factors underlying innovation in selected firms* / S. Myers, D.G. Marquis. – National Science Foundation, 1969.
- 19 Панзабекова, А.Ж. Инновации как степень капиталистического развития / А.Ж. Панзабекова, Г.Б. Нурлихина // *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент.* – 2018. – № 1(32). – С. 89-97.

REFERENCES:

- 1 Pazilov, G. A., Ramashova, A. N., Ramashov, N., & Kalbaeva, N. T. (2024). Analysis of innovative activities of enterprises in the Republic of Kazakhstan. *Bulletin of the Karaganda University. Economy series*, 29, 3(115), 181-193.
- 2 Schumpeter, J. A. (2008). *Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy.* (translated by V.S. Avtonomov and others). Moscow: Eksmo.
- 3 OECD/Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation.* (4th edition). The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- 4 Keegan, A., & Turner, J.R. (2002). The management of innovation in project-based firms. *Long Range Planning*, 35(4), 367-388.
- 5 Carr, A. (1996). *Managing the Change Process: A Field Book for Change Agent Consultants.* Publishing Division, Coopers & Lybrand, London, UK.
- 6 Pratali, P. (2003). Strategic management of technological innovations in the small to medium enterprise. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 18-31.
- 7 Ćirić, D., Lalić, B., & Gračanin, D. (2016). Managing Innovation: Are Project Management Methods Enemies or Allies. *International*

Journal of Industrial Engineering and Management (JIEM), 7, 31–41.

8 Muller, R., Drouin, N., & Sankaran, S. (2019). Modeling Organizational Project Management. *Project Management Journal*, 50, 499–513.

9 Keeley, L., Walters, H., Pikkell, R., & Quinn, B. (2013). *Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs*. John Wiley & Sons.

10 Iivari, J., Hirschheim, R., & Klein, H. (2000). A dynamic framework for classifying information systems development methodologies and approaches. *Journal of Management Information Systems*, 17(3), 179–218.

11 Project Management Institute (PMI). (2017). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)*. (6th edition). Pennsylvania: PMI.

12 Wingate, L. M. (2015). *Project Management for Research and Development. Guiding Innovation for Positive R&D Outcomes*. Auerbach Publications, New York. DOI: <https://doi.org/10.1201/b17241>

13 Yusuf, Y., Sarhadi, M., & Gunasekaran, A. (1999). Agile manufacturing: The drivers, concepts and attributes. *International Journal of Production Economics*, 62(1), 33–43.

14 Hass, K. (2007). The blending of traditional and agile project management. *PM world today*, 9(5), 1–8.

15 Iakovleva, A. (2014). Methodological Aspects of Project Techniques Selection for Innovation Project Management. *International Journal of Innovation*, 2(1), 18–29.

16 Brook, J. W., & Pagnanelli, F. (2014). Integrating sustainability into innovation project portfolio management - A strategic perspective. *Journal of Engineering and Technology Management*, 34, 46–62.

17 Poli, M., Cosic, I., & Lalic, B. (2010). Project Strategy: Matching Project Structure to Project Type to Achieve Better. *Success International Journal of Industrial Engineering and Management*, 1(1), 29–40.

18 Myers, S., & Marquis, D.G. (1969). *Successful industrial innovation: a study of factors underlying innovation in selected firms*. National Science Foundation.

19 Panzabekova, A.Zh., & Nurlikhina, G.B. (2018). Innovation as a degree of capitalist development. *Scientific Journal of the National Research University of ITMO. Series: Economics and Environmental Management*, 1(32), 89–97.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Адилова Алия Мукановна* – PhD по управлению проектами, ассоциированный профессор кафедры «Экономика и бизнес», факультет Бизнес, медиа и управление, Международный университет информационных технологий, г. Алматы, Республика Казахстан

E-mail: aleidar@mail.ru

Шильдибеков Ерлан Жаржанович - PhD по управлению проектами, ассоциированный профессор кафедры «Экономика и бизнес», факультет Бизнес, медиа и управление, Международный университет информационных технологий, г. Алматы, Республика Казахстан

E-mail: y.shildibekov@iitu.kz

Алпысбаев Кайсар Серикұлы – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор кафедры «Экономика и бизнес», факультет Бизнес, медиа и управление, Международный университет информационных технологий, г. Алматы, Республика Казахстан

E-mail: kaisaralp@gmail.com

Әділова Әлия Мұқанқызы* - жобаларды басқару саласындағы PhD, «Экономика және бизнес» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, «Бизнес, медиа және басқару» факультеті, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: aleidar@mail.ru

Шильдибеков Ерлан Жаржанұлы - жобаларды басқару саласындағы PhD, «Экономика және бизнес» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, «Бизнес, медиа және басқару» факультеті, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: y.shildibekov@iitu.edu.kz

Алпысбаев Кайсар Серикұлы – экономика ғылымдардың кандидаты, «Экономика және бизнес» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, «Бизнес, медиа және басқару» факультеті, Халықаралық ақпараттық технологиялар университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: kaisaralp@gmail.com

Adilova Aliya* – PhD in Project Management, Associate Professor of the Department of Economic and Business, Faculty of Business Media and Management, International Information Technology University, Almaty, Republic of Kazakhstan

E-mail: aleidar@mail.ru

Shildibekov Yerlan - PhD in Project Management, Associate Professor of the Department of Economics and Business, Faculty of Business media and management, International Information Technology University, Almaty, Republic of Kazakhstan

E-mail: y.shildibekov@iitu.edu.kz

Alpysbayev Kaisar - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Business, Faculty of Business Media and Management, International Information Technology University, Almaty, Republic of Kazakhstan

E-mail: kaisaralp@gmail.com

КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ АДАМ КАПИТАЛЫН БАСҚАРУДЫҢ ӘДІСТЕМЕЛІК ТӘСІЛДЕРІ

РАХМЕТУЛИНА Ж.Б.*¹

экономика ғылымдарының кандидаты, профессор

БУХАТОВА А.С.²

PhD докторанты

ДЮСУПОВА Г.Т.²

PhD докторанты

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан Республикасы

²С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Өскемен қ., Қазақстан Республикасы

АНДАТПА. Жасанды интеллекттің, ақпараттық технологиялардың дамуы, әлеуметтік ортадағы өзгерістер, коммуникация мен ынтымақтастықтың жаңа үлгілерінің дамуы адами капиталдың дамуына әсер етеді. Түбегейлі жаңа әдістемеге негізделген адами капиталды басқару жұмыс күшінің сапасы цифрлық экономика талаптарына сай болуын қамтамасыз етеді. Бұл зерттеудің мақсаты цифрлық экономика жағдайында кәсіпорындардың адам капиталын басқарудың тұжырымдамалық базасын негіздеуде еңбекті басқарудың теориялық және әдістемелік негіздерін жасау болып табылады. Мақалада адам капиталын басқарудың тұжырымдамалық принциптері жүйеленген, адам капиталын басқару теориясы және жалпы әдістемелік тәсілдер өткен трансформациялар көрсетілген. Цифрлық экономика жағдайында кәсіпорын қызметкерлерінің адам капиталын басқару әдістемесі аясында инвестицияның негізгі түрі барлық кәсіби топтар мен персонал санаттары үшін қажетті цифрлық білім болып табылады, өйткені цифрлық білім негізгі өндірістік ресурсқа айналды. Зерттеуде еңбек нарығы тарапынан еңбек сапасына қойылатын жаңа талаптарды және цифрлық экономика жағдайында жұмыспен қамтудың жаңа түрлерін дамытуын көрсететін цифрлық экономика жағдайында адам капиталын басқарудың стратегиялық үлгісін ұсынады. Бұл үлгі басқарудың маңызды әдістемелік принциптерін ашуға мүмкіндік беретін, еңбек нарығындағы барлық стейкхолдерлердің мүдделерін үйлестіруді қамтамасыз етіп, ұзақ мерзімді стратегияларды анықтауға, басқарудың жаңа драйверлерін енгізеді

ТҮЙІН СӨЗДЕР: адами капиталды басқару, адам ресурстары, цифрлық даму, технологиялық құрылым, цифрлық дағдылар.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO HUMAN CAPITAL MANAGEMENT

RAKHMETULINA ZH.B.*¹

Candidate of Economic Sciences, Professor

BUKHATOVA A.S.²

PhD student

DYUSUPOVA G.T.²

PhD student

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan

²Sarsen Amanzholov East Kazakhstan University, Oskemen, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. The development of artificial intelligence, information technologies, changes in the social environment, and the development of new models of communication and cooperation influence the development of human capital. Human capital management based on a fundamentally new methodology ensures that the quality of the workforce meets the requirements of the digital economy. The aim of this study is to develop the theoretical and methodological foundations of labor management and to substantiate the conceptual framework for managing human capital in enterprises within the context of the digital economy. The article systematizes the conceptual principles of human capital management, highlighting the transformations undergone by the theory of human capital management and general methodological approaches. Within the framework of the methodology for managing the human capital of enterprise workers in the digital economy, the primary form of investment is digital education, which is essential for all professional groups and categories of personnel, as digital knowledge has become the key productive resource.

The study proposes a strategic model for managing human capital in the digital economy, reflecting the new labor quality requirements imposed by the labor market and the development of new forms of employment in the digital economy. This model introduces new management drivers that will uncover the most important methodological principles of management, ensure the alignment of interests among all labor market stakeholders, and define long-term strategies.

KEYWORDS: human capital management, human resource, digital development, technological order, digital skills.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ

РАХМЕТУЛИНА Ж.Б.*¹

кандидат экономических наук, профессор

БУХАТОВА А.С.²

PhD докторант

ДЮСУПОВА Г.Т.²

PhD докторант

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Республика Казахстан

²Восточно-Казахстанский университет им. С. Аманжолова, г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. Развитие искусственного интеллекта, информационных технологий, изменение социальной среды, выстраивание новых моделей коммуникации и сотрудничества влияют на развитие человеческого капитала. Управление человеческим капиталом на основе принципиально новой методологии гарантирует соответствие качества рабочей силы требованиям цифровой экономики. Целью данного исследования является разработка теоретических и методологических основ управления трудом, обоснование концептуальной базы управления человеческим капиталом на предприятиях в условиях цифровой экономики. В статье систематизированы концептуальные принципы управления человеческим капиталом, выделены трансформации, которые претерпела теория управления человеческим капиталом и общие методологические подходы. В рамках методологии управления человеческим капиталом работников предприятий в условиях цифровой экономики основной формой инвестиций является цифровое образование, которое необходимо для всех профессиональных групп и категорий персонала, поскольку цифровые знания стали ключевым производственным ресурсом. В исследовании предлагается стратегическая модель управления человеческим капиталом в условиях цифровой экономики, отражающая новые требования к качеству труда со стороны рынка труда и развитие новых форм занятости в условиях цифровой экономики. Данная модель вводит новые драйверы управления, которые позволят раскрыть важнейшие методологические принципы управления, обеспечить согласование интересов всех стейкхолдеров рынка труда, определить долгосрочные стратегии.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: управление человеческим капиталом, человеческий ресурс, цифровое развитие, технологический уклад, цифровые навыки.

КІРІСПЕ. Адам капиталын басқару әдістемесі іргелі тұжырымдамаларды әзірлеуді, аналитикалық әдістер мен мамандандырылған құралдарды қолдануды қамтитын талаптар кешенін қалыптастыруға және іске асыруға бағытталуы керек. Бұл элементтер гипотезаларды тексеру үшін қолданбалы үлгілерді құруға, сондай-ақ оларды тексеруге және сандық бағалауға байланысты эмпирикалық мзерттеулер жүргізуге бағытталған.

Адам капиталын басқаруды зерттеудің кешенді тәсілі жүйелік талдаудың принциптері мен әдістерін қолдана отырып, оның құрылымдық компоненттерін эмпирикалық зерттеуді қамти-

ды. Кәсіпорынның иелігіндегі негізгі өндірістік ресурс ретінде адами капитал идеясына сүйене отырып, бұл капиталды басқару ұлттық экономиканың субъектісі ретінде кәсіпорынның бірегей сипаттамалары тұрғысынан қарастырылуы керек. Дәстүрлі тәсілдерді бейімдеуді және инновациялық шешімдерді әзірлеуді талап ететін цифрландыру жағдайында адам капиталын басқару ерекшеліктеріне ерекше назар аудару қажет.

Кәсіпорынның адам капиталын басқаруға әдістемелік тәсілдер жасау үшін жинақталған басқару теориясы мен тәжірибесі ең тиімді шешім ретінде қолданыстағы әдістемелік құралдар

мен принциптерді ескеру қажет. Қазіргі уақытта басқарудың заманауи теориясының арқасында адам капиталы санаты неоклассикалық еңбек экономикасы аймағынан корпоративтік басқару жазықтығына ауыстырылды. Көптеген қарастырылған зерттеулерде кәсіпорынның адам капитал санаты адам ресурстарымен анықталды, бұл әдістемелік қайшылықтарға әкеледі. Бір ұғымды басқамен ауыстыру нәтижесінде персоналды басқарудағы қызметтердің қайталануы және адам капиталы теориясы үшін жат кейбір элементтердің қосылуы орын алады.

ЗЕРТТЕУ МАТЕРИАЛДАРЫ МЕН ӘДІСТЕРІ.

Кәсіпорынның адам капиталын басқару тәжірибесі АҚШ және Еуропадағы Алиев Т., Чадда С., Халику Ф., Париму Д., Попкова Е., Симармата Дж. [1-4] авторлар зерттеулерінде жарық көрген және кәсіпорынның зияткерлік капиталын қалыптастыру және дамыту үдерісіне арналған. Осылайша, адам капиталы негізгі ресурс ретінде пайдаланылған инновациялық кәсіпорындарда олардың нарықтық құнын едәуір жоғарлату және белсенді капиталдандыру арқылы жоғары тиімділігі байқалады.

Р. Каплан және Д. Нортон [5] адам капиталын басқарудың тиімділігін бағалау үшін «сіз не өлшесеңіз, соны аласыз» деген ұстанымды ұстана, теңестірілген көрсеткіштер жүйесін қолданды және тек бір көрсеткіш-параметрді өлшеу үшін қолдануға болмайтыны атап өтті.

Адам капиталын басқарудың көптеген тәсілдеріне қарамастан, бірыңғай әмбебап әдістер ұсынылмағаны анық. Алайда, Каплан мен Нортонның теңестірілген көрсеткіштер жүйесінің көрсеткіштері, сондай-ақ Я. Фитценцтің [6] адам капиталының қаржылық индекстері белгілі бір егжей-тегжейлі пысықтау және сынақтан өткізу кезінде қазақстандық кәсіпорындарға бейімдеуге болады.

НӘТИЖЕЛЕР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ТАЛҚЫЛАУ.

Адам капиталын басқару теориясының тәсілдерін талдау негізінде ол материалдық емес активтер объектісі ретінде қарастырылады деуге болады. Өндіргіш күштердің даму эволюциясы адам капиталы ұғымы оның физикалық шекарасынан шығуына әкелді.

Қазіргі уақытта жалпыға бірдей танылған адам капиталы ерекше орын алатын оның материалдық емес капитал түріне айналған. Алайда, адам капиталының мәні бөлігінде этикалық қайшылықтар бастапқыда бұл термин негізгі капиталға инвестиция ретінде негізгі капиталға ұқсас бойынша қолданылды, яғни адам белгілі бір құралмен байланысты болды. Алайда, еркін адамды моральдық-философиялық тұжырымдамалар тұрғысынан кәсіпорынның активі немесе оның меншігі бөлігі ретінде қарастыруға болмайды. Уақыт өте келе, кәсіпорынның жалпы капиталы бөлігі ретінде адам капиталға инвестицияларды бағалаудың әдістемелік тәсілдерінің сәйкестігі



Сурет 1 – Адам капиталын басқарудың тәсілдері

көптеген ғалымдардың осы санатты түсіндірудің адамгершілікке қарсы тәсілдері ретінде қабылда-
мауын тудырғаны расталды.

1960 жылдардың ортасынан бастап страте-
гиялық басқарудың теориясы мен тәжірибесін
біріктіретін кәсіпорынның стратегиялық басқару
теориясын құрайды және Г. Минцберга, Б. Аль-
странда и Дж. Лампеле [7] еңбектерінде көр-
сетілген. Адам капиталын басқару мәселелері
кәсіпорын қызметінің тиімді көрсеткіштерінде
адам ресурстарын басқаруға, әсерін бағалауды
анықтауға бағытталған зерттеулерде көрсетілген.

Сонымен, 1994 жылы АҚШ-та Дж.Б.Артур
эмпирикалық зерттеу базасында 54 құймалы
болат компанияларының қызметкерлері мі-
нез-құлықтарын және олардың жұмысқа деген
көзқарастарын реттеу бойынша жүзеге асы-
рылып жатқан стратегиялардың тиімділігіне
әсер ету гипотезасын растады. Осылайша, олар
кәсіпорын стратегиясы мен персоналдарды
басқару тәжірибесінің арасындағы байланысты
бағалады [8].

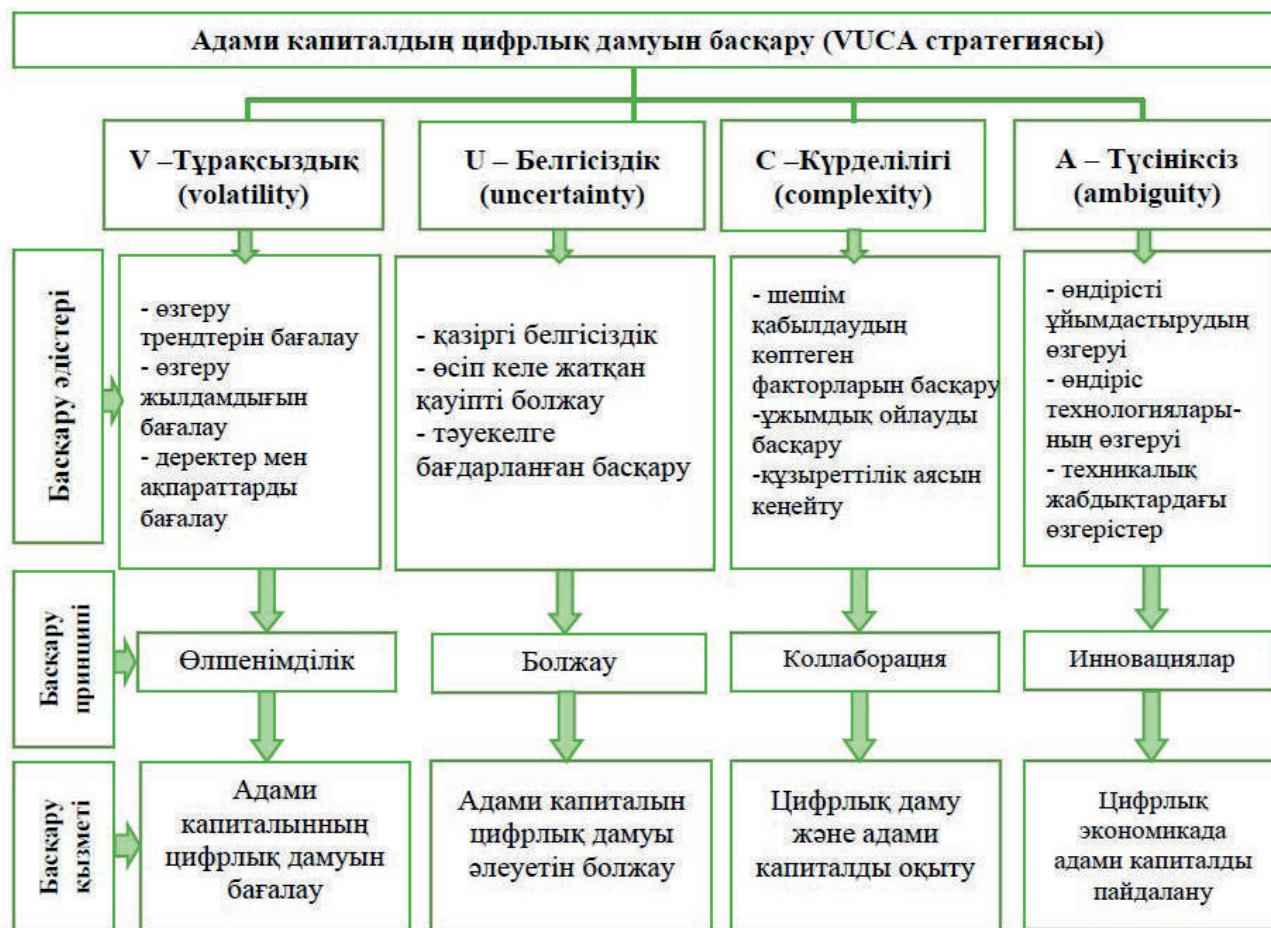
Адам капиталын басқару стратегиясының
кәсіпорын тиімділігіне әсер етуі тұрақты оң бай-
ланысын кәсіпорында адам капиталын басқару
стратегиялар рөлі туралы расталған гипотезаны
Б.Беккер мен Б. Герхардт атап өтіті [9]. Бүгін-
де кәсіпорын бұл рөлді толық түсінбейді және
кәсіпорын қызметінің тиімді факторы ретінде
адам капиталын басқару тәсілдері туралы нақты
түсінікке ие. Адам капиталын шебер басқа-
ру кәсіпорынның стратегиялық даму триггеры
ретінде тек стратегиялық басқаруда ғана емес,
сонымен қатар жедел және тактикалы күшті әсер
етуі керек.

1990 жылдардың соңында шетелдік зертте-
ушілермен адам ресурстарын басқаруда стар-
тегиялық тәсілдер идеясы түпкілікті қалыптасты,
М.Хьюзлидтің пікірінше, басқару құралдар жиын-
тығын жобалау және іске асыру үдерістерінің
синтезін ұсынады. Дәл осы кәсіпорын мақсаты-
на жету үшін адам капиталын қалыптасуын және
дамуын қамтамасыз етеді [10].

Адам капиталын басқарудың теориялық және

Кесте 1 – Жұмыс күшінің сапасы контекстінде басқару объектісінің эволюциясы: диалектикалық даму

Кезеңдер	Өнеркәсіптік құрылым	Жұмысшы түрі	Жұмысшы күшінің сапасы басқару объектісі ретінде
1785–1835	Бірінші Тоқыма өнеркәсібіндегі жаңа тех- нологиялар. Су энергиясы	«Білікті» санатындағы қыз- меткер Қызметі 50% астам физикалық еңбекпен байланысты, арнайы дайындық қажет етпейтін, қысқа мерзімді курстарды оқу аясында жүзеге асырылады	Еңбекті пайдалану (А. Смит) Жұмыс берушінің пайдасын максимизация- лау, жұмыс уақытының максималды шығындарында ең төменгі жалақы Еңбекті рационализациялау және әлеуметтендіру (Р. Оуэн, Ч. Бэббидж) Тірі еңбекті қысқарту, жанжалдарды ынталандыру және реттеу әрекеттері
1830–1890	Екінші Механикалық өндіріс. Бу двигателі энергиясы		Еңбек ресурстарын пайдалану (Ф. Тейлор, А. Фай- оль, Л.Урвик, Ф. Гилбрет) Адам еңбек тасымалдаушы ретінде. Еңбекті ұйымда- стыру және нормалау
1880–1940	Үшінші Машина жасауды, электротехни- калық өнекәсіпті, дамыту. Электрлік энергия	«Ереже» санатындағы қыз- меткер Шешім қабылдау үдерісінде белгіленген ережелер мен нұсқаулықтарға негізделген 50% астам техникалық және күнделікті жұмыстарды жүзеге асырады. Мамандандырылған және қолданбалы оқыту қа- жет	Персоналды басқару (М. Вебер, Э. Мэйо) Адам формальды құрылымның элементі ретінде. Қызметкерлерді іздеу және іріктеу, дайындау және біліктілігін арттыру
1930–1990	Төртінші Ұшақ құрлысының дамуы, ком- пьютердің пайда болуы. Мұнай- көмір, атом энергиясы		Адам капиталын басқару (Ф. Херцберг, Д. Мак-Грегор) Адам әлеуметтік ұйымдастыру элементі ретінде. Шығармашылыққа ынталандыру, ұйымдастырушылқ мәдениеттің өсуі
1985–2000	Бесінші Микроэлектроника, гендік инже- нерия, биотехнология, информа- тика, интернеттің дамуы, ғарышты меңгеру Нанотехнологияның пайда болуы, Мұнай-газ, атом энергиясы	«Білім» санатындағы қыз- меткер 50% астам үлесі бар анали- тикалық жұмысты, белгісіздік жағдайында импровизацияны қажет етеді, бұл ретте шешім қабылдау үдерісінде жоғары деңгейлі дербестік бар. Олар- ды дайындау үшін ұзақ оқыту циклінде жоғары деңгейлі білім қажет	Адам капиталын басқару (У. Оучи, Х.Йосихара, К. Мацуста, П. Друкер) Адамға арналған ұйым. Өзін өзі дамыту және өзін басқаруға ынталандыру, адам капиталын бағалау
2000–2035	Алтыншы Нанотехнологияларды, робото- техниканы, жасанды интелекті, ғарыштық технологияларды да- мыту. Энергияның балама түрлері		Адам капиталынның цифрлық дамуын басқару Командалық басқару стилі, еңбекті ұйымдастырудың қашықтығы, цифрлық дағдылар мен білім, үздіксіз оқыту, «brain production»
Ескерту: авторлар жасаған			



Сурет 2 – Адам капиталының цифрлық дамуын басқару концепциясы

қолданбалы тәсілдері [11, 12], олардың авторлық жүйелеуі 1-ші суретте көрсетілген.

Адам капиталын басқарудың қолданыстағы тәсілдерін сыни талдау әдістемелік сипаттағы институционалдық зерттеулердің шектеулерінің тізімін анықтауға және зерттеу пәнің жан-жақтылығы мен құрылымдық күрделілігіне байланысты зерттеу міндеттеріне қол жеткізу үшін адам капиталын басқаруды сапалы жаңа әдістемелік негізде жетілдіру қажет деген маңызды тұжырым жасауға мүмкіндік береді.

Зерттеу тақырыбы аясында өнеркәсіптің даму кезеңдеріне байланысты адам капиталын басқару тұжырымдамасын дамыту қызығушылық тудырады, өйткені техника, технологиялар және адамның өз қабілеттілігімен дамуы – бұл толығымен өнеркәсіп және экономиканы дамытудың екі жағы болып табылады. Осыған байланысты экономиканың даму индикаторы ретінде және сапалы деңгей өлшемі мен жұмысшылардың білімі мен дағдыларының мазмұны адам капиталын тасымалдаушы ретінде бір бірімен

тығыз байланыста екенін негізді болжауға болады [13].

Экономика түрлерінің өзгеруімен және өнеркәсіптің дамуымен материалдық (индустриалдық экономикада) қажеттіліктерден білім беру және денсаулық (постиндустриалдық экономикада) сияқты әлеуметтік қажеттіліктерге, жаңашылдық еңбекке (инновациялық экономикаға) қажеттілік және шығармашылық еңбек пен цифрлық даму (цифрлық экономикада) қажеттіліктерге трансформация болады. Демек, адам капиталын басқару тұжырымдамасы дамушы болуы қажет және жұмысшылардың шығармашылық және цифрлық құзыреттіліктерін, олардың әлеуетін дамыту үшін қажет цифрлық білімді үздіксіз дамыту әдістерін қалыптастыру қажет.

Цифрлық экономика дамуына әкелген төртінші өнеркәсіптік революция немесе алтыншы өнеркәсіптік құрылым адам капиталын цифрлық дамытуында баса назар аударады. Мәселен, 2027 жылға қарай 14 млн. жұмыс орны жоғалады, бұл Дүниежүзілік экономикалық форум – 2024 (ДЭФ)

есебіннен көруге болады.

Жинақталған тәжірибені интеграциялау бүгінде еңбекті басқару теориясы мен тәжірибесінде жаңа бағытты – адам капиталын цифрлық дамуын басқаруын құру туралы айтуға мүмкіндік береді. VUCA- адам капиталының цифрлық дамуын басқару стратегиясы 2 суретте көрсетілген.

Қазіргі заманғы трансформация үдерісі, бір жағынан, цифрлық ортаны бейімделуді қамтамасыз етуге, екінші жағынан, контрадаптивтілікке ықпал етеді, бұл проактивті басқару арқылы ішкі өзгерістерді қамтамасыз етуде көрінеді.

Цифрлық экономиканың басты ерекшелігі – VUCA - құбылмалылықпен, белгісіздікпен, күрделілікпен және түсініксіздікпен сипатталатын әлем және енді ешкім сенімділікті қайтармайды. Осыған байланысты адам капиталының цифрлық дамуын басқару SPOD – басқару стратегиясынан (S-тұрақты, P-болжамды, O – қарапайым, D – анықталған) VUCA-стратегиясына көшу болып табылады.

Күрделі жүйелер көптеген құрамдастардан жиналған, олардың әрекеттесуінен жүйелер құрамы туады, оларда элементтер бөлек болмайды. Күрделі жүйелер ерекшелігі – олардың жеке элементтерінің мінез-құлқы бойынша да-

муын болжау мүмкін емес. Мұндай болжау әрдайым айқын емес байланыстарды талдау мен суретті жалпы көре білуді қажет етеді.

ҚОРЫТЫНДЫ. Осылайша, цифрлық экономика жағдайында адам капиталын басқарудың тұжырымдамасы еңбекті басқару теориясы және тәжірибесін зерттеудің авторлық онтологиясына негізделген, оның айрықша ерекшелігі SPOD - басқаруы стратегиясынан VUCA – адам капиталын басқару стратегиясына көшу, адам капиталын басқарудың құрылымдық-мазмұнды жаңа сипаттамасы, жұмыс орны мен өндірісті ұйымдастыру өзгерісі енеді, сапалы жаңа әдістемелік негізде адам капиталын басқаруды жетілдіруге мүмкіндік беретін, жасанды интеллект негізінде көптеген факторлар шешімін қабылдау шарттары ұсынылған.

Өткізілген теориялық зерттеулердің когеренттік талдауы теориялық және әдістемелік негіздерді, сондай-ақ цифрлық экономика жағдайында адам капиталын басқарудың ұйымдастырушылық-басқарушылық құралдарын жасау қажеттілігі туралы айтуға мүмкіндік береді.

Алғыс: Мақаланы Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитеті қаржыландырған (грант №AP23490443).

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

- 1 Aliyev, T. Methodological Evaluation of Human Capital in the Digital Economy / T. Aliyev, S. Aliyeva, R. Aliyev // Econ. Aff. - 2023. - 68 (Special Issue). – P. 673-678.
- 2 Chaddha, S.. Human Capital Management and Organisational Performance: A Literature Survey. Industry 4.0 Global transformational Changes in Business and Management / S. Chaddha, F. Khaliq, D. Parimoo. - Bloomsbury, Delhi, 2020.
- 3 Popkova, E. The social management of human capital: basic principles and methodological approaches / E. Popkova // International Journal of Sociology and Social Policy. – 2021. - Vol. 41. - No. 1(2). – P. 24-36. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-03-2020-0062>
- 4 Simarmata, J. The Effect of HRM Practices and Human Capital on Organizational Performance: A Literature Discussion From Indonesian MSME Perspective / J. Simarmata // Conference: The Fifth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship. - 2020. DOI: 10.2991/aebmr.k.201126.088
- 5 Kaplan, R.S. The balanced scorecard: translating strategy into action / R. S. Kaplan, D. P. Norton. - Boston, 1996. - 330 p.
- 6 Fitz-Enz, J. The ROI of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance Hardcover / J. Fitz-Enz. – AMACOM, 2009. – 337 p.
- 7 Mintzberg, H. Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management / H. Mintzberg, B. Ahlstrand, J. Lampel. - FT Press, 2009.
- 8 Arthur, J.B. Effects of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover / J.B. Arthur // The Academy of Management Journal. – 1994. -Vol. 37. - No. 3. – P. 670–687.
- 9 Becker, B. The Impact of Human Resource Management on Organizational Performance: Progress and Prospects / B. Becker, B. Gerhart // The Academy of Management Journal. – 1996. – Vol. 39. – № 4. – P. 779–801.
- 10 Huselid, M.A. Technical and Strategic Human Resource Management Effectiveness as Determinants of Firm Performance / M.A. Huselid, S.E. Jackson // The Academy of Management Journal. – 1997. -Vol. 40. – No. 1. – P. 171–188.
- 11 Апенько, С.Н. Методология оценки гибкости системы управления человеческими ресурсами проектов предприятий / С.Н. Апенько, М.А. Романенко // Вестник Омского университета. – 2017. – № 4 (60). – С. 71–78.
- 12 Томашов, А.С. Разработка организационно-экономического механизма управления развитием человеческого капитала промышленного предприятия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Томашов А.С. – Москва, 2013. – 217 с.
- 13 Ширинкина, Е.В. Теория и методология управления человеческим капиталом предприятий в условиях развития цифровой экономики: дис. ...докт. экон. наук: 08.005 / Е.В. Ширинкина. – Екатеринбург, 2021.

REFERENCES:

- 1 Aliyev, T., Aliyeva, S., & Aliyev, R. (2023). Methodological Evaluation of Human Capital in the Digital Economy. *Econ. Aff.*, 68, 673-678.
- 2 Chaddha, S., Khaliq, F., & Parimoo, D. (2020). *Human Capital Management and Organisational Performance: A Literature Survey. Industry 4.0 Global transformational Changes in Business and Management*. Bloomsbury, Delhi.
- 3 Popkova, E. (2021). The social management of human capital: basic principles and methodological approaches. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 41, 1(2), 24-36. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-03-2020-0062>
- 4 Simarmata, J. (2020). The Effect of HRM Practices and Human Capital on Organizational Performance: A Literature Discussion From Indonesian MSME Perspective. *Conference: The Fifth Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship*. DOI: 10.2991/aebmr.k.201126.088
- 5 Kaplan, R.S., & Norton D.P. (1996). *The balanced scorecard: translating strategy into action*. Boston.
- 6 Fitz-Enz, J. (2009). *The ROI of Human Capital: Measuring the Economic Value of Employee Performance Hardcover*. AMACOM.
- 7 Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management*. FT Press.
- 8 Arthur, J.B. (1994). Effects of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover. *The Academy of Management Journal*, 37, 3, 670-687.
- 9 Becker, B., & Gerhart, B. (1996). The Impact of Human Resource Management on Organizational Performance: Progress and Prospects. *The Academy of Management Journal*, 39, 4, 779-801.
- 10 Huselid, M.A., & Jackson S.E. (1997). Technical and Strategic Human Resource Management Effectiveness as Determinants of Firm Performance. *The Academy of Management Journal*, 40, 1, 171-188.
- 11 Apen'ko, S.N., & Romanenko, M.A. (2017). Metodologiya ocenki gibkosti sistemy upravleniya chelovecheskimi resursami proektov predpriyatij [Methodology for assessing the flexibility of the human resource management system of enterprise projects]. *Vestnik Omskogo universiteta*, 4 (60), 71-78. [in Russian].
- 12 Tomashov, A.S. (2013). *Razrabotka organizacionno-ekonomicheskogo mekhanizma upravleniya razvitiem chelovecheskogo kapitala promyshlennogo predpriyatiya* [Development of an organizational and economic mechanism for managing the development of human capital of an industrial enterprise]: dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05. Moskva. [in Russian].
- 13 Shirinkina, E.V. (2021). *Teoriya i metodologiya upravleniya chelovecheskim kapitalom predpriyatij v usloviyah razvitiya cifrovoj ekonomiki* [Theory and methodology of human capital management of enterprises in the context of digital economy development]: dis. ...dokt. ekon. nauk: 08.005]. Ekaterinburg [in Russian].

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Рахметулина Жибек Берлибековна* - экономика ғылымдарының кандидаты, экономика және кәсіпкерлік кафедрасының профессоры, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9973-9627>

E-mail: rahmetulina_zh@mail.ru

Бухатова Асем Салаутқызы - PhD докторанты, С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Өскемен қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2689-5425>

E-mail: asem.bukhatova@mail.ru

Дюсупова Гульмира Турсунғалиевна - PhD докторанты, С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Өскемен қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: gul1511@mail.ru

Rakhmetulina Zhibek* - Candidate of Economic Sciences, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9973-9627>

E-mail: rahmetulina_zh@mail.ru

Bukhatova Asem - PhD student, S.Amanzholov East Kazakhstan University, Oskemen, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2689-5425>

E-mail: asem.bukhatova@mail.ru

Dyussupova Gulmira - PhD student, S. Amanzholov East Kazakhstan University, Oskemen, Republic of Kazakhstan

E-mail: gul1511@mail.ru

Рахметулина Жибек Берлибековна* - кандидат экономических наук, профессор кафедры экономика и предпринимательство, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9973-9627>

E-mail: rahmetulina_zh@mail.ru

Бухатова Асем Салаутқызы - PhD докторант, Восточно-Казахстанский университет имени С. Аманжолова, г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2689-5425>

E-mail: asem.bukhatova@mail.ru

Дюсупова Гульмира Турсунғалиевна - PhD докторант, Восточно-Казахстанский университет имени С. Аманжолова, г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан

E-mail: gul1511@mail.ru

DETERMINING THE ECONOMIC BENEFITS AND COSTS OF TRAVEL AND TOURISM

ABEKESHEV A.I.¹

PhD in Management of the Hotel Industry, Tourism and Event Management

KORČEK V.²

PhD, MBA

URAZOVA B.A.^{*1}

Master of Economic Sciences

KURMANOVA G.K.¹

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

¹West Kazakhstan Innovative and Technological University, Uralsk, Republic of Kazakhstan

²European Institute of Applied Science and Management, Prague, Czech Republic

ABSTRACT. Travel and tourism are an integral part of people's lives. The displacement of people who have ever left their habitual environment has a strong impact on local, regional, national and international economies. As a branch of economy, tourism involves different kinds of economic costs and benefits. There are different problems of tourism development in different countries, but one of the important is to determine the economic benefits and costs of this industry.

The purpose of the article is to consider various methods of estimation of economic benefits and expenses from travel and tourism, used in foreign practice.

This review article discusses various approaches to estimating the economic benefits and costs of travel and tourism. The use of evaluation methods depends on the development of the tourism industry and the socio-economic characteristics of a region or country. Various methods are used to estimate the economic benefits and costs of travel and tourism, from simple guesses to complex mathematical models. The studies vary greatly in quality and accuracy, as well as in the included aspects of tourism. Having analyzed different methods, in our article we have stopped on the method of daily census and on the method of coefficients of «probability of use» as the most acceptable and simple in use.

Such methods of scientific knowledge as analysis, synthesis, structuring, method of tables, induction, deduction, formalization, idealization, modeling were used in writing the article. The systematization of the data was obtained based on the study of scientific literature on a given topic.

The relevance of the article lies in the fact that it is designed to help public authorities and businesses to assess the economic benefits and costs of new potential tourism facilities, to assess the economic feasibility of existing facilities and on this basis to develop public policy in the field of tourism.

KEYWORDS: travel, tourism, economic benefits, costs, mass tourism.

САЯХАТ МЕН ТУРИЗМГЕ БАЙЛАНЫСТЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ПАЙДАЛАР МЕН ШЫҒЫНДАРДЫ АНЫҚТАУ

АБЕКЕШЕВ А.И.¹

қонақ үй шаруашылығы, туризм және ивент-менеджмент индустриясын
басқару саласындағы бейіні бойынша PhD

КОРЧЕК В.²

PhD, MBA

УРАЗОВА Б.А.^{*1}

экономика ғылымдарының магистрі

КУРМАНОВА Г.К.¹

экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессоры

¹Батыс Қазақстан инновациялық-технологиялық университеті, Орал қ., Қазақстан Республикасы

²Еуропалық қолданбалы ғылым және менеджмент институты, Прага қ., Чех Республикасы

АНДАТПА. Саяхат пен туризм адамдар өмірінің ажырамас бөлігі болып табылады. Таныс тіршілік ету ортасынан шыққан адамдардың қозғалысы жергілікті, аймақтық, ұлттық және халықаралық экономикаға қатты әсер етеді. Экономиканың бір саласы ретінде туризм экономикалық шығындар мен пайданың әртүрлі түрлерін қамтиды. Әр түрлі елдерде туризмді дамытудың әртүрлі мәселелері бар, бірақ маңыздыларының бірі-осы саланың экономикалық пайдасы мен шығындарын анықтау.

Мақаланың мақсаты-шетелдік тәжірибеде қолданылатын саяхат пен туризмнің экономикалық пайдасы мен шығындарын бағалаудың әртүрлі әдістерін қарастыру.

Бұл шолу мақаласы саяхат пен туризмнің экономикалық пайдасы мен шығындарын бағалаудың әртүрлі тәсілдерін қарастырады. Бағалау әдістерін қолдану туризм индустриясының дамуына және аймақтың немесе елдің әлеуметтік-экономикалық ерекшеліктеріне байланысты. Саяхат пен туризмнің экономикалық пайдасы мен шығындарын бағалау үшін қарапайым болжамдардан бастап күрделі математикалық модельдерге дейін әртүрлі әдістер қолданылады. Зерттеулер сапа мен дәлдікте, сондай-ақ туризмнің енгізілген аспектілерінде айтарлықтай ерекшеленеді. Әр түрлі әдістерді талдай отырып, біздің мақалада біз күнделікті санақ әдісіне және "пайдалану ықтималдығы" коэффициенттерінің әдісіне ең қолайлы және қолдануға оңай деп тоқталдық. Мақаланы жазу кезінде талдау, синтез, құрылымдау, кесте әдісі, индукция, дедукция, формализация, идеализация, модельдеу сияқты ғылыми таным әдістері қолданылды. Деректерді жүйелеу берілген тақырып бойынша ғылыми әдебиеттерді зерттеу негізінде алынды.

Мақаланың өзектілігі оның мемлекеттік билік пен бизнес органдарына туризмнің жаңа әлеуетті объектілерінің экономикалық пайдасы мен шығындарын бағалауға, қолданыстағы объектілердің экономикалық орындылығын бағалауға және осы негізде туризм саласындағы мемлекеттік саясатты әзірлеуге көмектесуге арналғандығында.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: саяхат, туризм, экономикалық пайда, шығындар, бұқаралық туризм.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫГОД И ЗАТРАТ, СВЯЗАННЫХ С ПУТЕШЕСТВИЯМИ И ТУРИЗМОМ

АБЕКЕШЕВ А.И.¹

доктор по профилю в сфере управления индустрии гостиничного хозяйства,
туризма и ивент-менеджмента

КОРЧЕК В.²

PhD, MBA

УРАЗОВА Б.А.^{*1}

магистр экономических наук

КУРМАНОВА Г.К.¹

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

¹Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет, г. Уральск, Республика Казахстан

²Европейский институт прикладных наук и управления, г. Прага, Чешская Республика

АННОТАЦИЯ. Путешествия и туризм являются неотъемлемой частью жизни людей. Перемещение людей, когда-либо покидавших привычную среду обитания, оказывает сильное влияние на местную, региональную, национальную и международную экономику. Как отрасль экономики, туризм предполагает различные виды экономических затрат и выгод. Существуют различные проблемы развития туризма в разных странах, но одной из важных является определение экономических выгод и затрат этой отрасли.

Цель статьи - рассмотреть различные методы оценки экономических выгод и затрат от путешествий и туризма, используемые в зарубежной практике.

В данной обзорной статье рассматриваются различные подходы к оценке экономических выгод и затрат от путешествий и туризма. Использование методов оценки зависит от развития индустрии туризма и социально-экономических особенностей региона или страны. Для оценки экономических выгод и затрат на путешествия и туризм используются различные методы - от простых предположений до сложных математических моделей. Исследования сильно различаются по качеству и точности, а также по включенным в них аспектам туризма. Проанализировав различные методы, в нашей статье мы остановились на методе ежедневной переписи и на методе коэффициентов «вероятности использования» как наиболее приемлемых и простых в использовании.

При написании статьи использовались такие методы научного познания, как анализ, синтез, структурирование, метод таблиц, индукция, дедукция, формализация, идеализация, моделирование. Систематизация данных была получена на основе изучения научной литературы по заданной теме.

Актуальность статьи заключается в том, что она призвана помочь органам государственной власти и бизнеса оценить экономические выгоды и затраты новых потенциальных объектов туризма, оценить экономическую целесообразность существующих объектов и на этой основе разработать государственную политику в сфере туризма.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: путешествия, туризм, экономические выгоды, затраты, массовый туризм.

INTRODUCTION. Travel and tourism are a topic actively discussed in economic development studies. Initially, tourism was defined as a phenomenon that arises as a result of traveling and staying for a time that is not related to the interests of earning income either permanently or temporarily. But now the definition has changed because it is difficult to distinguish between travel for entertainment, business travel, education and so on. Tourism is defined as an activity related to travel in which people are away from their homes [1].

Travel and tourism have been the subject of academic interest for many years. However, it was only in the 1970s that scientists began to develop a theoretical basis for their study. International mass tourism has been growing rapidly since the early 1960s. At that time, tourism was considered as an economic phenomenon, which, as an important source of income and employment, could provide economic growth in the destination areas. Little attention has been paid to the possible impact of tourism development, and, consequently, the study of travel and tourism has focused mainly on the economic impact of tourism, including indicators such as the multiplier effect. As the scale and scope of international tourism grew, so did awareness of its negative consequences. As a result, academic attention has increasingly turned to the study of the social, cultural and environmental consequences of travel and tourism.

In order to support travel and tourism solutions, various analyses are carried out. The economic impact analysis answers the question of what is the contribution of tourism activity to the economy of a country or region. Economic impact analysis tracks the flows of tourism-related expenditures in the region to identify changes in sales, tax revenues, income and jobs related to tourism activities. The main methods here are surveys of visitors' expenses, analysis of secondary data of state economic statistics, economic base models, input-output models and multipliers [2].

The economic impact analysis also answers the question of whether government revenues from tourism through taxes, direct fees and other sources will cover the additional costs of infrastructure and public services? Also identifies changes in demand for public utilities and services as a result of certain activities and estimates the revenues and costs of local governments for the provision of these services. The economic impact analysis answers the question will we be able to make a profit from this activity?

Will the business generate enough revenue to cover its costs and make a reasonable profit? It typically includes a short-term analysis of the availability and cost of start-up capital, as well as a long-term analysis of debt service, operating expenses and income. A financial analysis for a private business is similar to a financial impact analysis for a local government unit.

Demand analysis. How will change the number or types of tourists in this area due to changes in prices, advertising, competition, quality and quantity of facilities or other factors affecting demand? Demand analysis evaluates or predicts the number and/or types of visitors to an area using a usage assessment, forecasting, or demand model. The number of visitors or sales is usually predicted based on judgments (Delphi method), historical trends (time series methods) or using a model that captures how visits or expenses vary depending on key determinants of demand (structural models), such as population size, distance to markets, income levels and quality and competition indicators [3,4].

Benefit and Cost Analysis (B/C) – Which alternative policy will bring the greatest net benefit to society over time? B/C analysis evaluates the relative cost-effectiveness of alternative policies by comparing benefits and costs over time. B/C analysis determines the most effective policy from the point of view of public welfare, usually including both monetary and non-monetary values. B/C analysis uses a wide range of methods for estimating the value of non-market goods and services, such as the travel expense method and the conditional valuation method.

Feasibility study. Is it possible/necessary to implement this project or policy? The feasibility study determines the feasibility of this action, including political, physical, social and economic feasibility. The economic aspects of a feasibility study usually include financial analysis to determine financial feasibility and market demand analysis to determine market feasibility. The feasibility study is analogous to the analysis of benefits and costs in the private sector. The feasibility study mainly focuses on the benefits and costs for an individual business or organization, while the B/C analysis looks at the benefits and costs for society as a whole [5].

Environmental Impact Assessment – What are the consequences of actions for the environment? An environmental assessment determines the impact of a proposed action on the environment, usually including changes in social, cultural,

economic, biological, physical and ecological systems. Economic impact assessment methods are often used together with appropriate measures and models to assess social, cultural and environmental impacts. The methods range from simple checklists to complex simulation models [6].

Thus, the importance of tourism and travel to the economy is generally recognized. As a result, when changes in tourism or policy changes are considered, there is an interest in determining what impact they may have on the economy.

MATERIALS AND METHODS OF RESEARCH.

There are many works in the scientific literature devoted to this topic, that is, determining the economic benefits and costs of travel and tourism. Over the years, the economic benefits and costs of travel and tourism have been the subject of study by many researchers [7].

As noted in the work [7], positive effects include the creation of production and income in foreign currency, contribution to government revenues, creation of jobs and business opportunities, stimulation of investment in infrastructure and contribution to regional development. Potential negative consequences are associated with displacement of local enterprises and products, leakage of tourism-related expenses and transfer of tourism income from the host country, costs of tourism-related and auxiliary infrastructure, price increases, economic dependence on tourism, instability associated with employment in tourism.

The tourism sector produces positive results in the state economy, especially at the local level [8]. While this increases the country's tax revenues, governments increase investments in new infrastructure, such as road construction, water supply and sewerage systems, communication networks, rural schools, improved sanitation or healthcare [9,10]. When public investment grows again, positive externalities related to technology and information will be generated by an increase in the number of tourists in the long term. However, additional infrastructure costs associated with an increase in the number of tourists will require additional financial costs for water, roads, transport, healthcare and energy [11].

Tourism also has a positive impact on economic income. Increased competition leads to economies of scale. In addition, tourism brings technology, knowledge, research and development, as well as human capital to the country. [12, 13]. Along with increased efficiency, the unit cost of goods and services benefits from economies of scale. Thus, the positive effect of scale reduces production costs for local enterprises. The arrival of tourists increases the cost of housing and retail prices in the area, especially depending on the season. The inflow of currency associated with the arrival of tourists can

simultaneously affect the quality and quantity of goods and services [14]. Expenses of foreign tourists, «which is also called the demonstration effect», can also change local consumption patterns, and this effect can be just as inflationary [11].

In general, the net economic impact is usually positive, despite the fact that the benefits mentioned above are accompanied by a number of environmental and socio-cultural costs [14]. In this sense, the politicians responsible for the tourism strategy may face a dilemma. Assessing the measurable economic benefits and costs of travel and tourism will help policymakers demonstrate their economic policies [11].

In the economic literature, one can find such a definition of tourism: «tourism is one of the largest economic activities in the world. It is a leading industry in many countries, as well as a significant source of job creation worldwide» [15]. As a rule, tourists need basic goods and services, such as accommodation, vehicles, retail trade and cultural, sports and recreational services in the host country. Meeting the needs of tourists affects many sectors of the economy [16]. With the increase in production, new business opportunities are created both in this sector and in related sectors [17]. This is especially important for developing countries such as Kazakhstan with limited capital and labor-intensive industries.

The price paid by international tourists, who have to convert one currency to another, is also affected by the prevailing exchange rate. The economic costs also include the costs incurred by the state to ensure the safety of tourists, to ensure political stability, the costs of creating a favorable image of the country for tourists arriving in the country, and police services [18, 19]. A number of articles focus on the contribution of the tourism industry to gross domestic product, gross regional product, and employment [20].

«Tourism is crucial to creating goodwill among people and, as a result, socio-economic growth in the country. Tourism as an industry contributes significantly to the country's foreign exchange reserves and provides direct and indirect employment opportunities for a wide segment of the population. In addition, the support of national crafts and fine arts contributes to the preservation of the country's natural beauty, cultural heritage and soil traditions, and strengthens the process of national integration and global brotherhood» [21].

As noted in the works of domestic scientists [22], the strategy of tourist services development is formed and implemented for an individual region. Since each region has competitive advantages, the economic costs and benefits of tourist activities are formed accordingly. This fact must be taken into account by local authorities. The factors of tourist

identity of each region include tourist resources, cultural objects, quality of tourist infrastructure, population involvement in tourism and hospitality.

Having studied the theoretical material on the definition of economic benefits and costs of tourism and travel, we came to the conclusion that there is a wide range of articles revealing different components of economic benefits and costs. These components depend on what is important in the study of economic benefits and costs of tourism and travel for each particular author.

Over the years, the economic benefits and costs of travel and tourism have been the subject of study by many researchers [7]. The economic benefits and costs of travel and tourism can be viewed as the economic impact of travel and tourism activities on the well-being or income of residents in a particular region or location. Various approaches to estimating the economic benefits and costs associated with travel and tourism have been analyzed. Many authors consider the economic impact of the tourism industry at three levels: direct, indirect and induced impact [23].

Direct effects refer to expenditures in the tourism sector. Consequently, when tourists spend their money in hotels, restaurants, transportation, communication services and retail outlets, it creates direct income, government revenue, employment effects and some direct imports of goods and services.

Direct tourism contributions include:

- lodging, transportation, entertainment, attractions, lodging services, food and beverage services, retail trade, transportation services, cultural, sports, and recreational services;

- residents' domestic travel and tourism expenditures, businesses' domestic travel expenditures, visitors' exports, and government travel and tourism expenditures.

Indirect effects refer to intermediate consumption for the production of goods and services in the tourism sector. These are the goods and services that tourism companies purchase from their suppliers, forming the tourism supply chain.

Indirect effects include:

- Travel and tourism investment costs, such as the purchase of new planes, construction of new hotels, etc. public collective travel and tourism expenditures, such as marketing and promotion of tourism, aviation, administration, security services, resort area security services, resort area sanitation services, etc. effects of purchases from suppliers, such as purchases of food and cleaning services at hotels, fuel and catering services at airlines, IT services at travel agencies, etc.

Thus, the development of the tourism industry affects the production of services that require a lot of resources, covering the entire spectrum of agricultural, agro-food and industrial production, as well as the construction and modernization of tourism facilities.

RESULTS AND THEIR DISCUSSION. In a world of limited resources, measuring the economic benefits of travel and tourism in an area without measuring the costs involved can waste limited public funds. In addition, such an approach can also severely damage the environment, rapidly increase the cost of utilities to support visitors, and significantly reduce the quality of life for residents. This is true whether the project is a new facility such

Table 1 - Direct associated costs of tourism for the community - Alternative costs for quality of life and fiscal costs

Costs for quality of life	Budget (fiscal) costs
Traffic congestion	Construction of highways, police service, public transportation, port and terminal facilities
Crime	Police services, justice system
Fire situations	Fire protection
Water pollution	Water supply and wastewater treatment
Air pollution	Police services, public transport
Garbage	Solid waste removal, police services
Noise pollution	Police services, zoning
Destruction of wildlife	Police services, parks and recreation centers, forestry maintenance, fishing regulation
Destruction of scenic beauty	Parks and recreation centers, police services
Destruction of social/cultural heritage	Maintenance of museums and historical sites, police services
Disease	Hospitals and other medical institutions, sanitary facilities, rules of public catering
Traffic accident	Police services, justice system

Table 2 - Indirect associated costs of tourism for the community caused by the influx of labor - alternative costs for quality of life and financial costs

Costs for quality of life	Budget (fiscal) costs
Crime	Police services, judicial system, education, employment services
Traffic accident	Police services, justice system
Illness, other health threats	Hospitals and other medical institutions, sanitary facilities, public housing
Vagrancy, homelessness	Public housing, urban renewal, housing subsidies, public welfare
Traffic congestion	Police services, road construction, public transport
Uneducated electorate	Education

as a hotel, additional infrastructure such as a new airport, or a marketing program to attract visitors. Public authorities and businesses providing tourism services must reasonably assess the economic costs as well as the benefits of tourism projects.

Determination of the economic impact of tourism and travel covers aspects such as: the contribution of tourism activities to the economy of the region; expenditure flows associated with tourism activities in the region to identify changes in sales; tax revenues, income and jobs due to tourism activities. The main methods here are surveys of visitor spending, analysis of secondary data from state economic statistics, economic baseline models, cost-output models and multipliers.

The source [24] identifies two cases when researchers should apply cost analysis to travel and tourism. One of them is to study the current situation to determine how much additional costs visitors impose on the community compared to conditions without visitors. Combined with benefit assessments, such information can help officials decide whether or not to encourage or limit the number of visitors and how. Secondly, to assess the additional costs associated with an increase in the number of visitors in the community, either as a result of natural growth or as a result of proposed development, such as a new park, additional transportation opportunities or new marketing programs.

«Economic benefit» is understood as the gross increase in wealth or income, measured in monetary terms, of people living in the area, above the levels that would prevail in the absence of the studied activity (in our case, tourism), other things being equal. We are interested in the «gross» increase, because we will estimate the costs of tourism activities separately. Subtracting gross costs from gross benefits yields a net economic benefit, positive or negative. It is important to understand that the economic benefits should actually go to the people who are in the study area. If we want to assess the economic benefits of tourism for people who live or work in the West Kazakhstan Region, we must be sure that the economic benefits really

benefit these people.

Now let's turn to the costs of travel and tourism. Travelers and tourists cause expenses when they produce air pollution, garbage, noise and traffic congestion in the community. These are expenses of residents or the government, for which tourists do not pay compensation. [25]. Such expenditures in economics are called detrimental externalities or external losses of the economy, and the costs they cause are spillover costs [26]. Tourism imposes additional costs on the territory. Residents of the area (the «community») affected by unforeseen tourism costs can choose one of three ways to deal with them: (1) they can accept a lower quality of life than they had without tourists; (2) they can compensate for the decline in their quality of life through government spending that residents tax themselves, or (3) they can directly impose monetary costs on tourists through taxes and fees. The last two solutions include fiscal expenditures and differ in who bears public or government expenses: residents or tourists. Table 1 lists some categories of unforeseen costs that can be taken into account in tourism impact studies. It is clear from the table that any type of unforeseen expenses can fall on residents (quality of life expenses) or on the government (fiscal expenses). Residents can decide whether to bear the tax costs due to higher taxes on themselves or shift them to the tourist through specific taxes, fees and penalties for activities or through general taxes such as accommodation, meals and car rental.

The study of travel and tourism costs should take into account all direct side costs indicated in table 1.

In addition to direct side costs, some researchers identify indirect or secondary cost effects that may occur, as shown in Table 2 [25]. If the development of a new tourist attraction attracts enough additional visitors, the number and size of commercial businesses in the community may increase. This will require an increase in the workforce and, therefore, a permanent population. As the permanent population increases, this entails additional financial costs and costs to improve the quality of life for the community. Some of the costs

of additional residents will be similar to the costs of additional visitors and can be classified as in Table 1. The indirect quality of life costs and corresponding indirect financial costs described in Table 2 could be imposed on the community as a result of the increased workforce to serve the increased number of visitors. They differ from the costs in Table 1 in that they are generated indirectly rather than directly by visitors.

A larger permanent population will place an additional burden on educational and hospital institutions. If they are not expanded, the community as a whole will deteriorate somewhat, as the ignorant and the sick threaten to increase in number. The additional population may increase pressure on already declining neighborhoods, demand more urban renewal to prevent an increase in crime and street congestion, with a concomitant decrease in property values and the visual aesthetics of the community. If the workforce expands to take on additional, seasonal work, benefit payments and counseling costs may increase; otherwise, crime and illness may well increase. Finally, population growth can increase the workforce significantly more than the additional jobs created by visitors, as spouses and children of travel-related employees are looking for work. In the absence of economic development programs, long-term residents may face a reduction in their available employment opportunities and income growth. The presence of visitors leads to indirect unforeseen costs as the business and working population expands to meet the growing demand. These indirect costs may be fiscal or related to the quality of life, depending on how residents decide to cope with them. However, there is an additional set of public spending programs that have no direct analogues in terms of quality of life. They can be called «overhead budget expenditures» and they relate to the activities and management of the government. These include financial management, general control, and interest on total debt.

It is not immediately obvious whether these government expenditures should be included in the travel budget. On the one hand, we might argue that budgetary overhead is sensitive to the size of government, and that part of government is to serve travel and tourism activities. On the other hand, we could argue that government primarily exists to serve its citizens, and that this overhead should not be allocated to non-resident visitors: it will continue in the absence of visitors. Moreover, government employees can sometimes reduce this overhead while the cost of serving visitors goes up. If we decide to include budget overhead in our accounting of travel-related budget expenditures, we can allocate them according to the share that travel-related tax expenditures make up the total

budget minus the overhead. For example, if an exhaustive study of fiscal expenditures attributable to travelers shows that they account for one-third of the government's non-overhead items, then one-third of the fiscal overhead can also be attributed to visitors. There is another area where it is unclear whether the additional unanticipated costs are attributable to the community as a whole. This includes the redistribution effects of tourism projects. A new thoroughfare or transportation terminal that is far from the old one may well cause a decrease in revenue for businesses established near the outdated facilities. Nevertheless, businesses near the new road or terminal will thrive. As another example, hotels located in a community can have very high occupancy rates. Then a government program (low-interest loans, loan guarantees, special infrastructure) encourages additional hotel construction. Once the new facility opens, the old hotels experience lower occupancy and a return on investment.

On the other hand, the additional visitors generated by a new visitor-related public facility can lead to higher wage rates and property values in the community. Employers must now pay their employees more, and those who want to buy property must pay more to those who already own it.

Some researchers identify five main groups that may be affected in different ways by the presence of tourists in the community:

1. Tourism-related businesses - owners, operators, employees
2. non-tourism related businesses
3. Government agencies
4. Residents
5. Tourists [27].

Most of the impact of costs on tourism-related businesses and tourists is covered by private costs, that is, expressed in exchange transactions in the market. However, we can imagine uncompensated costs, especially for tourists, when crowding reduces the quality of life of tourists. And within them, there are subgroups that may suffer differently than other subgroups: residents who live near the most popular tourist centers will suffer more than those who live far away. Since we have no objective way of determining whether a community has improved or worsened as a result of transfers within the community related to tourists, and the transfer did not produce additional results, it is recommended to exclude it from the cost analysis [28]. The direct associated costs of travel and tourism are difficult to measure [29]. Many simplifying and sometimes subjective assumptions are made to arrive at final cost estimates. As technology advances, subjective content can be reduced to produce reliable objective estimates that are most useful.

Measuring indirect costs is even more difficult

because it requires an additional analytical step. First, assumptions must be made about the relationship between visitor demand and resident businesses, and the individuals who serve that demand. Once this is established, we must then determine the relationship between those serving visitors and the unanticipated costs of their activities. This two-step process can increase the subjectivity of the estimates and decrease their accuracy. Little work seems to have been done on measuring indirect travel and tourism costs [30]. This issue needs more serious attention before it can be considered as accurate as measuring secondary benefits. The problem of measuring contingent costs is alleviated to the extent that residents have chosen to translate quality of life costs into fiscal costs, particularly government spending.

Measuring the fiscal costs associated with community visitors involves allocating some portion of each category listed in Table 1 between visitors. Final estimates of visitor-related fiscal costs will be highly sensitive to the measurement method used, so special attention should be given to developing objective and accurate methods. Looking at the direct fiscal costs of visitors, there are two major issues. One is how to measure the net financial cost to visitors. Many of the program costs listed in Table 1 are at least partially offset by user fees in the community. Street and highway construction and maintenance programs are funded by automobile gasoline taxes. The costs of developing and operating museums, historic sites, parks, and recreation areas may be offset by entrance fees or user fees. The cost of regulating fishing and hunting could be fully funded by license fees. The question is, should we subtract revenue from user fees and deal only with the net cost of each program, or consider the user fees paid by visitors in terms of benefits and consider the gross costs of each

program attributable to visitors in terms of costs?

If we are only interested in cost, the first approach may be preferable. This gives us the net cost of visitors to be paid by residents. In doing so, however, we risk missing out on budget revenues from trips not directly related to specific programs, such as sales taxes and gross income. Because these taxes are usually not intended to offset specific costs (i.e., they are a general benefit), they can be excluded from the calculation of the net cost per public service associated with visitors.

It is much more appropriate to maintain a strict distinction between costs and benefits. All fiscal expenditures made by visitors should be summed up on the one hand, and all fiscal receipts received from visitors should be summed up on the other, and then comparisons are made. This has the advantage of including all income items, regardless of whether they are related to a particular service or not, on the side of benefits with other benefits. Similarly, we can compare gross budget expenditures with other social expenditures.

Table 3 shows the units of measurement proposed for the distribution of utility costs between visitors and residents. In each case, we need to evaluate both the overall usage and the usage by visitors. Then we distribute the total cost of the program in each category among visitors according to the share of usage generated by visitors.

It should be understood that in many cases the proposed units are imperfect indicators of the actual consumption of public services by visitors. However, they have the advantage of being easily obtained from visitor surveys and permanent population data. Further research is needed to improve indicators of visitor use of public services. The categories of fiscal expenditures are taken from Table 1. «Daily Census» is the average number of people present daily in the study area over some

Table 3 - Proposed units of measurement of direct fiscal expenditures of tourists

Category of financial expenses	Unit of measurement
Construction and maintenance of highways	Vehicle-miles
Regulation of fish and wild animals	Sold licenses
Parks and resting place	Days of site visits or visits
Museums and historical sites	Site visit
Port and terminal facilities	Arrival and departure
Maintenance of forestry	Days of site visit or visit
Public transport	Passengers
Police services	Daily census
Fire protection	Daily census
Hospital and medical facilities	Daily census
Environmental regulation	Daily census
Health and sanitation services	Daily census
Water supply and wastewater treatment	Daily census
Garbage removal	Daily census

period, usually a year. If the study area is a local community, passengers arriving from outside the community should be included along with residents and commuters.

The daily average of the census is an estimate of the average number of people present in the community during one year, and is calculated as follows:

$$ADC_{c,y} = \frac{VD_{c,y} + (RP_{c,y} * 365 \text{ days}) + (\frac{CP_{c,y} * 236 \text{ days}}{3})}{365 \text{ days}} \quad (1)$$

where

c = community

y = year

ADC = daily average census

VD = annual days of visits made by tourists.

RP = annual average resident population

CP = average number of passengers per day from outside the community.

This is the sum of the number of person-days spent in the area or year, plus the product of the resident population and 365 days per year, plus the number of commuter days divided by 365 days. The average daily commuter population is represented by the number of daily trips multiplied by one-third of the day they spend in the community each day, the product multiplied by 236 days as the average working year, recognizing weekends, holidays and public holidays as non-working days without commuting.

The daily census method assumes that the cost of this public service depends on the number of people present in the area every day. Then the cost of the service can be distributed between visitors and others in the same proportion as the daily census is compiled, that is

$$ADC_{c,y} = \frac{VD_{c,y} + (RP_{c,y} * 365 \text{ days}) + (\frac{CP_{c,y} * 236 \text{ days}}{3})}{365 \text{ days}} \quad (1)$$

where

s = public service provided

c = community

y = year

VP = tourist share of service cost

VD = annual days of visits made by tourists.

ADC = daily average census (Frechtling, Douglas C., 1994).

It is attractive for a researcher to use the method of daily census to estimate all or almost all expenditures on government programs. This makes it possible to correctly estimate the public costs associated with visitors, even if the patterns of visitor activity change, but the number of visitors remains unchanged. Although this is a very simple concept, the daily census method is well suited for a number of government services. This method

has been used, for example, to distribute the costs of police protection and wastewater treatment between visitors and others in the state of Delaware.

Tatzin, however, took a different approach to estimating tourism-related costs for «public goods» (1978). Public goods are those services provided by government agencies that are not depleted by an additional user and for which it is usually difficult to exclude people from their benefits [31].

Tatzin has developed «probability of use» coefficients for each public service. They represented the probability that the average tourist would use this service. Such coefficients were easy to develop for some public services similar to private enterprises, such as a zoo. Here tourists-the days of visiting the zoo were divided by the total number of days of visiting to obtain a coefficient. For public goods, such as police protection, he relied on the opinion of knowledgeable officials. He then developed «relative cost coefficients» that represent the intensity with which tourists consume a public service. This is also based on informed judgment. For example, he found that police officers indicated that tourists mainly use the services of patrol services, while residents use them, as well as juvenile services, investigative and other police services [25]. Finally, he combined these coefficients with the total budgets for each service to get the government spending on the day of visiting each service for each type of tourist.

These two methods pursue the same goal — to estimate the cost of public services per visitor per day — but differ in their concept. The method of the average daily census assumes that the intensity of tourists' consumption of most public goods cannot be accurately determined. Tatzin's approach assumes that informed judgments provide a reliable estimate of this intensity.

Measuring the quality-of-life costs associated with travel and tourism in the community has not been properly considered in past studies. Some researchers have tried to estimate the relative cost of alternative activities to improve the quality of life. They were usually limited to the environmental consequences of the visit and suggest that some categories of visitors engaged in certain activities have a lower benefit-cost ratio than others. However, these studies include large subjective components in the assessment methods. It can be argued that residents have the opportunity to compensate for the costs of the quality of life of visitors by transferring them as fiscal expenses through taxes and fees from visitors. If they do not decide to do this, then the cost of quality of life cannot be significant for residents. Therefore, the calculation of fiscal costs is sufficient to cover unforeseen expenses. The counterargument to this argument is that individual residents independently calculate

the benefits and costs, and the majority decides that the decline in the quality of life suffered is more than compensated by the personal economic benefits attributed to visitors. But this does not solve the question of whether the community as a whole will be better off with or without additional visitors. It may happen that the majority of voters believe that they are better off, but the minority, which may well bear most of the burden of costs or value the quality of their environment most highly, bears large enough net costs to offset the net benefits of the majority.

As soon as the economic benefits and economic costs of travel and tourism are calculated, it is possible to determine whether a given tourism project or program is beneficial to the region from an economic point of view, or it costs residents more than they benefit.

CONCLUSION. The purpose of this study was to examine which methods of assessing the economic benefits and costs of travel and tourism are used in current practice.

Economic impact analysis will assess the contribution of tourism activities to the region's economy. The main questions that an economic impact study usually addresses are:

- How much do tourists spend in the area?
- How much of the sales of local businesses are attributable to tourism?
- How much income does tourism generate for households and businesses in the area?
- How many jobs in the area support tourism?
- How much tax revenue is generated by tourism?

The application of methods for assessing economic benefits and costs in different geographical locations will help to see how benefits and costs are distributed geographically and among residents. Tourism economic impact assessments can help travel-related employees learn about their role in economic and business development and how their services contribute to the economic well-being of their communities. Reflecting the net return on investment in advertising and equipment, these studies can encourage both business and government to seek joint ventures with other organizations for mutual benefit.

In general, we can conclude that the study of the economic benefits and costs of travel and tourism is a burning issue in a globalized world. The importance of travel and tourism in both developed and developing countries implies a study of the feasibility of these activities in terms of economic benefits and costs.

Evaluating the economic benefits and costs of travel and tourism allows consumers, businesses, and government to make effective and efficient marketing and development decisions. Such an assessment helps public authorities to develop laws and policies that best promote the economic, social and cultural health of their citizens and avoid decisions that may threaten that health.

The use of assessment methods depends on the development of the tourism industry and the socio-economic characteristics of the region or country. Various methods are used to estimate the economic benefits and costs of travel and tourism, from simple guesses to complex mathematical models. The studies vary greatly in quality and accuracy, as well as in the included aspects of tourism. Having analyzed different methods, in our article we have stopped on a method of a daily census and on the method of coefficients of «probability of use» as the most acceptable and simple in use.

Tourism depends on many factors at both departure and destination points, which are often beyond the direct control of the tourism industry itself. Economic impact studies provide information to help decision makers better understand the implications of various actions in the tourism industry as well as in other sectors of the economy.

Economic studies help to better understand the size and structure of the tourism industry in a given region and its relationship to other sectors of the economy. This understanding helps identify potential partners for the tourism industry as well as in target industries as part of a regional economic development strategy.

With the right assessment of economic costs and benefits, tourism can be a driving force, contributing to stable and sustainable economic growth of the country.

REFERENCES:

- 1 Vanhove, N. (2010). *The Economics of Tourism Destinations* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080969978>.
- 2 Frechtling, D. C. (2000). Assessing the Impacts of Travel and Tourism-Measuring Economic Benefits'. *International Library of Critical Writings in Economics*, 121, 9-27. <http://home.gwu.edu/~frechtli/material/Book2-7DCF%20TourBeneChap32%2094.pdf>
- 3 Walsh, R. G. (1986). *Recreation economic decisions: comparing benefits and costs*. Venture Publishing, Inc. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19871843023>
- 4 Dellaert, B. (1994). *Choice and demand in tourism*. (P. Johnson & B. Thomas, Ed.). Mansell Publishing Limited London, New York. <https://doi.org/10.1177/004728759203100223>

- 5 Warnell, G. R. (1986). *Feasibility analysis in tourism*. CABI Databases (E-1992). <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19871849617>
- 6 Williams, P. W. (1994). *Frameworks for assessing tourism's environmental impacts*. In: Ritchie, J.R.B. and Goeldner, C. (eds) *Travel, Tourism, and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*. (2nd eds.). Wiley, New York, pp. 425–436.
- 7 Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *The journal of development studies*, 34(5), 1–51. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00220389808422535>
- 8 Dritsakis, N., & Athanasiadis, S. (2000). An econometric model of tourist demand: The case of Greece. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 7(2), 39–49. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J150v07n02_03
- 9 Richardson, R. B. (2010). *The contribution of tourism to economic growth and food security*. No. 1093-2016-88021. <https://ageconsearch.umn.edu/record/97140/>
- 10 Tang, C.F., & Abosedra, S. (2014). The impacts of tourism, energy consumption and political instability on economic growth in the MENA countries. *Energy Policy*, 68, 458–464. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301421514000093>
- 11 Lee, C.C., & Chang, C.P. (2008). Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels. *Tourism Management*, 29, 180–192. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707000386>
- 12 Schubert, S.F., Brida, J.G., & Risso, A. (2011). The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. *Tourism Management*, 32, 377–385. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517710000543>
- 13 Suresh, J., & Senthilnathan, S. (2014). *Relationship Between Tourism and Economic Growth in Sri Lanka*. Published as the 7th Chapter of a Book Entitled “Economic Issues in Sri Lanka”. P. 1–19. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2373931
- 14 Fawaz, F., Rahnema, M., & Stout, B. (2014). An empirical refinement of the relationship between tourism and economic growth. *Anatolia*, 25(3), 352–363. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2013.876434>
- 15 Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2009). Tourism and economic development three tools of analysis. *Tourism Recreation Research*, 34(3), 307–318. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2009.11081605>
- 16 Hakan, K. U. M., Aslan, A., & Gungor, M. (2015). Tourism and economic growth: the case of next 11 countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(4), 1075–1081. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijefi/issue/31971/352244?publisher=http>
- 17 Pavlic, I., Svilokos, T., & Tolic, M.S. (2015). Tourism, real effective exchange rate and economic growth: Empirical evidence for Croatia. *International Journal of Tourism Research*, 17(3), 282–291. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.1986>
- 18 Buhalis, D., Lin, M. S., & Leung, D. (2022). Metaverse as a driver for customer experience and value co-creation: implications for hospitality and tourism management and marketing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(2), 701–716. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-05-2022-0631>
- 19 Buning, R. J., & Lamont, M. (2021). Mountain bike tourism economic impacts: A critical analysis of academic and practitioner studies. *Tourism Economics*, 27(3), 500–509. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1354816620901955>
- 20 Figini, P., & Patuelli, R. (2022). Estimating the economic impact of tourism in the European Union: Review and computation. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1409–1423. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/00472875211028322>
- 21 Thommandru, A., Espinoza-Maguiña, M., Ramirez-Asis, E., Ray, S., Naved, M., & Guzman-Avalos, M. (2021). *Role of tourism and hospitality business in economic development*. Materials Today: Proceedings. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214785321049117>
- 22 Kurmanova, G.K., Urazova, B.A., & Sukhanberdina, B.B. (2022). Regional component in tourism. *Theory and Methods of Physical Culture*, 3, 126–134 [in Russian]. https://doi.org/10.48114/2306-5540_2022_3_126
- 23 Jucan, C. N., & Jucan, M. S. (2013). Travel and tourism as a driver of economic recovery. *Procedia Economics and Finance*, 6, 81–88. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567113001172>
- 24 Getz, D. (1994). *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers*. New York: John Wiley & Sons. https://www.academia.edu/download/51148852/0160-7383_2887_2990077-620170102-30943-15gvtw1.pdf
- 25 Baumol, W. J., & Blinder, A. S. (2015). *Microeconomics: Principles and policy*. Cengage Learning. [https://books.google.com/books?hl=ru&lr=&id=XwW0BAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=25.%09+Baumol,+W.+J.,+%26+Blin der,+A.+S.+\(2015\).+Microeconomics:+Principles+and+policy.+Cengage+Learning&ots=Htiwqi2fxu&sig=GV2c2xIQwili0Z5knkn_Qn0TddY](https://books.google.com/books?hl=ru&lr=&id=XwW0BAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=25.%09+Baumol,+W.+J.,+%26+Blin der,+A.+S.+(2015).+Microeconomics:+Principles+and+policy.+Cengage+Learning&ots=Htiwqi2fxu&sig=GV2c2xIQwili0Z5knkn_Qn0TddY)
- 26 Kovacs, O. (2022). *Complexity Economics: Economic Governance, Science and Policy*. Routledge. [https://books.google.com/books?hl=ru&lr=&id=8mBuEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=Kovacs,+O.+\(2023\).+Complexity+E conomics:+Economic+Governance,+Science+and+Policy.+Routledge&ots=hAHVqBle9Y&sig=01M448bUCRUNy kKJ9iaODRDkVpl](https://books.google.com/books?hl=ru&lr=&id=8mBuEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=Kovacs,+O.+(2023).+Complexity+E conomics:+Economic+Governance,+Science+and+Policy.+Routledge&ots=hAHVqBle9Y&sig=01M448bUCRUNy kKJ9iaODRDkVpl)
- 27 Butler, R. W., & Pearce, D. G. (Eds.). (2003). *Tourism Development (Vol. 6)*. Routledge. <https://books.google.com/>

books?hl=ru&lr=&id=1lyEAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Tourism+Development.+Douglas+Pearce.&ots=Lcl
oOv3YFn&sig=LCxWGtnbo_XD-0YjSf8sfFM1w8Q

28 Prest, A. & Turvey, R. (1966). *Cost-Benefit Analysis: A Survey*. In: *Surveys of Economic Theory*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1007/978-1-349-00210-8_5

29 Bull, A. (1995). *Economics of travel and tourism*. (2nd eds.). Longman Australia Pty Ltd. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19951809107>

30 Zehnder, L. E. (1975). *Florida's Disney World*. Tallahassee, FL: Peninsular Press Publishing. <https://www.semanticscholar.org/paper/Leonard-Zehnder-%2C-Florida%27s-Disney-World-Promises-Stansfield/e1a3cd795fe23241b60fcee9781005a8bd6a813d>

31 Tatzin, D. L. (1974). *The use of models in decision-making: a case study of tourism in San Diego* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology). <https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/78430/25985062-MIT.pdf?sequence=2>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Abekeshev Ayanbek - PhD in Management of the Hotel Industry, Tourism and Event Management, Senior Lecturer, West Kazakhstan Innovative and Technological University, Uralsk, Republic of Kazakhstan, ORCID: 0000-0002-2217-1551
E-mail: abekeshev2014@mail.ru

Korček Viktor - PhD, MBA, European Institute of Applied Science and Management, Prague, Czech Republic
E-mail: korcek@kacugroup.cz

Urazova Bakit* - Master of Economic Sciences, Senior Lecturer, West Kazakhstan Innovative and Technological University, Uralsk, Republic of Kazakhstan, ORCID: 0000-0001-9284-3301
E-mail: kabdenova.68@mail.ru

Kurmanova Gulnara - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, West Kazakhstan Innovative and Technological University, Uralsk, Republic of Kazakhstan, ORCID: 0000-0002-9052-2990
E-mail: gulnara.ru@mail.ru

Абекешев Аянбек Иманбайұлы - қонақ үй шаруашылығы, туризм және ивент-менеджмент индустриясын басқару саласындағы бейіні бойынша докторы, аға оқытушы, Батыс Қазақстан инновациялық-технологиялық университеті, Орал қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: 0000-0002-2217-1551
E-mail: abekeshev2014@mail.ru

Корчек Виктор – PhD, MBA, Еуропалық қолданбалы ғылым және менеджмент институты, Прага қ., Чех Республикасы
E-mail: korcek@kacugroup.cz

Уразова Бакит Әділгерейқызы* - экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы, Батыс Қазақстан инновациялық-технологиялық университеті, Орал қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: 0000-0001-9284-3301
E-mail: kabdenova.68@mail.ru

Курманова Гульнара Кусаиовна - экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессоры, Батыс Қазақстан инновациялық-технологиялық университеті, Орал қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: 0000-0002-9052-2990
E-mail: gulnara.ru@mail.ru

Абекешев Аянбек Иманбаевич - доктор по профилю в сфере управления индустрии гостиничного хозяйства, туризма и ивент-менеджмента, старший преподаватель, Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет, г. Уральск, Республика Казахстан, ORCID: 0000-0002-2217-1551
E-mail: abekeshev2014@mail.ru

Корчек Виктор – PhD, MBA, Европейский институт прикладных наук и менеджмента, г. Прага, Чешская Республика
E-mail: korcek@kacugroup.cz

Уразова Бакит Адилгереевна* - магистр экономических наук, старший преподаватель, Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет, г. Уральск, Республика Казахстан, ORCID: 0000-0001-9284-3301
E-mail: kabdenova.68@mail.ru

Курманова Гульнара Кусаиовна - кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет, г. Уральск, Республика Казахстан, ORCID: 0000-0002-9052-2990
E-mail: gulnara.ru@mail.ru

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS IN KAZAKHSTAN

ZHAKUPOVA A.A.^{*1}

SARIYEVA ZH.I.^{*2}

Candidate of Economic Sciences, PhD in Economics, Associate Professor

KASHKIMBAYEVA K.B.³

¹Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Kazakh Ablai khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Republic of Kazakhstan

³Kazakh-German University, Almaty, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. The article analyzes the current situation of the tourism business in Kazakhstan. Based on the development analysis, key problems in the functioning of the Kazakhstani tourism sector were identified and recommendations were given to overcome them.

The purpose of the scientific article is to identify problems, justify and develop recommendations for the development of the tourism industry in Kazakhstan.

The scientific and practical significance of this article is the formation, based on the results of the study, of directions that contribute to the improvement of the tourism industry in the country.

The research methodology was theoretical, empirical, general logical methods, including trend analysis, synthesis, generalization, comparison, and abstraction.

The work carried out research on various types of domestic tourism. Important sectoral problems in the development of companies in the field of tourism are identified based on the analysis of such parameters as the volume of services provided, location by form of ownership, size of enterprises, categories in cities and villages of the country. The paper also analyzes the indicators of the number of employees in the tourism industry and the level of average monthly nominal wages for various types of activities.

The main results of the research in this article are the following:

- considered the need to create effective tools for the development and support of the tourism industry, taking into account modern market trends;
- identified the need to provide infrastructure for tourist facilities;
- the need to improve the quality of tourism services provided was identified;
- the problem of the expediency of improving the quality and professionalism of the human resources of the industry is concretized;
- proposed measures to further strengthen the interaction between the state and entrepreneurship in the tourism sector;

The value of the study is the synthesis and analysis of the collected statistical information and, on its basis, the identification of the main problems that the tourism business faces in the new realities.

KEYWORDS: tourism services, tourism industry, tourism product, tourist flow..

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИСТІК БИЗНЕСТІҢ ДАМУ БОЛАШАҒЫ

ЖАҚЫПОВА А.А.^{*1}

САРИЕВА Ж.І.^{*2}

экономика ғылымдарының кандидаты, экономика ғылымдарының PhD, қауымдастырылған профессоры

ҚАШҚЫМБАЕВА К.Б.³

¹Нархоз университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

²Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті,
Алматы қ., Қазақстан Республикасы

³Қазақ-Неміс университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

АНДАПТА. Мақалада Қазақстандағы туристік бизнестің қазіргі жағдайы талданады. Даму талдауының негізінде қазақстандық туризм секторының қызметіндегі негізгі проблемалар анықталып, оларды жою бойынша ұсыныстар берілді.

Ғылыми мақаланың мақсаты – проблемаларды анықтау, Қазақстандағы туризм индустриясын дамыту бойынша ұсыныстарды негіздеу және әзірлеу.

Бұл мақаланың ғылыми-тәжірибелік маңыздылығы зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, еліміздегі туристік индустрияны жетілдіруге ықпал ететін бағыттарды қалыптастыруда.

Зерттеу әдістемесі теориялық, эмпирикалық, жалпы логикалық әдістер, соның ішінде трендтік талдау, синтез, жалпылау, салыстыру және абстракция болды.

Жұмыста ішкі туризмнің әртүрлі түрлері бойынша зерттеулер жүргізілді. Туризм саласындағы компаниялардың дамуындағы маңызды салалық проблемалар ұсынылатын қызметтердің көлемі, меншік түрлері бойынша орналасуы, кәсіпорындардың көлемі, еліміздің қалалары мен ауылдарындағы санаттары сияқты параметрлерді талдау негізінде анықталды. Жұмыста сонымен қатар туристік салада жұмыспен қамтылғандар санының көрсеткіштері және қызметтің әртүрлі түрлері бойынша орташа айлық атаулы жалақы деңгейі талданады.

Осы мақаладағы зерттеудің негізгі нәтижелері:

- қазіргі заманғы нарықтық тенденцияларды ескере отырып, туристік индустрияны дамыту мен қолдаудың тиімді құралдарын құру қажеттілігі қарастырылды;
- туристік нысандарды инфрақұрылыммен қамтамасыз ету қажеттілігі анықталды;
- ұсынылатын туристік қызметтердің сапасын арттыру қажеттілігі анықталды;
- саланың кадрлық әлеуетінің сапасы мен кәсіпқойлығын арттырудың орындылығы мәселесі көрсетілген;
- туризм саласындағы мемлекет пен кәсіпкерліктің өзара іс-қимылын одан әрі күшейту шаралары ұсынылды;

Зерттеудің құндылығы жинақталған статистикалық ақпаратты жалпылау мен талдауда және оның негізінде жаңа нақты жағдайда туристік бизнестің алдында тұрған негізгі проблемаларды анықтауда.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: туристік қызмет, туристік индустрия, туристік өнім, туристік ағым.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

ЖАКУПОВА А.А.*1

САРИЕВА Ж.И.*2

кандидат экономических наук, PhD по экономике, ассоциированный профессор

КАШКИМБАЕВА К.Б.*3

¹Университет Narxoz, г. Алматы, Республика Казахстан

²Казахский Университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана,
г. Алматы, Республика Казахстан

³Казахстанско-Немецкий Университет, г. Алматы, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. В статье анализируется современное состояние туристического бизнеса в Казахстане. На основе анализа развития выявлены ключевые проблемы функционирования казахстанской туристической сферы и даны рекомендации по их преодолению.

Цель научной статьи – выявление проблем, обоснование и разработка рекомендаций по развитию туристской отрасли в Казахстане.

Научно-практическая значимость данной статьи заключается в формировании на основе результатов исследования направлений, способствующих совершенствованию туристской отрасли в стране.

Методологией исследования стали теоретические, эмпирические, общелогические методы, включающие анализ тенденций, синтез, обобщение, сравнение и абстрагирование.

В работе проведены исследования по различным видам внутреннего туризма. Выявлены важные отраслевые проблемы развития компаний в сфере туризма на основе анализа таких параметров, как объем предоставляемых услуг, расположение по формам собственности, размер предприятий, категории в городах и селах страны. В работе также проанализированы показатели численности занятых в туристской отрасли и уровень среднемесячной номинальной заработной платы по различным видам деятельности.

Основные результаты исследования в данной статье:

- рассмотрена необходимость создания эффективных инструментов развития и поддержки туристической

отрасли с учетом современных рыночных тенденций;

- выявлена необходимость обеспечения инфраструктурой туристических объектов;
- выявлена необходимость повышения качества предоставляемых туристических услуг;
- конкретизирована проблема целесообразности повышения качества и профессионализма кадрового потенциала отрасли;

- предложены меры по дальнейшему усилению взаимодействия государства и предпринимательства в сфере туризма;

Ценность исследования заключается в обобщении и анализе собранной статистической информации и на ее основе выявлении основных проблем, с которыми сталкивается туристический бизнес в новых реалиях..

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туристические услуги, туристическая индустрия, туристический продукт, туристический поток.

INTRODUCTION. Relevance of the research topic. The most important problem of the current stage of the functioning of the tourism industry is the crisis of the industry caused by the COVID-19 pandemic, as quarantine measures interrupted the activities of companies engaged in the tourism business. In modern conditions, particular importance is attached to improving the quality of services provided and expanding the product portfolio.

The object of study in the article is the tourism industry.

Materials and methods. The article used information and analytical materials on the topic of the study, information from the Bureau of National Statistics and the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan, state programs and regulatory acts of the Republic of Kazakhstan on the regulation of the tourism industry and others.

When writing the work, general logical research methods were used, including methods of statistical processing of external and internal information, temporal and structural analysis, synthesis, induction, deduction. The authors also applied theoretical and empirical methods, including observation, description, comparison.

When studying the current state of tourism in Kazakhstan, time series of data were analyzed according to various criteria, which made it possible to evaluate key indicators from a retrospective perspective, identify trends, identify problems and develop recommendations for the further development of the tourism sector. The hypothetical-deductive method in the study was used as a methodological technique when putting forward an economic hypothesis and testing it by comparing it with the actual indicators of the development of the tourism industry.

The work analyzed the statistical data for the last six years. Synthesis, induction, deduction, generalization and abstraction have found application in the formation of conclusions and recommendations.

The theoretical basis of this article is the scientific

work of domestic and foreign scientists, researchers on the problems of the tourism business. When analyzing the activities of the tourism sector, the materials of the State Program for the Development of the Tourism Industry, the draft Concept for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan until 2026 and the operational data of the World Tourism Organization were used (UNWTO.)

MATERIALS AND METHODS OF RESEARCH.

The article used information and analytical materials on the topic of the study, information from the Bureau of National Statistics and the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan, state programs and regulatory acts of the Republic of Kazakhstan on the regulation of the tourism industry and others.

When writing the work, general logical research methods were used, including methods of statistical processing of external and internal information, temporal and structural analysis, synthesis, induction, deduction. The authors also applied theoretical and empirical methods, including observation, description, comparison.

When studying the current state of tourism in Kazakhstan, time series of data were analyzed according to various criteria, which made it possible to evaluate key indicators from a retrospective perspective, identify trends, identify problems and develop recommendations for the further development of the tourism sector. The hypothetical-deductive method in the study was used as a methodological technique when putting forward an economic hypothesis and testing it by comparing it with the actual indicators of the development of the tourism industry.

The work analyzed the statistical data for the last six years. Synthesis, induction, deduction, generalization and abstraction have found application in the formation of conclusions and recommendations.

The theoretical basis of this article is the scientific work of domestic and foreign scientists, researchers on the problems of the tourism business. When analyzing the activities of the tourism sector, the



Figure 1 - Rating of the 10 best countries according to the World Tourism Organization (UNWTO)

Note: compiled by the author according to the source [3]

materials of the State Program for the Development of the Tourism Industry, the draft Concept for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan until 2026 and the operational data of the World Tourism Organization were used.

Despite the fact that considerable attention is paid to the development of the tourism business by modern scientific thought, at the same time, many aspects remain insufficiently studied. In particular, the special significance of the activities of tourism entrepreneurship has emerged after the COVID-19 corona crisis. We saw that thanks to the great potential, state support, efficiency and flexibility of business processes in companies engaged in the field of tourism, the tourism industry has managed not only to regain its previous positions, but also to reach a new level of development in the post-pandemic period.

RESULTS AND THEIR DISCUSSION. Modern processes of globalization and integration of the Republic of Kazakhstan with the world community give impetus to the development of various spheres of the national economy. The tourism industry is one of the priority areas for the development of the economy of Kazakhstan. The country has unique natural conditions for the development of various types of tourism from educational with excursions to historical and cultural sites to active, extreme types of tourism. Today, ecotourism is very popular, as well as fishing and hunting, including national types of hunting.

A breakthrough in this area requires competent and well-coordinated work of state authorities at all levels, business entities and investors. This approach will contribute to the implementation of large-scale projects, solving problematic issues and promoting tourism to a new level of development.

The coronavirus pandemic caused significant damage to the entire global economy, but the greatest losses in global GDP were due to the crisis in the tourism industry. Today, international tourism

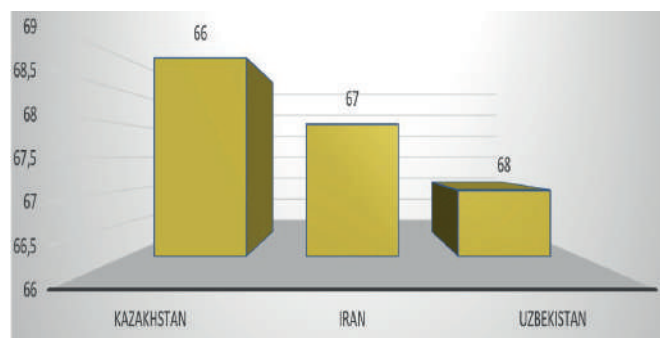


Figure 2 – Kazakhstan in the global tourism ranking of the GCI WEF 2023

Note: compiled by the author from source [4].

is gradually reviving, and by 2024 its level will be able to reach 90% of the pre-pandemic period. Thus, according to the World Tourism Organization (UNWTO), until September 2023, the number of international tourist trips was made by about 975 million people. This is an increase of 38 percent compared to 2022. [1].

At the same time, according to the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reform, the number of international tourist arrivals in the Republic of Kazakhstan in 2022 amounted to 4.7 million people, or 0.5% of the global total. This figure in 2019 was 8.7 million and increased by 182% compared to the same period in 2021 - from 41 million to 117 million [2].

The 2023 World Tourism Organization (UNWTO) ranking highlighted the top 10 countries for tourism (Figure 1)

The main criteria for entering the top 100 countries are such as the volume of foreign direct investment, GDP per capita, tourism income. In addition, the quality and standard of living, social responsibility, culture, openness of entrepreneurship, etc. are taken into account [3]. According to the global tourism rating of the GCI WEF for 2023, Kazakhstan took 66th position out of 117 countries, ahead of Iran, Uzbekistan and Belarus (Figure 2).

Countries such as Russia, Zambia, and Lebanon were ahead. The overall score in this rating for Kazakhstan was 4.4 points out of 100 possible. But the fact that Kazakhstan is included in the list of the hundred best countries for tourism is positive.

Today, the main priority areas of tourism are ecotourism, agrotourism, hunting tourism, ethnographic tourism, medical tourism, children's and youth tourism, and business tourism.

Kazakhstan has sites included in the UNESCO World Heritage List, three of which are cultural and two are natural heritage. But to increase the competitiveness of the tourism business, it is necessary to increase the level of service, develop infrastructure, transport security and accessibility.

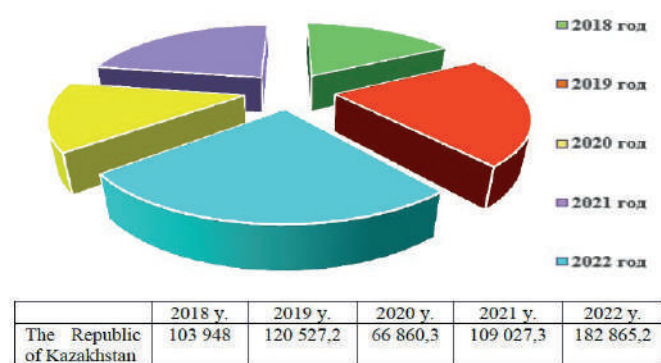


Figure 3 - The volume of services provided by accommodation places for the period 2018-2022, million tenge

Note: Compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

Experts have calculated that on average, in order to receive an income equal to one tourist visiting the country, it is necessary to export about 10 tons of coal. It should be noted that the export of raw materials from the Republic of Kazakhstan depletes non-renewable reserves, while the tourism sector does not require large raw material costs. This fact confirms the priority of the development of tourism as an industry.

The state attaches great importance to the development of the tourism industry in the country. The main program document for the development of the economy of the Republic of Kazakhstan – the “Kazakhstan 2050” Strategy – contributed to the formation of the tourism business and the rational use of recreational potential [5].

In 2019, the State Program for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025 was approved, where the goal was set to increase the share of tourism in the country’s GDP to 8% in 2025 [6].

In September 2022, the Ministry of Culture and Sports proposed for consideration a draft Concept for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan until 2026, which highlights the tourism business as one of the national priorities for the development of the country’s economy [7].

As part of the Business Road Map 2025, 7 projects in the tourism sector were subsidized for a loan amount of 52.9 million tenge. [8]. Under the “Economy of Simple Things” program - 2 projects worth 2.1 billion tenge. (construction of the “Wyndham Garden” hotel, reconstruction of the “Ak Zhelken” boarding house) [9].

To form a modern and competitive tourism industry in the country, an institutional, methodological and organizational framework is needed. In this regard, this Program was coordinated with the key areas of

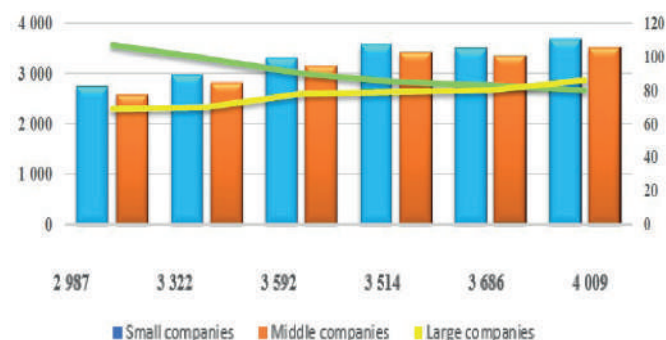


Figure 4 - Dynamics of the distribution of placements by the size of enterprises in the Republic of Kazakhstan for the period 2017-2022, units

Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

economic diversification, which were presented in the Strategic Development Plan of the Republic of Kazakhstan until 2025 [10].

The program also defines the following main tasks:

- development of tourism resources;
- provision of infrastructure to tourist destinations;
- increasing the availability and quality of tourism services;
- creation of a favorable tourist climate;
- formation of an effective system for promoting the potential of the tourism industry in the international and domestic markets;
- improvement of the tourism management and monitoring system.

In order to determine the degree of development of tourism in Kazakhstan and identify the main problems, we will analyze the tourism industry for the period 2018-2022. Let's start with analyzing data on the volume of services provided by placements (Figure 3).

Figure 3 clearly shows that in 2019 there was an increase in the value of services provided in the tourism industry to 120 527,2 million tenge. Then, the volume of services provided by accommodation places sharply decreased from 2020 due to quarantine measures from 120,527.2 to 66,860.3 million tenge, respectively, which amounted to 55.47%. From 2021 to 2022, there has been an increase in the volume of tourist services. industry to 182 865,2 million tenge. However, such an increase, according to analysts, is not associated with an improvement in the tourism cluster in the country [11].

Consider how the distribution of placements by the size of enterprises in cities and villages from 2017 to 2022 took place according to table 1.

Figure 3 clearly shows that in 2019 there was

an increase in the value of services provided in the tourism industry to 120,527.2 million tenge. Then, the volume of services provided by accommodation places has sharply decreased since 2020 due to quarantine measures from 120,527.2 to 66,860.3 million tenge, respectively, which amounted to 55.47%. From 2021 to 2022, there is a gradual increase in the volume of tourism industry services to 182,865.2 million tenge.

Table 1 shows that the main share of the distribution of placements in cities and villages fell on small businesses. For example, in 2017, the total number of hotels was 2,987 units, of which the share of small companies was 2,818 units or 94.3%. For the period 2017 - 2022 the total number of hotels increased to 4,009 units, including the share of small businesses amounted to 95.5 % (Figure 3).

It should be noted that in 2022, the largest number of placements were in cities – 57.6%. Also, in cities, small businesses are more involved in the hotel business. If in 2017 small businesses in the hotel sector of cities accounted for 93.8%, then in 2022 - already 95.88%. The number of medium-sized companies in the city hotel business decreased by 0.7% during the study period, and the share of large companies decreased by 0.4%.

In villages, the number of rural hotels was 1,273 units in 2017 or 42.60%. By 2022, the number of hotels in villages increased to 1,700 units, the bulk of which fell on small enterprises. If in 2017 the share of small companies in the hotel business in villages was 95.1%, then in 2022 this value increased to 95.9%. The share of medium-sized companies engaged in accommodation in villages reached 2.4% in 2017, but in 2022 its value decreased and amounted to only 1.7%. As for large entities, their

share decreased from 2.5% in 2022 to 2.1% in 2017.

Next, consider how placements are distributed by type of ownership (Table 3).

Table 2 shows that the largest share in the distribution of placements according to the criterion - form of ownership - fell on private property. Moreover, for the period from 2017 to 2022. the number of privately-owned accommodation places increased by 134.31%, which indicates an increased interest of entrepreneurs in developing business in the tourism sector. Property of other states, their legal entities and citizens, which over the same period increased from 35 to 50 units and amounted to 142.86%.

Figure 5 graphically shows data on the distribution of placements, depending on the form of ownership.

In order to understand the demand for tourist services, we will analyze the change in the number of visitors served in places of accommodation by category. Table 3 shows the distribution of placements by category.

According to Table 3, it can be seen that in 2022 the main share of tourist accommodation places will be in places without categories - 52.41% and, that is, in the most budget places. Also, a significant share is occupied by other placements – 44.55%.

Figure 6 clearly reflects the data in Table 3. Thus, the share of accommodation in 5-star hotels remains very low - less than one percent. The distribution of accommodation in 3-star hotels decreased by 3 quarters and their share amounted to 25% during the analyzed period. To improve the quality and investment attractiveness of the tourism industry, in addition to the wide range of services provided, attracting clientele and developing infrastructure,

Table 1 - Distribution of placements by size of enterprises of the republic of Kazakhstan, units

Business entities	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2017, %
Total							
Total	2 987	3 322	3 592	3 514	3 686	4 009	134,21
Small businesses	2 818	3 154	3 428	3 351	3 520	3828	135,84
Medium enterprises	99	90	85	83	80	87	87,9
Large enterprises	70	78	79	80	86	93	132,86
City							
Total	1 714	1 909	2 026	2 014	2096	2309	134,71
Small businesses	1 608	1 801	1 919	1 911	1991	2193	136,38
Medium enterprises	68	61	61	57	53	58	85,29
Large enterprises	38	47	46	46	52	57	150
Village							
Total	1 273	1 413	1 566	1 500	1590	1700	133,54
Small businesses	1 210	1 353	1 509	1 440	1529	1630	134,71
Medium enterprises	31	29	24	26	27	29	93,55
Large enterprises	32	31	33	34	34	36	112,5
Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]							

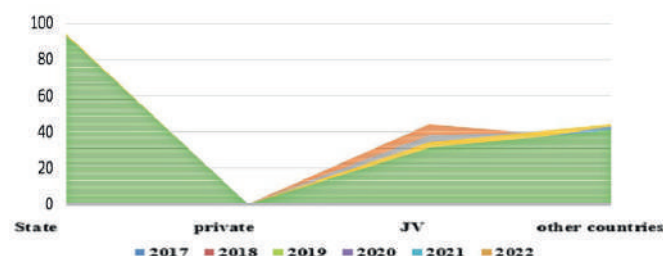


Figure 5 - Dynamics of the distribution of placements by form of ownership in the Republic of Kazakhstan, for the period 2017-2022, units
 Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

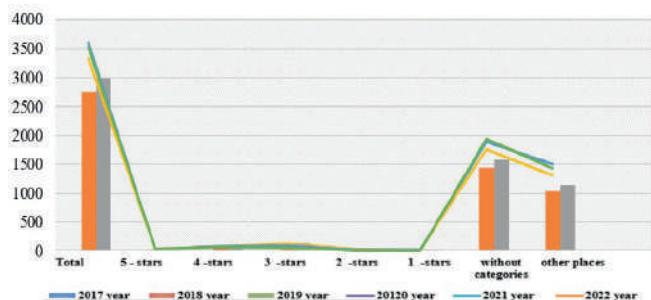


Figure 6-Dynamics of the distribution of placements in Kazakhstan by category for the period 2017-2022, tenge
 Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

personnel play an important role. In accordance with the National Entrepreneurship Development Project in the Republic of Kazakhstan, it is planned to create 170 thousand jobs by 2025.

Let us analyze the main indicators of the development of labor resources in the tourism sector in Kazakhstan for the period 01.01.2018 - 01.01.2022. Table 4 shows the dynamics of the number of workers employed in the activities of tourism business companies by various types.

Data for 2022 on the number of workers employed in the tourism sector in the BNS ASPR of the Republic of Kazakhstan have not been published

The data in Table 4 demonstrate that the growth in the share of employees employed in the activities of companies organizing recreation, entertainment, culture and sports tends to increase, which exceeded the pre-pandemic period.

Considering the indicators of changes in the number of personnel in the tourism industry in Figure 7, one can notice that temporary accommodation services are in second place in terms of employment. The slow growth in the number of other areas of activity may be due to the fact that work in the field of tourism is specific and is characterized as nonprestigious and underpaid.

This may also be due to the fact that in Kazakhstan there is a shortage of highly qualified specialists in

this industry. The solution to this problem depends directly on the economic development of the industry and the country's economy as a whole [12].

A similar trend is observed in the global tourism market. Thus, in the tourism industry, there was a decrease in jobs by 192 million people from 01.01.2018 to 01.01.2022, which is 8% [13].

The development of human resources and their competent management provides competitive advantages in this area. One of the motivational tools in working with personnel is the system of remuneration. Table 5 shows the change in the wages of tourism workers for the period 01.01.2018 - 01.01.2022.

Data for 2022 on the number of workers employed in the tourism sector in the BNS ASPR of the Republic of Kazakhstan have not been published.

Table 5 shows that the share of wages increased by an average of 44%. But this growth is associated with rising inflation in the country. This is not the only factor affecting the change in average wages.

Figure 8 shows the dynamics of changes in the average monthly nominal wages of personnel in the tourism industry.

Chart 8 shows that the largest average monthly salary in 2021 was observed among employees providing services in the sanatorium and resort sector. The level of wages for temporary residence

Table 2 - Distribution of placements by form of ownership in the Republic of Kazakhstan, units

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2017, %
Total	2 987	3 322	3 592	3 514	3 686	4009	134,21
state property	75	77	94	93	93	95	126,67
private property	2 877	3 204	3 454	3 378	3 552	3864	134,31
ownership of joint ventures with foreign participation	44	38	34	28	31	32	72,72
property of other states, their legal entities and citizens	35	41	44	43	41	50	142,86

Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

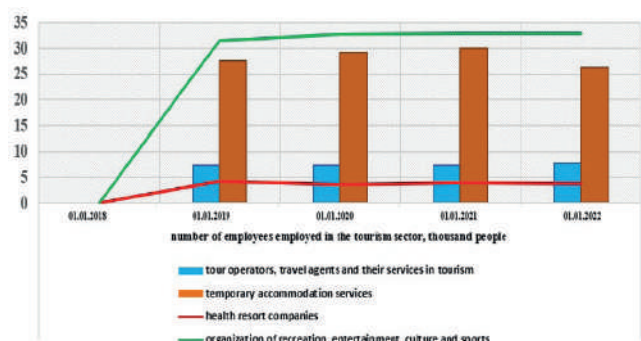


Figure 7 - Dynamics of the number of employees employed in the tourism sector in the Republic of Kazakhstan for the period 01.01.2018 - 01.01.2022, thousand people

Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

services is slightly inferior. Next come tour operators, travel agents and other services, as well as organizers of recreation, entertainment, culture and sports.

The low wages are caused by a number of problems. First of all, the level of salary depends on the level of qualification of the employee, and in the tourism industry, according to experts, there is a low level of professionalism, and employees do not

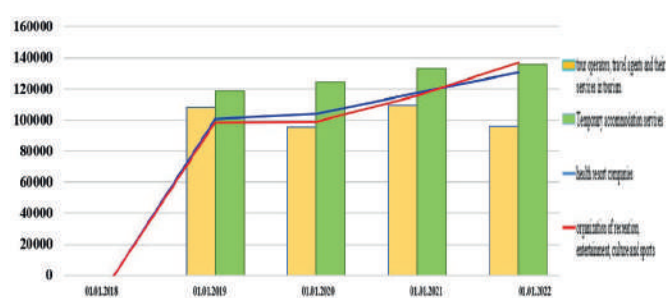


Figure 8 - Dynamics of the average monthly nominal wages of employees of the tourism business in Kazakhstan for the period 01.01.2018 - 01.01.2022, tenge

Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

have the appropriate education [14].

Secondly, this is the level of wages correlated with the number of services sold and their cost.

And finally, thirdly, in the tourism business, by type of activity, there is an uneven amount of wages. Thus, employees of the airport service have higher earnings than in other structures of this industry. In addition, low wages are observed among young women. In hotels, the average wage level is 40% of

Table 3 - Distribution of placements in the Republic of Kazakhstan by categories, units

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2017, %
Total	2 987	3 322	3 592	3 514	3 686	4009	134,21
5 - stars	22	23	24	26	26	25	113,64
4 - stars	87	79	71	64	64	58	66,67
3 - stars	132	120	85	49	48	33	25
2 - stars	18	24	15	7	6	4	22,22
1 - stars	14	14	10	4	3	2	14,28
uncategorized	1 578	1 753	1 890	1 936	1 997	2101	133,14
other placements	1 136	1 309	1 497	1 428	1 542	1786	157,22

Note: compiled by the authors according to the Bureau of National Statistics ASPR RK [2]

the wage level in the tourism industry, and for low-skilled workers, respectively, only 20%. All of these factors lead to high employee turnover and are reasons for layoffs.

Consequently, the tourism business is one of the most important components of the modern economic space, a lever for improving the economy of Kazakhstan and increasing its competitive advantages.

CONCLUSION. Based on the study, the following conclusions and proposals were developed:

Firstly, tourism is a highly profitable and investment-attractive type of business, since the tourism sector requires insignificant costs, and in Kazakhstan this industry is gradually recovering and

increasing its pace. However, the tourism industry requires solving many problems, since coordinated interaction with a huge number of related industries will allow the tourism industry to get a multiplier effect [15,16].

The state takes an active part in these issues. The head of government gave instructions to support tourism in Kazakhstan. Thus, it is planned to subsidize the costs of tour operators for foreign tourists, reimburse part of the costs of business entities in the construction, reconstruction of tourist facilities, the purchase of equipment and machinery for ski resorts, the construction of roadside service facilities for the acquisition tourist buses, etc.

Secondly, on the timely provision of engineering

Table 4 - Number of employees by type of activity employed in the tourism sector of the Republic of Kazakhstan, thousand people

Kind of activity	Number of employees employed in the tourism sector, thousand people					Rates of growth 2022/2018, %
	01.01. 2018 y.	01.01. 2019 y.	01.01. 2020 y.	01.01. 2021 y.	01.01. 2022 y.	
Activities of tour operators, travel agents and services in tourism	7,3	7,4	7,4	7,8	6,0	82,19
Temporary accommodation services	27,6	29,2	30,0	26,3	27,3	98,91
Activities of health resort companies	9,6	8,0	8,8	8,6	8,1	84,38
Activities for the organization of recreation, entertainment, culture and sports	71,8	74,9	75,4	75,3	75,7	105,43
Note: compiled from source [2] Data for 2022 on the number of workers employed in the tourism sector in the BNS ASPR of the Republic of Kazakhstan have not been published						

infrastructure to tourist facilities. The analysis showed that in the Republic of Kazakhstan there is a low level of improvement of tourist cities and historical sites, an imbalance in the hotel sector with accommodation places, poor condition of roads and roadside services, poor development of leisure and entertainment for tourists, insufficient information support for tourists, poor development of transport infrastructure (lack of signs, directions or passages, information about cultural heritage sites, calendars of cultural events), etc. Indeed, transport is a link between individual elements of the tourism industry and contributes to its faster development. In addition, the transport infrastructure can be used both for organizing shopping tourism, as well as in excursion routes, and in everyday life by ordinary citizens without tourism purposes/ Meanwhile, its development depends entirely on

the condition of the roads and the availability of proper maintenance of tourist vehicles. It should be noted that a number of elements of the transport and communication infrastructure are available in the country, but their presence is clearly not enough for the active development of tourism, and new centers of international importance do not have such infrastructure at all.

Thirdly, due to the fact that the formation of the tourism variable occurs on the basis of natural and natural resources in economic turnover, and regulates the processes of creating new jobs, development, attracting the growth of tax revenues to the budget, then problems in the context of globalization.

Fourth, the issues of improving the quality of services in the industry must be addressed comprehensively, from the marketing promotion

Table 5 - Main indicators of the average monthly nominal wage in the tourism business in Kazakhstan

Type of activity in the field of tourism business	Average monthly nominal wage, tenge					Rates of growth 2022/2018, %
	01.01. 2018 y.	01.01. 2019 y.	01.01. 2010 y.	01.01. 2021 y.	01.01. 2022 y.	
tour operators, travel agents and services in tourism	108 152	95 341	109 265	95 959	132 254	122,29
temporary accommodation services	118 606	124 217	133 240	135 957	176 814	149,08
health resort companies	88 163	90 658	102 654	114 386	137 766	156,26
organization of recreation, entertainment, culture and sports	86208	86 510	101 158	119 597	128 106	148,60
Note: compiled according to the source [2] Data for 2022 on the number of workers employed in the tourism sector in the BNS ASPR of the Republic of Kazakhstan have not been published.						

of tourist destinations to the provision of individual services at the request of tourists.

Fifthly, it is known that the quality of service depends on the professional training of workers in the industry. Highly qualified personnel are one of the most effective tools for increasing the competitiveness of the industry. The process of interaction between employees and customers is a key task for managers of travel companies related to the quality of service. Despite the huge offer from the leading universities of the country of specialists for the tourism industry, there is a low level of provision with operational personnel, associated with low pay and low prestige of positions. Low entry barriers and staff turnover is also one of the problems of modern domestic tourism. All this comes from the uneven time schedule of the main developing segments of tourism, such as labor relations, the system of remuneration for work, the system of education and training of personnel, as well as the attitude towards the private sector of the economy. The staff must be motivated to a high level of service, possess the necessary competencies, skills and knowledge, to have access to information in order to provide them with high-quality services,

taking into account the needs of customers.

Tourism is the world's largest employer today, so there is a growing need for leaders on the ground to address human capital challenges and for employees to be empowered to perform at their best. Therefore, the most important today should be given to the training of professionals in the field of tourism, as well as the use of modern management tools.

Summarizing all of the above, the main reasons hindering the development of the tourism industry in Kazakhstan were identified:

- insufficient development of transport, engineering, social infrastructure,
- low level of service in places of accommodation,
- low level of qualified personnel in the tourism sector,
- non-compliance of educational programs with market requirements and the needs of employers,
- imperfection of state support instruments.

Eliminating these shortcomings can play a strategic and decisive role in efforts to improve the quality of tourism products and improve Kazakhstan's position in the world market.

REFERENCES:

- 1 Mejdunarodnyi turizm k koncu 2023 goda dostignet pochtu 90% do pandemicheskogo urovnya [International tourism will reach almost 90% of pre-pandemic levels by the end of 2023]. <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347> [In Russian]
- 2 Byuro nacional'noi statistiki Agentstva po strategicheskemu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazakhstan) [Bureau of National Statistics Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan] <https://stat.gov.kz> [In Russian]
- 3 Top-10 samyh poseschaemyh stran mira 2023 goda [Top 10 most visited countries in the world in 2023]. <https://stat.gov.kz> [In Russian]
- 4 Ministerstvo turizma i sporta Respubliki Kazakhstan [Ministry of Tourism and Sports of the Republic of Kazakhstan]. (2024). Pokazateli turizma 2023 goda. [Tourism indicators for 2023]. <https://www.gov.kz> [In Russian]
- 5 Oficial'nyi sait Prezidenta Respubliki Kazakhstan RK. [Official website of the President of the Republic of Kazakhstan RK]. (2024, January 3). Strategiya «Kazakhstan-2050». [Strategy "Kazakhstan-2050"]. <https://www.akorda.kz/ru> [In Russian]
- 6 Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazakhstan ot 31 maya 2019 goda № 360. [Decree of the Government of the Republic of Kazakhstan dated May 31, 2019 No. 360]. (2019). Ob utverjdenii Gosudarstvennoi programmy razvitiya turistskoj otrasli Respubliki Kazakhstan na 2019-2025 gody. [On approval of the State Program for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025]. RGP na PHV «Institut zakonodatel'stva i pravovoi informacii Respubliki Kazakhstan» Ministerstva yusticii Respubliki Kazakhstan. - RSE on the PVC "Institute of Legislation and Legal Information of the Republic of Kazakhstan" of the Ministry of Justice of the Republic of Kazakhstan. <https://base.adilet.zan.kz/> [In Russian]
- 7 Novuyu koncepciyu razvitiya turistskoj otrasli razrabotali v Kazahstane. (2022). [A new concept for the development of the tourism industry was developed in Kazakhstan]. www.zakon.kz/ [In Russian]
- 8 Ob utverjdenii Gosudarstvennoi programmy podderjki i razvitiya biznesa «Dorojnaya karta biznesa-2025». [On approval of the State program for business support and development "Business Road Map 2025"]. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000968> [In Russian]
- 9 Informacionno-pravovaya sistema normativnyh pravovyh aktov Respubliki Kazakhstan. [Information and legal system of normative legal acts of the Republic of Kazakhstan]. <https://adilet.zan.kz/rus> [In Russian]
- 10 Strategicheskii plan 2025. [Strategic plan 2025]. <https://primeminister.kz/ru/documents/gosprograms/stratplan-2025> [In Russian]

- 11 Informburo.kz v social'nyh setyah. [Informburo.kz on social networks]. /<https://informburo.kz/novosti/amerikanskii-zurnal-postavil-kazakhstan-na-predposlednee-mesto-v-reitinge-lucsix-stran-dlya-turizma> [In Russian]
- 12 Dingazieva, B.D., Nurmuhambetova, L.K., & Baibatyrova, G.T. (2021). Razvitie i gosudarstvennaya podderjka malogo biznesa v Kazahstane. [Development and state support of small business in Kazakhstan]. *Universum: tehicheskie nauki – Universum: technical sciences*, 3.1(72.1). <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-i-gosudarstvennaya-podderzhka-malogo-biznesa-v-kazahstane/viewer> [In Russian]
- 13 Esenbaeva, A.E., & Omarova, K.A. (2020). Razvitie predprinimatel'stva v Kazahstane. [Development of entrepreneurship in Kazakhstan]. *Nauchnaya diskussiya*. <https://www.elibrary.ru/> [In Russian]
- 14 Smirnova, M.A., & Ramazanov, R.R. (2022). *Instrumenty stimulirovaniya prodaj v gostinichnom dele*. [Tools for stimulating sales in the hotel business]. *Molodej' i nauka: sb. st. III Mejdunar. nauch- issled. konkursa. – Petrozavodsk: MCNP «Novaya nauka»*, 43-49. <https://sciencen.org/assets/Kontent/Konkursy/Arhiv-konkursov/NIK-217.pdf#page=43> [In Russian]
- 15 Aristeidis, G., & Dimitris, F.K. (2019). Entrepreneurship, small and medium size business markets, and economic integration. *Acta Policy Modeling*, 3(27), 363–374.
- 16 Steven, Y.H., Liu, E.N., Andrea, R.S., & Tamer, C. (2018). MNE-NGO partnerships for sustainability and social responsibility in the global fast-fashion industry: A loose-coupling perspective. *International Journal of businesses*, 5(29), 214-222.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Zhakupova Alma* - Senior Lecturer at the School of «Economics and Management», Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan, ORCID: 0000-0002-3527-7101
E-mail: al.zhakup@gmail.com

Sariyeva Zhanargul* - Candidate of Economic Sciences, PhD in Economics, Associate Professor, Professor of the Department of International Business, Kazakh Ablai khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Republic of Kazakhstan, ORCID: 0000-0001-5923-6446
E-mail: jisariyeva@mail.ru

Kashkimbayeva Kulyash - Senior Lecturer Faculty of «Economics and Entrepreneurship», Kazakh-German University, Almaty, Republic of Kazakhstan, ORCID: 0000-0003-0020-5893
E-mail: kulyash3@mail.ru

Жақыпова Алма Асылбекқызы* - «Экономика және менеджмент» мектебі аға оқытушысы, Нархоз университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: 0000-0002-3527-7101
E-mail: al.zhakup@gmail.com

Сариева Жанаргүл Ізтұрғанқызы* - экономика ғылымдарының кандидаты, экономика ғылымдары PhD, қауымдастырылған профессоры, «Халықаралық бизнес» кафедрасының профессоры, Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: 0000-0001-5923-6446
E-mail: jisariyeva@mail.ru

Қашқымбаева Күләш Бөгембайқызы - «Экономика және кәсіпкерлік» факультеті аға оқытушысы, Қазақ-Неміс университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: 0000-0003-0020-5893
E-mail: kulyash3@mail.ru

Жакупова Алма Асылбековна* - старший преподаватель Школы «Экономики и менеджмента», Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан, ORCID: 0000-0002-3527-7101
E-mail: al.zhakup@gmail.com

Сариева Жанаргул Изтургановна* - кандидат экономических наук, PhD по экономике, ассоциированный профессор, профессор кафедры «Международный бизнес», Казахский Университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана, г. Алматы, Республика Казахстан, ORCID: 0000-0001-5923-6446
E-mail: jisariyeva@mail.ru

Кашкимбаева Куляш Бөгембаевна - старший преподаватель факультета «Экономики и предпринимательства», Казахстанско-Немецкий Университет, г. Алматы, Республика Казахстан, ORCID: 0000-0003-0020-5893
E-mail: kulyash3@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ И ПОДХОДЫ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

КОЙШИНОВА Г.К.^{*1}

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

ДОМАЛАТОВ Е.Б.¹

магистр экономических наук, PhD-кандидат

АСУБАЕВА А.С.¹

магистр экономических наук

¹Восточно-Казахстанский университет им. С.Аманжолова, г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются актуальные вопросы развития рекламной деятельности в туристической сфере с учётом современных тенденций цифровизации и изменения предпочтений потребителей. Цель исследования заключается в изучении современных видов и подходов в рекламной деятельности, а также в определении их влияния на продвижение туристических услуг и формирование лояльности клиентов. Методология - для достижения целей исследования применён комплексный подход, включающий анализ литературных и статистических источников, контент-анализ рекламных материалов, сравнительный анализ международного и казахстанского опыта, а также кейс-метод. Особое внимание уделено использованию социальных сетей, VR- и AR-технологий, персонализированного маркетинга и аналитики данных. Оригинальность / ценность исследования - работа акцентирует внимание на интеграции новых технологий, таких как виртуальная и дополненная реальность, и их влиянии на восприятие туристических услуг. Важным аспектом является использование персонализации и таргетинга для повышения эффективности взаимодействия с целевой аудиторией. Также поднимаются вопросы экологической устойчивости и вовлечения локальных сообществ в рекламную деятельность. Результаты исследования - определены ключевые инструменты цифрового маркетинга, которые способствуют повышению узнаваемости брендов, увеличению туристического потока и укреплению эмоциональной связи с клиентами. Выявлены возможности практического применения рекламных технологий для улучшения клиентского опыта и повышения конкурентоспособности туристических компаний. Предложены рекомендации по внедрению инновационных подходов в маркетинговые стратегии, а также направления для дальнейших научных исследований, включая разработку устойчивых и адаптированных решений для развивающихся рынков.

Исследование предоставляет ценную информацию для туристических компаний, исследователей и специалистов по маркетингу, что делает его значимым вкладом в развитие рекламной деятельности в туристической индустрии.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Маркетинг, цифровой маркетинг, туризм, туристическая реклама, социальные сети, персонализация, ремаркетинг, устойчивый туризм.

ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ ЖАРНАМАЛЫҚ ҚЫЗМЕТТІҢ ЗАМАНАУИ ТҮРЛЕРІ МЕН ТӘСІЛДЕРІ

КОЙШИНОВА Г.К.^{*1}

экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор

ДОМАЛАТОВ Е.Б.¹

экономика ғылымдарының магистрі, PhD-кандидат

АСУБАЕВА А.С.¹

экономика ғылымдарының магистрі

¹С.Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті, Өскемен қ., Қазақстан Республикасы

АНДАТПА. Мақалада туризм саласындағы жарнамалық қызметтің заманауи мәселелері цифрландыру үрдістері мен тұтынушылардың қалауларының өзгеруін ескере отырып қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – жарнамалық қызметтің қазіргі заманғы түрлері мен тәсілдерін зерттеу, сондай-ақ олардың туристік қызметтерді ілгерілетуге және клиенттердің адалдығын қалыптастыруға әсерін анықтау. Әдіснама – зерттеудің мақса-

тына жету үшін әдеби және статистикалық дереккөздерді талдау, жарнамалық материалдарға контент-талдау, халықаралық және қазақстандық тәжірибені салыстырмалы талдау, сондай-ақ кейс-әдісін қамтитын кешенді тәсіл қолданылды. Ерекше назар әлеуметтік желілерді, VR және AR технологияларын, дербестендірілген маркетингті және деректер аналитикасын қолдануға аударылды. Зерттеудің түпнұсқалығы / құндылығы – жұмыс виртуалды және толықтырылған шынайылық сияқты жаңа технологияларды интеграциялауға және олардың туристік қызметтерді қабылдауға әсеріне назар аударады. Маңызды аспектілердің бірі – мақсатты аудитори-ямен өзара әрекеттесудің тиімділігін арттыру үшін дербестендіру мен таргетингті пайдалану. Сондай-ақ, эко-логиялық тұрақтылық пен жергілікті қауымдастықтарды жарнамалық қызметке тарту мәселелері көтеріледі. Зерттеу нәтижелері – брендтердің танымалдылығын арттыруға, туристік ағымды көбейтуге және клиенттермен эмоционалдық байланысты нығайтуға ықпал ететін сандық маркетингтің негізгі құралдары анықталды. Кли-енттердің тәжірибесін жақсарту және туристік компаниялардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін жарнама-лық технологияларды практикалық қолдану мүмкіндіктері анықталды. Инновациялық тәсілдерді маркетингтік стратегияларға енгізу бойынша ұсыныстар мен дамушы нарықтар үшін тұрақты және бейімделген шешімдерді әзірлеу сияқты ғылыми зерттеулердің болашақ бағыттары ұсынылды.

Зерттеу туристік компаниялар, зерттеушілер және маркетинг саласының мамандары үшін құнды ақпарат ұсынады, бұл оны туризм индустриясындағы жарнамалық қызметті дамытуға айтарлықтай үлес қосатын зерт-теу етеді.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: маркетинг, цифрлық маркетинг, туризм, туристік жарнама, әлеуметтік желілер, дербестен-діру, ремаркетинг, тұрақты туризм.

MODERN TYPES AND APPROACHES IN ADVERTISING ACTIVITIES OF THE TOURISM SECTOR

KOYSHINOVA G.K.^{*1}

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

DOMALATOV Y.B.¹

Master of Economic Sciences, PhD Candidate

ASSUBAYEVA A.S.¹

Master of Economic Sciences

¹S.Amanzholov East Kazakhstan University, Ust-Kamenogorsk, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. The article examines the pressing issues of developing advertising activities in the tourism sector, considering modern trends in digitalization and changing consumer preferences. The aim of the research is to study modern types and approaches to advertising activities and to determine their impact on promoting tourism services and fostering customer loyalty. Methodology – a comprehensive approach was applied to achieve the research goals, including the analysis of literary and statistical sources, content analysis of advertising materials, comparative analysis of international and Kazakhstani practices, and the case method. Particular attention was given to the use of social networks, VR and AR technologies, personalized marketing, and data analytics. Originality/Value of the Research – the study emphasizes the integration of new technologies, such as virtual and augmented reality, and their impact on the perception of tourism services. An important aspect is the use of personalization and targeting to enhance the effectiveness of interactions with the target audience. The research also addresses issues of ecological sustainability and the involvement of local communities in advertising activities. Research Results – Key digital marketing tools were identified that contribute to increasing brand awareness, boosting tourist flow, and strengthening emotional connections with customers. Opportunities for the practical application of advertising technologies were revealed to improve customer experience and enhance the competitiveness of tourism companies. Recommendations were proposed for implementing innovative approaches into marketing strategies, as well as directions for further scientific research, including the development of sustainable and adaptive solutions for emerging markets.

The study provides valuable insights for tourism companies, researchers, and marketing specialists, making it a significant contribution to the development of advertising activities in the tourism industry.

KEYWORDS: marketing, digital marketing, tourism, tourism advertising, social media, personalization, remarketing, sustainable tourism.

ВВЕДЕНИЕ. Рекламная деятельность в тури-стической сфере является неотъемлемой частью успешного функционирования компаний, пре-доставляющих услуги в области туризма. Бы-

строе развитие технологий и изменение пред-почтений потребителей диктуют необходимость внедрения новых подходов и инструментов, ко-торые способны повысить лояльность клиентов,

привлечь целевую аудиторию и создать уникальные впечатления. Целью данной статьи является изучение современных видов и подходов в рекламной деятельности, а также определение их влияния на продвижение туристических услуг.

Ряд исследователей считают, что современные подходы рекламной деятельности в туристической сфере позволяют формированию и развитию стратегии цифрового маркетинга, персонализации и привлечения клиентов, а также устойчивого и этичного маркетинга в туристической индустрии. Милько И. и др. считают, что развитие электронного туризма, включая виртуального туризма и дополненной реальности, позволяют потенциальным путешественникам исследовать места назначения в цифровом формате перед поездкой, улучшая процесс принятия решений [1]. Барна М. и Семак Б. считают, что использование платформ социальных сетей для таргетированной рекламы и вовлечения стало важным фактором, позволяющим туристическим организациям эффективно взаимодействовать с мировой аудиторией [2], а Журавлева Л.А. и др. приводят заключение, что использование аналитики данных помогает адаптировать маркетинговые усилия к индивидуальным предпочтениям, повышая уровень удовлетворенности и лояльности клиентов, а также рост тенденции к маркетингу, отражающему социальную ответственность и этические соображения, и потребительские ценности [3]. Картикавати Э. и другие считают, что вовлечение местных сообществ в создание контента способствует формированию аутентичных нарративов и укреплению эмоциональной связи между туристами и туристическими направлениями [4]. Джассим Р.Х. приводит заключение, что современные стратегии делают упор на экологичный туризм, привлекают путешественников, заботящихся об окружающей среде, и поощряют устойчивые методы работы в отрасли [5].

Несмотря на то что современные подходы значительно улучшают туристическую рекламу, остаются проблемы, такие как обеспечение качества цифрового контента и борьба с быстрыми темпами технологических изменений. Для удовлетворения разнообразных предпочтений путешественников может также потребоваться баланс между инновациями и традиционными маркетинговыми методами. Во-первых, наблюдается недостаток эмпирических данных, особенно долгосрочных, для оценки эффективности различных рекламных стратегий, включая их влияние на лояльность клиентов и поведение потребителей. Во-вторых, теоретические моде-

ли часто игнорируют мультикультурные аспекты и особенности восприятия рекламы в разных регионах, а также недостаточно изучают этические вопросы, связанные с персонализацией и использованием данных. Технологические инновации, такие как VR, AR и AI, остаются слабо исследованными в контексте их влияния на выбор туристических услуг. Кроме того, кризисные явления, такие как пандемия COVID-19, выявили отсутствие проработанных антикризисных стратегий в рекламе, особенно в условиях сезонных колебаний спроса. Также мало внимания уделяется экологическим аспектам и локальному контексту, особенно для развивающихся рынков, включая Казахстан. Эти пробелы ограничивают возможности разработки эффективных, адаптированных и устойчивых рекламных решений в туристической отрасли.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Результаты многочисленных исследований показывают, что потребители уделяют все больше времени поиску информации о продукции или услугах перед их приобретением. Кроме того, они активно взаимодействуют с другими пользователями, обсуждая свой опыт использования товаров или услуг, в том числе в туристической сфере. В ответ на эти изменения в потребительском поведении компании адаптировали свои бизнес- и маркетинговые стратегии, интегрировав ключевые элементы цифрового маркетинга и социальных сетей для повышения эффективности взаимодействия с целевой аудиторией [6, 7, 8].

Объектом исследования являются современные виды и подходы в рекламной деятельности туристической сферы, включая использование цифровых технологий, социальных сетей, виртуальной и дополненной реальности (VR и AR), а также персонализированных стратегий продвижения. Анализ проводился с учетом изменений в поведении потребителей, вызванных цифровизацией и глобализацией.

Для достижения поставленных целей использован комплексный подход. В первую очередь, применён метод анализа литературных и статистических источников, который позволил изучить научные публикации, аналитические отчёты и данные о тенденциях в сфере туристической рекламы. Были систематизированы ключевые направления цифрового маркетинга, а также собраны статистические данные о поведении потребителей и эффективности рекламных кампаний.

Контент-анализ стал вторым важным мето-

дом, в рамках которого изучались рекламные материалы, созданные туристическими компаниями. Основное внимание уделено популярным платформам, таким как Instagram, TikTok и YouTube. Анализ включал оценку пользовательского контента (отзывы, фотографии, видеоролики), который влияет на восприятие аудитории, а также изучение фирменных хэштегов и интерактивных форматов продвижения.

Метод сравнительного анализа позволил сопоставить подходы, используемые в развитых странах, с практиками, применяемыми в туристической индустрии Казахстана. Особый акцент сделан на изучении опыта применения VR- и AR-технологий в рекламных кампаниях и их влияния на вовлеченность аудитории. Рассмотрены примеры, такие как создание виртуальных туров по национальным паркам Казахстана и успешные кейсы международных брендов.

Кейс-метод дал возможность изучить конкретные примеры реализации инновационных стратегий в туризме. Например, анализирована кампания по продвижению агротуризма в Катон-Карагайском районе с использованием социальных сетей Instagram и TikTok, а также различных конкурсов, что привело к увеличению туристического потока на 35%. Также рассмотрены успешные кампании, где задействованы инфлюенсеры и видеоконтент.

Выбор данных методов обоснован необходимостью комплексного изучения рекламной деятельности в туризме, сочетающего теоретический и практический подходы. Это позволяет выявить наиболее эффективные инструменты продвижения, адаптированные к особенностям туристической индустрии и изменяющимся запросам аудитории. Такой подход обеспечивает целостное представление о современных видах рекламы и их применении в условиях растущей цифровизации.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ. На сегодняшний день одним из самых популярных и результативных инструментов в продвижении турпродуктов являются социальные сети. В 2024 году самой популярной социальной сетью в мире является Facebook, насчитывающая более трёх миллиардов активных пользователей в месяц. Вторую позицию занимает YouTube с 2,5 миллиардами пользователей, за которым следует Instagram с двумя миллиардами активных пользователей. Четвёртое место занимает WhatsApp (2 миллиарда пользователей), а пятерку лидеров замыкает TikTok с 1,6 миллиарда пользователей. Совокупная аудитория этих пяти крупнейших

социальных сетей превышает 11 миллиардов человек. В мире существует семь социальных медиа-платформ, каждая из которых имеет более одного миллиарда активных пользователей в месяц. Четыре из них принадлежат компании Meta Platforms: Facebook, WhatsApp, Facebook Messenger и Instagram. Совокупная аудитория этих платформ в настоящее время превышает 8 миллиардов пользователей, что подчёркивает доминирующую роль Meta Platforms на рынке цифровых коммуникаций [9].

Туризм и социальные сети стали неразрывно связаны в современной цифровой эпохе. Путешественники всё чаще полагаются на социальные медиа как на ключевой источник вдохновения, инструмент планирования и платформу для обмена впечатлениями.

Социальные сети стали ключевым маркетинговым инструментом в индустрии туризма, существенно влияющим на поведение потребителей и брендинг туристических направлений. Интеграция платформ социальных сетей и влиятельных лиц в стратегии туристического маркетинга изменила восприятие и выбор туристических направлений путешественниками. Эта трансформация обусловлена способностью социальных сетей охватывать широкую аудиторию и создавать привлекательный визуально привлекательный контент, формирующий имидж туристических направлений и намерения совершить покупку.

Tumati, R. и др. считают, что инфлюенсеры в социальных сетях (SMI) играют решающую роль в формировании решений туристов, повышая свой авторитет и доверие подписчиков. Влиятельные лица могут эффективно повысить интерес к туристическим направлениям, предоставляя аутентичный и интересный контент [10]. Такие платформы, как Instagram, YouTube и TikTok, позволяют влиятельным лицам выступать в роли цифровых амбассадоров, рекламируя туристические направления с помощью тщательно подобранного контента, улучшающего имидж и покупательские намерения (Sodikov, 2024) [11].

Социальные сети играют важную роль в улучшении брендинга туристических направлений за счет повышения их узнаваемости и популярности. Например, отель Jolotundo Glamping and Edupark в Нганджукке использовал социальные сети для улучшения своего брендинга за счет стратегического выбора платформы и сотрудничества с третьими сторонами (Jolotundo et al., 2024) [12]. В Алжире социальные сети считаются мощным инструментом привлечения местных

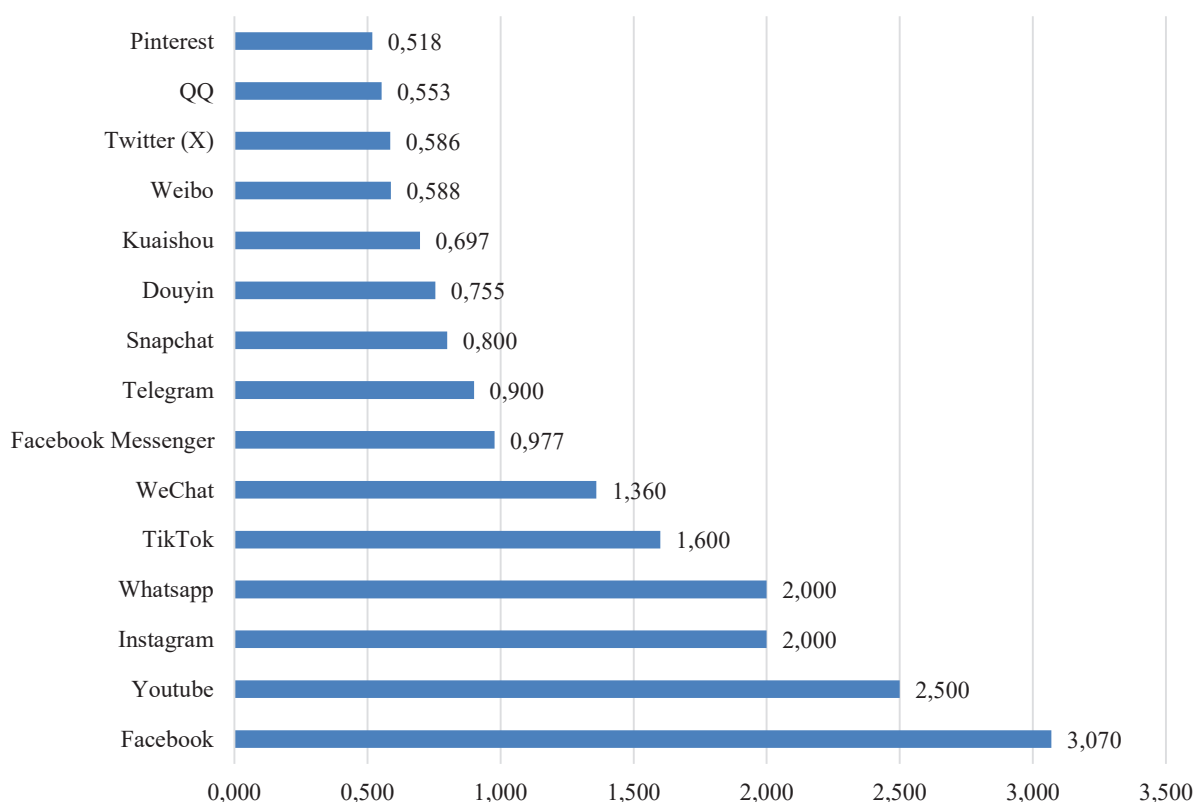


Рисунок 1 - Крупнейшие социальные медиа-платформы в мире по активным пользователям (в миллиардах)

туристов, а такие платформы, как Facebook и YouTube, играют важную роль в принятии решений о путешествиях (Ghadjati et al., 2024) [13].

Социальные сети существенно влияют на поведение потребителей, предоставляя исчерпывающую туристическую информацию, которая имеет решающее значение для принятия решений. Например, иностранные студенты в Индонезии используют визуальные платформы для получения информации о жилье, питании и транспорте, что подчеркивает важность подробного контента в туристическом маркетинге (Bejaoui et al., 2024) [14].

Хотя социальные сети являются мощным инструментом туристического маркетинга, важно учитывать связанные с ними проблемы, такие как необходимость аутентичности и потенциальная информационная перегрузка. Кроме того, эффективность стратегий социальных сетей может варьироваться в зависимости от потребительских тенденций и технологических достижений, что требует постоянной адаптации и инноваций в маркетинговых подходах.

В условиях 2024 года значение социальных сетей для туристической отрасли продолжает возрастать, формируя новые возможности для взаимодействия компаний с клиентами. Ниже

представлены ключевые статистические данные и тенденции, которые демонстрируют, как социальные сети изменяют подход к путешествиям и стратегическое планирование туристических брендов [15].

1) Социальные сети как источник вдохновения. Согласно последним исследованиям, 89% путешественников используют социальные сети для вдохновения во время путешествий. Платформы, такие как Instagram, Facebook и Pinterest, стали виртуальными окнами в мир, где визуально привлекательный контент стимулирует интерес к новым направлениям и уникальным впечатлениям. Это делает создание высококачественного и регулярного контента важной задачей для туристических компаний, стремящихся привлечь внимание этой огромной аудитории. Красочные фотографии, аутентичные истории путешественников и советы о малоизвестных местах способны значительно повысить интерес пользователей.

2) Обмен впечатлениями через социальные сети. 72% путешественников делятся фотографиями и видео из отпуска в социальных сетях, документируя свои впечатления и вдохновляя других на аналогичные поездки. Для туристических брендов это открывает возможность поощ-

рять клиентов публиковать контент, связанный с их опытом, через фирменные хэштеги или конкурсы. Такой подход не только увеличивает охват аудитории, но и создаёт ощущение подлинности, поскольку контент создаётся реальными людьми.

3) Влияние социальных сетей на планирование путешествий. Более половины путешественников (67%) обращаются к социальным сетям за советами и рекомендациями, что подчёркивает их роль как важного информационного ресурса. Отзывы реальных путешественников, посты блогеров и рекомендации влиятельных лиц оказываются гораздо более убедительными, чем традиционная реклама. Кроме того, 52% путешественников изменили свои планы поездок на основе увиденного в социальных сетях, что свидетельствует о высокой степени их влияния на процесс принятия решений.

4) Роль инфлюенсеров в туристической сфере. Инфлюенсеры играют ключевую роль в формировании предпочтений путешественников: 80% пользователей социальных сетей следуют рекомендациям влиятельных лиц в сфере туризма. Их личный опыт, практические советы и эмоциональные истории находят отклик у подписчиков, укрепляя доверие к представленным направлениям и услугам. Сотрудничество с подходящими инфлюенсерами позволяет туристическим брендам расширить охват и привлечь новых клиентов.

5) Популярные платформы для туристического контента Instagram остаётся лидером среди социальных платформ для путешественников: 45% пользователей используют её для вдохновения и планирования поездок. Визуально ориентированный интерфейс и такие функции, как Stories и Reels, делают платформу идеальной для демонстрации захватывающих фото и видео. Туристические бренды активно используют возможности Instagram, чтобы повысить вовлечённость и укрепить связи со своей аудиторией.

Социальные сети радикально изменили то, как путешественники планируют, выбирают и делятся своими поездками. Туристическим брендам важно учитывать эти тенденции и адаптировать свои маркетинговые стратегии, используя потенциал социальных медиа для привлечения и удержания клиентов. Подлинный и качественный контент, вовлечение через инфлюенсеров и оптимизация присутствия на ключевых платформах, таких как Instagram и YouTube, обеспечивают брендам конкурентные преимущества в этой динамично развивающейся отрасли.

Зарождение интернет-маркетинга тесно связано с развитием рекламных технологий и первыми версиями поисковой оптимизации («search engine optimization» - SEO). SEO представляет собой процесс совершенствования веб-сайта с целью повышения его видимости для пользователей, ищущих информацию в поисковых системах, таких как Yandex, Google или Bing. SEO – это совокупность работ, направленных на улучшение позиций сайта, оказывая влияние на факторы ранжирования алгоритмов поисковых систем.

В современных условиях термин «интернет-реклама» включает широкий спектр инструментов и каналов продвижения. К ним относятся рекламные кампании с использованием электронной почты, поисковая оптимизация (SEO), маркетинг в социальных сетях, модели оплаты за клик (Pay Per Click), баннерная реклама на веб-сайтах, реклама в видеоиграх, а также маркетинг в поисковых системах (SEM).

Интернет-реклама является ключевым элементом цифрового маркетинга, который преимущественно использует интернет-каналы для продвижения брендов, товаров и услуг. В условиях современной цифровой экономики интернет-реклама играет важную роль в формировании стратегий продвижения, обеспечивая гибкость, точное таргетирование и широкие возможности для взаимодействия с целевой аудиторией.

В таблице представлены ключевые статистики, подчеркивающие актуальные тренды и значимость SEO в 2024 году. Данные демонстрируют, как эффективное использование SEO-стратегий помогает компаниям повышать видимость, привлекать качественный трафик и увеличивать конверсии. В таблице освещены важные аспекты, такие как роль органического поиска, преимущества локального SEO, влияние скорости загрузки страниц, важность мобильной оптимизации и преимущества длинных ключевых запросов (long-tail keywords).

Особое внимание уделено доминирующей позиции Google на рынке поисковых систем, что делает адаптацию под его алгоритмы критически важной для успешного продвижения. Также акцентируется значимость видео-контента, структурированных данных и локального поиска для повышения вовлеченности и удовлетворения запросов пользователей. Эти данные служат руководством для оптимизации веб-ресурсов, позволяя маркетологам и бизнесам адаптироваться к современным требованиям SEO и вы-

Таблица 1 - Ключевые статистики SEO-маркетинга на 2024 год

Статистика	Инсайт
60% маркетологов считают SEO источником самых качественных лидов	SEO привлекает целевых пользователей, активно ищущих продукты или услуги, что увеличивает конверсии.
Google занимает 92,47% рынка поисковых систем	Оптимизация под Google критична из-за его доминирования в интернет-трафике.
Органический поиск генерирует 53% трафика сайтов	Органический поиск обеспечивает стабильный и экономичный источник посещений сайта.
75% пользователей не переходят дальше первой страницы поисковика	Высокий рейтинг на первой странице существенно увеличивает видимость и привлечение аудитории.
Голосовые запросы составляют 20% всех мобильных поисков	Оптимизация контента под голосовой поиск (натуральный язык и длинные ключевые фразы) открывает новые возможности.
Средний CTR для первой позиции в Google составляет 28,5%	Лидирующая позиция в поиске значительно увеличивает трафик и доверие пользователей.
61% маркетологов считают SEO приоритетом для увеличения органического присутствия	SEO обеспечивает долгосрочные результаты, в отличие от краткосрочной рекламы.
82% маркетологов отмечают рост эффективности SEO	Современные SEO-техники улучшают результаты и возврат инвестиций.
Обновление старых статей увеличивает органический трафик на 106%	Регулярное обновление контента повышает его актуальность и привлекает новых пользователей.
Средняя длина контента для топ-1 в Google составляет 1 890 слов	Детальные и ценные статьи лучше ранжируются и привлекают больше пользователей.
Алгоритм Google использует более 200 факторов для ранжирования	Фокус на ключевых аспектах, таких как качество контента и пользовательский опыт, улучшает позиции сайта.
50% поисковых запросов состоят из четырёх и более слов	Длинные ключевые фразы (long-tail keywords) точнее отражают намерения пользователей и повышают конверсии.
Страницы, загружающиеся за 2 секунды, имеют показатель отказов всего 9%	Быстрая загрузка страниц улучшает пользовательский опыт и снижает количество уходов с сайта.
61% пользователей мобильных устройств скорее обратятся в локальный бизнес с мобильным сайтом	Оптимизация под мобильные устройства важна для привлечения локального трафика.
70% маркетологов считают SEO более эффективным, чем PPC	SEO обеспечивает устойчивые результаты в долгосрочной перспективе, в отличие от краткосрочной рекламы.
Лиды из SEO имеют показатель закрытия 14,6% против 1,7% у лидов из холодных обращений	Органический поиск привлекает более квалифицированных клиентов, готовых к конверсии.
Компании B2B генерируют в 2 раза больше дохода через органический поиск, чем через другие каналы	Органический поиск обеспечивает целевой трафик, что увеличивает доход и рост бизнеса.
Локальные запросы приводят 50% пользователей мобильных устройств в магазины в течение дня	Локальное SEO увеличивает посещаемость офлайн-точек продаж.
46% всех запросов в Google имеют локальный характер	Оптимизация под локальные поиски помогает привлекать клиентов из близлежащих районов.
Мировые расходы на цифровую рекламу достигнут \$526 млрд	Значительная часть бюджета направляется на поисковую рекламу, подчеркивая её важность.
Поисковая реклама увеличивает узнаваемость бренда на 80%	Реклама в поисковых системах улучшает осведомлённость о бренде даже без кликов на объявления.
Средняя стоимость клика (CPC) в Google Ads составляет \$1-\$2	Эффективное управление бюджетом кампаний помогает увеличивать возврат инвестиций.
Компании зарабатывают \$2 на каждый \$1, потраченный на Google Ads	Грамотно настроенные кампании обеспечивают высокий уровень прибыльности.
65% пользователей кликают на Google Ads, когда ищут что-либо для покупки	Поисковая реклама эффективно привлекает аудиторию с высокой готовностью к покупке.
Видео-контент в 50 раз эффективнее для органического поиска, чем текст	Инвестиции в создание видео увеличивают охват и вовлечённость пользователей.
Мобильная индексация Google делает сайты для мобильных устройств обязательными	Оптимизация под мобильные устройства улучшает позиции в поиске и удовлетворённость пользователей.
Структурированные данные повышают шансы на отображение в голосовом поиске	Использование разметки schema.org улучшает видимость в результатах голосовых запросов.
Примечание: составлено на основе литературы [16]	

страивать эффективные стратегии для достижения долгосрочного успеха.

Согласно прогнозам, в 2024 году мировые расходы на рекламу в социальных сетях достигнут 300 миллиардов долларов. Ожидается, что затраты на рекламу в соцсетях увеличатся на 5,63%, составив 76,4 миллиарда долларов. К 2027 году совокупные расходы на рекламу в социальных сетях с мобильных устройств вырастут до 384,90 миллиарда долларов. Количество пользователей, которые будут вовлечены в сегмент рекламы в соцсетях, достигнет 5,85 миллиарда человек. Кроме того, 77% маркетологов перенаправляют свои рекламные усилия на платформы, такие как Facebook и Instagram, в рамках стратегий для развития бренда и расширения аудитории [17].

Современные инструменты интернет-маркетинга играют ключевую роль в формировании стратегий продвижения компаний в цифровую эпоху. Постоянно растущая конкуренция и изменения в поведении потребителей требуют от брендов внедрения инновационных подходов

для привлечения и удержания аудитории. Развитие технологий и глобальная цифровизация расширили возможности компаний, предлагая широкий спектр инструментов: от маркетинга в социальных сетях и поисковых системах до контент-маркетинга и email-рассылок.

Особое внимание уделяется персонализации коммуникаций и созданию уникального контента, который способен заинтересовать пользователей, повысить их вовлечённость и укрепить доверие к бренду. Такие каналы, как социальные сети, предоставляют не только возможность прямого взаимодействия с клиентами, но и платформу для формирования общественного мнения о компании. При этом блоги и электронная почта становятся эффективными инструментами для адресного общения, способствуя созданию долгосрочных отношений с аудиторией.

Таблица 2 демонстрирует разнообразие современных инструментов интернет-маркетинга, подчеркивая их уникальные возможности и преимущества. Каждый инструмент – от блогов и социальных сетей до контент-маркетинга и

Таблица 2 - Современные инструменты интернет-маркетинга

Инструмент	Описание	Ключевые преимущества
Блоги как инструмент влияния	Блоги предоставляют информацию о продуктах или услугах в формате личного мнения, выраженного экспертами или пользователями. Они работают как «электронное сарафанное радио», стимулируя обмен мнениями и опытом между клиентами, что способствует формированию доверия к бренду.	Укрепление доверия к бренду, стимулирование обсуждений, предоставление экспертного мнения.
Использование социальных сетей	Некоторые компании используют страницы в социальных сетях (например, Instagram) вместо веб-сайтов. Это экономически выгодно, но имеет ограничения. Оптимальным является комбинирование социальных сетей с полноценным веб-сайтом, который предоставляет больше функциональности и независимость от платформ.	Экономия ресурсов, прямой доступ к широкой аудитории, возможность взаимодействия с клиентами.
Маркетинг по электронной почте	Электронная почта – это прямой и персонализированный канал взаимодействия с клиентами. Позволяет информировать о продуктах, предлагать акции и получать обратную связь. Эффективность зависит от релевантности информации и отсутствия спама.	Персонализация, прямое взаимодействие с клиентами, экономическая эффективность.
Маркетинг в поисковых системах (SEM)	SEM включает платные рекламные ссылки (Google Ads, Яндекс.Директ) и SEO для повышения видимости сайта. Основная цель – привлечение целевых пользователей и узнаваемость бренда. Успех зависит от качественного и визуально привлекательного контента.	Привлечение целевой аудитории, повышение видимости сайта, улучшение узнаваемости бренда.
Маркетинг в социальных сетях (SMM)	Социальные сети объединяют большие сообщества и являются мощным инструментом для взаимодействия с клиентами. Компании могут делиться информацией, укреплять доверие, демонстрировать прозрачность и собирать обратную связь.	Формирование доверия, укрепление репутации, эффективная коммуникация с аудиторией.
Контент-маркетинг	Это подход к созданию и распространению ценного контента для привлечения и удержания аудитории. Это могут быть текстовые статьи, видеоролики, страницы товаров и услуг, блоги, которые повышают интерес пользователей и позиции сайта в поисковых системах.	Улучшение позиций сайта, стимулирование интереса клиентов, повышение вовлечённости аудитории.

Примечание: составлено авторами

поисковой оптимизации (SEM) – ориентирован на повышение вовлеченности аудитории, укрепление доверия и расширение охвата брендов. Важность персонализации, интерактивного взаимодействия и создания ценного контента выделяется как ключевой фактор успеха в цифровой среде. Комбинирование этих подходов позволяет компаниям не только привлекать новую аудиторию, но и эффективно удерживать существующих клиентов, что особенно актуально для конкурентных отраслей, таких как туризм.

Самые популярные типы контента в социальных сетях – это короткие видеоролики (66%), изображения (61%), прямые эфиры (37%), GIF-изображения и мемы (32%), а также текстовые посты (32%) и авторский контент (26%).

Каждый из перечисленных инструментов обладает уникальными преимуществами и требует грамотного использования. Комплексный подход к применению этих стратегий позволяет компаниям достигать лучших результатов, обеспечивая устойчивый рост и повышение конкурентоспособности.

Цифровая реклама играет ключевую роль в туристической сфере, предоставляя компаниям инструменты для привлечения путешественников и укрепления их связи с брендом. Цель наполнения социальных сетей и веб-сайтов туристических компаний разнообразным контентом заключается в стимулировании активности пользователей, укреплении их интереса к предлагаемым направлениям и услугам, а также повышении взаимодействия с брендом. Такой подход помогает формировать лояльность клиентов и привлекать новых путешественников.

В условиях массового использования смартфонов мобильный маркетинг стал неотъемлемой частью продвижения туристических услуг. Смартфоны позволяют путешественникам искать информацию о направлениях, бронировать туры и оставлять отзывы о сервисах в любое время и в любом месте. Туристические компании могут использовать мобильный маркетинг для персонализации предложений, отправляя уведомления о скидках, специальных акциях или туристических маршрутах, основанных на местоположении пользователя и его предпочтениях. Такой подход обеспечивает высокую степень точности, особенно для локального туризма.

Баннерная реклама позволяет туристическим компаниям привлекать внимание к своим направлениям и услугам за счёт ярких визуальных элементов. Например, анимация или видео могут демонстрировать живописные пейзажи, инфраструктуру отелей или уникальные туры.

Контент баннерной рекламы разрабатывается с учётом предпочтений целевой аудитории и может размещаться на туристических веб-сайтах или платформах бронирования.

Ключевые виды баннерной рекламы в туризме:

1. Ремаркетинг: Этот инструмент помогает привлекать путешественников, ранее интересовавшихся туром или гостиницей, но не завершивших бронирование. Рекламные баннеры, напоминая пользователям о заинтересовавших их услугах, способствуют повышению конверсии. Например, клиент, просматривавший туры в Катон-Карагай, увидит рекламу с дополнительными предложениями по этому направлению.

2. Персонализированная реклама: Персонализированные баннеры помогают учитывать интересы туристов, например, предлагая семейные туры, экстремальные маршруты или отдых на природе. Используя данные о поведении пользователей, компании могут создать рекламу, привлекающую внимание узконаправленных сегментов аудитории.

3. Контекстно-таргетированная реклама: Размещение рекламы на туристических платформах с подходящими тематиками, такими как советы для путешественников или блоги об отдыхе, помогает охватить заинтересованных пользователей. Например, реклама эко-туров в Восточный Казахстан может быть размещена на веб-сайтах о природных достопримечательностях.

Социальные сети играют важную роль в продвижении туристических услуг. Компании могут использовать платформы, такие как Instagram, Facebook и TikTok, для привлечения аудитории через визуальный контент: фотографии, видеоролики и прямые трансляции. Социальные сети позволяют не только информировать путешественников о новых турах и акциях, но и укреплять доверие через взаимодействие с аудиторией, сбор отзывов и ответы на вопросы. Например, создание фирменного хэштега для туристической компании стимулирует клиентов делиться собственными фотографиями и впечатлениями, создавая дополнительный пользовательский контент.

Контент-маркетинг предоставляет туристическим компаниям возможность рассказать о своих направлениях, услугах и уникальных предложениях, создавая ценность для аудитории. Это могут быть статьи о лучших местах для посещения, видеоролики с экскурсиями, блоги с советами по путешествиям. Например, размещение подробных материалов о природных достопримечательностях Восточного Казахстана поможет привлечь внимание путешественников,

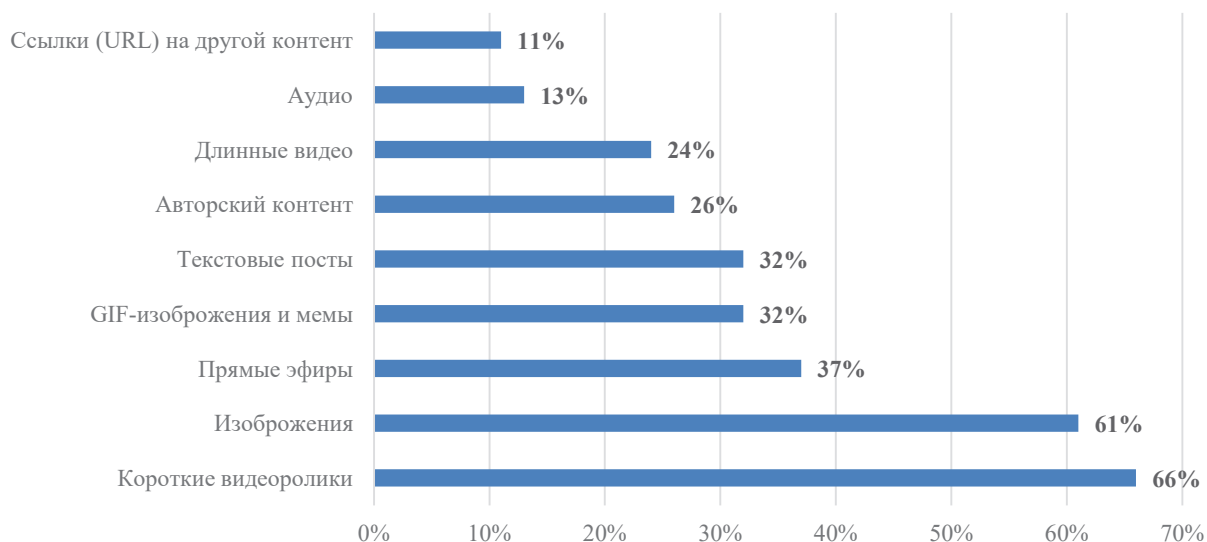


Рисунок 2 - Самые популярные типы контента в соцсетях в 2024 году [18]

интересующихся экологическим туризмом. Такой контент не только улучшает позиции сайта в поисковых системах, но и стимулирует интерес пользователей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В ходе исследования выявлены современные виды и подходы к рекламной деятельности в туристической сфере, включая использование цифровых технологий, персонализированного маркетинга и социальных сетей. Особое внимание уделено VR- и AR-технологиям, которые способствуют созданию уникальных пользовательских впечатлений. Новизна заключается в акценте на интеграции аналитики данных для адаптации рекламных стратегий к индивидуальным предпочтениям клиентов.

Предложения и рекомендации:

1. Туристическим компаниям рекомендуется активно использовать социальные сети и мобильный маркетинг для продвижения своих услуг, ориентируясь на визуальный контент и взаимодействие с аудиторией.

2. Применение ремаркетинга и персонализированных рекламных кампаний способствует повышению лояльности клиентов и увеличению конверсий.

3. Внедрение VR- и AR-технологий для создания виртуальных туров и дополненной реальности позволит улучшить клиентский опыт и повысить конкурентоспособность.

4. Разработка стратегий устойчивого туризма с учётом экологических и социальных аспектов способствует привлечению сознательной аудитории.

Полученные результаты могут быть использованы туристическими компаниями для оптимизации своих маркетинговых стратегий, повышения вовлечённости аудитории и расширения рынка. Исследование полезно для внедрения современных технологий в туристическую рекламу, а также для разработки программ подготовки специалистов в области цифрового маркетинга.

Направления дальнейших исследований:

1. Исследование долгосрочного влияния цифровых технологий, таких как VR и AR, на поведение путешественников.

2. Разработка новых моделей таргетинга с учётом мультикультурных особенностей и этических стандартов.

3. Изучение устойчивых методов рекламы с акцентом на экологический туризм и вовлечение локальных сообществ.

4. Анализ эффективности антикризисных стратегий рекламы в условиях нестабильности, таких как пандемия и сезонные колебания спроса.

Данные результаты и рекомендации подтверждают достижение целей исследования и предлагают пути дальнейшего развития рекламной деятельности в туристической сфере.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1 Mylko, I. Innovative marketing approaches in tourism / I. Mylko, T. Sak, Ya. Savchuk // Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University. – 2024. – No. 4(36). – P. 166-173. <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-04-166-173>
- 2 Barna, M. Main trends of marketing innovations development of international tour operating / M. Barna, B. Semak // Baltic

Journal of Economic Studies. – 2020. – No. 6(5). – P. 33-41. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-33-41>

3 Zhuravleva, L. A. Tourism marketing: innovations and trends / L. A. Zhuravleva, I. P. Chupina, E. V. Zarubina, N. N. Simachkova, L. M. Staheeva // *Moscow economic journal*. – 2024. – No. 9. – P. 74-83. https://doi.org/10.55186/2413046X_2024_9_9_372

4 Kartinawati, E. Development of the Tourism Industry Using Branding Strategies by Competitive Multimedia in the Digital Era Based on Community Empowerment / E. Kartinawati, F. Fitriyadi, E. Indriastiningsih // *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. – 2024. – No. 5(1). – P. 1359-1368. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v5i1.3143>

5 Jassim, R.H.. Modern Tourism Strategies and their Impact on Revitalizing International Tourism / R. H. Jassim // *International Academic Journal of Social Sciences*. – 2023. – No. 10(2). – P. 01–14. <https://doi.org/10.9756/IAJSS/V10I2/IAJSS1008>

6 Федотова, И. В. Использование сервиса интернет при самостоятельном планировании тура / И. В. Федотова, Б. К. Смагулов // *Региональное развитие*. – 2016. – №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-servisa-internet-pri-samostoyatelnom-planirovanii-tura> (дата обращения: 29.12.2024).

7 Статистика по отзывам: исследование российских покупателей в 2023 году [Электронный ресурс]. – 25 декабря 2023. – URL: https://markway.ru/research/issledovanie-kak-pokupateli-otnosyatsya-k-otzyvam-v-2023-godu/?utm_source=chatgpt.com

8 Исследование: как россияне знакомятся с новыми брендами и принимают решение о покупке [Электронный ресурс]. – 16 октября 2023. – Retail.ru. – URL: https://www.retail.ru/articles/issledovanie-kak-rossiyane-znakomyatsya-s-novymi-brendami-i-prinimayut-reshenie-o-pokupke/?utm_source=chatgpt.com

9 Статистика соцсетей в мире. [Электронный ресурс]. – 2024. – URL: <https://inclient.ru/global-social-networks-stats/#:~:text=%D0%92%20%D0%20%D0%B3%20%D0%BE%D0%B4%D1%83%20%D0%B1%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%B5%20%D0%BF%D1%8F%D1%82%D0%B8,Facebook%20%D0%B8%20Instagram%20>

10 Tumati, R. Power of Social Media Influencers in Shaping Omani Tourists Decisions / R. Tumati, M. Daşkın, E. Yavuz. – Özgür Publications, 2024. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub507>

11 Sodikov, M. Exploring the influence of social media figures on destination image and purchase intentions in the tourism sector / M. Sodikov // *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*. – 2024. – No. 2(10). – P. 217-223. <https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss10-pp217-223>

12 Mas'ut, I. T., Analisis Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Branding Wisata Jolotundo Glamping And Edu Park Nganjuk / I. T. Mas'ut, S. E. Adisaputro // *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*. – 2024. – No. 5(1). – P. 199-210. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.1143>

13 Ghadjati, Y. The impact of social media on algeria's tourism activation: a study of a sample of domestic tourists using social media / Y. Ghadjati, A. Merabti, K. Bennafla // *Journal of Law and Sustainable Development*. – 2024. – No. 12(9). – P. e4003. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i9.4003>

14 Bejaoui, A. The social media usage and their effect on Tourism marketing behavior A Study among University International Students in Indonesia / A. Bejaoui, A. Rahayu, P. D. Dirgantari // *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. – 2024. – No. 8(2). – P. 1151-1155. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1655>

15 Chakraborty, P. Social Media and Tourism: Key Statistics for 2024 [Electronic resource]. / P. Chakraborty. – 2025. – URL: <https://www.winsavvy.com/social-media-and-tourism-key-statistics/>

16 Chakraborty, P. Top SEO Marketing Statistics to Know in 2024 [Electronic resource]. / P. Chakraborty. – 2025. – URL: <https://www.winsavvy.com/top-seo-marketing-statistics-to-know/>

17 Singh, Sh. How Many People Use Social Media (2025 Statistics) [Electronic resource]. – May 17, 2025. – URL: <https://www.demandsage.com/social-media-users/>

18 Social Media Content. 9 popular types of social media content to grow your brand [Electronic resource]. – March 7, 2023. – URL: <https://sproutsocial.com/insights/types-of-social-media-content/>

REFERENCES:

1 Mylko, I., Sak, T., & Savchuk, Ya. (2024). Innovative marketing approaches in tourism. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*, 4(36), 166-173. <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2023-04-166-173>

2 Barna, M., & Semak, B. (2020). Main trends of marketing innovations development of international tour operating. *Baltic Journal of Economic Studies*, 6(5), 33-41. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2020-6-5-33-41>

3 Zhuravleva, L. A., Chupina, I. P., Zarubina, E. V., Simachkova, N. N., & Staheeva, L. M. (2024). Tourism marketing: innovations and trends. *Moscow Economic Journal*, 9, 74-83. https://doi.org/10.55186/2413046X_2024_9_9_372

4 Kartinawati, E., Fitriyadi, F., & Indriastiningsih, E. (2024). Development of the Tourism Industry Using Branding Strategies by Competitive Multimedia in the Digital Era Based on Community Empowerment. *GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 1359-1368. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v5i1.3143>

5 Jassim, R. H. (2023). Modern Tourism Strategies and their Impact on Revitalizing International Tourism. *International Academic Journal of Social Sciences*, 10(2), 01–14. <https://doi.org/10.9756/IAJSS/V10I2/IAJSS1008>

6 Fedotova, I. V., & Smagulov, B. K. (2016). Ispolzovanie servisa internet pri samostoyatelnom planirovanii tura. [Using Internet service for independent tour planning]. *Regionalnoe razvitie - Regional development*, 6. <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-servisa-internet-pri-samostoyatelnom-planirovanii-tura>

7 Markway team. (2023, December 25). *Statistika po otzyvam: issledovanie rossijskih pokupatelej v 2023 godu*. [Statistics on reviews: research of Russian buyers in 2023]. <https://markway.ru/research/issledovanie-kak-pokupateli-otnosyatsya-k-otzyvam->

v-2023-godu/?utm_source=chatgpt.com

8 Retail.ru. (2023, October 16). *Issledovanie: kak rossiiane znakomyatsya s novymi brendami i prinyimayut reshenie o pokupke*. [Research: How Russians get to know new brands and make purchasing decisions]. https://www.retail.ru/articles/issledovanie-kak-rossiiane-znakomyatsya-s-novymi-brendami-i-prinyimayut-reshenie-o-pokupke/?utm_source=chatgpt.com

9 *Statistika socsetej v mire* [Social media statistics in the world]. (2024). <https://inclient.ru/global-social-networks-stats/#:~:text=%D0%92%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83%20%D0%B1%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%B5%20%D0%BF%D1%8F%D1%82%D0%B8,Facebook%20%D0%B8%20Instagram%20>

10 Tumati, R., Daskin, M., & Yavuz, E. (2024). *Power of Social Media Influencers in Shaping Omani Tourists Decisions*. Ozgur Publications. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub507>

11 Sodikov, M. (2024). Exploring the influence of social media figures on destination image and purchase intentions in the tourism sector. *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*, 2(10), 217–223. <https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss10-pp217-223>

12 Mas'ut, I. T., & Adisaputro, S. E. (2024). Analisis Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Branding Wisata Jolotundo Glamping And Edu Park Nganjuk. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 199–210. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.1143>

13 Ghadjati, Y., Merabti, A., & Bennafla, K. (2024). The impact of social media on algeria's tourism activation: a study of a sample of domestic tourists using social media. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(9), e4003. DOI: <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i9.4003>

14 Bejaoui, A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2024). The social media usage and their effect on Tourism marketing behavior A Study among University International Students in Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1151–1155. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1655>

15 Chakraborty, P. (2025). *Social Media and Tourism: Key Statistics for 2024*. <https://www.winsavvy.com/social-media-and-tourism-key-statistics/>

16 Chakraborty, P. (2025). *Top SEO Marketing Statistics to Know in 2024*. <https://www.winsavvy.com/top-seo-marketing-statistics-to-know/>

17 Singh, Sh. (2025, May 17). *How Many People Use Social Media (2025 Statistics)*. <https://www.demandsage.com/social-media-users/>

18 Social Media Content. (2023, March 7). *9 popular types of social media content to grow your brand*. <https://sproutsocial.com/insights/types-of-social-media-content/>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Койшинова Гайний Касымовна* - кандидат экономических наук, ассоциированный профессор кафедры экономики, менеджмента и финансов, НАО «Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова», г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан
E-mail: gaini_1964@mail.ru

Домалатов Ержан Багданович - магистр экономических наук, PhD-кандидат, сениор-лектор кафедры экономики, менеджмента и финансов, НАО «Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова», г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан
E-mail: domalatovkz@gmail.com

Асубаева Айгуль Слямгалиевна - магистр экономических наук, сениор-лектор кафедры экономики, менеджмента и финансов, НАО «Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова», г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан
E-mail: aigul08.73@mail.ru

Койшинова Гайний Касымовна* - экономика ғылымдарының кандидаты, экономика, менеджмент және қаржы кафедрасының қауымдастырылған профессоры, «Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті» КЕАҚ, Өскемен қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: gaini_1964@mail.ru

Домалатов Ержан Багданович - экономика ғылымдарының магистрі, PhD-кандидат, экономика, менеджмент және қаржы кафедрасының сениор-лекторы, «Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті» КЕАҚ, Өскемен қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: domalatovkz@gmail.com

Асубаева Айгуль Слямгалиевна - экономика ғылымдарының магистрі, экономика, менеджмент және қаржы кафедрасының сениор-лекторы, «Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті» КЕАҚ, Өскемен қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: aigul08.73@mail.ru

Koyschinova Gainiy* - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics, Management, and Finance, NJSC «East Kazakhstan University named after Sarsen Amanzholov», Ust-Kamenogorsk, Republic of Kazakhstan
E-mail: gaini_1964@mail.ru

Domalotov Yerzhan - Master of Economic Sciences, PhD Candidate, Senior Lecturer of the Department of Economics, Management, and Finance, NJSC «East Kazakhstan University named after Sarsen Amanzholov», Ust-Kamenogorsk, Republic of Kazakhstan
E-mail: domalatovkz@gmail.com

Assubayeva Aigul - Master of Economic Sciences, Senior Lecturer of the Department of Economics, Management, and Finance, NJSC «East Kazakhstan University named after Sarsen Amanzholov», Ust-Kamenogorsk, Republic of Kazakhstan
E-mail: aigul08.73@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН Өңірлері бөлінісіндегі инвестициялық процестерді зерттеу: динамика және талдау

ТҰРСЫН А.Р.^{*1}

PhD докторанты

КАРИМОВ Д.М.²

экономика ғылымдарының PhD

¹М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент қ., Қазақстан Республикасы

²Улугбек атындағы Өзбекстанның Ұлттық университеті, Ташкент қ., Өзбекстан Республикасы

АНДАТПА. Қазіргі экономикалық жағдайда әртүрлі салалардың тиімді жұмыс істеуі белгілі бір өнімді отандық өндірушілердің қарқынды дамуымен ғана мүмкін болады. Салалардың тиімділігін арттыру жолындағы негізгі кедергілердің бірі өндірісті қарқындату, озық жабдықтар мен заманауи технологияларды енгізу үшін қажетті инвестициялардың тапшылығы болып қала береді. Мұндай инвестициялар өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру және салалық қызметтің рентабельділігін жақсарту үшін өте маңызды, бұл әсіресе осы үрдіс барынша айқын көрінетін өңірлер деңгейінде өзекті болып табылады.

Өңірлік салалардағы инвестициялық белсенділікті зерделеудің өзектілігі ауыл шаруашылығы өндірушілерінің даму үшін ресурстарға шұғыл қажеттілігіне байланысты. Сонымен қатар, инвестицияларды басқару жүйесіндегі кемшіліктерге байланысты бұл қаражат көбінесе тиімсіз пайдаланылады. Сонымен қатар, ауыл шаруашылығы инвесторлар үшін тартымсыз болып қала береді, өйткені салаға инвестициялау және жоғары тәуекелдер туралы алаңдаушылық бар, бұл инвестиция тапшылығы мәселесін күшейтіп, өндірісті қарқындатуға және оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға кедергі келтіреді.

Бұл зерттеудің мақсаты тұрақты дамудың қазіргі жағдайында аймақтың инвестициялық қызметін талдаудың тұжырымдамалық негіздері мен практикалық әдістерін жүйелі түрде ашу болып табылады.

Әдістер: танымның жалпы ғылыми әдістері: теория мен практиканың бірлігі, сенімділік принциптері, іріктеу және топтастыру әдістері.

Нәтижелері: Қазақстан Республикасының өңірлеріндегі салалар бойынша өндірістің ерекшеліктерін ескере отырып, инвестициялық қызметтің ұйымдастырушылық-экономикалық тетігін іске асырудың жаңа нысандары ұсынылды.

Қорытындылар: экономиканың сыртқы және ішкі жағдайларының, сондай-ақ Қазақстан экономикасының бүкіл жүйесінің жұмыс істеуін айқындайтын экономикалық, құқықтық, әлеуметтік және өзгермелі факторлардың өзгеруі инвестицияларды басқарудың тиімді тетіктерін терең пысықтау және әзірлеу қажеттілігіне әкелді. Инвестициялаудың ұйымдастырушылық-экономикалық тетігін қалыптастыру агроөнеркәсіптік кешеннен тыс баламалы ресурстарды тиімді пайдаланудың негізгі шарты болып табылады. Бұл өз кезегінде барлық салалардың тұрақты дамуына ықпал етеді және оның кірістілігін арттыру үшін алғышарттар жасайды.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: экономика салалары, инвестициялар, өңірлік экономика, басқару, орнықты даму, инвестициялық тартымдылық, инвестициялық мүмкіндіктер.

RESEARCH OF INVESTMENT PROCESSES IN THE CONTEXT OF THE REGIONS OF KAZAKHSTAN: DYNAMICS AND ANALYSIS

TURSYN A.R.^{*1}

PhD student

KARIMOV D.M.²

PhD in Economics

¹M. Auezov South Kazakhstan University, Shymkent, Republic of Kazakhstan

²Mirzo Ulugbek National University of Uzbekistan, Tashkent, Republic of Uzbekistan

ABSTRACT. The effective functioning of various industries in modern economic realities becomes possible only with the dynamic development of domestic producers of specific products. One of the key barriers to improving the efficiency of industries remains the lack of investments necessary for the intensification of production, the introduction of advanced equipment and modern technologies. Such investments are critical for increasing the competitiveness of products and improving the profitability of industry activities, which is especially important at the regional level, where this trend is most acute.

The relevance of studying investment activity in regional industries is due to the urgent need of agricultural producers for resources for development. At the same time, due to shortcomings in the investment management system, these funds are often used inefficiently. In addition, agriculture remains unattractive to investors, as there are concerns about investing in the industry and high risks, which exacerbates the problem of lack of investment, hindering the intensification of production and increasing its competitiveness.

The purpose of this study is to systematically disclose the conceptual foundations and practical methods of analyzing the investment activity of the region in modern conditions of sustainable development.

Methods: general scientific methods of cognition: unity of theory and practice, principles of reliability, methods of selection and grouping.

Results: new forms of implementation of the organizational and economic mechanism of investment activity are proposed, taking into account the peculiarities of production by industry in the regions of the Republic of Kazakhstan.

Conclusions: changes in both external and internal economic conditions, as well as economic, legal, social and changing factors that determine the functioning of the entire system of the economy of Kazakhstan, have led to the need for in-depth studies and the development of effective investment management mechanisms. The formation of an organizational and economic investment mechanism is becoming a key condition for the effective use of alternative resources outside the agro-industrial complex. This, in turn, contributes to the sustainable development of all industries and creates prerequisites for increasing its profitability.

KEYWORDS: branches of the economy, investment, regional economy, management, sustainable development, investment attractiveness, investment opportunities.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РАЗРЕЗЕ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА: ДИНАМИКА И АНАЛИЗ

ТҰРСЫН А.Р.¹

PhD докторант

КАРИМОВ Д.М.²

PhD по экономическим наукам

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

²Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека, г. Ташкент, Республика Узбекистан

АННОТАЦИЯ. Эффективное функционирование различных отраслей в современных экономических реалиях становится возможным лишь при динамичном развитии отечественных производителей конкретной продукции. Одним из ключевых барьеров на пути к повышению эффективности отраслей остается дефицит инвестиций, необходимых для интенсификации производства, внедрения передового оборудования и современных технологий. Такие вложения критичны для повышения конкурентоспособности продукции и улучшения рентабельности отраслевой деятельности, что особенно актуально на уровне регионов, где эта тенденция проявляется наиболее остро.

Актуальность изучения инвестиционной активности в региональных отраслях обусловлена острой потребностью сельхозпроизводителей в ресурсах для развития. В то же время из-за недостатков в системе управления инвестициями эти средства зачастую используются неэффективно. Кроме того, сельское хозяйство остается непривлекательным для инвесторов, так как существуют опасения по поводу инвестирования в отрасль и высокие риски, что усугубляет проблему дефицита инвестиций, препятствуя интенсификации производства и повышению его конкурентоспособности.

Целью данного исследования является систематическое раскрытие концептуальных основ и практических методов анализа инвестиционной деятельности региона в современных условиях устойчивого развития.

Методы: общенаучные методы познания: единство теории и практики, принципы достоверности, методы отбора и группировки.

Результаты: предложены новые формы реализации организационно-экономического механизма инвестиционной деятельности с учетом особенностей производства по отраслям в регионах Республики Казахстан.

Выводы: изменение как внешних, так и внутренних условий экономики, а также экономических, правовых, социальных и изменяющихся факторов, определяющих функционирование всей системы экономики Казахстана, привело к необходимости глубоких проработок и разработки эффективных механизмов управления инвестициями. Формирование организационно-экономического механизма инвестирования становится ключевым условием для эффективного использования альтернативных ресурсов вне агропромышленного комплекса. Это, в свою очередь, содействует устойчивому развитию всех отраслей и создает предпосылки для повышения его доходности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: отрасли экономики, инвестиции, региональная экономика, управление, устойчивое развитие, инвестиционная привлекательность, инвестиционные возможности.

КІРІСПЕ. Қолданыстағы әдістер мен дәстүрлі ұйымдастырушылық формалар негізінде осындай маңызды инвестициялық ресурстарды тарту қиын болып көрінеді. Алға қойылған мақсаттарға жету үшін инвестициялық саясатты түбегейлі өзгерту және оның түбегейлі жаңа тұжырымдамасына көшу қажет. Өңірлерден елордалық қаржы орталықтарына қаржы ресурстарының ағып кетуін болдырмау және экономиканың Тоқырауын болдырмау үшін ақша-кредит саясатын өндірістік секторды қолдауға қайта бағыттау қажет. Мұндай қайта конфигурациясыз аймақтық экономикалардың әлсіреуі және олардың өсуінің баяулау қаупі бар.

Инвестициялық саясаттың жаңа тұжырымдамасы инфляцияны қатаң тежеуге және бюджеттің қатаң тапшылығына баса назар аударудан басқа, бұрын пайдаланылмаған көздерді белсенді тартуды қамтуы керек. Атап айтқанда, бұл табиғи ресурстарды пайдалануға арналған коммерциялық концессиялар мен өнімді бөлу туралы шарттар арқылы ішкі және шетелдік инвестицияларды тарту, сондай-ақ ұлттық жинақтарды инвестициялық ағындарға айналдыру болуы мүмкін. Инвестициялық саясаттың осы негізгі бағыттарын іс жүзінде жүзеге асыру инвестициялық ресурстарды жұмылдыру және бөлу процесінде мемлекеттің рөлін едәуір күшейтуді талап етеді. Бұл мемлекеттің халықаралық қаржы ұйымдарынан және әлемдік капитал нарықтарынан капитал тартуда белсенді делдалдығын, сондай-ақ инвесторлардың қаражатын қорғауды қамтамасыз ететін және олардың сенімін нығайтатын құқықтық нормаларды әзірлеуді көздейді.

Мемлекеттік инвестициялық саясаттың өңірлік құрамдас бөлігі жалпы инвестициялық стратегияны табысты іске асыруда шешуші рөл атқарады. Аймақтық инвестициялық қызмет Үкімет анықтайтын инвестициялық бағдарламаларды жүзеге асырудың маңызды құралы болып табылады. Алайда, оның маңыздылығына қарамастан, осы бағдарламаларды жүзеге асыру үшін аймақтар қолданатын формалар мен әдістерді зерттеудің айқын жетіспеушілігі бар. Аймақтардың осы саладағы тәжірибесі тиісті түрде жүйеленбеген, жалпыланған және талданбаған, бұл аймақтық деңгейде мемлекеттік инвестициялық саясатты оңтайландыру мен тиімділігін арттыруды қиындатады. Шынында да, статистиканы талдау инвестициялар көлемі мен олардың өсу қарқыны Қазақстан өңірлері бойынша айтарлықтай өзгеретінін көрсетеді. Бір қызығы, бұл процестер әрқашан классикалық экономикалық принциптерді ұстанбайды. Дәстүрлі теорияда Инвестициялар табиғи ресурстарға бай аймақтарға немесе өнеркәсіп дамыған және білікті жұмыс күші бар аймақтарға бағытталған деп саналады. Алайда, қазақстандық шындық шетелдік инвестицияларды

тарту бойынша көшбасшылардың қатарында тек осындай дәстүрлі өңірлер ғана емес, сондай-ақ классикалық экономикалық теорияда инвестициялау үшін әдетте басым болып саналмайтындар да бар екенін көрсетеді. Бұл Қазақстанда әрдайым стандартты экономикалық модельдерге берілмейтін инвестициялық процестердің күрделілігі мен жан-жақтылығын көрсетеді.

Экономиканың инвестициялармен қанықтылығын өңірлік саралауды талдау өңірлерге қаржы және кредит ресурстарының тұрақты және ауқымды ағынына ықпал ететін бірқатар негізгі факторларды бөліп көрсетуге мүмкіндік береді. Олардың ішінде: өңірлік заңнама; ынталандыру және кепілдіктер жүйесі; салық салу; нарықтық инфрақұрылымды дамыту; инвестициялық қызметті бюрократияландыру дәрежесі; өңір басшылығының жеке қызығушылығы мен белсенділігі. Бұл факторларды «инвестициялық қызметтің экономикалық механизмі» ұғымына біріктіруге болады, бұл аймақтарда инвестицияларды тарту және тиімді пайдалану үшін оңтайлы жағдайлар жасауға бағытталған ұйымдастырушылық, құқықтық және экономикалық құралдар жиынтығы.

Бұл механизмді әртүрлі аймақтарда зерттеу, оң және теріс факторларды жалпылау, аймақтық механизмнің типтік моделін құру, оны пайдалану аймақтардағы инвестициялық белсенділік деңгейін арттыруға мүмкіндік береді, бұл өте өзекті міндет.

Инвестициялық процестерді реттеуді жетілдіру жолдарын іздеуге экономикалық ғылымда үлкен көңіл бөлінеді. Бұл мәселені шешудің тұжырымдамалық тәсілдерін жасауға Седаш Т.Н., Бирюков А.В. [1], Цвырко А.А., Сухорукова Н.В. [2], Нагоев А.Б., Стас М.Ф., Каноков А.М. [3], Подгорная Е.А. [4], Хоменко Я.В., Павлова П.А. [5], Казакова Г.Я., Фарид И., Чжан Ю., Надбитов К.Ю., Кикеев А.С., Шаргадыкова Н.И. [6], Сазонов С.П., Елсуков Л.А., Елсукова Ю.Ю. [7], Семёнов К.М. [8], Козлова А.В., Ершов Н.А. [9], Даштиева М.Э. [10], Щербина О.Ю., Щербина О. [11], Сенько А.Н., Советникова О.П. [12], Шишкин А.В., Погорилык Б.И. [13], Голоманчук Э.В. [14] және т.б.

Өтпелі кезеңде және реттелетін нарық жағдайында басқару механизмін қалыптастыру мәселелері Л. И. Абалкин, Р. А. Белоусов, П. Г. Бунич, А. Кулман, В. В. Радаев және т.б. еңбектерінде жемісті зерттелді. Қаражатты тартудың және инвестициялық ресурстарды құрудың нақты нысандары, әдістері мен тетіктері Г. Д. Александр, Д. В. Бэйли, Л. Д. Гитман, М. Д. Джонс, Д. М. Розенберг, В. Ф. Шарп және т.б. еңбектерінде егжей-тегжейлі әзірленген.

Инвестициялық қызметке арналған зерттеулердің едәуір санына қарамастан, отандық экономикалық әдебиеттерде бұл қызметтің ұйымдастырушылық-экономикалық және құқықтық тетіктерін аймақ деңгейінде зерттейтін кешенді

жұмыстар жоқ. Бұл аспектілерді олардың аймақтық экономиканың кеңейтілген репродуктивті пропорцияларымен байланысында қарастыру маңызды, бұл аймақтық әлеуметтік-экономикалық тиімділік теориясына негізделген терең көзқарасты қажет етеді. Осылайша, аймақтық деңгейде инвестицияларды басқарудың тиімді тетіктерін құра отырып, осы компоненттерді біріктіретін ғылыми зерттеулерді дамыту қажет. Бұл олардың экономикалық дамудағы рөлін тереңірек түсінуге және инвестициялық бағдарламаларды табысты іске асырудың негізін қалыптастыруға мүмкіндік береді.

ЗЕРТТЕУ МАТЕРИАЛДАРЫ МЕН ӘДІСТЕРІ.

Ғылыми зерттеудің теориялық және әдіснамалық базасы зерттелетін мәселеге арналған отандық және шетелдік ғалым-экономистердің жұмыстары, сондай-ақ Қазақстандағы инвестициялық процестерді реттейтін заңнамалық және нормативтік актілер болды.

Зерттеу гипотезасы өңірдің инвестициялық белсенділігінің өсу үрдісі экономикалық тетікті толықтыру және күшейту арқылы Қазақстан Республикасы субъектісінің мемлекеттік билік органдарының, объектісі оның ішкі және сыртқы ортасының маңызды параметрлері болып табылатын реципиент - ұйымдар мен инвесторлар менеджментінің түйіскен іс-қимылдары арқылы қамтамасыз етілуі мүмкін деген болжамға негізделген.

НӘТИЖЕЛЕР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ТАЛҚЫЛАУ.

Инвестициялық Инвестициялар аймақтық экономиканы дамыту үшін үлкен маңызға ие [15-17]. Мұндай инвестицияларды ұлғайтуға ықпал ететін өңірлерде жағдай жасау мемлекеттік инвестициялық саясаттың негізгі міндеті болып табылады. Мемлекеттік инвестициялық саясатты әзірлеу өңірдің жай-күйін, оның мүмкіндіктері мен әлеуетін талдауды ескере отырып, перспективалы инвестициялық бағыттарды айқындауға, сондай-ақ қолда бар әлеуетті ескере отырып, инвестициялық стратегияларды әзірлеуге арналған. Бұл ретте өңірлердің инвестициялық тартымдылық деңгейі, өңірдің салалық ерекшелігін пысықтау, оның инфрақұрылымдық қамтамасыз етілуі, әкімшілік кедергілердің болмауы және қаржылық салымдарды сауатты тарту мен іске асыру үлкен маңызға ие [18-19]. Қолайлы инвестициялық тартымдылықты құру, оның ішінде ғылымды қажетсінетін салаларды құру, қолда бар өндірістерді жаңғырту және салалық инфрақұрылымды дамыту үшін қажетті шетелдік инвесторларды тарту үшін де маңызды. Мысалы, АҚШ-қа тікелей шетелдік инвестициялар 2023 жылы 332,9 млрд. долларды құрады, ал Қазақстанда - небәрі 32,3 млрд. доллар. Негізгі капиталға салынған инвестициялардың үлесіне келетін болсақ, 2023 жылы ол елдің ЖІӨ-нің 17,55% құрады, АҚШ-та бұл көрсеткіш 21,4% құрайды.

Осылайша, Инвестициялық саясат бағыттарының орындылығы және олардың тиімділігі қосымша қарастыруды қажет етеді.

Жүргізілген талдау нәтижесінде 6 көшбасшы өңір анықталды (Астана қаласы, Алматы қаласы, Атырау облысы, Ақтөбе облысы, Түркістан облысы және Қарағанды облысы). Осыған байланысты осы өңірлердегі инвестициялық қызметті неғұрлым егжей-тегжейлі талдау, осы субъектілердегі инвестициялық процестің даму тенденциялары мен бағыттарын бағалау қажет. Неғұрлым объективті талдау мақсатында ұсынылған іріктемеден республикалық маңызы бар Астана мен Алматы қалаларын, олар арқылы өтетін ірі қаржы ағындарына, тұрғындардың ең көп санына байланысты алып тастау керектігін шештік, өйткені бұл өңірлердің бюджетіне көбірек ақша ағынын, сондай-ақ инвестициялық процестерді дамыту үшін қазіргі заманғы инфрақұрылым мен мүмкіндіктердің болуын қамтамасыз етеді, бұл көптеген Қазақстан Республикасының субъектілерге тән емес.

Біз білетіндей, негізгі капиталға инвестициялар өңірлердегі инвестициялық процесті дамытуда басым рөл атқарады, осыған байланысты таңдалған өңірлердің негізгі капиталына инвестициялардың құрылымын талдаған жөн. Бағалауды 2021-2023 жылдар кезеңінде жүргізу ұсынылды, өйткені бұл кезең 2019 жылғы дағдарыстан кейінгі экономиканың тұрақтануымен, сондай-ақ нақты уақытқа барынша жақындаумен сипатталады.

Негізгі капиталға инвестициялардың құрылымын зерттеу үшін үлестік қатынаста ұсынылған келесі компоненттерді қарастыру ұсынылады:

- қаржыландыру көздері бойынша негізгі капиталға инвестициялар (меншікті қаражаттың үлесі тартылған қаражаттың үлесінен көп болатын өңірлер, неғұрлым инвестициялық-тартымды);

- меншік нысандары бойынша негізгі капиталға инвестициялар (жеке секторға инвестицияларды бөлу басым, неғұрлым дамыған және сенімді өңірлер);

- Экономикалық қызмет түрлері бойынша негізгі капиталға инвестициялар (экономиканың өндіруші секторларымен байланысы жоқ өңдеу және басқа өндіріске инвестициялардың үлкен үлесі бар аймақтар неғұрлым тұрақты болып саналады);

- негізгі қорлардың түрлері бойынша негізгі капиталға инвестициялар (жабдықтарды сатып алуға және жаңа өндірістік үй-жайларды салуға бағытталған үлесі көп өңірлер өндірістік бағытқа ие және әлеуетті инвесторларға қызықтырақ);

- аймақтың кәсіпорындары мен ұйымдарының қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді қаржылық салымдары, бұл ұйымдар қандай активтерге салынатынын және Бизнестің көңіл-күйін бағалауға мүмкіндік береді, атап айтқанда, қысқа мерзімді активтерге қаражат салу ел экономикасының

тұрақсыздығын және бизнестің ұзақ мерзімге ақша салудан қорқуын көрсетеді.

1-кестеде 2021-2023 жылдары Атырау облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау ұсынылған, 1-кестеден көрініп тұрғандай, негізгі капиталға инвестициялардағы меншікті қаражаттың үлесі 2023 жылы Атырау облысы 51,8% құрады, 2021 жылы тартылған қаражаттың үлесі 47,4% негізгі капиталға инвестициялардың жалпы көлеміндегі бюджет қаражатының үлесі 18,1% құрады, Атырау облысы тек Қазақстан бюджетінен ғана емес инвестиция тарта алады.

Соңғы 3 жылда шетелдік инвестициялардың болмауы билік үшін шағын, шетелдік, сондай-ақ аралас қазақстандық-шетелдік меншікті ескере отырып, осы өңірде бар шетелдік инвесторларды тарту үшін қажетті шараларды неғұрлым егжей-тегжейлі талдауға және жасауға сигнал беруі тиіс. Жеке кәсіпорындар өз өндірісін жаңғыртады және дамытады, бұл жеке инвестициялардың жоғары үлесі туралы айтады және инвесторлар үшін оң белгі болып табылады. Өнеркәсіптік өндіріс машина жасау, металл өңдеу, тамақ өнеркәсібі және түсті металлургия кәсіпорындары

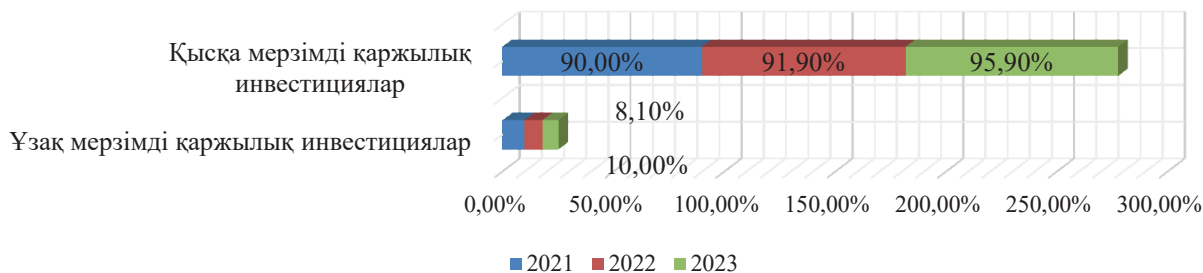
ұсынған Атырау облысы экономикасының негізгі секторларының бірі болып табылады, сондай-ақ өңірде пайдалы қазбалар, атап айтқанда мұнай, газ, тас көмір және жоғары сапалы антрациттер өндіру жүргізілуде.

1-суретте көріп отырғанымыздай, Атырау облысындағы кәсіпорындар мен ұйымдардың барлық дерлік қаржылық салымдары қысқа мерзімді кезеңге, атап айтқанда бір жылға дейін келеді, бұл кәсіпкерлердің ел экономикасында ұзақ мерзімге сенімсіздігін көрсетеді, бұл қысқа мерзімді салымдардың 90% -дан астамы банк салымдарына тиесілі екендігін де көрсетеді. бұл соңғы жылдары салымдар бойынша пайыздар айтарлықтай төмендеді.

Ақтөбе облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау 2021-2023 жылдары 2-кестеде ұсынылған. Ақтөбе облысының негізгі капиталға инвестициялар бөлігінде талдау меншікті қаражаттың жоғары үлесін, бүкіл талданатын кезең ішінде 70%-дан астамын көрсетеді, бұл ретте тартылған қаражаттың құрылымында шетелдік инвестициялар бар, ал бюджет қаражаты негізгі капиталға инвестициялардың жалпы сомасының

Кесте 1 - 2021-2023 жылдары Атырау облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау, %

Көрсеткіштің атауы	Бағаланатын параметр	Жылдар		
		2021	2022	2023
Қаржыландыру көздері бойынша негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Меншікті қаражат	52,6	49,4	51,8
	Тартылған қаражат, оның ішінде:	47,4	50,6	48,2
	Банк несиелері және басқа қарыздар	7,9	10,6	7,3
	Шетелдік инвестициялар	0	0	0
	Бюджет қаражаты	18,1	19	23,5
Меншік нысандары бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Мемлекеттік	11,8	13,2	16,1
	Аймақтық	4,2	3,7	4,3
	Жеке	67,4	68,9	67,9
	Аралас	4,9	6,4	4,8
	Шетелдік	6,2	4	3,8
Экономикалық қызмет түрлері бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Өндіру өндірісі	6,04	4,04	2,5
	Өңдеу өндірісі	12,01	11,95	9,8
	Тасымалдау және сақтау	17,88	20,13	24,74
Негізгі қорлардың түрлері бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Тұрғын үйлер мен Үй-жайлар	11	10,8	10,5
	Тұрғын емес ғимараттар мен құрылыстар	40,1	38,8	39,3
	Машиналар мен жабдықтар	42,9	43,7	43,8



Сурет 1 - 2021-2023 жылдары Атырау облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау, %

10% құрайды, бұл инвестициялық процесс шеңберінде өңірдің оң сипаттамасы болып табылады.

Жеке меншікке салынатын негізгі капиталға салынатын инвестициялардың жоғары үлесі де инвесторлар үшін оң сигнал болып табылады, бұл осы саладағы кәсіпорындардың өндірістерді жаңғыртуға инвестицияланғанын білдіреді, мұны тұрғын емес ғимараттар салуға, өндіріске арналған жабдықтарды сатып алуға және қайта жарақтандыруға салынған инвестициялардың жоғары пайызы да көрсетеді.

Айта кету керек, Атырау облысынан айырмашылығы, Ақтөбе облысының кәсіпорындары мен ұйымдарының қаржылық салымдары қысқа мерзімді салымдардан ғана емес, сонымен қатар 2023 жылы 45,26% құраған ұзақ мерзімді салымдардан тұрады. Алайда, қаржылық инвестициялардың көпшілігі көбінесе инфляция деңгейіне сәйкес келмейтін минималды кірістер әкелетін банктік салымдар болып табылады.

2021-2023 жылдары Түркістан облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау 3-кестеде келтірілген.

Түркістан облысының негізгі капиталына инвестициялар негізінен жұмыс істеп тұрған кәсіпорындардың өз қаражаттарымен ұсынылған. Өз кезегінде, 30%-дан аз тартылған қаражат негізінен кредиттер мен қарыздар, сондай-ақ бюджет қаражаты есебінен ұсынылады.

Негізгі капиталға шетелдік инвестициялар ұсынылмағанына қарамастан, аймақта шетелдік компаниялар да, қазақстандық-шетелдік бірлескен кәсіпорындар да жұмыс істейді, олардың негізгі капиталына инвестициялардың үлесі соңғы 3 жылда 13 п.п.-дан астам өсті.

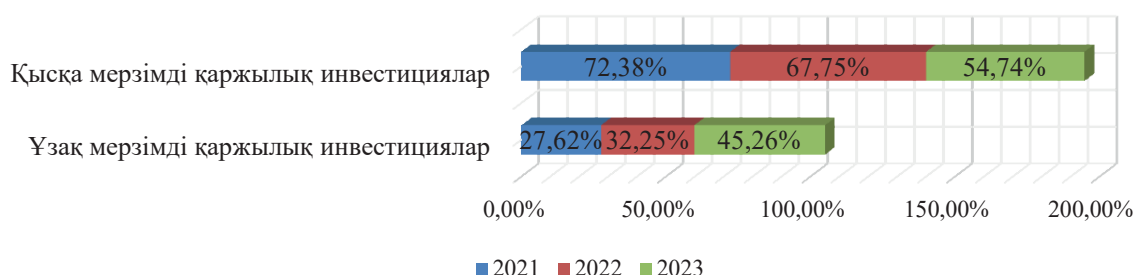
Аймақтағы кәсіпорындардың көпшілігі жеке меншікте, бұл аймақтағы бизнесті дамытудың тұрақты жағдайларын көрсетеді.

Тұрғын емес ғимараттар мен құрылыстарға, сондай-ақ түрлі жабдықтарға салынатын инвестициялардың жоғары үлесі өңірдегі өндірістердің жоспарлы дамуын айғақтайды, бұл тұрғын үйлер мен ғимараттар салу түріндегі әлеуметтік саланың дамуына да әсер етеді.

2021-2023 жылдары Қарағанды облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау 4-ке-

Кесте 2 - Ақтөбе облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау 2021-2023 жж., %

Көрсеткіштің атауы	Бағаланатын параметр	Жылдар		
		2021	2022	2023
Қаржыландыру көздері бойынша негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Меншікті қаражат	77,9	76,7	75,9
	Тартылған қаражат, оның ішінде:	22,1	23,3	24,1
	Банк несиелері және басқа қарыздар	11,3	15,9	13,3
	Шетелдік инвестициялар	0	14,9	12,9
	Бюджет қаражаты	10,6	7,2	10
Меншік нысандары бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Мемлекеттік	9,9	6,5	8,4
	Аймақтық	1,7	0,9	2,6
	Жеке	80,3	79,3	83,9
	Аралас	2	3,2	2,1
	Шетелдік	3,6	9,6	2,7
Экономикалық қызмет түрлері бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Өңдеу өндірісі	0,2	0,6	0,7
	Электр энергиясымен, газбен және бумен қамтамасыз ету	10,67	15,06	12,42
Структура инвестиций в основной капитал, распределенных по видам основных фондов	Тұрғын үйлер мен Үй-жайлар	0,97	0,55	0,98
	Тұрғын емес ғимараттар мен құрылыстар	54,90	45,39	43,70
	Машиналар мен жабдықтар	9,96	50,89	51,16



Сурет 2 - Ақтөбе облысының орта және ірі бизнесінің 2021-2023 жылдардағы қаржылық салымдары

стеде келтірілген.

4-кестеден көріп отырғанымыздай, бюджет қаражатының тартылған қаражатта елеулі үлесі бар екеніне қарамастан, меншікті қаражат әлі де 50%-дан асады, сондай-ақ жеке меншіктің 2023 жылы негізгі капиталға инвестициялардың үлесі 60%-дан асады, сонымен қатар елеусіз шетелдік және аралас.

Өңірде табиғи газ, көмір, түсті металдар өндіру бойынша өнеркәсіптік өндіріс, сондай-ақ электр энергетикасы барынша дамыған. Тұрғын емес ғимараттар мен түрлі жабдықтарға салынған инвестициялардың жоғары үлесі осыған байланысты.

Қарағанды облысы кәсіпорындарының қаржылық салымдары 4 суретте көрсетілген:

4-суреттен көріп отырғанымыздай, Қарағанды облысының қаржылық салымдары басым бөлігі ұзақ мерзімді салымдармен ұсынылған, олар негізінен серіктес кәсіпорындарға қарыздармен көрсетілген, ал қысқа мерзімді салымдар шамамен 20% құрайды және банктік депозиттерде орналасқан.

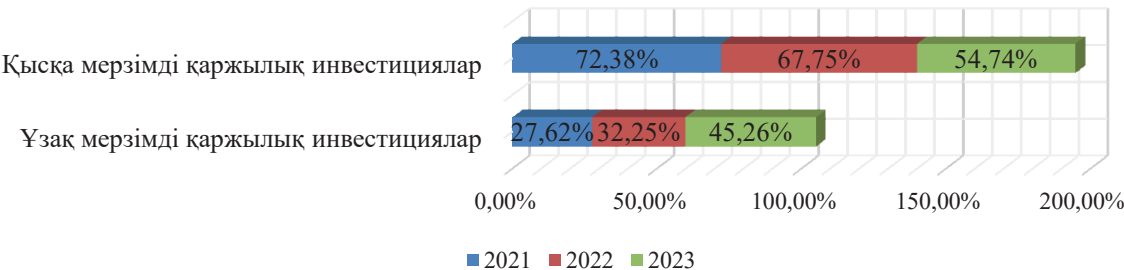
Осылайша, өңірлердің алдыңғы абзацында

іріктелген негізгі капиталға салынған инвестициялардың құрылымын қарастыра отырып, әрбір өңірде өнеркәсіптік өндірістердің болуымен және өндірістік алаңдарға инвестициялар салумен және өндірістерді жаңғыртумен негізгі капиталға салынған инвестицияларда меншікті қаражат басым болатынын атап өткен жөн. Қарастырылған аймақтардағы кәсіпорындардың қаржылық салымдарында банктік депозиттерге қысқа мерзімді салымдар басым, бұл қажет болған жағдайда ақша ресурстарына жылдам қол жеткізуге байланысты. Ұзақ мерзімді қаржылық инвестициялар негізінен іскери серіктестерге несие беру үшін қолданылады.

ҚОРЫТЫНДЫ. Осы зерттеуді талдау барысында негізгі капиталға салынған инвестициялардың құрылымы тартылған қаражаттың 80%-дан астамына ұсынылған, олардың басым бөлігі, бюджеттік түсімдер, Экономикалық қызмет бөлігінде тікелей статистикалық әдістермен байқалмайтын, яғни экономиканың өндіруші және өңдеуші секторларына жатпайтын инвестициялардың үлесі басым, электр энергиясымен, газбен және бумен

Кесте 3 - 2021-2023 жылдары Түркістан облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау, %

Көрсеткіштің атауы	Бағаланатын параметр	Жылдар		
		2021	2022	2023
Қаржыландыру көздері бойынша негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Меншікті қаражат	70,8	79,2	69,5
	Тартылған қаражат, оның ішінде:	29,2	20,8	30,5
	Банк несиелері және басқа қарыздар	8,7	6,1	8,9
	Шетелдік инвестициялар	0	0,2	0
	Бюджет қаражаты	7,2	5,3	9,1
Меншік нысандары бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Мемлекеттік	4,2	3	7,4
	Аймақтық	3,1	2,8	4,1
	Жеке	74,9	69,2	59,1
	Аралас	6	3,2	3
	Шетелдік	3,2	6,4	7,1
Экономикалық қызмет түрлері бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Өндіру өндірісі	42	44,4	43
	Өңдеу өндірісі	16,8	13,2	11,4
	Тасымалдау және сақтау	12	10,1	7,6
Негізгі қорлардың түрлері бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Тұрғын үйлер мен Үй-жайлар	16,4	16,3	18,5
	Тұрғын емес ғимараттар мен құрылыстар	31,2	30,3	33,8
	Машиналар мен жабдықтар	34,6	33,2	31,4



Сурет 3 - 2021-2023 жылдары Түркістан облысының орта және ірі бизнесінің қаржылық салымдары

қамтамасыз ету мемлекеттік басқару және әскери қауіпсіздікті қамтамасыз ету, сондай-ақ ұйымдардың қаржылық инвестициялары жоқ, шағын қаржылық нәтижелер туралы не айтады.

Осылайша, 2021-2023 жылдар кезеңінде іріктелген өңірлердің негізгі капиталына инвестициялардың құрылымы қаралды. Осы өңірлердің компанияларының қаржылық салымдары талданды және іріктелген өңірлердің жетекші жағдайының себептерін сипаттай отырып, осы салымдардың негізгі бағыттары анықталды.

Экономикадағы дағдарыстық құбылыстар жағдайында елдің бүкіл қаржы-экономикалық жүйесі жаңартылуда, өйткені бюджет кірістерінің қысқаруына байланысты қаржыландырылатын бағыттарға маңыздылық дәрежесі бойынша басымдық беріледі. 2020 жылы дағдарыста Қазақстан бірден үш сынаққа тап болды: мұнай бағасының төмендеуі, экспорттың қысқаруы және коронавирустық инфекцияның таралуынан туындаған өзін-өзі оқшаулау режимі.

Инвестициялық процесс оның жұмыс істеуін қамтамасыз ететін өзара байланысты элементтермен ұсынылған. Бұл қызметтің тиімділігі элементтердің қызметіне байланысты, олардың әрқайсысы дағдарыс кезеңінде белгілі бір қиындықтарға тап болады.

Инвестициялық процестің субъектісіне әсер

ету арқылы инвестициялық процесті қаржыландыруды дамытуға бағытталған негізгі құралдардың бірі жеке инвесторлар үшін өңірлердің инвестициялық тартымдылығы әдістемесін енгізу болып табылады.

Өңірлік инвестициялық процесті дамытуды ынталандыру шеңберінде инвесторлардың ықтимал салықтық жеңілдіктер, өңірлік бағдарламаларды бірлесіп қаржыландыру және т. б. туралы хабардарлығын арттыру маңызды болып табылады.

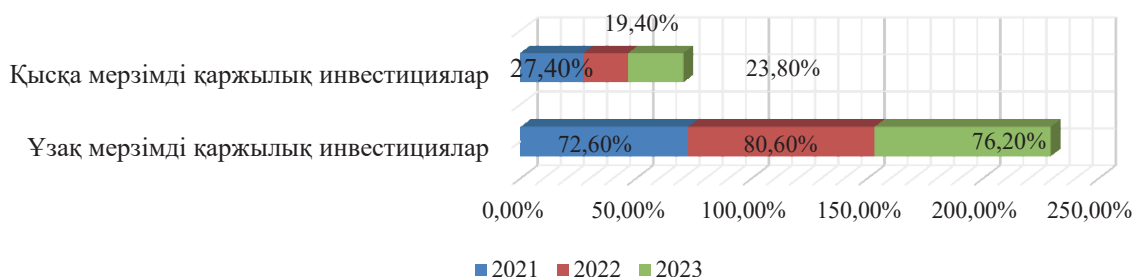
Инвестициялық процесс объектісін дамыту бағыты ретінде экономикалық негізделген бизнес-жоспарларды әзірлеуге жәрдемдесуді жүзеге асыру, сол арқылы әзірленген жобалардың сапасы мен дұрыстығын арттыру ұсынылады. Осылайша, білікті мамандардың басшылығымен жобаның қаржылық іске асырылуын есептеу үшінші тараптың бірлесіп қаржыландыруы кезінде жобаларды келісу рәсімдеріне уақытты азайтуға, сондай-ақ тиімсіз жобаларға қаржылық қолдау көрсету тәуекелін азайтуға мүмкіндік береді.

Инвестициялау процесінде инвесторлар әрдайым өздерінің орналасқан жеріне байланысты бола бермейді. Сонымен, инвестициялау объектісін таңдамас бұрын, инвесторлар көбінесе жоба жұмыс істейтін аймақты бағалайды.

Алайда, бір аймақ рейтингтің әртүрлі жолдарын алатын әртүрлі бағалау әдістерінің болуы өте

Кесте 4 - 2021-2023 жылдары Қарағанды облысының негізгі капиталына инвестицияларды талдау, %

Көрсеткіштің атауы	Бағаланатын параметр	Жылдар		
		2021	2022	2023
Қаржыландыру көздері бойынша негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Меншікті қаражат	55,1	49,6	53,4
	Тартылған қаражат, оның ішінде:	44,9	50,4	46,6
	Банк несиелері және басқа қарыздар	7,1	3,1	0
	Шетелдік инвестициялар	0	0	0
	Бюджет қаражаты	33,3	41,1	39,2
Меншік нысандары бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Мемлекеттік	22,3	31,1	26,9
	Аймақтық	7,3	5,6	5,5
	Жеке	58,9	59,7	64,6
	Аралас	7,4	1,8	1,4
	Шетелдік	1,5	1,1	1,2
Экономикалық қызмет түрлері бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Өндіру өндірісі	16,2	9,4	10,6
	Өңдеу өндірісі	8,6	9,7	7,8
	Тасымалдау және сақтау	19,4	22,4	25,6
Негізгі қорлардың түрлері бойынша бөлінген негізгі капиталға инвестициялардың құрылымы	Тұрғын үйлер мен Үй-жайлар	4,5	6,1	7,4
	Тұрғын емес ғимараттар мен құрылыстар	47,1	39,3	33,2
	Машиналар мен жабдықтар	46,6	52,6	57,1



Сурет 4 - Қарағанды облысының орта және ірі бизнесінің 2021-2023 жылдардағы қаржылық салымдары

ыңғайлы емес болып көрінеді, осыған байланысты әр субъектіде өңірлердің инвестициялық тар- тымдылығын бағалаудың бірыңғай алгоритмін енгізу ұсынылады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

- 1 Седаш, Т.Н. Использование зарубежного опыта для повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности российских регионов / Т.Н. Седаш, А.В. Бирюков // Финансы и кредит. - 2013. - № 38 (566). - С. 59-65.
- 2 Цвырко, А.А. Проблемы повышения инвестиционной привлекательности региона / А.А. Цвырко, Н.В. Сухорукова // Вектор экономики. - 2022. - № 6 (72). - С. 1-10.
- 3 Нагоев, А.Б. Механизмы формирования инвестиционной привлекательности туристско-рекреационного комплекса региона / А.Б. Нагоев, М.Ф. Стась, А.М. Канок // Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки. - 2016. - № 3 (39). - С. 18.
- 4 Подгорная, Е.А. Информационное содействие повышению инвестиционной привлекательности региона / Е.А. Подгорная // Социально-гуманитарный вестник. - 2014. - № 1 (13). - С. 32-38.
- 5 Хоменко, Я.В. Современная политика повышения инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации: каков результат? / Я.В. Хоменко, П.А. Павлова // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. - 2022. - № 1. - С. 307-316.
- 6 Казакова, Г.Я. Агротехнопарк как инструмент управления инвестиционной привлекательностью аграрного сектора региона / Г.Я. Казакова, И. Фарид, Ю. Чжан, К.Ю. Надбитов, А.С. Кикеев, Н.И. Шаргадыкова // Управленческий учет. - 2021. - № 3-2. - С. 344-353.
- 7 Сазонов, С.П. Совершенствование мер государственной поддержки инвестиционной привлекательности региона (на примере Волгоградской области) / С.П. Сазонов, Л.А. Елсуков, Ю.Ю. Елсукова // Бизнес. Образование. Право. - 2021. - № 3 (56). - С. 48-52.
- 8 Семенов, К.М. Выявление резервов повышения инвестиционной привлекательности региона / К.М. Семенов // Региональные аграрные системы: экономика и социология. - 2006. - № 1. - С. 6.
- 9 Козлова, А.В. Проблемы повышения инвестиционной привлекательности региона на примере Свердловской области / А.В. Козлова, Н.А. Ершов // Наука сквозь призму времени. - 2019. - № 6 (27). - С. 75-77.
- 10 Даштиева, М.Е. Повышение инвестиционной привлекательности Северо-Кавказского федерального округа и другие инструменты сглаживания пространственной поляризации в регионе / М.Е. Даштиева // Экономика, предпринимательство и право. - 2020. - Т. 10. - № 4. - С. 1009-1018.
- 11 Щербина, О.Ю. Разработка модели инвестиционной привлекательности российского региона на примере СФО / О.Ю. Щербина, О.А. Щербина // Финансовый бизнес. - 2022. - № 3 (225). - С. 74-77.
- 12 Сенько, А.Н. Повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности регионов Беларуси / А.Н. Сенько, О.П. Советникова // Проблемы экономики, права и управления. - 2012. - № 2. - С. 188-194.
- 13 Шишкин, А.В. Применение концепции регионального маркетинга для повышения инвестиционной и туристической привлекательности регионов России / А.В. Шишкин, Б.И. Погорилык // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2012. - № 7. - С. 22-28.
- 14 Голоманчук, Е.В. Роль конституционных социально-экономических гарантий в повышении инвестиционной привлекательности региона / Е.В. Голоманчук // Научный вестник Волгоградской академии государственной службы. Серия: Экономика. - 2014. - № 1 (11). - С. 53-55.
- 15 Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное. - М. Эксмо, 2007. - 960 с.
- 16 Сергеев, И. В. Инвестиции: учебник и практикум / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова, В. В. Шеховцов. - 3-е изд., переработанное и доп. - М.: Изд-во "Юрайт", 2013. - 314 с.
- 17 Шарп, У.Ф., Александер, Г., Бейли, Дж. Инвестиции. - пер. с англ., М.: Инфра - М, 1997. - 1028 с.
- 18 Большечов, О.Н. Стимулирование инвестиций является главным фактором развития экономики эксклавного региона России / О.Н. Большечов // Символ науки. - 2015. - Вып. 6. - С. 99-106.
- 19 Дасковский, В. Объем, направления и структура инвестиций / В. Дасковский, В. Киселев // Экономист. - 2016. - № 5. - С. 56-68.

REFERENCES:

- 1 Sedash, T.N., & Biryukov, A.V. (2013). Ispol'zovanie zarubezhnogo opyta dlja povysheniya konkurentosposobnosti i investitsionnoj privlekatel'nosti rossijskikh regionov [Using foreign experience to increase competitiveness and investment attractiveness of Russian regions]. *Finansy i kredit - Finance and Credit*, 38 (566), 59-65 [in Russian].
- 2 Cvyрко, A.A., & Suhorukova, N.V. (2022). Problemy povysheniya investitsionnoj privlekatel'nosti regiona [Problems of increasing the investment attractiveness of the region]. *Vektor jekonomiki - Vector of Economics*, 6(72), 1-10 [in Russian].
- 3 Nagoev, A.B., Stas, M.F., & Kanokov, A.M. (2016). Mehanizmy formirovaniya investitsionnoj privlekatel'nosti turistsko-rekreacionnogo kompleksa regiona [Mechanisms of formation of investment attractiveness of the tourist and recreational complex of the region]. *Bulletin of the Institute of Friendship of the Peoples of the Caucasus (Theory of economics and management of the national economy). Economic sciences*, 3(39), 18 [in Russian].
- 4 Podgornaya, E.A. (2014). Informacionnoe sodejstvie povysheniju investitsionnoj privlekatel'nosti regiona [Informational assistance to increase the investment attractiveness of the region]. *Social'no-gumanitarnyj vestnik - Socio-humanitarian Bulletin*, 1(13), 32-38 [in Russian].
- 5 Homenko, Ja.V., & Pavlova, P.A. (2022). Sovremennaja politika povysheniya investitsionnoj privlekatel'nosti regionov Rossijskoj Federacii: kakov rezul'tat? [Modern policy of increasing the investment attractiveness of the regions of the Russian Federation: what is the result?]. *Vestnik Doneckogo nacional'nogo universiteta. Seriya V. Jekonomika i pravo - Bulletin of Donetsk National*

University. Series B. Economics and law, 1, 307-316 [in Russian].

6 Kazakova, G.Ja., Farid, I., Chzhan, Ju., Nadbitov, K.Ju., Kikeev, A.S., & Shargadykova, N.I. (2021). Agrotehnpark kak instrument upravlenija investicionnoj privilekatel'nosti agrarnogo sektora regiona [Agrotechnopark as a tool for managing the investment attractiveness of the agricultural sector of the region]. *Upravlencheskij uchet - Management accounting*, 3-2, 344-353 [in Russian].

7 Sazonov, S.P., Elsukov, L.A., & Elsukova, Ju.Ju. (2021). Sovershenstvovanie mer gosudarstvennoj podderzhki investicionnoj privilekatel'nosti regiona (na primere Volgogradskoj oblasti) [Improving measures of state support for the investment attractiveness of the region (on the example of the Volgograd region)]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo - Business. Education. Right*, 3(56), 48-52 [in Russian].

8 Semenov, K.M. (2006). Vyjavlenie rezervov povyshenija investicionnoj privilekatel'nosti regiona [Identification of reserves for increasing the investment attractiveness of the region]. *Regional'nye agrarnye sistemy: jekonomika i sociologija - Regional agrarian systems: economics and sociology*, 1, 6 [in Russian].

9 Kozlova, A.V., & Ershov, N.A. (2019). Problemy povyshenija investicionnoj privilekatel'nosti regiona na primere Sverdlovskoj oblasti [Problems of increasing the investment attractiveness of the region on the example of the Sverdlovsk region]. *Nauka skvoz' prizmu vremeni - Science through the prism of time*, 6 (27), 75-77 [in Russian].

10 Dashtieva, M.E. (2020). Povyszenie investicionnoj privilekatel'nosti Severo-Kavkazskogo federal'nogo okruga i drugie instrumenty sglazhivaniya prostranstvennoj poljarizacii v regione [Increasing the investment attractiveness of the North Caucasus Federal District and other tools for smoothing spatial polarization in the region]. *Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo - Economics, Entrepreneurship and Law*, 10, 4, 1009-1018 [in Russian].

11 Shherbina, O.Ju., Shherbina, O.A. (2022). Razrabotka modeli investicionnoj privilekatel'nosti rossijskogo regiona na primere SFO [Development of a model of investment attractiveness of the Russian region on the example of the Siberian Federal District]. *Finansovyj biznes - Financial business*, 3(225), 74-77 [in Russian].

12 Sen'ko, A.N., Sovetnikova, O.P. (2012). Povyszenie konkurentosposobnosti i investicionnoj privilekatel'nosti regionov Belarusi [Improving the competitiveness and investment attractiveness of the regions of Belarus]. *Problemy jekonomiki, prava i upravlenija - Problems of Economics, law and Management*, 2, 188-194 [in Russian].

13 Shishkin, A.V., Pogoriljak, B.I. (2012). Primenenie koncepcii regional'nogo marketinga dlja povyshenija investicionnoj i turisticheskoy privilekatel'nosti regionov Rossii [Application of the concept of regional marketing to increase the investment and tourist attractiveness of Russian regions]. *Marketing i marketingovyje issledovaniya - Marketing and marketing research*, 7, 22-28 [in Russian].

14 Golomanchuk, E.V. (2014). Rol' konstitucionnyh social'no-jekonomicheskikh garantij v povyshenii investicionnoj privilekatel'nosti regiona [The role of constitutional socio-economic guarantees in increasing the investment attractiveness of the region]. *Nauchnyj vestnik Volgogradskoj akademii gosudarstvennoj sluzhby. Seriya: Jekonomika - Scientific Bulletin of the Volgograd Academy of Public Administration. Series: Economics*, 1(11), 53-55 [in Russian].

15 Keynes, Dzh. M. (2007). *Obshhaja teorija zanjatosti, procenta i deneg. Izbrannoe* [General theory of employment, interest and money. Favorites]. M.: Jeksmo. [in Russian].

16 Sergeev, I. V., Veretennikova, I.I., Shehovcov, V.V. (2013). *Investicii: uchebnik i praktikum. 3-e izd., pereizdanie. i dop.* [Investments: textbook and practice. 3rd ed., reprint. and add]. M.: Publishing house "Yurayt". [in Russian].

17 Sharp, U.F., Aleksander, G., Bejli, Dzh. (1997). *Investicii. - Perevod s anglijskogo* [Investments. - Translated from English]. M.: Infra - M. [in Russian].

18 Bolychev, O.N. (2015). Stimulirovanie investicij javljaetsja glavnym faktorom razvitija jekonomiki jeksklavnogo regiona Rossii [Investment promotion is the main factor in the development of the economy of the exclave region of Russia]. *Simvol nauki - Symbol of Science*, 6, 99-106 [in Russian].

19 Daskovskiy, V., & Kiselev, V. (2016). *Ob#em, napravleniya i struktura investicij* [Volume, directions and structure of investments]. *Jekonomist - The Economist*, 5, 56-68.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Тұрсын Асылхан Рахматулаұлы* - PhD докторанты, М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3801-6035>, E-mail: asilxan.janadilov@mail.ru

Каримов Диёр Мухтарович - экономика ғылымдарының PhD, доцент, экономика факультеті деканының орынбасары, Мирзо Улугбек атындағы Өзбекстанның Ұлттық университеті, Ташкент қ., Өзбекстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6050-18-06>, E-mail: karimov.diyor65@gmail.com

Tursyn Assylkhan* - PhD student, South Kazakhstan University named after M. Auezov, Shymkent, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3801-6035>, E-mail: asilxan.janadilov@mail.ru

Karimov Diyor - PhD in Economics, Associate Professor, Deputy Dean of the Faculty of Economics, Mirzo Ulugbek National University of Uzbekistan, Tashkent, Republic of Uzbekistan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6050-18-06>
E-mail: karimov.diyor65@gmail.com

Тұрсын Асылхан Рахматулаұлы* - PhD докторант, Южно-Казахстанский университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-3801-6035>, E-mail: asilxan.janadilov@mail.ru

Каримов Диёр Мухтарович - PhD по экономическим наукам, доцент, заместитель декана экономического факультета, Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека, г. Ташкент, Республика Узбекистан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6050-18-06>, E-mail: karimov.diyor65@gmail.com

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE ELECTRIC POWER INDUSTRY IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY WORLD PRACTICE AND KAZAKHSTAN

ISKAKOVA D.E.*¹

PhD in Innovation Management

ESMAGAMBETOV E.ZH.²

Student

¹JSC «Kazakhstan Temirzholy», Astana, Republic of Kazakhstan

²Astana IT University, Astana, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. The article discusses current issues of the managing the innovative development of the electric power industry in Kazakhstan, as well as the possibilities and difficulties of bringing the country's electric power industry to an innovative type of development. Particular attention is paid to the disclosure of the role of renewable energy sources (wind, solar, water and bioenergy) in the development of the country's energy sector, the opportunities and innovative potential for their development.

KEYWORDS: innovation, management, energy, science, natural resources, technology, renewable energy sources.

ҮНКЕРТЕЙНДЕР ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ЭЛЕКТЭНЕРГЕТИКАСЫ САЛАСЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫ ӘЛЕМДІ ТӘЖІРИБЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАН

ИСКАКОВА Д.Е.*¹

инновациялық менеджмент бойынша PhD

ЕСМАҒАМБЕТОВ Е.Ж.²

студент

¹«Қазақстан темір жолы» АҚ, Астана қ., Қазақстан Республикасы

²Astana IT University, Астана қ., Қазақстан Республикасы

АҢДАТПА. Мақалада Қазақстанның электр энергетикасының инновациялық дамуын басқарудың өзекті мәселелері, сондай-ақ еліміздің электр энергетикасын дамудың инновациялық түріне шығарудың мүмкіндіктері мен қиындықтары қарастырылған. Жаңғыртылатын энергия көздерінің (жел, күн, су және биоэнергетика) еліміздің энергетика саласын дамытудағы рөлін, оларды дамытудың мүмкіндіктері мен инновациялық әлеуетін ашуға ерекше назар аударылады.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: инновация, менеджмент, энергетика, ғылым, табиғи ресурстар, технология, жаңартылатын энергия көздері.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ: МИРОВАЯ ПРАКТИКА И КАЗАХСТАН

ИСКАКОВА Д.Е.*¹

PhD в инновационном менеджменте

ЕСМАҒАМБЕТОВ Е.Ж.²

студент

¹АО «Казakhstan темір жолы», г. Астана, Республика Казахстан

²Astana IT University, г. Астана, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются актуальные вопросы управления инновационным развитием электроэнергетической отрасли Казахстана, а также возможности и трудности вывода электроэнергетики страны к инновационному типу развития. Особое внимание уделено раскрытию роли возобновляемых источников энергии (энергии ветра, солнца, воды и биоэнергии) в развитии энергетики страны, возможностей и инновационного потенциала для их развития.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: инновация, энергетика, наука, природные ресурсы, технологии, возобновляемые источники энергии.

INTRODUCTION. Geopolitical events of recent years, the pandemic and its post-recovery period, emerging challenges in global energy, and significant issues such as the depletion of fossil hydrocarbon fuel reserves, sharp fluctuations in energy resource prices, and ensuring planetary environmental safety amid growing energy consumption have significantly influenced the innovative development of the global economy.

Modern information technologies and artificial intelligence create opportunities and conditions for qualitative changes in the development of the global economy, including the energy sector. Indicators of technological progress in global energy continue to grow under the influence of innovation waves driven by digital technologies and scientific advancements (supercomputers are becoming faster and more energy-efficient; the cost of low-emission energy technologies, such as solar and wind energy, is decreasing; production of robots and electric vehicles is rising).

However, the adoption of some technologies remains limited. Kazakhstan has set itself the complex strategic task of elevating its national economy to a qualitatively new level, transitioning to an innovative development model, including in its leading sector—electric power engineering. Given the growing global energy deficit, Kazakhstan urgently needs "reliable and environmentally clean energy sources."

At the state level, the task has been defined to "critically rethink the organization of raw material industries, approaches to managing natural resources," ensure "environmental friendliness and efficiency of energy producers," and advance progress in "alternative, 'clean' energy" [1].

MATERIALS AND METHODS OF RESEARCH. Current practice demonstrates that no national energy sector can remain self-sufficient based solely on existing production factors, technologies, and capital needs. To remain competitive in the modern world, it is essential not only to rely on domestic natural, economic, technological, and intellectual resources but also to consider the priorities and norms established by key players in the global economy.

A critical source of information for developing a national economic strategy and evaluating the effectiveness of innovation activities is the annually published Global Innovation Index (GII) report. This report serves as a methodological tool for

conducting comparative analyses of countries' progress in innovation over specific periods.

The annual monitoring of 130 countries in the GII provides a ranking based on dozens of parameters that extend beyond traditional innovation indicators. For instance, the GII 2023 analyzes innovation performance against the backdrop of economic and geopolitical uncertainty, including slow post-pandemic recovery, high interest rates, and geopolitical conflicts [2].

In 2022–2023, innovation investment dynamics showed mixed trends amid numerous challenges and a decline in funding for innovation. A sharp reduction in the monetary volume of venture investments reflected worsening conditions for risk financing. The prospects for venture funding in the coming years remain uncertain due to tighter monetary policies and heightened geopolitical risks. To study the level of innovation activity in Kazakhstan, including in the energy sector, this article uses data and comparative analyses from GII reports (2013–2023), with a focus on GII 2023. This approach helps identify challenges and opportunities for innovative solutions to advance the national energy sector.

RESULTS AND DISCUSSION. Innovations in the electricity sector, as a leading industry in any economy, are typically not only national but also global in nature. The innovative development of the electricity sector is viewed as a transition from the existing model (based on hydrocarbon combustion for energy generation, environmental pollution, power transmission via overhead lines, and human labor in toxic production conditions) to a qualitatively new stage.

This new stage relies exclusively on renewable and hydrogen energy, incorporating modern technologies such as digital, nano, wave, and others. Currently, the global electricity sector is at a pivotal stage of its development. The key drivers of this transition are decarbonization, digitalization, and decentralization.

The idea of environmental pollution and the exhaustibility of natural resources, first proposed by the Club of Rome, initiated targeted actions by scientists, major energy companies, governments, and society to harness natural conditions as energy sources (now termed "renewable energy sources" or RES).

Recognizing the potential of RES for societal development represents one of the most significant

innovations. Today, the global electricity sector sees the large-scale development of RES as a solution to ecological and economic challenges, owing to their environmental friendliness, flexibility, cost-effectiveness, and inexhaustibility. Well-known and actively researched RES include wind, hydro, tidal, wave, solar, geothermal, and bioenergy. RES are being implemented worldwide, with technologies becoming increasingly advanced and affordable.

Current trends in the innovative development of the electricity sector indicate an ongoing industry transformation. Over the past decade, RES have seen rapid growth, characterized by increased energy volumes, reduced costs, rising investments, and technological advancements (Fig. 1). RES technologies have become mainstream and competitive alongside fossil fuels and nuclear energy. By 2023, RES accounted for 29% of global electricity generation, up from 26.5% in 2017 [3].

As practice shows, during the pandemic, post-pandemic period, and significant geopolitical upheavals, there is a transformation of the global innovation landscape not only within the group of leading innovative economies but also on a broader scale. This is evidenced by data from the annual report "Global Innovation Index," which is a key source of information for evaluating the effectiveness of innovative activity in various economies worldwide.

According to GII-2023, innovation leaders (the top 25 economies) demonstrate balanced and high scores across all metrics. Switzerland remains the undisputed global leader in innovation, holding the top position in the categories "Knowledge and Technology Outputs" and "Creative Outputs."

Sweden rose to second place, surpassing the USA, and leads in the category "Business Sophistication" (1st place), ranks second in "Infrastructure" (2nd place), and third in "Human Capital and Research" (3rd place). [2; pp. 11-13.]

The GII-2023 report highlights seven regions, each with three leading innovative economies. For example, in the "Europe" region, the leaders are Switzerland, Sweden, and the United Kingdom, while in the "Southeast Asia, East Asia, and Oceania" region, they are Singapore, South Korea, and China. In Central and South Asia, India ranks first in "Human Capital and Research" (48th place) and "Knowledge and Technology Outputs" (22nd place). Iran retains second place in the region, ranking 62nd overall. The country is a regional leader in market development (19th place), creative outputs (43rd place), and leads in the "Trademarks" category (1st place).

Kazakhstan, ranked 81st overall, holds third place in this region. Kazakhstan leads in "Infrastructure" (59th place) due to high results in areas like "Government Online Services" (8th place) and "Internet Inclusion" (15th place). In the "Central and South Asia" region, Kazakhstan ranked third as a new participant for the first time. In the GII 2023 ranking, Kazakhstan holds 81st place (compared to 78th in 2017), trailing behind Vietnam (46th), Ukraine (55th), Moldova (60th), Georgia (65th), Mongolia (68th), Armenia (72nd), Tunisia (79th), and Belarus (80th).

Moreover, in terms of innovation efficiency at different income levels in 2023, Kazakhstan did not make it into the group of countries exceeding expectations based on their level of development

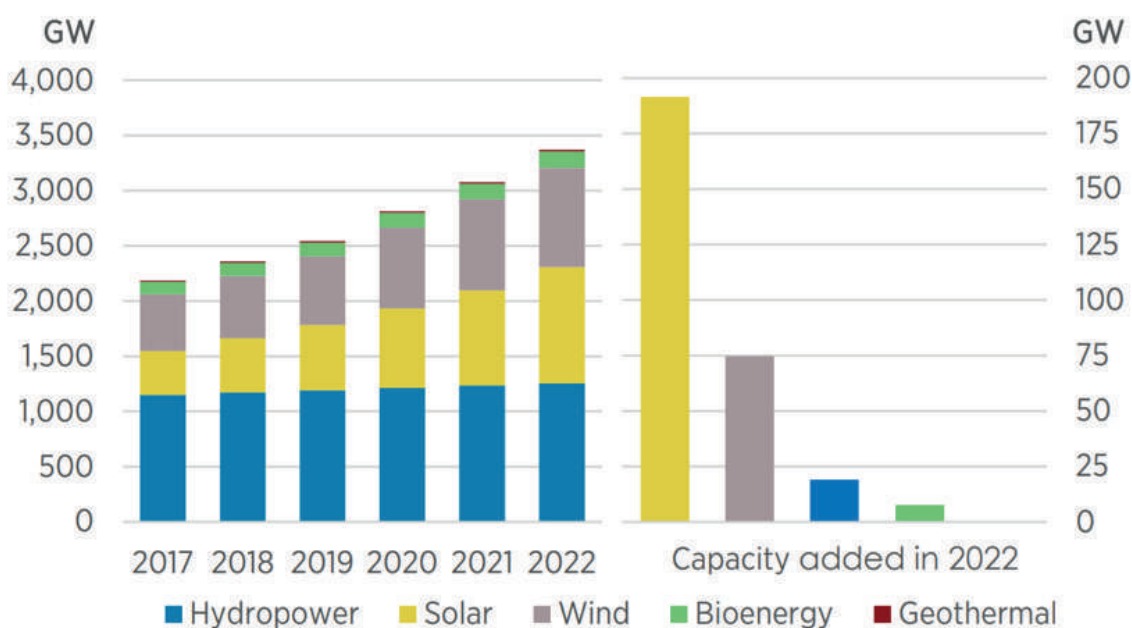


Figure 1 - Growth in Renewable Energy Capacity, 2017–2022

(countries like India, Vietnam, Ukraine, Mongolia, Uzbekistan, etc., which belong to the above-average income group); Kazakhstan also did not qualify for the "Indicators Corresponding to Level of Development" category (which includes Iran, Egypt, Sri Lanka, Cambodia, Bangladesh, Kyrgyzstan, Nigeria, Tajikistan, etc.).

Kazakhstan falls into the "All Other Economies" group regarding innovation efficiency. Based on the ratio of innovation inputs to outputs in 2023, Kazakhstan is marked as inefficient [2]. As seen from the report, Kazakhstan still has much work ahead in many indicators (including global R&D performers, quality of scientific publications, university standards, export of high-tech services, etc.). For instance, Uzbekistan joined the group of middle- and low-income countries that achieved the most progress—more than 20 positions—outside the top 65 leading countries but within the top 100 over the past decade (Uzbekistan ranks 82nd) [2; pp. 26-28].

Considering Uzbekistan's high innovation activity dynamics, it can be assumed that Kazakhstan may lose its positions to Uzbekistan by 2024-2025. The results of the GII-2023 ranking highlight the need to support numerous positive changes in developing countries' development over the past twenty years.

For example, a clear trend emerged of integrating innovation systems into the agendas of policymakers, legislators, and participants in innovation activities in developing countries. Attention is required for organizing and systematically functioning innovation ecosystems, preventing disruptions in global supply chains affecting emerging innovation systems in middle- and low-income countries. Subsequently, the GII authors plan to track how changes in GII indicators at the country or regional level impact innovation activities, identifying which

are temporary and which are more long-term.

For Kazakhstan, addressing energy diversification and security issues, as well as searching for and implementing innovative technologies and clean energy sources, remains relevant. Currently, Kazakhstan operates 220 power plants, including 144 renewable energy facilities with a capacity of 2.8 GW. Overall, as of January 1, 2024, the total installed capacity amounted to 20.4 GW. In 2023, electricity consumption reached 115 billion kWh (compared to 112.9 billion kWh in 2022), while domestic production totaled 112.8 billion kWh. Electricity imports from neighboring countries amounted to 3.4 billion kWh, with exports at 1.4 billion kWh.

Thus, Kazakhstan still does not fully meet its electricity needs, importing from neighboring countries. The average transmission loss rate (5.1 billion kWh) was 11.2%, with a high level of equipment wear (65%). The existing imbalance in Kazakhstan's energy system leads to disruptions and electricity shortages for large industrial enterprises during peak periods, as well as mass power outages in certain regions during the winter of 2022-2024.

It is known that Kazakhstan, due to its geographical and climatic features, possesses a vast territory (9th largest in the world) and significant potential for wind (920 billion kWh annually) and solar energy (2.5 billion kWh annually). However, in 2024, coal (53.3%) and gas (24.8%) remain the primary sources of electricity generation, with renewables accounting for only 11.8% (see Fig. 2: Structure of Electricity Generation).

According to the given diagram, Kazakhstan plans to increase the share of renewable energy sources (RES) to 24.4% by 2035, while reducing the share of coal to 34.3% [4]. In the field of RES, it is planned to commission 592 MW of green generation by

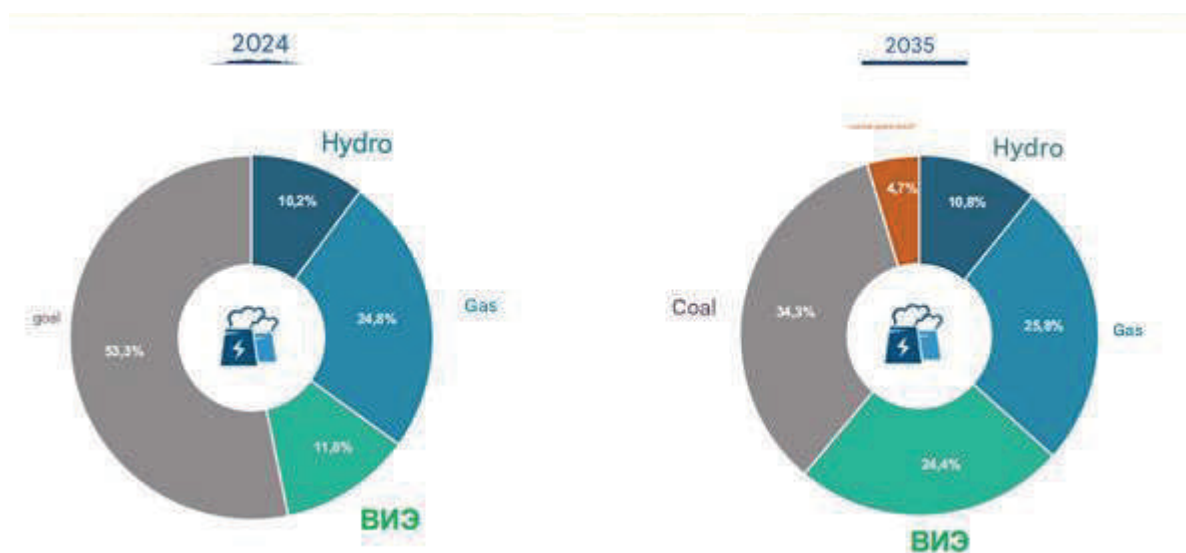


Figure 2 - Structure of electricity generation in the energy sector

2027. To achieve a 15% share of renewable energy sources by 2030, large-scale projects with strategic investors such as Total Energies, Acwa Power, and Masdar are planned.

This will fully ensure Kazakhstan's electricity needs by 2030 and allow for energy exports to neighboring countries on a larger scale. The construction of new gas-fired power plants is planned in the cities of Kyzylorda, Shymkent, Taraz, Aktau, Atyrau, and Aktobe [5-6].

Under these conditions, it is important to ensure monitoring and control over the implementation of investment programs by regional electric grid companies, as well as coordination of their activities. In order to implement tasks and projects in the field of RES, in 2024, the Law of the Republic of Kazakhstan "On Amendments and Additions to Certain Legislative Acts of the Republic of Kazakhstan on Issues of Supporting the Use of Renewable Energy Sources and Electricity" was adopted. This law aims to further improve mechanisms for supporting and developing the energy sector [7].

In particular, owners of small-scale RES (with a capacity of no more than 200 kilowatts) have been granted the right to use electricity and/or thermal energy generated by such facilities for their own needs and sell surplus electricity to energy supply organizations. Surplus electricity will be purchased by the energy supply organization at a maximum price (without differentiation by consumer groups), set by the Committee for the Regulation of Natural Monopolies under the Ministry of National Economy, along with a number of other measures. In the context of decarbonization and the transition to cleaner energy sources, nuclear energy (which will be the subject of another article) plays a key role in reducing the country's dependence on coal and natural gas.

Nuclear energy provides stable base-load electricity generation, which helps compensate for the intermittency of renewable energy sources. A sociological study conducted by the author of this article in 2020, titled "Innovative Behavior of Companies in Kazakhstan's Electric Power Industry," revealed the inefficiency of the existing innovation model of companies in Kazakhstan's electric power industry. Managerial decisions were found to focus on purchasing equipment and technology abroad, relying solely on internal capabilities, insufficient funding, weak cooperation with key elements of the national innovation system, and ineffective innovation management [8].

The study demonstrated that company leaders are familiar with most methods of managing innovative development but tend to use the simplest management approaches, such as compliance with technical regulations and standards, as well as employee development programs.

However, only 47% of respondents reported using knowledge management methods—a key element of innovation management. Significantly less frequently, energy companies in the country acquired new technologies (reported by 15% of respondents).

It is important to look at best global practices, organize the work of in-house research centers and independent scientific laboratories, support university research, conduct joint studies with other companies, and so on. Of great scientific and practical interest is the experience of the transnational energy group IBERDROLA, which ranks among the top five largest energy companies in the world and is a global leader in wind energy production. Iberdrola has developed and implemented systems of innovation management, innovation incentives, and knowledge management.

The latter, for example, involves creating value and fostering a culture of continuous transformation, mechanisms for internal knowledge communication to disseminate innovative knowledge and experience, intellectual and property rights management, and innovation process management. The innovation management system includes a monitoring system and technological searches that can identify opportunities and needs for innovation in processes or services, thereby anticipating technological changes in the market [9].

Attention is drawn to ongoing global scientific developments in the transmission of electricity through magnetic and other ultrasonic waves. While such methods are currently very expensive and complex—characteristic of most innovations—over time, with the adoption of technologies, their application becomes more accessible and less costly [10]. Russian scientists have developed an innovative algorithm for managing electrical grids, which will allow for more economical resource consumption and more efficient electricity distribution [11].

The prospects for innovative activity in Kazakhstan's energy sector will require a shift in priorities from quantitative to higher-quality indicators of electricity production. For instance, it is crucial for Kazakhstan to promote the widespread development of digitalization, which can reduce the cost of electricity through automated diagnostics and identification of problematic "points" or "zones" across the entire system of generation, transmission, and distribution. It can also help prevent potential accidents, significantly reduce losses in electrical networks, update technologies, optimize production processes, and enhance the efficiency of production and business operations.

CONCLUSION. The era of the hydrocarbon-based global economy is gradually giving way to a new period where societal life will be based on renewable energy sources, digital and nanotechnologies, and

the total automation of production in the electric power industry. Transitioning from the extraction and use of hydrocarbon resources to the utilization of unlimited reserves of renewable energy sources can be considered an optimal solution for addressing global energy challenges in a more economical and environmentally friendly manner.

During this period of significant change, almost all countries will face complex tasks related to energy security, though the nature of these challenges may vary depending on the region and available resources. Despite having substantial hydrocarbon reserves, Kazakhstan recognizes the need to transform its existing electric power industry from traditional to "green," as evidenced by recently adopted legislative acts. However, the country's electric power sector still exhibits low innovation activity, reliance on internal capabilities, insufficient funding, weak cooperation with key

elements of the national innovation system, a focus on purchasing equipment abroad, and ineffective innovation management. In this context, it is crucial for Kazakhstan to unite the potential of all participants in innovation activities (government bodies at all levels, business structures, research universities, innovation clusters, etc.) to assess the effectiveness of innovation activities in the industry and the country as a whole.

Based on a thorough analysis, it is necessary to identify the full range of internal innovation capabilities and determine ways to overcome difficulties and obstacles present in Kazakhstan's economy, including the electric power industry. Ensuring flexible management of the electric power industry can become a source of competitive advantage for both individual companies and the industry as a whole.

REFERENCES:

- 1 Tokayev, K.K. (2024, September). Message "Fair Kazakhstan: law and order, economic growth, public optimism". <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-spravedlivyy-kazahstan-zakon-i-poryadok-ekonomicheskiy-rost-obshchestvennyy-optimizm-285014>
- 2 World Intellectual Property Organization. (2024). *Global Innovation Index 2023*. https://www.wipo.int/global_innovation_index/ru/index.html.
- 3 World Intellectual Property Organization. (2018). *Global Innovation Index 2017*. www.globalinnovationindex.org
- 4 Tokayev, Zh. (2023). *Evolution of Renewable Energy Promotion in Kazakhstan – Achievements and Lessons Learned. According to the SECCA*. Sustainable Energy Connectivity in Central Asia, project report.
- 5 Bekbosyn, T. (2024, June 6). *17 trillion tenge to be invested in improving Kazakhstan's energy sector*. Forbes.kz. <https://forbes.kz/articles/17-trln-tenge-hotyat-vlozhit-v-uluchshenie-energetiki-kazahstana-f3033a>.
- 6 Official information resource Prime Minister of the Republic of Kazakhstan. (2024, January 16). *Kazakhstan will be fully self-sufficient in electricity due to the introduction of new capacities*. <https://primeminister.kz/ru/news/kazahstan-budet-polnostyu-obespechivat-sebya-elektroenergiey-za-schet-vvoda-novykh-moshchnostey-26972>
- 7 Official website of the President of the Republic of Kazakhstan. (2024, June 19). *The head of the state signed a law of the Republic of Kazakhstan on making changes and additions to certain legislative acts of the Republic of Kazakhstan on issues of supporting the use of renewable energy sources and electricity*. <https://www.akorda.kz>
- 8 Iskakova, D. E. (2019). Modern technological and managerial innovative trends in energy: world experience and Kazakhstan. *Bulletin of the National Engineering Academy of the Republic of Kazakhstan*, 2 (72),130-136.
- 9 Ermakova, E. A., & Filksel, E. A. (2011). Organization of innovation processes - best practices. *Innovations*,12 (158), 37-44.
- 10 Kural, A. et al. (2011). Wireless power transmission using ultrasonic guided waves. *Journal of Physics: Conference Series*, 305 012088.
- 11 Berbner, J. (2017, April 30). *How innovations are transforming the raw materials sector*. https://forbes.kz/process/energetics/kak_innovatsii_preobrajajut_syirevoy_sektor/

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Iskakova Deyanira* - PhD in Innovation Management, Project Manager, JSC «Kazakhstan Temirzholy», Astana, Republic of Kazakhstan

E-mail: deyanira.iskakova@gmail.com

Esmagambetov Elaman - 3rd year Student, Astana IT University, Astana, Republic of Kazakhstan

E-mail: elaman070205@mail.ru

Искакова Деянира Ерланқызы* - инновациялық менеджмент бойынша PhD, «Қазақстан темір жолы» АҚ, Астана қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: deyanira.iskakova@gmail.com

Есмағамбетов Еламан Жасуланұлы - 3 курс студенті, Astana IT University, Астана қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: elaman070205@mail.ru

Искакова Деянира Ерлановна* - PhD в инновационном менеджменте, проектный менеджер, АО «Казakhstan темір жолы», г. Астана, Республика Казахстан

E-mail: deyanira.iskakova@gmail.com

Есмағамбетов Еламан Жасуланович - студент 3 курса, Astana IT University, г. Астана, Республика Казахстан

E-mail: elaman070205@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН ҮШІН «ЖАСЫЛ» ЭКОНОМИКАНЫҢ БАСЫМДЫҚТАРЫ

ЖАГЫПАРОВА А.О.¹

экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор

МУХИЯЕВА Д.М.¹

инновациялық менеджмент бойынша PhD

СЕМБИЕВА Л.М.¹

экономика ғылымдарының докторы, профессор

¹Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан Республикасы

АНДАТПА. Өсіп келе жатқан климаттық сын-қатерлер мен жаһандық экономикалық өзгерістер жағдайында Қазақстан орнықты дамудың халықаралық стандарттарына сәйкес өз экономикасын белсенді түрде өзгертуде. Мақалада жаңартылатын энергия көздерін, экологиялық таза технологияларды, тұрақты ауыл шаруашылығын дамытуды және су ресурстарын басқаруды жақсартуды қоса алғанда, «жасыл» экономикаға көшудің негізгі бағыттары қарастырылған.

Талдау шеңберінде Қазақстан экономикасын жаңғыртудағы, бизнестің әлеуметтік жауапкершілігін арттырудағы және экологиялық стандарттарды жақсартудағы ESG рөліне назар аударылады. Зерттеу көрсеткендей, «жасыл» экономикаға көшу тек технологиялық өзгерістерді ғана емес, сонымен қатар корпоративтік басқару мен мемлекеттік саясатты қайта құруды қажет етеді. Мақала ESG қағидаттары негізінде елдің тұрақты дамуына қол жеткізу үшін мемлекеттің, бизнестің және қоғамның бірлескен күш-жігерінің маңыздылығын көрсетеді.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: жасыл экономика, жасыл облигациялар, ESG, инвестиция, ЖЭК.

PRIORITIES OF THE «GREEN» ECONOMY FOR KAZAKHSTAN

ZHAGYPAROVA A.O.¹

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

MUKHIYAYEVA D.M.¹

PhD in Innovation Management

SEMBIYEVA L.M.¹

Doctor of Economic Sciences, Professor

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. In the face of growing climate challenges and global economic changes, Kazakhstan is actively changing its economy in accordance with international standards of sustainable development. The article discusses the main directions of the transition to a «green» economy, including renewable energy sources, environmentally friendly technologies, the development of sustainable agriculture and improved water management. As part of the analysis, attention was paid to the role of ESG in modernizing the economy of Kazakhstan, increasing business social responsibility and improving environmental standards. The study showed that the transition to a «green» economy requires not only technological changes, but also a reorganization of corporate governance and public policy. The article emphasizes the importance of joint efforts of the state, business and society to achieve sustainable development of the country based on the principles of ESG.

KEYWORDS: green economy, green bonds, ESG, investments, renewable energy.

ПРИОРИТЕТЫ «ЗЕЛЕННОЙ» ЭКОНОМИКИ ДЛЯ КАЗАХСТАНА

ЖАГЫПАРОВА А.О.¹

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

МУХИЯЕВА Д.М.¹

PhD в инновационном менеджменте

СЕМБИЕВА Л.М.¹

доктор экономических наук, профессор

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. В условиях растущих климатических вызовов и глобальных экономических изменений Казахстан активно меняет свою экономику в соответствии с международными стандартами устойчивого развития. В статье рассматриваются основные направления перехода к «зеленой» экономике, включая возобновляемые источники энергии, экологически чистые технологии, развитие устойчивого сельского хозяйства и улучшение управления водными ресурсами.

В рамках анализа было уделено внимание роли ESG в модернизации экономики Казахстана, повышении социальной ответственности бизнеса и улучшении экологических стандартов. Исследование показало, что переход к «зеленой» экономике требует не только технологических изменений, но и реорганизации корпоративного управления и государственной политики. В статье подчеркивается важность совместных усилий государства, бизнеса и общества для достижения устойчивого развития страны на основе принципов ESG.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: зеленая экономика, зеленые облигации, ESG, инвестиции, ВИЭ.

КІРІСПЕ. Соңғы бірнеше онжылдықта экономикалық даму тез қарқынмен жүрді, адамның өмір сүру сапасының стандарттары жақсарды, демографиялық өсу қарқыны жеделдеді, бұл табиғи ресурстардың сарқылуына әкелді. Бүгінгі таңда өнеркәсіптік экономикалық өсуден болатын экологиялық шығындарға байланысты әлемнің көптеген елдері тұрақты дамудың әртүрлі тұжырымдамаларына, әсіресе «жасыл» экономика моделін қолдануға көшуде.

«Жасыл» экономикаға ауысу барынша үлкен танымалдыққа ие болып келеді және ауқымды қызығушылық тудырады. «Жасыл» экономика бірінші кезекте экономикалық прогреске жағдай жасайды және келесілерді қамтамасыз етеді:

- ішкі жалпы өнімнің өсімі;
- елдің табыстарын ұлғайту;
- елдегі жұмыссыздық көрсеткіштерін азайта отырып, жаңа жұмыс орындарын құру.

Жасыл қаржы – бұл экологиялық таза, энергия тиімді және төмен көміртекті жобаларды іске асыруға бағытталған инвестициялар және басқа да қаржы құралдары. Жасыл қаржыландырудың негізгі құралдары-жасыл облигациялар, жеңілдетілген несиелер, жасыл жобаларға субсидиялар және басқалар.

Көрсетілген қаржы құралдары жасыл жобалардың дамуына мүмкіндік береді, бұл стандартты қаржы жағдайларында мүмкін емес. Бұл жерде «жасыл» экономикаға ауысу климаттың өзгеруі, пайдалы қазбалардың сарқылуы және су ресурстарының тапшылығы сияқты жаһандық қауіптен тәуекелдерді төмендетеді.

ЗЕРТТЕУ МАТЕРИАЛДАРЫ МЕН ӘДІСТЕРІ.

Зерттеу үшін «Қазақстанның жасыл экономикаға көшу тұжырымдамасы» [1], жаңартылатын энергетика мен тұрақты ауыл шаруашылығын дамытудың мемлекеттік бағдарламалары си-

яқты ресми құжаттар пайдаланылды. Жасыл экономика және орнықты даму жөніндегі ғылыми жарияланымдар, Қазақстанның статистикалық деректері (ЖІӨ, жасыл технологияларға инвестициялар) талданды.

Зерттеу мақсаттарына қол жеткізу үшін Қазақстанның жасыл экономикаға көшудегі тәжірибесін дамушы және дамыған елдердің тәжірибесімен салыстыруды қамтитын салыстырмалы талдау әдісі қолданылды.

НӘТИЖЕЛЕР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ТАЛҚЫЛАУ.

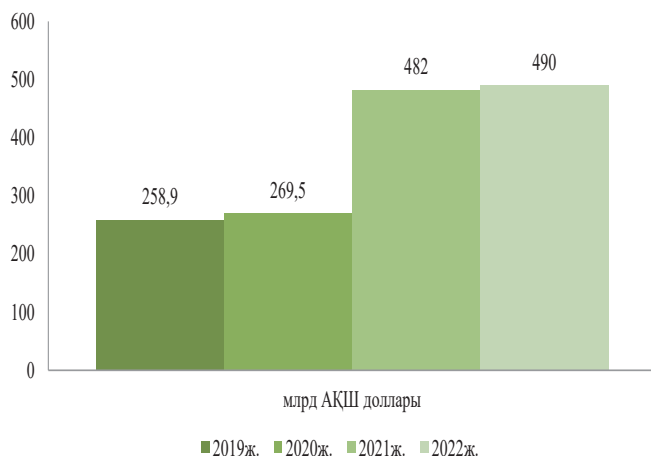
«Жасыл» экономиканы дамыту бағдарламасы аясында Қазақстан экономиканың 10 шешуші секторына құралдарды инвестициялауды жоспарлайды: ауыл шаруашылығы; тұрғын үй-коммуналдық шаруашылығы; энергетика; балық аулау; орман шаруашылығы; өнеркәсіп; туризм; көлік; қалдықтарды кәдеге жарату және қайта өңдеу; су қорларын басқару.

Жасыл кредиттер – ESG тұрақты даму тұжырымдамасының (environmental, social, governance – компаниялардың қоршаған ортаға әсері, олардың әлеуметтік жауапкершілігі, корпоративтік басқару сапасы) бір бөлігі. Әлемдік ауқымда ESG қаржыландыру көздері айтарлықтай өсуді көрсетеді.

«Жасыл» қаржыландырудың негізгі құралдарының бірі – «жасыл» облигациялар. Олар жоғары мамандандырылған, сондықтан олардың бағасы тартымды [2].

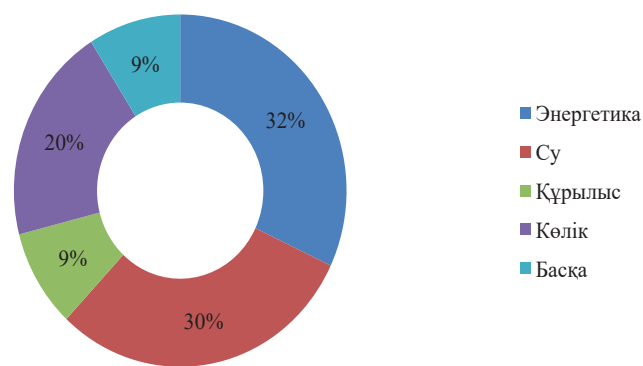
«Жасыл» облигациялар – бұл тарату ортасы тек «жасыл жобаларды» қаржыландыру үшін пайдаланылатын қарыз құралдарының әртүрлілігі [3].

Әлемдік тәжірибеде облигацияларды шығару арқылы «жасыл» жобаларды қаржыландыру айтарлықтай кең таралған. 2020 жылдың қаңтар-желтоқсан айларында «жасыл» облига-



Сурет 1 - Әлемдік нарықта шығарылған «жасыл» облигациялар көлемі

Ескерту – Әлемдік «жасыл» қаржы нарығы [5] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды



Сурет 2 - «Жасыл» инвестициялардың құрылымы

Ескерту – Әлемдік «жасыл» қаржы нарығы [5] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды

циялар шығарылымы 269,5 млрд АҚШ долларын құрады. Жалпы, 2021 жылы өндіріс көлемі 178,8% - ға артып, 482 млрд. АҚШ долларын құрады.

2022 жылы Қытай әлемдегі ең ірі «жасыл» облигациялар эмитенті болды [4]. Екінші орынды Германия иеленді, ол бірінші жартыжылдықта 30 миллиард доллардан аз жасыл облигациялар шығарды. Сонымен қатар, Жапониямен бірге Қытай да «жасыл өтпелі» облигациялардың негізгі эмитенті болды.

Соңғы бес жылда «жасыл» облигациялар шығарылымы өсуде, бұл осы нарықтың жоғары даму қарқынын көрсетеді. «Жасыл» бондтарды шығару бағыттары бойынша ең үлкен үлесті энергетика, Құрылыс және көлік алады.

Қаржыландырудың бұл түріне сұраныс төмен тәуекелді облигациялар мен экологияның сақталуына инвестиция салуға деген ұмтылыс арқылы инвесторлар портфелін әртараптандыруға байланысты. АҚШ, Қытай, Франция, Германия және Нидерланды сияқты елдерде «жасыл» облигациялардың ең көп таралған шығарылымы байқалады.

2013 жылы Қазақстан 2050 жылға қарай жасыл ел болу жоспарын жасады. Бұл олардың қоршаған ортаға қамқорлық жасағысы келетінін және таза технологияны қолданғысы келетінін білдіреді. Бұл жобаларды төлеуге көмектесу үшін ЕҚДБ және ЕДБ сияқты халықаралық топтардан ақша алады. Бұл әлемнің түкпір-түкпірінен келген банктер Жерді қорғайтын жобаларды төлеуге көмектесетін басқа елдердің істеп жатқанына ұқсас.

Егер жасыл облигациялар туралы айтатын болсақ, қазіргі уақытта инвесторлар ұзақ мерзімді инвесторлар үшін энергетика жеткілікті қызықты болғанына қарамастан, ЖЭК жобаларын қаржыландыру үшін бұл құралды пайдаланбайды. Ал

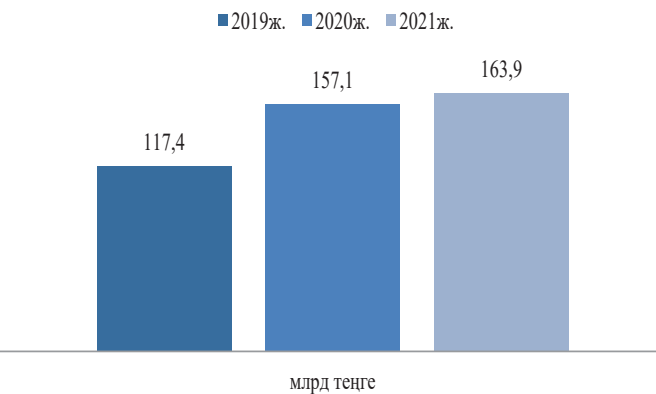
Қазақстан оларды қолайлы заңнамамен және осындай жобаларды құрылымдау бойынша құралдардың болуымен тартады.

«Жасыл» қаржы құралдары – бұл адамдар мен бизнеске таза энергия сияқты қоршаған ортаға пайдалы жобаларға инвестиция салуға көмектесетін арнайы құралдар. Бұл құралдар ақша нарығы үшін маңызды, мұнда адамдар ақшаға қатысты заттарды сатып алады және сатады. Басқа елдердің көптеген инвесторлары бұл «жасыл» инвестицияларға қызығушылық танытады, өйткені Батыс Еуропа, Солтүстік Америка және Оңтүстік-Шығыс Азия сияқты елдер планетаға қамқорлық жасауда үлкен жұмыс атқаруда. Сондықтан қаржыға көмектесетін топ болып табылатын AIFC уақыт өте келе «жасыл» қаржыландыруды қолдау және дамыту үшін көп жұмыс істейді.

АХҚО жасыл қаржы орталығы 2018 жылғы 1 маусымда Қазақстан мен Орталық Азия өңірінде жасыл қаржыны дамыту және ілгерілету үшін құрылды. Орталық әлеуетті эмитенттерге, инвесторлар мен нарық ойыншыларына АХҚО биржасында жасыл облигацияларды шығаруға дайындық мәселесі бойынша алғашқы көмек көрсетеді.

АХҚО жасыл қаржы орталығы эмитенттердің жасыл облигацияларға міндетті сыртқы шолуды ұсынуға байланысты шығыстарын жабады [6].

Қазақстан «жасыл» қаржыландыру бастамаларын қолға алды. 2020 жылдың тамыз айының басында «Даму» қоры БҰҰДБ-мен келісім бойынша 36 айлық мерзіммен 200 миллион теңгеге жасыл купондық облигациялар шығарды. Бұл биржаның «жасыл облигациялар» ережелерін ұстанатын бағалы қағаздардың алғашқы листингі және Қазақстанда «жасыл облигациялар» шығарылымының алғашқы шығарылымы болды. Жи-



Сурет 3 - Қоршаған ортаны қорғауға бағытталған инвестициялар

Ескерту – ҚР ҰЭМ СК [7] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды

налған қаражат екінші деңгейдегі банктер мен микроқаржы ұйымдарына бөлінеді, содан кейін олар «Даму» қорының «жасыл облигациялар» стратегиясына сәйкес жаңартылатын энергия көздері бойынша шағын жобаларды жүзеге асыратын шағын және орта бизнеске несие береді.

Сондай-ақ, 2020 жылы Азия Даму Банкі KASE-де \$32 млн мөлшерінде жасыл облигациялар орналастырды.

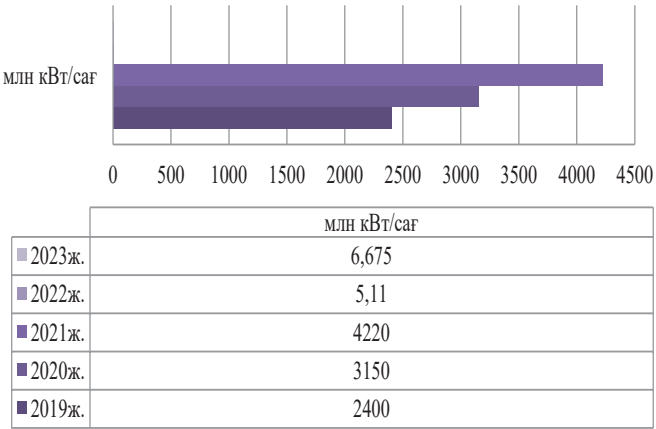
Қазақстанда «жасыл» қаржыландыру белсенді дамуда: қоршаған ортаны қорғауға бағытталған инвестициялар сомасы бір жылда 33,8% - ға ұлғайды.

2021 жылдың қаңтар–желтоқсан айларында қоршаған ортаны қорғауға бағытталған инвестициялар 4,3% - ға, 163,9 млрд теңгеге дейін өсті. Салыстыру үшін: 2020 жылдың ұқсас кезеңінде сектордағы инвестициялар 157,1 млрд теңгені құрады, оған қоса бір жыл ішінде 33,8% - ды құрады. Бұл қаражат атмосфераға ластаушы заттардың шығарылуымен, ластаушы заттарды кәдеге жаратумен және т. б. байланысты мәселелерді шешуге бағытталған.

Жақында Қазақстанда ЖЭК саласына инвестициялар тартудың жаңа мүмкіндігі пайда болды. Қаржыландырудың балама көзі – «жасыл» облигациялар шығару. Енді инвесторларды тарта отырып, «жасыл» облигацияларды шығаруды және орналастыруды АХҚО базасында жүзеге асыруға болады. Ол үшін АХҚО биржасы — Astana International Exchange AIX барлық қажетті инфрақұрылымға ие.

Қазақстанда ESG-қаржыландыру нарығы белсенді дамып келеді, компанияларды қолдаудың жаңа қаржы құралдары мен тетіктері пайда болуда. 2022 жылдың шілдесінде Қазақстан Президенті Қ.Тоқаев 2021 жылы Қазақстанда тұрақты қаржыландыру нарығының көлемі 500 есеге өсіп, \$250 млн-нан асты деп мәлімдеді.

АХҚО жасыл қаржы орталығының деректері



Сурет 4 - ЖЭК объектілері өндіретін электр энергиясының көлемі

Ескерту – Қазақстан Республикасы Энергетика министрлігі [8] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды

бойынша Қазақстанда жалпы сомасы 6,62 млн теңгеге 3 ірі жасыл несие берілген:

- 2021 жылдың қыркүйегінде Еуразиялық Даму Банкі (ЕАДБ) және «Батыс транзит» АҚ Атырау қаласында көше жарықтандыру желілерін салу мен пайдалануды қаржыландыру үшін \$ 9,6 млн несие шартына қол қойды;

- 2021 жылдың қараша айында Қазақстанның Даму Банкі \$35,3 млн несие бөлді (мақсаты мен алушысы белгісіз);

- 2021 жылдың желтоқсанында Halyk Bank Жезқазған қаласында биоэлектростанция салуға Kaz Green Energy компаниясына \$ 16,5 млн несие берді [6].

Қазақстан Республикасының «жасыл» экономикаға көшуі жөніндегі тұжырымдама шеңберінде негізгі стратегиялық міндеттердің бірі электр энергиясының баламалы көздерінің үлесін 2030 жылға қарай 30% - ға және 2050 жылға қарай 50% - ға жеткізу болып табылады. Осы мақсаттарға қол жеткізу үшін қаржыландыру көлемін, оның ішінде инвестициялар тарту арқылы ұлғайту қажет. Әзірге ЖЭК жобалары қаржыландыру көздерінің шектеулі және айтарлықтай тар шеңберіне ие.

Елімізде жаңартылатын энергия көздері нарығын дамытудың айтарлықтай өсуі оң сәттердің бірі болып табылады. Қазақстанда 2022 жылдың басындағы деректер бойынша жалпы белгіленген қуаты 2010 МВт болатын жаңартылатын энергия көздерінің (ЖЭК) 134 объектісі жұмыс істейді. Осы объектілердің электр энергиясын өндіру көлемі (күн электр станциялары (СЭС), жел электр станциялары (ЖЭС), биогаз станциялары (БГС), шағын СЭС) 2021 жылы 4 220,3 млн. кВтс құрады.

Қазақстан 2060 жылға қарай көміртегі бейтараптығына қол жеткізуді мақсат етіп отыр. 2020 жылға қарай ел жаңартылатын көздерден энергия өндірудің 3% - на және электр энер-

гиясын өндірудің 4% - на қол жеткізіп, өзінің алғашқы аралық мақсатына жетті. Қазіргі уақытта Қазақстанның энергетика саласы ең алдымен көмірмен жұмыс істейтін электр станцияларына сүйенеді.

Банк секторы үшін жасыл қаржыландыруға кіру банктік қызметтерді цифрландырумен салыстырылатын жаһандық қадам болып табылады.

2021 жылдың шілдесінде ЕҚДБ Мен Центркредит Банкі бизнес пен тұрғын үйлерді экологиялық таза материалдармен және ресурстарды үнемдейтін технологиялармен энергияны үнемдейтін жаңартуды қаржыландыруға бағытталған 20 миллион долларлық «жасыл экономика» несие желісін құрды. Осы жаңа технологиялар мен материалдарды енгізуді ынталандыру үшін арнайы өтемақы ұсынылатын болады. Бұған энергияны үнемдейтін модернизациялау жобалары үшін әрбір несие сомасының 10-15%-ын қамтамасыз ететін ақшаны қайтару немесе несие қаражаты есебінен инвестициялық ынталандыру кіреді.

Қазіргі уақытта ЦКБ кредит беруге әлі кіріскен жоқ. Қызметкерлерді оқыту және кредиттік рәсімдерді пысықтау жүргізіледі. Бірақ, банктен хабарлағандай, қарыз алушы үшін соңғы мөлшерлеме 14% - дан аспайды. Қарыз алушы «Бизнесінің жол картасы – 2025» бағдарламасына қосымша қатысқан жағдайда мөлшерлеме 6% - ды құрайды. Верификациялаумен (кредиттелетін жобаның кредиттеудің жасыл стандарттарына сәйкестігін тексерумен) GEFF өкілдері айналысады. Клиент үшін рәсім толығымен тегін болады.

GEFF – ЕҚДБ-ның жасыл технологияларға қолжетімділікті арттыру мақсатында Қазақстанның жасыл экономикасын қаржыландыруға бағытталған пилоттық бастамасы. Жоба 2020 жылдың қыркүйегінен бастап жүзеге асырылуда және 2023 жылдың мамырына дейін аяқталды.

2019 жыл	
90 объект	1050,1 МВт
2020 жыл	
115 объект	1634,7 МВт
2021 жыл	
134 объект	2010 МВт
2022 жыл	
130 объект	2400 МВт
2023 жыл	
147 объект	2500 МВт

Сурет 5 - Қазақстандағы ЖЭК объектілерінің саны
Ескерту – Қазақстан Республикасы Энергетика министрлігі [8] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды

2020 жылдың қазан айында ЕҚДБ GEFF бағдарламасы бойынша KMF микроқаржы компаниясына 55 миллион теңге несие берді.

Қазақстанда «жасыл» экономиканы (GEFF) қаржыландырудың пилоттық жобасы азаматтарға өз үйлеріндегі жайлылықты жақсарту үшін, ал кәсіпорындарға жоғары өнімді технологиялар мен практикалар есебінен олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін қаржыландыруды, консультациялар мен гранттарды қамтиды.

GEFF бағдарламасы жасыл технологияларға инвестицияны қаржыландыруды қамтамасыз ету арқылы осы көшуді қолдайды, яғни:

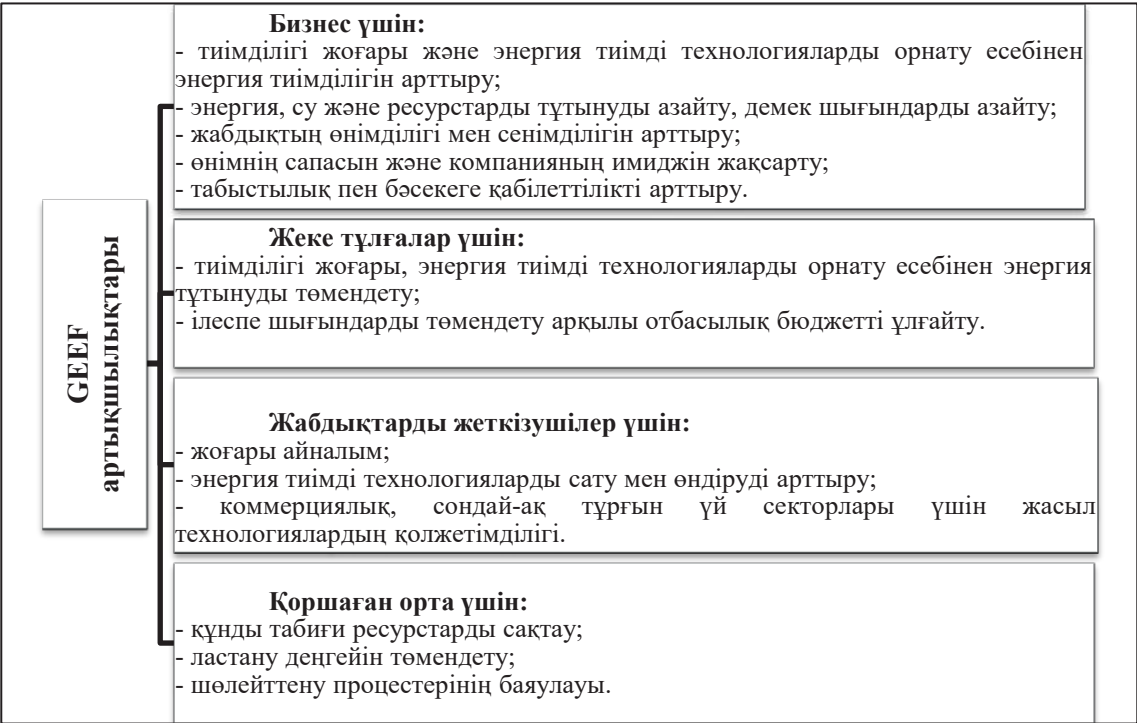
- Энергияны барынша азайтатын технологиялар;
- Жаңартылатын көздерден энергия өндіретін технологиялар;
- Су ресурстарын қорғау технологиялары.

Қазақстанда GEFF-ті инженерлер, қоршаған ортаны қорғау саласындағы сарапшылар, қаржы және маркетинг мамандары кіретін арнайы кеңесшілер тобы қолдайды. Бұл команда серіктес банктер мен олардың клиенттеріне «жасыл» жобалардың өмірлік циклі бойына жоғары деңгейлі технологияларды пайдалана отырып, тікелей қолдау мен кеңес беруді ұсынады. Серіктес банктер мен олардың клиенттеріне көрсетілетін техникалық қолдау ақысыз [9].

GEFF келісімі бойынша ЕҚДБ жергілікті қатысушы қаржы институттарына жеке қарыз алушыларды қаржыландыру үшін несие береді. Қаражат ЕҚДБ-ның «Жасыл экономикаға» көшу бағдарламасына, парниктік газдар шығарындыларын азайту және энергия тиімділігін арттыруға арналған кешенді стратегияға сәйкес климатқа теріс әсерді барынша азайтатын жобаларды инвестициялауға жұмсалады.

Қазақстандық реттеуші қаржы секторының әлемдік жасыл капитал нарығына кіруін жеделдетуге тырысуда. ҚР ҚНРДА жасыл облигацияларды тіркеу ережелерін әзірледі. Құжат Эмитенттің ESG қағидаттарына сәйкестігі туралы ақпаратты ашуын көздейді. Сонымен қатар, реттеуші Әлеуметтік және басқа да тұрақты облигацияларды еркін шығару және айналысқа шығару үшін заңнамаға түзетулер дайындады. Түзетулер ағымдағы жылдың қыркүйек айында қабылданды деп күтілуде. 2021 жылдың қаңтарында жаңа экологиялық кодекс қабылданды, онда Климаттық күн тәртібі бойынша жаңалықтар кеңейтілді. Атап айтқанда, жасыл жобалар мен жасыл қаржыландыруды таксономия (бірыңғай жіктеу жүйесі) ұғымы берілді.

ҚОРЫТЫНДЫ. Қазіргі уақытта «жасыл» қаржыландыру экономиканы дамытудың құрылымдық және технологиялық жаңғыртуға ықпал ететін жалпыәлемдік басым үрдісі болып табылады. «Жасыл» қаржыландырудың өсуі ESG



Сурет 6 - GEEF бағдарламасының артықшылықтары
Ескерту – GEEF [9] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды

қағидаттарына үдемелі көшуді көздейді.

Қазақстанның «жасыл» экономикаға көшуі орнықты дамудың жаһандық күн тәртібінің ажырамас бөлігі болып табылады және оны табысты іске асыру экономикалық, әлеуметтік және экологиялық салалардағы кешенді өзгерістерге байланысты. Бизнесінің әлеуметтік жауапкершілігін арттыруға және экологиялық стандарттарды жақсартуға ықпал ететін ESG қағидаттарының интеграциясы ерекше маңызға ие, бұл өз кезегінде Қазақстанның әлемдік аренадағы ұзақ мерзімді бәсекеге қабілеттілігін нығайтады.

Алға қойылған мақсаттарға қол жеткізу үшін мемлекеттің, бизнестің және қоғамның елдің тұрақты дамуы үшін қолайлы жағдайлар жасауға бағытталған белсенді ынтымақтастығы маңызды.

«Жасыл экономикаға» көшу жақын арада келесі қағидаттарға негізделуі тиіс:

- 1.Инвестициялардың тиімділігін бағалау үшін тұрақты нормативтік база мен стандарттар құру;
- 2.Мемлекеттік қолдау шараларын дамыту (мысалы, «жасыл» жобаларды субсидиялау) [10];
- 3.неғұрлым тиімді технологияларды пайдаланатырып , экономиканы жаңғырту;
- 4.ресурстарды тиімді пайдалану жөніндегі іс-шаралардың инвестициялық тартымдығын қамтамасыз ету;
- 5.рентабельді іс-шараларды іске асыру;
- 6.бизнес пен халық арасында оқыту және экологиялық мәдениетті қалыптастыру.
- Осылайша, Қазақстанда «жасыл» қаржыландыруды дамыту мүмкіндіктері кеңейуде, бұл өнеркәсіптің «жасыл» салаларының әлеуетін кеңейтуге, технологиялық инновацияларға жәрдемдесуге, бизнес пен қаржы индустриясы үшін өсудің жаңа жағдайларын жасауға мүмкіндік береді.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1 Қазақстан Республикасының «жасыл экономикаға» көшуі жөніндегі тұжырымдама туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2013 жылғы 30 мамырдағы № 577 Жарлығы [Электрондық ресурc]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1300000577/> (жүгіну күні 08.2024).

2 Крылова, Л.В. Новые направления использования инструментов зеленого финансирования как фактор развития рынка / Л.В. Крылова, А.А. Прудникова, Н.В. Сергеева // Экономика. Налоги. Право. – 2023. - Т.15, № 5. - С.90-100.

3 Стельмах, В.Д. Мировой рынок «зеленых» облигаций и перспективы его развития / В.Д. Стельмах, Н.В. Сергеева // Мировая экономика и мировые финансы. - 2023. - Т. 2, № 4. - С. 25-30. DOI: 10.24412/2949-6454-2023-0270

4 China:value of issued green bonds in the United States in 2022 [Электрондық ресурc]. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1293799/largest-issuers-of-green-bonds-in-usa/> (жүгіну күні 08.2024).

- 5 Әлемдік «жасыл» қаржы нарығына шолу [Электрондық ресурс]. – URL: <https://infragreen.ru/news/135043/> (жүгіну күні 08.2024).
- 6 АХҚО ресми сайты [Электрондық ресурс]. – URL: <https://aifc.kz/kz/green-finance/> (жүгіну күні 08.2024).
- 7 ҚР ҰЭМ СК ресми сайты [Электрондық ресурс]. – URL: <https://stat.gov.kz/> (жүгіну күні 08.2024).
- 8 Қазақстан Республикасы Энергетика министрлігінің ресми сайты [Электрондық ресурс]. – URL: <https://www.gov.kz/> (жүгіну күні 08.2024).
- 9 Қазақстан Республикасындағы GEEF бағдарламасының ресми сайты [Электрондық ресурс]. – URL: <https://ebrdgeff.com/kazakhstan/ru/the-facility/> (жүгіну күні 08.2024).
- 10 The Green Bond Principles. URL: <https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/2021-updates/Green-Bond-Principles-June-2021-140621.pdf> (date of access: 08.2024).

REFERENCES:

- 1 Kazakhstan Respublikasynyn «zhasyly ekonomikaga» koshui zhonindegi tuzhyrymdama turaly Kazakstan Respublikasy Prezidentinin 2013 zhylygy 30 mamyrdayy № 577 Zharlygy. [Decree of the president of the Republic of Kazakhstan dated May 30, 2013 No. 577 on the concept of transition of the Republic of Kazakhstan to a «green economy»]. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/U1300000577/>
- 2 Krylova, L.V., Prudnikova, A.A., & Sergeeva, N.V. (2023). Novye napravleniya ispol'zovaniya instrumentov zelenogo finansirovaniya kak faktor razvitiya rynka. *Ekonomika. Nalogi. Pravo*, 15(5), 90-100.
- 3 Stelmakh, V.D., & Sergeeva, N.V. (2023). The global green bond market and prospects for its development. *World Economy and World Finance*, 2(4), 25-30. DOI: 10.24412/2949-6454-2023-0270
- 4 China: value of issued green bonds in the United States in 2022. <https://www.statista.com/statistics/1293799/largest-issuers-of-green-bonds-in-usa/>
- 5 Alemdik «zhasyly» karghy narygyna sholu. [Overview of the Global «Green» financial market]. <https://infragreen.ru/news/135043/>
- 6 АНҚО ресми сайты. [AIFC official website]. <https://aifc.kz/kz/green-finance/>
- 7 КР ҰЭМ СК ресми сайты. [Official website of the SC MNE RK]. <https://stat.gov.kz/>
- 8 Kazakstan Respublikasy Energetika ministriginin resmi sajty. [Official website of the Ministry of energy of the Republic of Kazakhstan]. <https://www.gov.kz/>
- 9 Kazakstan Respublikasyndagy GEEF bagdarlamasynyn resmi sajty. [Official website of the GEEF program in the Republic of Kazakhstan]. <https://ebrdgeff.com/kazakhstan/ru/the-facility/>
- 10 The Green Bond Principles. <https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/2021-updates/Green-Bond-Principles-June-2021-140621.pdf>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Жағыпарова Аида Орынтаевна* – экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, экономика факультетінің деканы, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: zhagyparova.aida@mail.ru

Мухияева Динара Мухтаржановна – инновациялық менеджмент бойынша PhD, «Менеджмент» кафедрасының меңгерушісі, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: dinara_muhiyeva@mail.ru

Сембиева Ляззат Мыктыбековна – экономика ғылымдарының докторы, профессор, "Мемлекеттік аудит" кафедрасының меңгерушісі, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: sembiyeva@mail.ru

Zhagyparova Aida* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Dean of the Faculty of Economics, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan

E-mail: zhagyparova.aida@mail.ru

Mukhiyayeva Dinara – PhD in Innovation Management, Head of the Department of Management, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan

E-mail: dinara_muhiyeva@mail.ru

Sembiyeva Lyazzat – Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of State Audit, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Republic of Kazakhstan

E-mail: sembiyeva@mail.ru

Жағыпарова Аида Орынтаевна* – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, декан факультета экономики, Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, г. Астана, Республика Казахстан

E-mail: zhagyparova.aida@mail.ru

Мухияева Динара Мухтаржановна – PhD в инновационном менеджменте, заведующий кафедрой «Менеджмент», Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, г. Астана, Республика Казахстан

E-mail: dinara_muhiyeva@mail.ru

Сембиева Ляззат Мыктыбековна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Государственный аудит», Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, г. Астана, Республика Казахстан

E-mail: sembiyeva@mail.ru

INTERNET TRADING IN STRATEGIC MANAGEMENT

AMANZHOL B.A.¹

Master Student

MIRZALIYEVA S.S.^{*1}

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

BISWAS S.²

PhD in Operations Management, Assistant Professor

¹Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²Indian Institute of Management Udaipur, Udaipur, Republic of India

ABSTRACT. This study explores the strategic role of internet trading in the operations of Hawaii Miami Aquapark & SPA, a leading entertainment destination in Almaty, Kazakhstan. As digital platforms continue to reshape consumer behavior and business operations, the research aims to evaluate how internet trading contributes to revenue growth, customer engagement, and overall strategic management within the aquapark, with a specific focus on the impact of online sales channels, the effectiveness of social media marketing, and the purchasing patterns of visitors. To address these objectives, a mixed-methods approach was applied, combining the analysis of financial data from 2021 to 2024 with insights from a survey of 5,000 customers regarding purchasing behavior, visit frequency, and preferred marketing channels, alongside an evaluation of product-level website sales in 2024 to identify the most popular ticket categories and areas for potential growth. The findings reveal a steady increase in online sales, reflecting a growing customer preference for digital transactions, with Instagram emerging as the most influential platform for attracting and engaging customers, particularly among younger audiences. While full-day tickets accounted for the highest revenue, certain products, such as evening passes, demonstrated lower demand, pointing to opportunities for targeted promotions and pricing strategies. Based on these insights, the study provides practical recommendations to enhance digital marketing efforts, diversify product offerings, and strengthen the aquapark's internet trading strategy to support sustainable business growth.

KEYWORDS: internet trading, strategic management, digital marketing, e-commerce, revenue trends, customer engagement.

СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАСҚАРУДАҒЫ ИНТЕРНЕТ-САУДА

АМАНЖОЛ Б.Ә.¹

магистрант

МИРЗАЛИЕВА С.С.^{*1}

экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор

БИСВАС С.²

операциялық менеджмент бойынша PhD, ассистент профессор

¹Нархоз Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

²Удайпур Үндістан Менеджмент Институты, Удайпур қ., Үндістан Республикасы

АНДАТПА. Бұл зерттеуде Алматы қаласындағы жетекші ойын-сауық орындарының бірі болып табылатын Hawaii Miami Aquapark & SPA қызметіндегі интернет-сауданың стратегиялық рөлі қарастырылады. Цифрлық платформалардың тұтынушылардың мінез-құлқы мен бизнес үдерістеріне әсері артып келе жатқан жағдайда, зерттеудің мақсаты – интернет-сауданың аквапарктің кірісін арттыруға, клиенттердің тартылуы мен жалпы стратегиялық басқаруына қосатын үлесін бағалау, сондай-ақ онлайн сату арналарының әсерін, әлеуметтік желідегі маркетингтің тиімділігін және келушілердің сатып алу үрдістерін талдау. Осы мақсаттарға қол жеткізу үшін зерттеуде 2021–2024 жылдар аралығындағы қаржылық деректерді талдау, 5000 клиент арасында жүргізілген сауалнама нәтижелері бойынша олардың сатып алу дағдыларын, келу жиілігін және маркетингтік арналарға деген көзқарастарын зерттеу, сондай-ақ 2024 жылғы веб-сайт арқылы сатылған билеттердің санаттарын бағалау арқылы танымал өнімдерді анықтау және даму әлеуетін айқындау тәсілдері қолданылды. Зерттеу нәтижелері интернет-сауданың тұрақты өсімін көрсетіп, тұтынушылардың цифрлық транзакцияларға деген сұранысының артып келе жатқанын дәлелдейді, ал Instagram платформасы, әсіресе жастар арасында, клиенттерді тарту

мен олармен өзара әрекеттесу үшін ең тиімді құрал ретінде танылды. Толық күнге арналған билеттер ең көп кіріс әкелгенімен, кейбір өнімдер, мысалы, кешкі жүзу билеттері, төмен сұраныспен ерекшеленді, бұл мақсатты жарнамалық акциялар мен баға стратегияларын жетілдіру мүмкіндігін көрсетеді. Алынған нәтижелер негізінде аквапарктың интернет-сауда стратегиясын күшейту, өнім түрлерін әртараптандыру және цифрлық маркетингті жетілдіру арқылы тұрақты дамуын қамтамасыз етуге бағытталған практикалық ұсыныстар әзірленді.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: интернет-сауда, стратегиялық басқару, цифрлық маркетинг, электрондық коммерция, кіріс динамикасы, тұтынушылармен өзара әрекеттестік.

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ

АМАНЖОЛ Б.А.¹

магистрант

МИРЗАЛИЕВА С.С.^{*1}

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

БИСВАС С.²

PhD в области операционного менеджмента, ассистент профессор

¹Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

²Индийский Институт Менеджмента Удайпур, г. Удайпур, Республика Индия

АННОТАЦИЯ. В данном исследовании рассматривается стратегическая роль интернет-торговли в деятельности Hawaii Miami Aquapark & SPA — одного из ведущих развлекательных комплексов Алматы, Казахстан. В условиях активного влияния цифровых платформ на поведение потребителей и бизнес-процессы целью работы является оценка вклада интернет-торговли в рост доходов, повышение вовлеченности клиентов и общее стратегическое управление аквапарком, с акцентом на влияние онлайн-каналов продаж, эффективность маркетинга в социальных сетях и особенности покупательского поведения посетителей. Для достижения этих целей применен смешанный методологический подход, включающий анализ финансовых данных за период с 2021 по 2024 годы, результаты опроса 5000 клиентов об их покупательских привычках, частоте посещений и предпочтительных каналах маркетинга, а также оценку продаж различных категорий билетов через сайт аквапарка в 2024 году для выявления наиболее популярных продуктов и перспектив роста. Результаты исследования показывают устойчивый рост онлайн-продаж, что отражает растущие предпочтения клиентов в пользу цифровых транзакций, при этом Instagram стал самой эффективной платформой для привлечения и взаимодействия с аудиторией, особенно среди молодых посетителей. Несмотря на то, что наибольшую выручку принесли билеты на целый день, некоторые продукты, такие как вечерние абонементы, показали низкий спрос, что указывает на потенциал для проведения целевых акций и корректировки ценовой политики. На основе полученных данных разработаны практические рекомендации по усилению цифровых маркетинговых мероприятий, диверсификации продуктовой линейки и укреплению стратегии интернет-торговли аквапарка для обеспечения его устойчивого развития.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: интернет-торговля, стратегическое управление, цифровой маркетинг, электронная коммерция, тенденции доходов, вовлеченность клиентов.

INTRODUCTION. Over the past decade, digital technology has significantly transformed the way businesses operate, with internet trading becoming an essential part of strategic management. More and more companies are shifting their focus to online platforms, using them not only to expand their customer base but also to improve efficiency and build stronger relationships with their audience [1]. E-commerce has quickly moved from being a competitive advantage to a necessity, pushing businesses to rethink traditional strategies and embrace digital solutions to stay relevant in an increasingly online marketplace [2].

In this context, strategic management plays a key role in helping companies adapt to these rapid changes. By using digital tools and online sales

channels, businesses can make smarter decisions based on customer data, improve their pricing models, and create marketing strategies tailored to specific audiences [3]. These adjustments allow companies to stay ahead of the competition, offering more personalized experiences, improving service delivery, and using real-time analytics to guide their actions [4].

Industries like hospitality and entertainment have been especially impacted by this digital shift. Today, customers expect easy online booking options, personalized offers, and smooth digital interactions as part of their overall experience [5]. As a result, many businesses in these sectors have introduced mobile apps, online ticketing, and AI-driven recommendations to meet growing expectations [6]. Targeted digital marketing and audience

segmentation have also become crucial, helping companies design campaigns that speak directly to the interests of different customer groups [7].

Social media has become one of the most effective tools for businesses looking to connect with their customers. Platforms like Instagram, Facebook, and TikTok allow companies to reach large audiences, share engaging content, and encourage direct interaction with their brand [8]. Studies have shown that businesses that use social media well often see stronger customer loyalty, higher trust levels, and increased sales through online platforms [9, 10]. These platforms create opportunities for real-time feedback, user-generated content, and personalized engagement, which all contribute to building lasting relationships with customers [11].

At the same time, internet trading comes with its own set of challenges. Companies must be prepared to manage cybersecurity risks, protect customer data, and keep up with constant changes in technology and regulations [1]. To succeed in such a dynamic environment, businesses need to stay flexible and continuously refine their strategies to meet evolving customer needs [2]. Despite these challenges, the benefits of internet trading—such as wider market reach, reduced costs, and more personalized marketing—make it an essential part of modern strategic management [4].

Hawaii Miami Aquapark & SPA in Almaty, Kazakhstan, offers a good example of how a business in the entertainment industry can successfully apply internet trading as part of its strategy. By developing online sales channels, launching special promotions, and building customer loyalty programs, the aquapark has worked to create a seamless digital experience for its guests. Understanding how these digital efforts affects revenue, customer behaviour, and marketing effectiveness is key to shaping future strategies and ensuring long-term success.

This study focuses on the role of internet trading in the strategic management of Hawaii Miami Aquapark & SPA. Specifically, it aims to answer the following questions: (i) How has internet trading affected the aquapark's revenue growth and sales distribution? (ii) What factors influence customers' decisions to buy tickets online? (iii) How effective are digital marketing channels, such as social media, in attracting and keeping customers? (iv) What strategic steps can the aquapark take to strengthen its online presence and achieve sustainable growth?

By exploring these questions, this research not only provides insights into the digital transformation of the entertainment industry but also offers practical recommendations for businesses seeking to improve their online sales and digital strategies.

MATERIALS AND METHODS OF RESEARCH.

This study adopts a comprehensive research approach, integrating quantitative financial analysis

with qualitative survey insights to examine the impact of internet trading on strategic management at Hawaii Miami Aquapark & SPA. The methodology explores key factors such as revenue trends, customer behaviour patterns, and online product sales performance to assess the effectiveness of the company's digital sales strategies.

Research Methodology. This study utilizes a combination of comparative analysis, statistical evaluation, and primary data collection to examine the impact of internet trading. Key primary data sources include financial records from 2021 to 2024, website sales data by product for 2024, and survey responses from 5,000 customers. These datasets offer a comprehensive view of internet trading trends, revenue distribution shifts, and customer engagement with digital sales platforms. To complement these findings, secondary sources such as industry reports, regulatory policies, and market performance data were analyzed, providing a broader contextual framework for interpretation.

Data Collection and Analysis. Financial data was obtained from company records and divided into cash desk sales and website sales. A year-over-year revenue comparison was conducted to assess the growth rate of online sales versus offline transactions. Additionally, website sales in 2024 by product category were analyzed to determine the most profitable offerings and the distribution of revenue across different ticket types. This analysis offered valuable insights into consumer demand for specific products, seasonal sales fluctuations, and the overall effectiveness of pricing strategies.

The survey aimed to examine customer purchasing behaviour, interaction with online sales platforms, and overall satisfaction with digital transactions. The questionnaire included sections on demographics, visit frequency, purchasing preferences, social media usage, and the effectiveness of marketing efforts. Responses were analyzed using statistical software to identify customer segments, evaluate the relationship between online engagement and purchasing behaviour, and measure the impact of various digital marketing strategies.

Scope and Limitations. This study examines financial data from 2021 to 2024, providing insights into short-term trends in internet trading. However, it does not capture long-term industry shifts beyond this period. The survey was conducted exclusively among existing customers, excluding potential visitors who have not interacted with the aquapark's online platform, which may introduce sampling bias. Additionally, while the 2024 website sales data by product offers a detailed view of product performance, external factors such as shifts in consumer preferences, technological advancements, and economic conditions were not directly analyzed, though they remain important influences on digital sales.

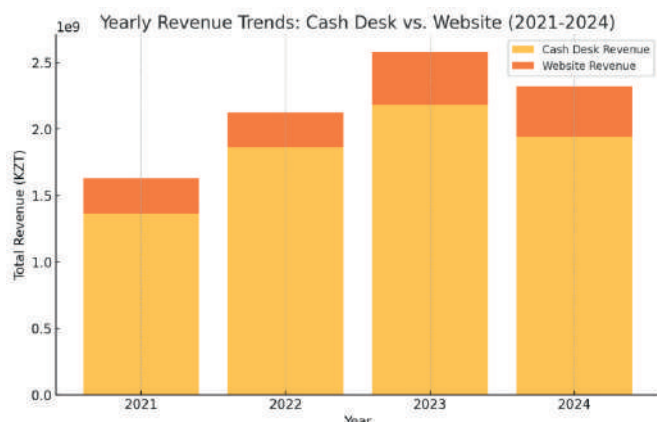


Figure 1 – Website Revenue vs. Cash Desk Revenue

Ethical Considerations. All survey participants were informed about the study's objectives and provided their consent voluntarily. To ensure privacy, customer data was anonymized, and financial records were managed with strict confidentiality. The study adhered to ethical research guidelines to maintain accuracy and integrity in analyzing the role of internet trading in strategic management at Hawaii Miami Aquapark & SPA.

RESULTS AND THEIR DISCUSSIONS.

1. Revenue Trends (2021–2024)

The financial analysis of Hawaii Miami Aquapark & SPA from 2021 to 2024 shows a consistent rise in online revenue, indicating a significant shift toward digital sales. During this period, website sales increased by 42.55%, while cash desk revenue fluctuated, suggesting a growing preference for online transactions among consumers. This shift aligns with broader industry trends, where digital platforms enhance accessibility, simplify transactions, and offer personalized customer engagement [1].

The data indicates that while total revenue grew each year, the share of online sales increased significantly, reflecting a shift in consumer purchasing behaviour. In 2021, website sales made up only a small portion of total revenue, but by 2024, they had become the primary revenue stream, surpassing traditional in-person transactions. This trend underscores the role of digital transformation in ensuring long-term financial growth and suggests that future revenue expansion will depend on sustained investments in internet trading capabilities.

Growth in Website Revenue vs. Cash Desk Revenue.

A comparative analysis of cash desk and website sales reveals key insights into consumer adoption of online purchases. While cash desk revenue demonstrated seasonal peaks and valleys, website revenue exhibited more consistent growth patterns, with fewer declines during off-peak months. This stability in online revenue suggests that customers are increasingly pre-booking tickets through the website rather than relying on walk-in purchases.

Further analysis of the revenue breakdown reveals that cash desk sales continue to dominate in certain segments, particularly among first-time visitors, whereas returning customers are more likely to purchase tickets online. This pattern aligns with research indicating that repeat customers prefer digital platforms for faster, more convenient transactions [5]. Given that 79% of surveyed visitors were repeat customers, it is likely that the continued expansion of internet trading will further reduce the reliance on offline sales in the coming years.

Seasonal Variations in Online Sales. The revenue data highlights distinct seasonal trends, particularly in website sales, which peaked in July—the height of the summer tourism season. This suggests that online ticket purchases increase during high-demand periods, as customers seek to secure bookings in advance to avoid long queues or ticket unavailability. This pattern is consistent with findings in the broader entertainment and tourism industry, where pre-booking behaviour increases during peak travel seasons [6].

In contrast, April recorded the lowest online sales, coinciding with an off-peak tourism period in Almaty. This seasonal decline presents an opportunity for targeted digital marketing strategies to drive sales during low-demand months. Implementing discounted promotions, time-sensitive offers, and bundled packages could encourage more online ticket purchases and help mitigate seasonal revenue fluctuations.

An analysis of monthly revenue growth rates shows that while cash desk revenue varies significantly throughout the year, website sales exhibit greater stability, with gradual but consistent growth over time. This stability reflects the resilience of digital sales channels, as online customers typically plan their visits in advance. In contrast, cash desk transactions are more influenced by external factors, such as weather conditions and last-minute changes in visitor plans.

Implications for Revenue Optimization. The findings indicate that Hawaii Miami Aquapark & SPA has successfully leveraged internet trading to increase total revenue, but further strategic enhancements could optimize seasonal revenue fluctuations. The current sales data suggests that digital engagement is strongest during peak seasons, but there is an opportunity to expand online purchasing behaviours year-round. By enhancing promotional campaigns during off-peak months and integrating dynamic pricing models that adjust ticket prices based on demand, the aquapark can improve overall revenue consistency.

A deeper analysis of customer segments indicates that new visitors tend to favour cash desk transactions, whereas returning guests show a stronger preference for online bookings. This pattern suggests that first-time visitors may benefit from increased digital

outreach efforts to encourage them to shift toward online pre-booking. Strategies such as automated follow-up marketing, including email reminders, retargeting ads, and exclusive online discounts for new customers, could further boost website transactions and enhance digital adoption.

Overall, the growth in website revenue and seasonal variations in digital sales highlight a strong shift toward internet trading, but there are opportunities for further strategic refinement to maximize revenue potential during low seasons and encourage broader adoption of online purchasing behaviours.

2. Website Sales Performance (2024)

The product sales analysis for 2024 provides detailed insights into customer preferences, purchasing behaviour, and the distribution of online revenue across different ticket categories. The findings reveal that a few high-performing products account for the majority of sales, while certain ticket types remain underutilized. This disparity presents opportunities for strategic adjustments in pricing, marketing, and product bundling to improve overall sales distribution and maximize revenue potential.

Best-Selling Products and Revenue Contribution. The Aquapark Adult Ticket was the best-selling product, contributing 31% of total revenue and representing a substantial portion of website sales. Its popularity suggests that visitors favour full-day access, likely due to the greater value it provides compared to shorter-duration options. This trend aligns with broader consumer behaviour in the entertainment industry, where guests often prefer comprehensive experience packages over time-restricted alternatives [5].

Additionally, family-oriented packages and bundled tickets showed moderate sales performance, indicating demand from group visitors but also revealing an opportunity for further optimization. Considering that a large proportion of surveyed customers reported visiting with family, increasing the promotion of bundled family tickets could lead to higher adoption rates. Enhancing the visibility of group discounts on digital marketing platforms and introducing seasonal family offers may further drive sales in this segment.

A key takeaway from the revenue distribution analysis is that 55.48% of total website revenue was generated by the top two ticket categories. While this concentration suggests strong customer preference, it also presents a risk in revenue diversification. Relying too heavily on a few ticket types could make overall sales vulnerable to demand fluctuations in those categories. Expanding the appeal of mid-tier and underperforming products will be critical in reducing revenue dependency on a narrow selection of offerings.

Underperforming Ticket Categories and Potential Improvements. The Aquapark Evening Swimming Ticket had the lowest sales performance, generating

significantly less revenue than daytime options. Several factors may have contributed to its limited demand:

- **Limited Consumer Demand for Evening Visits** – The survey results indicate that most customers prefer daytime activities, aligning with general consumer behaviour in water-based entertainment venues [6]. The lack of natural daylight in the evening hours, along with potential safety concerns, may contribute to the lower demand for nighttime experiences.

- **Operational Constraints** – Reduced availability of facilities and attractions in the evening may lead customers to perceive less value in these tickets compared to full-day or morning options. Additionally, limited food and beverage services or restricted access to certain rides could further diminish the appeal of evening sessions.

- **Ineffective Marketing for Evening Packages** – The marketing efforts for evening tickets appear to have low reach and engagement, as suggested by the lack of demand. Unlike full-day and family tickets, which receive significant digital promotions, evening tickets may not be sufficiently marketed to target audiences who might benefit from off-peak pricing and lower crowd levels.

Given these factors, several strategies can be implemented to improve the performance of underutilized ticket categories:

- **Repositioning the Evening Ticket as a Premium Experience** – Instead of treating it as a discounted option, the evening ticket could be rebranded as a luxury or exclusive offering, with added benefits such as private cabana rentals, VIP access to specific attractions, or themed entertainment. Studies suggest that exclusive experiences drive consumer interest, particularly among high-spending segments [12].

- **Enhancing Digital Promotion Efforts** – The aquapark could utilize targeted digital ads focused on working professionals, couples, or younger adults who may prefer evening leisure activities over morning visits. Introducing flash sales or limited-time evening promotions on platforms such as Instagram and Facebook may increase awareness and trial

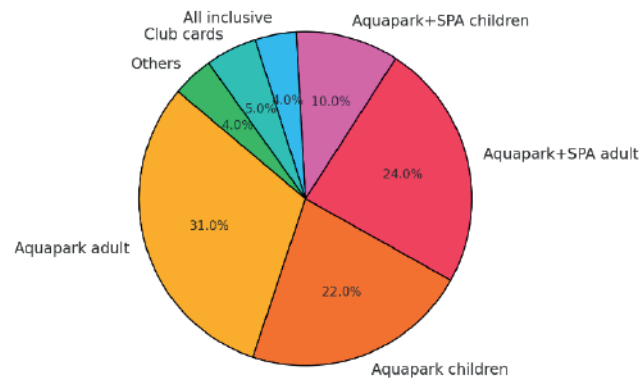


Figure 2 – Website Sales Distribution by Product (2024)

adoption.

- **Bundling Evening Tickets with Other Services** – Offering dining packages, spa services, or nighttime events in combination with evening tickets could make the product more appealing. By integrating additional value, the evening ticket could attract new customers who may not have initially considered a late-hour visit.

Implications for Revenue Optimization. The performance discrepancies across ticket categories reveal opportunities for strategic pricing, product differentiation, and marketing adjustments. While best-selling products continue to drive substantial online revenue, reliance on a few core offerings presents a revenue risk that should be mitigated through diversification and strategic promotion of underperforming segments.

Implementing a dynamic pricing model that adjusts rates based on demand and booking time could help optimize ticket sales across various categories. Offering lower prices during off-peak evening hours, paired with value-added promotions, may incentivize more customers to purchase underutilized ticket options.

Examining consumer feedback on the online purchasing experience may reveal whether low-performing tickets are affected by visibility issues on the website. Redesigning the user interface to better showcase underutilized options—such as placing evening tickets alongside popular daytime choices or offering incentives for cross-category purchases—could help increase conversion rates.

The 2024 website sales analysis highlights the importance of product diversification, demand-driven marketing, and flexible pricing strategies in maximizing digital revenue at Hawaii Miami Aquapark & SPA. By adopting these strategic refinements, the business can further leverage internet trading advantages and strengthen its competitive position in the online marketplace.

3. Survey Insights (2024)

The customer survey, conducted with 5,000 respondents, offers valuable insights into visitor behaviour, digital engagement, and the impact of online marketing strategies. The findings help evaluate customer loyalty, visit frequency, and digital purchasing trends, providing strategic guidance to enhance Hawaii Miami Aquapark & SPA's internet trading approach.

Customer Visit Frequency and Loyalty Trends. Survey results show that 79% of visitors were repeat customers, demonstrating strong brand loyalty and retention. This high percentage suggests that the aquapark has successfully positioned itself as a preferred entertainment destination. However, the most common visit frequency was one to two times per year, indicating that while customers remain loyal, their engagement is relatively infrequent. This trend aligns with research in the entertainment and leisure

industry, where seasonal and event-driven attractions attract repeat visitors but often struggle with high-frequency engagement [5].

The low visit frequency presents an opportunity for strategic intervention. Implementing customer loyalty programs, annual membership packages, or discounted return-visit incentives could encourage more frequent attendance. For instance, a subscription-based entry model offering multiple visits per season could provide additional value to repeat customers while generating a steady revenue stream. Additionally, targeted email marketing campaigns reminding past visitors about new attractions, exclusive promotions, and upcoming events may help maintain engagement throughout the year.

While repeat visitation is high, 21% of customers were first-time visitors, indicating that customer acquisition remains an ongoing priority. Marketing efforts must balance retention strategies for existing customers with engagement campaigns designed to attract new visitors. First-time visitors may require additional digital engagement tactics, such as first-visit discounts, referral bonuses, and promotional content tailored to new audiences.

Most Effective Marketing Channels. The survey also explored how customers first discovered Hawaii Miami Aquapark & SPA, revealing the increasing significance of digital marketing. A large portion of respondents indicated that they learned about the aquapark through social media platforms, particularly Instagram. This finding further highlights the effectiveness of digital marketing strategies in driving customer acquisition and enhancing brand awareness.

Conversely, outdoor advertising, such as billboards and print media, had minimal impact on attracting new visitors. This trend aligns with broader consumer behaviour shifts, where social media and online search engines have surpassed traditional advertising methods in influencing purchase decisions [8]. Given this finding, reallocating marketing budgets from offline advertising to performance-based digital campaigns could enhance marketing efficiency and return on investment (ROI).

A deeper analysis of marketing effectiveness across customer demographics reveals significant differences among age groups. Younger customers (ages 18–34) were more influenced by Instagram and TikTok advertisements, while older visitors (ages 35–50) relied more on direct website searches, email promotions, and word-of-mouth recommendations. These findings suggest that multi-channel marketing strategies should be customized to effectively engage different audience segments:

- Social media engagement (Instagram, TikTok, influencer collaborations) for younger audiences.
- Search engine optimization (SEO), email marketing, and word-of-mouth incentives for older customer segments.

While paid digital advertisements played a key role in customer acquisition, organic engagement—including user-generated content (UGC) and customer reviews—also had a significant impact. Encouraging visitors to share their experiences on social media, leave reviews, and take part in referral programs could further strengthen brand visibility and credibility.

Preferred Social Media Platforms for Engagement. The significance of social media in customer engagement is further reinforced by platform-specific usage trends among respondents. Instagram emerged as the most widely used platform, highlighting its key role in the aquapark’s digital marketing strategy. Facebook was also used by a notable portion of customers, particularly in the 35+ age demographic, while TikTok engagement was highest among younger audiences.

Despite the strong social media presence, the survey also revealed that a segment of customers does not actively engage with digital platforms. A small but notable portion of respondents reported not using social media regularly, suggesting that alternative digital outreach methods, such as email marketing, Google Ads, and loyalty app notifications, could be valuable in reaching non-social media users.

Further analysis indicates that customers who engage with the aquapark’s social media channels are more likely to make online purchases. Visitors who followed the aquapark’s Instagram page, interacted with promotional content, or participated in contests were statistically more likely to buy tickets online rather than in person. This finding underscores the importance of interactive and engaging social media content, such as:

- Live Q&A sessions with staff to provide insights on upcoming events and engage with customers in real time.
- Exclusive social media-only discounts designed to encourage online purchases and increase digital engagement.

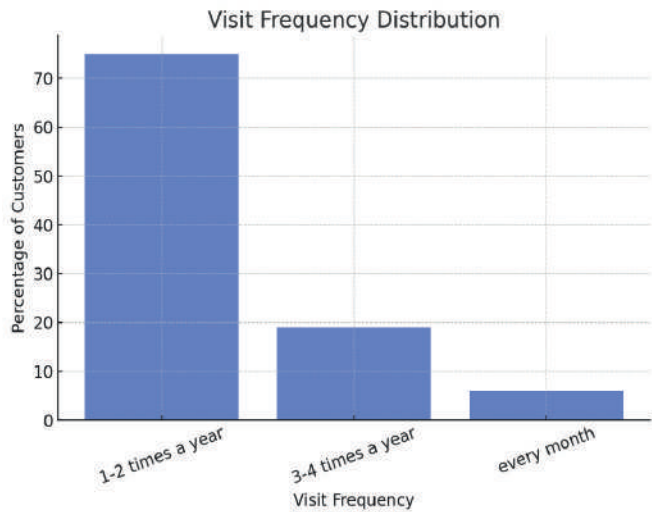


Figure 3 – Customer Visit Frequency

- User-generated content campaigns that reward customers for sharing their experiences, boosting brand visibility and credibility.

Although social media engagement is strong, the conversion of interactions into actual ticket purchases could be further optimized. Integrating shoppable posts, direct ticket purchase links, and seamless mobile payment options within social media platforms would help streamline the customer journey from engagement to transaction.

Strategic Insights and Implications. The survey findings highlight the essential role of digital engagement in shaping purchasing decisions. The growing dependence on social media and online searches for customer acquisition suggests that traditional marketing channels may be less cost-effective. Redirecting marketing efforts toward data-driven, personalized digital campaigns could enhance conversion rates and optimize marketing spending.

Although customer retention is strong, there is potential to increase visit frequency by implementing loyalty incentives, subscription-based memberships, and automated digital re-engagement strategies. The findings also emphasize the importance of targeted marketing approaches that consider audience demographics, allowing for personalized communication tailored to different customer segments.

With a strong link between social media engagement and online purchases, enhancing interactive digital content and integrating seamless purchasing options within social platforms could further boost the impact of internet trading on revenue growth. By applying these strategic insights, Hawaii Miami Aquapark & SPA can refine digital customer acquisition, strengthen visitor retention, and maximize the effectiveness of its internet trading strategies.

4. Strategic Implications

Insights from website revenue growth, product sales performance, and customer survey data reveal a clear shift in consumer behaviour toward digital sales, social media-driven engagement, and strategic pricing adjustments. To adapt to these changes, Hawaii Miami Aquapark & SPA must refine its business strategies to maximize online sales, enhance customer acquisition, and diversify revenue streams.

Shift in Consumer Behaviour towards Digital Sales. The steady increase in website revenue compared to cash desk transactions reflects a growing shift toward digital purchasing behaviour. The 42.55% rise in online sales from 2021 to 2024 confirms that digital platforms are not just a preferred purchasing channel but also a sustainable driver of revenue growth. Survey results further support this trend, as repeat visitors demonstrate a stronger preference for online bookings over in-person ticket purchases.

However, despite the increase in online sales, some first-time visitors continue to prefer cash desk purchases, indicating that not all potential customers

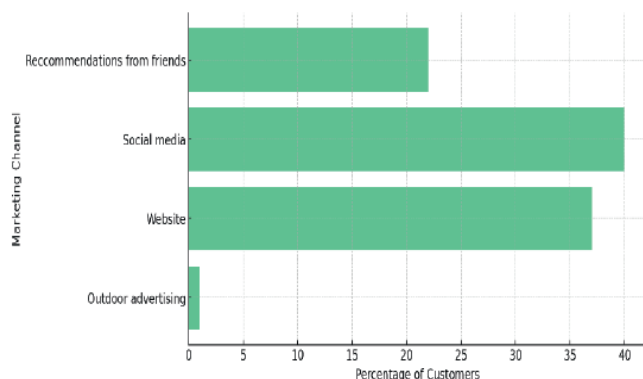


Figure 4 – Marketing channels

are fully engaged with digital platforms. Bridging this gap in digital adoption calls for targeted educational initiatives, such as:

- On-site digital promotions that encourage in-person visitors to switch to online booking for future visits.
- QR code-based ticket purchases at the entrance, allowing for a seamless transition from offline to online sales.
- Gamified digital sales incentives, where customers earn discounts or loyalty points for choosing online purchases over cash desk transactions.

The expansion of digital sales underscores the importance of a seamless omnichannel experience, where online and offline touchpoints complement each other. Incorporating personalized recommendations into the booking system, such as dynamic pricing adjustments based on demand, can further drive online adoption and enhance the overall customer experience.

Impact of Social Media Marketing on Customer Acquisition. Survey data confirms that social media serves as the most effective marketing channel, with Instagram, Facebook, and TikTok playing a key role in customer acquisition. In contrast, traditional marketing methods, such as outdoor advertising, have shown minimal impact, highlighting the need to shift resources toward data-driven digital campaigns for greater efficiency.

A key takeaway from the survey is that, despite high social media engagement, conversion rates are lower than expected. While many customers interact with content, not all follow through with ticket purchases via digital channels. This gap presents an opportunity to:

- Refine ad-retargeting strategies by leveraging website visitor data to deliver personalized follow-up ads aimed at potential buyers.
- Strengthen influencer partnerships by shifting from general promotions to performance-driven campaigns, ensuring influencers actively contribute to ticket sales.
- Integrate direct booking features within social media platforms, such as Instagram Shopping,

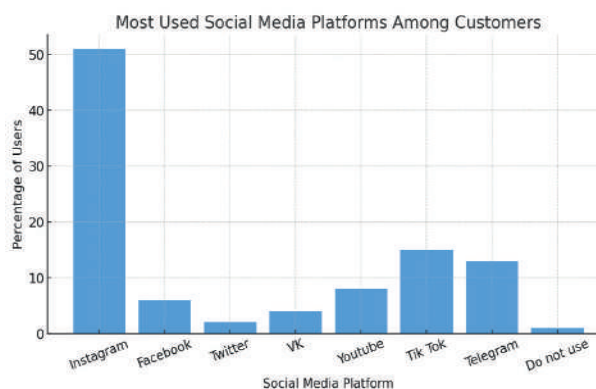


Figure 5 – Most used Social Media Platforms among customers

Facebook Checkout, and TikTok's in-app purchasing, to streamline the purchasing process.

Additionally, social proof and user-generated content are key factors in shaping purchase decisions. Encouraging visitors to leave reviews, tag the aquapark in social media posts, and participate in referral programs can foster trust and organic brand growth, ultimately enhancing customer acquisition.

Pricing and Promotion Strategies for Online Sales. A key insight from the website sales performance analysis is the heavy reliance on a few top-selling products. While high-revenue ticket categories contribute significantly to profitability, the imbalance in product performance poses a business risk. To mitigate this, implementing dynamic pricing models and targeted promotions can help distribute sales more evenly across various ticket types.

To increase sales of underperforming ticket categories, the aquapark could implement:

- Time-based pricing models that offer lower prices for off-peak and evening tickets, encouraging more purchases.
- Limited-time flash sales to create urgency and drive higher website traffic during low-demand periods.
- Bundle promotions where customers buying high-demand tickets receive exclusive discounts on lower-performing options.

Another strategic approach involves introducing tiered memberships or loyalty programs, offering frequent visitors priority booking, exclusive event access, and early-bird discounts. This strategy not only encourages repeat purchases but also strengthens long-term customer relationships, further enhancing digital engagement.

Additionally, examining competitor-pricing strategies within the regional entertainment industry can offer valuable insights into price elasticity and market expectations. This analysis enables more strategic adjustments to ticket structures, ensuring competitive and customer-driven pricing.

Future Considerations and Long-Term Digital Strategy. The growing dependence on internet trading and digital sales strategies indicates that Hawaii Miami Aquapark & SPA should prioritize long-term

investments in e-commerce optimization. In addition to immediate pricing and marketing adjustments, the aquapark could implement further digital strategies, such as:

- Creating a dedicated mobile app to improve customer convenience, integrate loyalty rewards, and deliver personalized promotions.
- Expanding payment options by incorporating digital wallets and buy-now-pay-later (BNPL) solutions to enhance conversion rates among mobile-first users.
- Implementing AI-powered chatbots for real-time customer support, boosting engagement, and providing instant assistance with booking-related queries.

By adopting these strategic refinements, Hawaii Miami Aquapark & SPA can maintain a competitive, customer-centric, and revenue-driven internet trading strategy in an ever-evolving digital landscape.

CONCLUSION.

Summary of Key Findings. This study highlights the increasing strategic significance of internet trading in the operations of Hawaii Miami Aquapark & SPA, as digital sales continue to influence customer behaviour and revenue distribution. The 2021–2024 revenue analysis revealed a 42.55% growth in online sales, with website transactions surpassing cash desk purchases as the preferred booking method. Additionally, repeat visitors showed a strong preference for online pre-booking, emphasizing the need for a seamless and engaging digital purchasing experience.

The 2024 product sales analysis showed that Aquapark Adult Tickets generated the majority of online revenue, reflecting a strong preference for full-day experiences over limited-access options. However, demand for certain ticket categories, particularly evening swimming passes, remained low, pointing to potential challenges in pricing, consumer perception, and marketing effectiveness. These findings indicate that while digital sales continue to grow, not all products benefit equally from online purchasing trends, highlighting the need for strategic adjustments in pricing and promotional efforts.

Survey insights further highlight the critical role of social media in customer acquisition, with Instagram and TikTok emerging as the most influential platforms, while traditional marketing methods, such as outdoor advertising, had minimal impact. Although social media engagement is high, conversion rates from digital interactions to ticket purchases remain an area for improvement, emphasizing the need for more precise targeting strategies and a streamlined purchasing process. Additionally, despite strong customer retention rates, visit frequency remains low, presenting an opportunity to implement loyalty programs and membership-based incentives to encourage repeat visits.

Strategic Recommendations for Improving Online Sales. Based on these findings, strategic interventions

can be implemented to boost online sales, refine pricing structures, and enhance marketing effectiveness. Expanding social media advertising efforts, particularly on Instagram and TikTok, will help strengthen brand engagement and improve conversion rates. Optimizing influencer partnerships by shifting from general brand awareness campaigns to performance-driven collaborations can further ensure that digital marketing efforts directly contribute to ticket sales. Additionally, integrating shoppable posts and in-app purchasing features within social media platforms can streamline the customer journey and drive more online transactions.

To improve product sales distribution, dynamic pricing models should be introduced to adjust ticket costs based on demand and booking time. This strategy can help incentivize off-peak purchases, particularly for underperforming ticket categories, such as evening swimming passes. Bundling strategies, where high-demand products are combined with lower-performing options, may further encourage ticket diversification and reduce over-reliance on a few best-selling products. Promotional efforts should also focus on seasonal discounts and early-bird pricing models to stimulate demand during low seasons.

Customer retention strategies should be reinforced through membership models and loyalty programs. A subscription-based entry model offering multiple visits per season can create a more predictable revenue stream while increasing customer commitment to repeat visits. A points-based loyalty system that rewards customers for online purchases, referrals, and social media interactions can further drive digital engagement. Additionally, leveraging email and SMS marketing for personalized promotions and re-engagement campaigns can help reconnect with past visitors by notifying them of upcoming events and exclusive limited-time discounts.

To improve the digital purchasing experience, exploring alternative sales channels and technology-driven solutions is essential. Developing a dedicated mobile app with seamless ticket booking, push notifications, and app-exclusive discounts can boost digital conversion rates. Enhancing website usability, particularly by simplifying the checkout process and optimizing for mobile users, can further support frictionless transactions. Additionally, integrating new payment options, such as buy-now-pay-later (BNPL) services and digital wallets, can attract a broader customer base and encourage higher-value purchases.

By adopting these strategies, Hawaii Miami Aquapark & SPA can enhance its internet trading capabilities, drive digital revenue growth, and solidify its competitive standing in the entertainment industry.

Future Research Directions. While this study offers a comprehensive analysis of internet trading trends, several areas warrant further exploration. Examining the long-term effects of digital sales strategies on

customer behaviour and revenue patterns would provide deeper insights, especially as the aquapark continues to expand its online platforms. Additionally, exploring the potential of AI-driven pricing models for real-time revenue optimization and personalized promotions presents another valuable research avenue. Comparing Hawaii Miami Aquapark & SPA's internet trading strategies with those of regional and international competitors could also yield benchmarking insights and best practices for further industry advancements.

Expanding research into untapped customer segments is equally important. Gaining a deeper understanding of the digital engagement behaviours

of non-social media users, international visitors, and infrequent customers can help refine marketing strategies and promotional efforts. Addressing these research gaps will enable future studies to offer greater insights into the evolving landscape of internet trading and customer interactions, fostering continued innovation in digital sales strategies.

This study reinforces that internet trading has evolved from an alternative revenue stream to a key driver of business success. By further enhancing digital engagement, refining pricing models, and investing in advanced e-commerce technologies, Hawaii Miami Aquapark & SPA can sustain long-term growth and strengthen its position as an industry leader in the ever-evolving digital marketplace.

REFERENCES:

- 1 Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, Technology, Society* (16th ed.). Pearson.
- 2 Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- 3 Turban, E., Pollard, C., Wood, G., & King, D. (2020). *Information Technology for Management: Advancing Sustainable, Profitable Business Growth* (12th ed.). Wiley.
- 4 Porter, M. E. (2001). Strategy and the Internet. *Harvard Business Review*, 79(3), 63-78.
- 5 Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson.
- 6 Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- 7 Gretzel, U., Sigala, M., & Li, Y. (2019). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 29(1), 1-5. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00372-1>
- 8 Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- 9 Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2021). Social media marketing and advertising. *International Journal of Information Management*, 57, 102-106. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102106>
- 10 Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- 11 Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- 12 Sigala, M. (2020). Market formation in the sharing economy: Findings and implications from the sub-economies of Airbnb. *Journal of Business Research*, 115, 366-378. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.003>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Amanzhol Bexultan – Master Student, Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

E-mail: bexultan.amanzhol@narxoz.kz

Mirzaliyeva Sanam* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Narxoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6287-182X>

E-mail: sanam.mirzaliyeva@narxoz.kz

Biswas Samir – PhD in Operations Management, Assistant Professor, Indian Institute of Management Udaipur, Udaipur, Republic of India, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9754-9259>

E-mail: samir.biswas@iimu.ac.in

Аманжол Бексұлтан Әлібиұлы – магистрант, Нархоз Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: bexultan.amanzhol@narxoz.kz

Мирзалиева Санам Суннатуллаевна* – экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Нархоз Университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6287-182X>

E-mail: sanam.mirzaliyeva@narxoz.kz

Бисвас Самир – операциялық менеджмент бойынша PhD, ассистент профессор, Удайпур Үндістан Менеджмент Институты, Удайпур қ., Үндістан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9754-9259>

E-mail: samir.biswas@iimu.ac.in

Аманжол Бексұлтан Алибиұлы – магистрант, Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан

E-mail: bexultan.amanzhol@narxoz.kz

Мирзалиева Санам Суннатуллаевна* – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Университет Нархоз, г. Алматы, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6287-182X>

E-mail: sanam.mirzaliyeva@narxoz.kz

Бисвас Самир – PhD в области операционного менеджмента, ассистент профессор, Индийский Институт Менеджмента Удайпур, г. Удайпур, Республика Индия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9754-9259>

E-mail: samir.biswas@iimu.ac.in

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОБЗОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СИНЕЙ ЭКОНОМИКИ: ВЫЗОВЫ ДЛЯ КАЗАХСТАНА

ТАГАЙБЕКОВА Н.П.¹

PhD, и.о. ассоциированного профессора

САЙМАГАМБЕТОВА Г.А.¹

кандидат экономических наук, доцент

ЕСТУРЛИЕВА А.И.¹

кандидат экономических наук, ассоциированный профессор

¹Yessenov university, г. Актау, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается международный опыт инновационного развития синей экономики и его значение для Казахстана. Анализируются успешные стратегии внедрения технологий устойчивого использования морских и прибрежных ресурсов в таких странах, как Сингапур, Норвегия, Южная Корея и государства Европейского союза. Описываются подходы к реализации концепции синей экономики, включая развитие «умных портов», возобновляемой морской энергетики, инновационных методов аквакультуры и цифровизации управления морскими ресурсами. Особое внимание уделяется текущим вызовам для Казахстана, связанным с отсутствием прямого выхода к морю и необходимостью адаптации международных практик к особенностям Каспийского региона. В заключение предлагаются рекомендации по формированию национальной стратегии синей экономики, включающей развитие прибрежной инфраструктуры, интеграцию экологически чистых технологий и привлечение международных инвестиций

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: синяя экономика, инновации, государственное и местное управление, региональная экономика, морской торговый порт, открытые инновации, устойчивое развитие.

КӨК ЭКОНОМИКАНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ДАМУЫНА ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ШОЛУ: ҚАЗАҚСТАН ҮШІН МҮМКІНДІКТЕР

ТАГАЙБЕКОВА Н.П.¹

PhD, қауымдастырылған профессор м.а.

САЙМАГАМБЕТОВА Г.А.¹

экономика ғылымдарының кандидаты, доцент

ЕСТУРЛИЕВА А.И.¹

экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор

¹Yessenov university, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы

АНДАТПА. Мақалада көк экономиканың инновациялық дамуының халықаралық тәжірибесі және оның Қазақстан үшін маңызы талқыланады. Сингапур, Норвегия, Оңтүстік Корея және Еуропалық Одақ сияқты елдерде теңіз және жағалау ресурстарын тұрақты пайдалану технологияларын енгізудің сәтті стратегиялары талданады. Көгілдір экономика концепциясын жүзеге асыру тәсілдері сипатталған, оның ішінде смарт порттарды дамыту, жаңартылатын теңіз энергиясы, акваөсірудің инновациялық әдістері және теңіз ресурстарын басқаруды цифрландыру. Теңізге тікелей шығу мүмкіндігінің жоқтығына және халықаралық тәжірибені Каспий аймағының ерекшеліктеріне бейімдеу қажеттілігіне байланысты Қазақстан үшін қазіргі мүмкіндіктерге ерекше назар аударылады. Қорытындылай келе, ұлттық көк экономика стратегиясын қалыптастыру, соның ішінде жағалау инфрақұрылымын дамыту, экологиялық таза технологияларды біріктіру және халықаралық инвестицияларды тарту бойынша ұсыныстар ұсынылады.

ТҮЙІН СӨЗДЕР: көк экономика, инновация, мемлекеттік және жергілікті басқару, аймақтық экономика, теңіз сауда порты, ашық инновация, тұрақты даму.

INTERNATIONAL REVIEW OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE BLUE ECONOMY: CHALLENGES FOR KAZAKHSTAN

TAGAIBEKOVA N.P.¹

PhD, Acting Associate Professor

SAIMAGAMBETOVA G.A.¹

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

YESTURLIEVA A.A.¹

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

¹Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT. The article examines international experience in innovative development of the blue economy and its significance for Kazakhstan. It analyzes successful strategies for the implementation of technologies for the sustainable use of marine and coastal resources in countries such as Singapore, Norway, South Korea and the European Union. It describes approaches to the implementation of the blue economy concept, including the development of smart ports, renewable marine energy, innovative aquaculture methods and digitalization of marine resource management. Particular attention is paid to the current challenges for Kazakhstan associated with the lack of direct access to the sea and the need to adapt international practices to the specifics of the Caspian region. In conclusion, recommendations are offered for the formation of a national blue economy strategy, including the development of coastal infrastructure, the integration of environmentally friendly technologies and the attraction of international investment.

KEYWORDS: blue economy, innovation, state and local government, regional economy, sea trade port, open innovation, sustainable development.

ВВЕДЕНИЕ. Развитие экономики Каспийского моря представляет собой важную стратегическую задачу для стран прикаспийского региона, учитывая уникальные природные и экономические ресурсы этой акватории. В последние десятилетия концепция синей экономики стала ключевым направлением устойчивого экономического развития, направленным на рациональное использование морских и водных ресурсов. Синяя экономика предполагает внедрение инновационных подходов, ориентированных на поддержку экономического роста, улучшение качества жизни прибрежных сообществ и сохранение морских экосистем [1].

Каспийское море, являясь крупнейшим в мире замкнутым водоемом, обладает значительным экономическим потенциалом благодаря богатым запасам нефти и газа, разнообразию биологических ресурсов и удобному географическому расположению для развития морской логистики и торговли. Также является уникальной и хрупкой экосистемой, сталкивающейся с экологическими вызовами, такими как загрязнение, чрезмерный вылов рыбы и деградация среды обитания.

В глобальном масштабе концепция синей экономики продвигается как путь к устойчивому развитию, которое включает в себя ответственное использование океанов, морей и морских ресурсов. Казахстан должен соответствовать мировым тенденциям и интегрировать инновационные технологии и передовые практики

для повышения устойчивости своих инициатив в области голубой экономики.

Цели устойчивого развития (ЦУР): Проект согласуется с несколькими ЦУР, такими как Цель 14 (сохранение морских экосистем), Цель 7 (доступная и чистая энергия) и Цель 8 (достойная работа и экономический рост), что способствует выполнению Казахстаном программы развития ООН [2].

Однако регион сталкивается с многочисленными экологическими и социальными проблемами, такими как деградация морских экосистем, изменение климата и недостаточное развитие инфраструктуры. Эти вызовы требуют применения инновационных стратегий и механизмов, которые смогут обеспечить баланс между экономическим ростом и сохранением природных ресурсов.

Цель данной статьи — изучить возможности и перспективы инновационного развития экономики Каспийского моря в контексте синей экономики, выявить ключевые факторы, влияющие на её становление, и предложить эффективные механизмы управления для устойчивого использования морских ресурсов. Введение инновационных технологий и передовых методов управления может способствовать развитию таких секторов, как возобновляемая энергетика, морская логистика, аквакультура и туризм, что в свою очередь станет основой для экономической диверсификации и повышения конкурентоспособности региона на международной

арене.

В рамках исследования анализируются опыт других прибрежных регионов, глобальные тенденции и стратегии устойчивого развития, что позволяет выделить наиболее успешные модели и адаптировать их к специфическим условиям Каспийского региона. Таким образом, статья направлена на разработку целостного подхода к инновационному развитию синей экономики, который учитывает как экологические, так и социально-экономические аспекты, обеспечивая долгосрочную устойчивость региона.

Национальные стратегии Казахстана, включая Стратегию "Казахстан-2050", акцентируют внимание на устойчивом развитии, инновациях и развитии новых отраслей. Государственные политики, способствующие развитию секторов голубой экономики (например, судоходство, рыболовство и чистая энергия), являются критическими для успеха проекта [3].

Развитие синей экономики требует сильного научного потенциала в области морских наук, инженерии и охраны окружающей среды. Создание академических партнерств с исследовательскими институтами и университетами будет необходимо для разработки инновационных решений и передачи знаний. Для поддержки реализации проектов синей экономики необходимо сосредоточиться на развитии человеческого капитала путем подготовки местных специалистов в областях, связанных с морским управлением, устойчивыми технологиями и морской инженерией. Особенно в объектах таких как морской порт в секторе синей экономики, где необходимо развитие практик открытой инновации для преодоления административных и ресурсных ограничений [4]. Использование социальных медиа в организациях-резидентах синей экономики имеет значительное прямое влияние на доверие, сетевые связи и общее видение как составляющие социального капитала, что в свою очередь косвенно влияет на передачу знаний и производительность, способствуя также развитию открытых инноваций [5].

Таким образом, исследование анализирует, как развитие синей экономики может минимизировать деградацию окружающей среды, одновременно способствуя экономическому росту, что критически важно для сохранения биоразнообразия и здоровья Каспийского моря. Акцент проекта на соблюдении международных экологических соглашений и разработке новых методов управления экосистемами является новаторским в контексте существующей экологической политики Казахстана [7-15].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Исследование основано на анализе междуна-

родного опыта инновационного развития синей экономики в различных странах и регионах, таких как Европейский союз, Сингапур, Южная Корея и страны Скандинавии. Основными источниками данных послужили научные публикации, статистические отчеты, стратегические документы международных организаций (ООН, Всемирный банк, OECD), а также национальные программы развития морской и прибрежной экономики. В работе использованы как первичные, так и вторичные источники информации, что позволило провести детальный сравнительный анализ и выявить ключевые инновационные стратегии и технологические решения.

Для оценки текущего состояния и перспектив Казахстана использовались данные Министерства экологии и природных ресурсов Республики Казахстан, а также отчеты по использованию и охране водных и биологических ресурсов Каспийского моря. Анализ включал официальные документы и стратегические планы по развитию Каспийского региона, включая межправительственные соглашения и инициативы по трансграничному сотрудничеству в рамках Каспийского экономического форума.

В работе применялись следующие методы исследования:

- Аналитический метод — использовался для систематизации международного опыта и оценки текущего состояния синей экономики в разных странах. Проводился анализ нормативно-правовых документов, программных стратегий, а также научных публикаций по ключевым аспектам устойчивого использования морских ресурсов.

- Сравнительный метод — применялся для выявления общих и отличительных черт в подходах к развитию синей экономики в различных регионах. Сравнительный анализ включал исследование параметров инновационных технологий, экологических инициатив и методов цифровизации управления морскими ресурсами. Объектами сравнения выступали такие страны, как Норвегия, Дания, Сингапур, Канада и США.

- SWOT-анализ — использовался для оценки сильных и слабых сторон Казахстана в контексте адаптации международных практик синей экономики. Рассматривались возможности и угрозы для страны, связанные с отсутствием выхода к мировому океану, а также специфика функционирования Каспийского моря как замкнутой экосистемы.

- Метод экспертных оценок — применялся для получения мнений и прогнозов по развитию синей экономики в Казахстане. Были проведены интервью с учеными, представителями международных организаций и отраслевыми

экспертами в сфере морских технологий и экологии.

Сбор и систематизация данных — включал анализ международного опыта, сбор статистических данных и стратегических документов. Сравнительный анализ — оценка различных подходов к развитию синей экономики и выбор ключевых технологий и стратегий для адаптации в Казахстане. Разработка предложений и рекомендаций — на основе собранных данных и проведенных анализов сформированы рекомендации для Казахстана по развитию синей экономики и интеграции инновационных технологий.

Основными ограничениями исследования являются отсутствие прямого выхода Казахстана к мировому океану и наличие межгосударственных и экологических ограничений, связанных с использованием водных ресурсов Каспийского моря. Кроме того, адаптация международного опыта требует учета специфики экологической и экономической ситуации в регионе. Данные методы позволили структурировано подойти к изучению синей экономики и сформировать рекомендации по развитию устойчивой морской экономики в Казахстане, что является основой для дальнейших исследований и практических шагов в этой области.

Синяя экономика предполагает устойчивое использование водных ресурсов для экономического роста, повышения благосостояния и сохранения экосистем. В случае Каспийского региона это может включать изучение возможностей внедрения инновационных технологий для развития рыболовства, аквакультуры, морского транспорта, использования возобновляемых источников энергии и охраны окружающей среды. В рамках данного исследования объектом будут выступать экономические процессы и явления, связанные с внедрением инноваций в эти сферы, а также факторы, определяющие потенциал синей экономики в регионе.

Недостаточная научная разработанность очевидна в публикациях ученых на тему исследования синей экономики. В частности, в статье "Институционализация синей экономики: анализ различий и сходств среди стран Содружества" авторов Voyer M, Benzaken D, Rambourg C. [16] приведена информация как различные страны Содружества подходят к концепции синей экономики и её институционализации. Синяя экономика направлена на устойчивое использование морских ресурсов для экономического роста, улучшения условий жизни и поддержания здоровых морских экосистем. В документе рассматривается, как страны внедряют политику синей экономики, сравнивая их с международ-

ными целями, такими как Цели устойчивого развития (ЦУР). Основные выводы показывают, что многие страны Содружества, особенно малые островные развивающиеся государства (SIDS), достигли значительного прогресса в институционализации синей экономики. Однако подходы существенно различаются: в некоторых странах уже разработаны комплексные стратегии, в то время как другие только разрабатывают свою политику. Также отмечается, что основной акцент делается на экономические и экологические цели, в то время как социальные вопросы, такие как продовольственная безопасность и гендерное равенство, освещены меньше. В документе подчеркивается важность создания интегрированных рамок управления для устойчивого морского управления в разных секторах.

Исследование под названием "Примеры успешной синей экономики с акцентом на международные перспективы" коллектива авторов Lu Wenhai, Caroline Cusack и т.д. [17] представляет собой обзор, посвященный примерам и международным подходам к развитию синей экономики — экономической модели, основанной на устойчивом использовании морских ресурсов. В статье подчеркивается важность синей экономики для достижения глобальных целей устойчивого развития и улучшения уровня жизни через такие отрасли, как рыболовство, аквакультура, туризм и возобновляемая энергия. Основное внимание уделяется международным примерам успешного внедрения принципов синей экономики в разных странах. Приводятся примеры морского пространственного планирования, добычи ресурсов на глубоком море и систем мониторинга океанов, которые способствуют устойчивому экономическому росту при сохранении морских экосистем. Также в документе подчеркивается необходимость международного сотрудничества и обмена знаниями для решения глобальных проблем, таких как изменение климата, загрязнение и чрезмерный вылов рыбы. В работе предлагается развивать глобальные партнерства и продвигать экологически чистые морские технологии как ключевые элементы будущего устойчивой экономики океанов.

Работа авторов Ki-Hoon Leea, Junsung Nohb, Jong Seong Khimb на тему "Синяя экономика и цели устойчивого развития ООН: Вызовы и возможности" посвящена исследованию взаимосвязи между концепцией синей экономики и целями устойчивого развития (ЦУР), установленными ООН. Синяя экономика предполагает устойчивое использование океанических ресурсов для экономического роста, создания рабочих мест и сохранения здоровья морских

экосистем. Основное внимание в документе уделяется вызовам и возможностям, связанным с интеграцией синей экономики и ЦУР. Авторы выявляют ключевые заинтересованные стороны в синей экономике и анализируют их роль в достижении целей устойчивого развития, таких как SDG 14 "Жизнь под водой", SDG 17 "Партнерства для целей в области устойчивого развития" и другие. Они подчеркивают важность международного сотрудничества и учета интересов различных участников (правительства, НПО, бизнеса и местных сообществ) для решения таких проблем, как загрязнение, чрезмерный вылов рыбы и изменение климата. В работе также обсуждаются сложности, связанные с установлением четких границ и направлений развития синей экономики в рамках ЦУР, и предлагаются будущие направления исследований для эффективной реализации этих целей. Основная идея заключается в том, что синей экономика имеет огромный потенциал для содействия достижению целей устойчивого развития, однако ее успешная реализация требует тесного взаимодействия между правительствами, учеными, бизнесом и местными сообществами [18].

Очередная статья в сфере изучения синей экономики на тему "Exploring future research and innovation directions for a sustainable blue economy" авторов Lisa A. Pace, Ozcan Saritas, Alan Deidun посвящен исследованию будущих направлений в области науки и инноваций, необходимых для развития устойчивой синей экономики. В нем акцентируется внимание на необходимости интеграции научных исследований и инноваций для создания решений, направленных на сохранение морских экосистем и устойчивое использование океанических ресурсов. Основная идея документа заключается в том, что синей экономика требует междисциплинарного подхода для разработки инструментов управления океанами, создания замкнутых систем в аквакультуре и использования цифровых технологий для мониторинга морских ресурсов. Авторы подчеркивают важность участия заинтересованных сторон и международного сотрудничества для достижения целей устойчивого развития к 2030 году. В работе представлено несколько сценариев развития синей экономики, таких как рост биотехнологий, внедрение цифровых технологий и улучшение экосистемных услуг. Эти сценарии помогают определить приоритетные направления для научных исследований и инноваций, которые поддерживают устойчивое развитие морских ресурсов [19].

Инновационное развитие синей экономики набирает обороты во всем мире, при этом особое внимание уделяется устойчивым практикам

и предпринимательству. В Республике Казахстан эта тенденция переплетается с ростом малых инновационных предприятий, которые имеют решающее значение для диверсификации экономики и экологической устойчивости. Синяя экономика подчеркивает устойчивое использование ресурсов океана, продвигая инновации в таких секторах, как рыболовство, аквакультура и морская биотехнология. Инновации в этом секторе могут привести к ускорению экономического роста при одновременном решении экологических проблем в соответствии с глобальными целями устойчивого развития. Переход Казахстана к зеленой экономике имеет решающее значение, поскольку упор делается на возобновляемые источники энергии и эффективное использование ресурсов, что дополняет инициативы синей экономики [20].

Внедрение инновационных технологий в морских экономиках стало важной стратегией для повышения эффективности использования морских ресурсов и минимизации негативного воздействия на окружающую среду. Международный опыт в этой области демонстрирует различные подходы, которые могут быть полезны для прибрежных стран Каспийского региона. Европейский союз активно продвигает концепцию устойчивой морской экономики через программу "Blue Growth", направленную на развитие инновационных морских технологий и новых секторов, таких как: океаническая энергия (внедрение проектов по генерации энергии из приливов, волн и ветра в Северном и Балтийском морях (например, ветропарк London Array и приливные станции в Шотландии); инновационные порты: использование «умных портов» с автоматизированными системами управления логистикой и экологическими технологиями. Такие порты, как Роттердам и Гамбург, внедряют цифровые решения для сокращения выбросов и повышения эффективности; аквакультура (внедрение экологически чистых аквакультурных технологий, которые минимизируют воздействие на окружающую среду и способствуют восстановлению рыбных запасов). Успешное снижение углеродного следа, увеличение доли возобновляемой энергии в прибрежных зонах и создание новых рабочих мест в «зеленой» экономике [21].

Сингапур — один из крупнейших мировых транспортных хабов — внедряет передовые технологии в своих портах для повышения конкурентоспособности и устойчивого развития. В порту PSA International используются системы автоматизированного управления грузами, роботизированные краны и блокчейн для отслеживания поставок, что снижает затраты и время

Таблица 1 - Установленные секторы «голубой экономики» ЕС, основные показатели, 2021 г.

№	Индикатор	Синяя экономика ЕС (2021)
1	Оборот	€623,6 млрд
2	Валовая добавленная стоимость	€171.1 млрд
3	Валовая прибыль	€76.4 млрд
4	Занятость	3.59 млн
5	Чистые инвестиции в материальные блага	€6.75 млрд
6	Коэффициент чистых инвестиций	8.8%
7	Средняя годовая зарплата	€26 400

Примечание: оборот рассчитывается как сумма оборота в каждом секторе; это может привести к двойному счету по всей цепочке создания стоимости. Номинальные значения. Только прямое воздействие. Чистые инвестиции не включают морской транспорт и прибрежный туризм. Коэффициент чистых инвестиций определяется как чистые инвестиции к валовой добавленной стоимости.

Источник: Евростат (SBS), DCF и Commission Services [24].

обработки. Внедрение систем управления выбросами и использование электрифицированных контейнерных перегрузчиков позволило снизить выбросы CO₂ на 30% за последние 10 лет. Создание морских исследовательских центров и кластеров (например, Singapore Maritime Institute) для разработки новых технологий и стратегий устойчивого управления морскими ресурсами. Сингапур стал эталоном в сфере устойчивой морской логистики и лидером по внедрению цифровых решений в управлении портами и морским транспортом [23].

США и Канада активно внедряют инновационные подходы в использовании океанических ресурсов, используя комплексные стратегии устойчивого управления морскими экосистемами:

- Морская ветровая энергия: Восточное побережье США активно развивает морскую ветровую энергетику (например, проект Block Island Wind Farm), что позволяет сократить зависимость от ископаемых видов топлива.

- Морские заповедники: Введение технологий мониторинга и охраны морских заповедников (например, сеть морских заповедников Monterey Bay в Калифорнии) позволяет отслеживать состояние экосистем и предотвращать загрязнение.

- Цифровизация управления рыболовством: Использование систем мониторинга и анализа данных для контроля за рыбными запасами и предотвращения незаконного рыболовства. Результатом эффективного управления является повышение устойчивости морских экосистем, эффективное управление рыболовными ресурсами и активное развитие возобновляемой морской энергетики [24].

Скандинавские страны (Дания, Норвегия, Швеция) успешно внедряют инновационные технологии и стратегии для повышения устойчивости своих морских экономик. Внедрение оф-

шорных ветряных электростанций (например, Horns Rev в Дании) и использование технологий по хранению энергии на морских платформах. Проект «Green Coastal Shipping Program» в Норвегии внедряет суда на водородном топливе и аккумуляторах, снижая выбросы и повышая экологичность морского транспорта. Разработка новых технологий для выращивания водорослей и переработки морских биоресурсов (например, для создания биоразлагаемых материалов и лекарств). Скандинавские страны стали лидерами в области устойчивого судоходства и возобновляемой энергетики, формируя новый стандарт экологически чистых морских технологий [24].

Согласно последним данным, в устоявшихся секторах синей экономики ЕС было напрямую занято около 3,59 млн человек, а оборот составил около 623,6 млрд евро, а валовая добавленная стоимость — 171,1 млрд евро (таблица 1).

Вышеприведенные данные дают заниженную картину полной социально-экономической ценности синей экономики ЕС, поскольку они относятся к семи секторам, по которым имеются точные и сопоставимые данные на уровне ЕС, а именно: морские живые ресурсы, морские неживые ресурсы, морская возобновляемая энергия, портовая деятельность, судостроение и ремонт, морской транспорт и прибрежный туризм. Помимо этих секторов, синяя экономика охватывает другие виды деятельности, основанные на море и связанные с морем, включая новые и инновационные сектора, для которых комплексный анализ является более сложным из-за скудности данных. Включение всех видов экономической деятельности с морским компонентом вместе с косвенными и индуцированными эффектами наряду с различными цепочками поставок значительно увеличило бы вышеупомянутые цифры.

К 2027 году пять государств-членов будут

Таблица 2 - Устоявшиеся секторы «синей экономики» и их подсекторов

№	Сектор	Подсектор
1	Морские живые ресурсы	Первичное производство
		Переработка рыбной продукции
		Распределение рыбной продукции
2	Морские неживые ресурсы	Нефть и газ
		Другие минералы
		Дополнительная деятельность
3	Возобновляемая морская энергия	Ветроэнергетика в открытом море
4	Портовая деятельность	Грузы и складирование
		Портовые и водные проекты
5	Судостроение и ремонт	Судостроение
		Оборудование и машины
6	Морской транспорт	Пассажирский транспорт
		Грузовые перевозки
		Услуги для транспорта
7	Прибрежный туризм	Размещение
		Транспорт
		Прочие расходы

обеспечивать 70% от общей валовой добавленной стоимости (ВДС) всей синей экономики ЕС: Германия, Франция, Испания, Италия и Нидерланды, в указанной последовательности. С точки зрения занятости, пятью ведущими государствами-членами являются соответственно Испания, Германия, Греция, Франция и Италия, что составляет совокупный вклад в 67% от общего числа рабочих мест в синей экономике ЕС-27. Вклад синей экономики в национальные экономики значительно различается в разных странах ЕС, от 6% в Хорватии до 0,1% в Люксембурге [24].

Из всех экономических секторов, связанных с синей экономикой, семь секторов можно считать «устоявшимися» в соответствии с терминологией, использованной в предыдущих изданиях этого отчета. Эти секторы, по которым обычно имеются более полные, точные и сопоставимые данные, чем по другим секторам синей экономики, определяются в этом отчете как: морские живые ресурсы, морские неживые ресурсы, морская возобновляемая энергия, портовая деятельность, судостроение и ремонт, морской транспорт и прибрежный туризм. Каждый из этих секторов далее делится на подсекторы, как показано в Таблице 2. Эти подсекторы, в свою очередь, состоят из нескольких видов экономической деятельности.

Анализ основан на данных SBS Евростата для всех вышеупомянутых секторов деятельности в рамках морских живых ресурсов, которые основаны на данных, полученных из источника [24]. Кроме того, для сектора прибрежного туризма использовались данные из обследования расходов на туризм и вспомогательных счетов ЕС по

туризму.

Помимо этих устоявшихся секторов, в отчете 2024 Blue Economy Report также анализируется морская возобновляемая энергия, которая также включает другие источники энергии океана, помимо морского ветра — опреснение и синяя биотехнология, которая включает производство и переработку водорослей, которые в противном случае не включены в морские живые ресурсы. Для этих трех секторов доступно меньше всеобъемлющих и сопоставимых данных, отчасти потому, что они не полностью охвачены статистической классификацией экономической деятельности из-за их формирующегося характера [24].

Южная Корея активно развивает свои порты и внедряет технологии «умных портов», интегрируя инновационные решения как создание Морского центра инноваций в Пусане (Busan Maritime Cluster) для исследований и разработки новых технологий судоходства и логистики. В порту Пусан внедрены автоматизированные системы управления грузами, цифровые технологии отслеживания и искусственный интеллект для оптимизации логистики. Южная Корея занимает лидирующие позиции в развитии «умных портов» и стала важным центром морских технологий в Азии [24].

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ. Анализ показал, что концепция синей экономики в глобальном контексте активно развивается в странах с доступом к морским ресурсам и высоким уровнем инновационной инфраструктуры. В частности, такие страны, как Норвегия, Сингапур, Нидерланды и Южная Корея, демонстрируют высокую степень интеграции инно-

вационных технологий в морские отрасли, что позволяет им достигать устойчивого экономического роста при минимизации экологических рисков.

Норвегия использует передовые технологии для управления рыболовными ресурсами и аквакультурой, внедряя системы мониторинга состояния морской среды и оптимизации логистики морских перевозок.

Сингапур активно развивает «умные порты» и цифровые технологии для управления судоходством, что снижает операционные расходы и углеродный след. Использование беспилотных судов и автоматизация процессов делает Сингапур мировым лидером в области инновационного судоходства.

Нидерланды демонстрируют передовые практики интеграции возобновляемой морской энергетики (морские ветропарки) с целью увеличения доли возобновляемых источников энергии в экономике и снижения зависимости от ископаемых видов топлива.

Южная Корея делает акцент на развитии морских биотехнологий и инноваций в области морской энергетики, инвестируя в исследование и коммерциализацию водорослей и других морских биоресурсов.

Для Казахстана, как страны без прямого выхода к мировому океану, использование потенциала синей экономики ограничено специфическими условиями Каспийского моря. Однако анализ показал, что при правильной стратегии страна может стать значимым игроком в этой сфере.

Преимущества Казахстана в сфере синей экономики:

- Уникальное географическое положение: Казахстан располагает обширными прибрежными территориями Каспийского моря, которые можно использовать для развития портовой инфраструктуры и аквакультуры.

- Высокий потенциал водных биоресурсов: Каспийское море богато запасами рыбы и других биологических ресурсов, что открывает возможности для развития устойчивой аквакультуры и рыбной промышленности.

Ограничения для Казахстана в сфере синей экономики:

- Отсутствие прямого выхода к мировому океану сужает возможности участия в глобальных цепочках поставок.

- Трансграничные экологические проблемы: Высокая степень загрязнения воды, деградация морских экосистем и нестабильность запасов биоресурсов требуют строгого экологического регулирования и контроля.

Анализ показал, что Казахстан сталкивается с

рядом вызовов на пути интеграции концепции синей экономики:

- Отсутствие четкой национальной стратегии: В настоящее время в Казахстане нет целостной государственной программы, направленной на развитие синей экономики, что затрудняет привлечение международных инвестиций и внедрение передовых технологий.

- Низкий уровень инновационной инфраструктуры: Развитие морских технологий и модернизация портовой инфраструктуры требуют значительных вложений и внедрения инноваций, таких как цифровизация логистических процессов, использование возобновляемой энергии и системы автоматизированного мониторинга экосистем.

- Трансграничное сотрудничество: Необходимость согласования действий с соседними странами (Россия, Азербайджан, Иран и Туркменистан) усложняет процесс реализации крупных международных проектов.

Открытые инновации могут сыграть ключевую роль в развитии синей экономики в Казахстане, помогая стране преодолеть ряд текущих ограничений и ускорить внедрение передовых технологий в морские и прибрежные сектора Каспийского региона. Концепция открытых инноваций предполагает активное взаимодействие с внешними источниками знаний, технологий и экспертизы, что особенно важно для стран, которые хотят быстро нарастить свой инновационный потенциал, но сталкиваются с дефицитом внутренних ресурсов и инфраструктуры [25].

Поскольку Казахстан обладает ограниченными собственными научными и технологическими ресурсами в области синей экономики, привлечение международных технологий и знаний через открытые инновации станет важным инструментом. Это позволит использовать лучшие мировые практики, такие как цифровизация управления водными ресурсами, разработка систем мониторинга экосистем и создание устойчивых аквакультурных технологий. Сотрудничество с международными научно-исследовательскими институтами и университетами, а также участие в трансграничных научных проектах поможет Казахстану адаптировать эти технологии к своим условиям.

Открытые инновации могут стимулировать развитие стартапов и малого бизнеса в морских секторах, таких как аквакультура, биотехнологии и возобновляемая энергия. Казахстанские предприниматели смогут использовать открытые платформы, такие как программы сотрудничества в области морских технологий и открытые конкурсы на разработку инновационных реше-

ний. Это также поможет привлечь внешние инвестиции и снизить барьеры для входа на новые рынки [26].

Каспийское море — это уникальная экосистема, и вопросы его использования требуют координации усилий всех прикаспийских государств. Открытые инновации способствуют формированию трансграничных проектов в сфере экологии и устойчивого использования ресурсов, таких как мониторинг биоразнообразия и управление рыбными запасами. Совместные исследования с соседними странами (например, с Россией, Азербайджаном и Ираном) и интеграция научных данных через открытые платформы дадут Казахстану доступ к широкому спектру знаний и позволят совместно разрабатывать эффективные стратегии.

Доступ к открытым научным данным, исследованиям и обучающим программам может значительно повысить уровень подготовки специалистов в области синей экономики. Открытые инновации способствуют созданию образовательных и исследовательских сетей, что критически важно для Казахстана, учитывая нехватку кадров в сфере морских технологий и экологии. Открытые программы обучения и стажировки в сотрудничестве с зарубежными университетами могут подготовить новую генерацию специалистов для работы в морских отраслях.

Открытые инновации могут поддерживать цифровую трансформацию морских секторов через внедрение открытых платформ для управления данными [27]. Казахстан может интегрировать передовые цифровые решения (например, системы мониторинга в реальном времени, технологии анализа больших данных и автоматизированные системы управления) с помощью партнерств с международными технологическими компаниями и исследовательскими центрами. Это повысит эффективность управления морскими и прибрежными ресурсами, особенно в таких областях, как управление загрязнением и поддержание биоразнообразия.

Таким образом, открытые инновации могут стать катализатором для перехода Казахстана к устойчивой синей экономике, стимулируя сотрудничество, распространение знаний и развитие новых технологий, адаптированных к специфике Каспийского региона.

На основе анализа международного опыта и специфики Каспийского региона предложены следующие рекомендации:

- Разработка национальной стратегии синей экономики: Необходимо создать комплексную программу, включающую экологическую, экономическую и социальную составляющие, с акцентом на использование инновационных технологий.

- Инвестирование в морские биотехнологии и аквакультуру: Введение новых методов разведения морских видов и использование биоресурсов для получения биотоплива и других продуктов.

- Создание международного исследовательского центра на базе Каспийского региона, что позволит усилить научное сотрудничество и внедрение лучших мировых практик.

Результаты исследования подтверждают, что успешное развитие синей экономики требует интеграции инноваций и междисциплинарного подхода. Для Казахстана важно ориентироваться на лучшие международные практики, адаптируя их под региональные условия. Необходима поддержка на государственном уровне и привлечение международных партнеров для реализации совместных проектов. Введение комплексной стратегии развития синей экономики в Казахстане позволит не только повысить экономическую устойчивость страны, но и внести вклад в охрану и восстановление уникальных экосистем Каспийского моря.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В рамках данного исследования был проведен всесторонний анализ международного опыта внедрения инновационных технологий в сфере синей экономики и его возможного применения в условиях Казахстана. Были рассмотрены передовые стратегии таких стран, как Норвегия, Сингапур, Южная Корея и Нидерланды, которые успешно интегрируют концепцию устойчивого использования морских ресурсов в свои экономические модели. Применение данных практик в Казахстане представляет как значительные возможности, так и специфические вызовы, связанные с особенностями географического и экономического положения страны.

Несмотря на отсутствие прямого выхода к мировому океану, Казахстан имеет уникальные условия для развития синей экономики благодаря своим прибрежным территориям и ресурсам Каспийского моря. Использование инновационных технологий может способствовать диверсификации экономики и обеспечению устойчивого роста при сохранении экосистемного баланса.

Для реализации потенциала синей экономики требуется разработка целостной национальной стратегии, включающей развитие портовой инфраструктуры, модернизацию рыбохозяйственного сектора, а также внедрение возобновляемых источников энергии и цифровых технологий.

Для успешной интеграции в глобальную систему синей экономики Казахстану необходимо активизировать международное сотрудничество с прикаспийскими странами и мировыми

лидерами в данной области. Разработка совместных проектов, участие в трансграничных инициативах и создание международных научных центров на базе Каспийского региона помогут ускорить процесс внедрения инновационных практик.

На основе результатов исследования предложены следующие рекомендации для Казахстана:

- Разработка и принятие национальной программы синей экономики, включающей четкие цели, задачи и механизмы мониторинга.

- Создание специализированных кластеров в области морской энергетики, устойчивой аквакультуры и биотехнологий с привлечением иностранных инвесторов и партнеров.

- Повышение уровня научных исследований и подготовка кадров в области синей экономики с акцентом на международный обмен знаниями

и передовой практикой. В то же время исследования в контексте синей экономики чрезвычайно важны для Каспийского региона в том плане, что необходимо развивать изучение этой сферы в научной среде.

Таким образом, успешная адаптация и развитие концепции синей экономики в Казахстане позволит не только укрепить экономическую устойчивость и конкурентоспособность страны, но и обеспечить сохранение уникальных природных ресурсов Каспийского региона для будущих поколений. Это исследование подчеркивает важность стратегического планирования и междисциплинарного подхода к решению сложных задач, стоящих перед Казахстаном на пути к устойчивому экономическому развитию и экологическому благополучию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1 Zukhri, N., Rosalina, E., & Christianingrum, C. (2022). The green economy and blue economy: a model of sustainable development strategy in mining area of the island province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1108, 012050. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1108/1/012050>
- 2 Sustainable Development Goals in the Republic of Kazakhstan. <https://egov.kz/cms/en/zur>
- 3 Address by the President of the Republic of Kazakhstan, Leader of the Nation, N.Nazarbayev "Strategy Kazakhstan-2050": new political course of the established state". (2012). https://www.akorda.kz/en/addresses/addresses_of_president/address-by-the-president-of-the-republic-of-kazakhstan-leader-of-the-nation-nnazarbayev-strategy-kazakhstan-2050-new-political-course-of-the-established-state
- 4 Şimşek, K., & Yıldırım, N. (2016). Constraints to open innovation in science and technology parks. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 719–728. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.073>
- 5 Babu, S., VR, H., & Subramoniam, S. (2020). Impact of social media on work performance at a blue economy in India. *Metamorphosis: A Journal of Management Research*, 19(1), 59–71. <https://doi.org/10.1177/0972622520962949>
- 6 Bahramian Dehkordi, B., Podmetina, D., & Torkkeli, M. (2023). *Blockchain as a Sustainability Booster in Supply Chain Management*. In *Handbook of Sustainability Science in the Future*.
- 7 Phadnis, N., & Torkkeli, M. (2023). *Impact of Theory of Inventive Problem Solving (TRIZ) on Innovation Portfolio Development*. In *IFIP Advances in Information and Communication Technology TFC 2023: Towards AI-Aided Invention and Innovation*.
- 8 Podmetina, D., Nemilentseva, M., & Torkkeli, M. (2022). *Shaping a Sustainable Future: Innovative Teaching Practices for Educating Responsible Leaders*. In *In Search for Innovative Teaching Formats Worldwide*.
- 9 Phadnis, N., & Torkkeli, M. (2022). Model for selecting Open Innovation strategies: The S-Curve effect. *ISPIM Conference Proceedings*.
- 10 Mention, A.-L., Ferreira, J. J., & Torkkeli, M. (2020). Coronavirus: a catalyst for change and innovation. *Journal of Innovation Management*, 8(1), 1-5. https://doi.org/10.24840/2183-0606_008.001_0001
- 11 Pinto Ferreira, J. J., Mention, A.-L., & Torkkeli, M. (2020). Jingling the bells of innovation since the 3rd of September 2013. *Journal of Innovation Management*, 8(4), 1-2. https://doi.org/10.24840/2183-0606_008.004_0001
- 12 Ferreira, J. J., Mention, A.-L., & Torkkeli, M. (2020). Phrasing the giant: on the importance of rigour in literature search process. *Journal of Innovation Management*, 8(2), 1-10. https://doi.org/10.24840/2183-0606_008.002_0001
- 13 Mention, A.-L., Torkkeli, M., & Ferreira, J. J. (2020). The Era of Digital Enablement: A Blessing or a Curse? *Journal of Innovation Management*, 8(3), 1-5. https://doi.org/10.24840/2183-0606_008.003_0001
- 14 Podmetina, D., Smirnova, M., Väättänen, J., & Torkkeli, M. (2019). Innovativeness and International Operations: Case of Russian R&D Companies. *International Journal of Innovation Management*, 13(2), 295-317. <https://doi.org/10.1142/S1363919609002303>
- 15 Mention, A.-L., Ferreira, J. J. P., & Torkkeli, M. (2019). Moonshot innovations: Wishful Thinking or Business-As-Usual? *Journal of Innovation Management*, 7(1), 1-6. https://doi.org/10.24840/2183-0606_007.001_0001
- 16 Voyer, M., Benzaken, D., & Rambourg, C. (2022). Institutionalizing the Blue Economy: an examination of variations and consistencies among Commonwealth countries. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 377:20210125. <https://doi.org/10.1098/rstb.2021.0125>
- 17 Lu, W., Cusack, C., Baker, M., Wang, T., Chen, M., Paige, K., Zhang, X., Levin, L., Escobar, E., Amon, D., Yue, Y., Reitz, A., Sepp Neves, A. A., O'Rourke, E., Mannarini, G., Pearlman, J., Tinker, J., Horsburgh, K. J., Lehodey, P., Pouliquen, S., ... Yang, Y. (2019). Successful Blue Economy Examples With an Emphasis on International Perspectives. *Frontiers in Marine Science*, 6:261. <https://doi.org/10.3389/fmars.2019.00261>

- 18 Lee, K.-H., Noh, J., & Khim, J. S. (2020). The Blue Economy and the United Nations' sustainable development goals: Challenges and opportunities. *Environment International*, 141, 105528. <https://doi.org/10.1016/j.envint.2020.105528>
- 19 Pace, L. A., Saritas, O., & Deidun, A. (2022). Exploring future research and innovation directions for a sustainable blue economy. *Marine Policy*, 143, 105433. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2022.105433>
- 20 Utebayev, B. S., Zhunusova, R. M., Akhmetova, D. T., Abdikarimova, G. A., et al. (2017). Methodological approaches to assessing the risk of innovative development in the economy of the Republic of Kazakhstan. *Revista Espacios*, 38(24), 35. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n24/a17v38n24p35.pdf>
- 21 Cisneros-Montemayor, A. M., Croft, F., Issifu, I., & Swartz, W. (2022). A primer on the "blue economy:" Promise, pitfalls, and pathways. *One Earth*, 5(9), 982-986. <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2022.08.011>
- 22 Zukhri, N., Rosalina, E., & Christianingrum, C. (2022). The green economy and blue economy: a model of sustainable development strategy in mining area of the island province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1108(1), 012050. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1108/1/012050>
- 23 Hazra, S., & Bhukta, A. (2022). *The Blue Economy: An Asian Perspective*. Springer International Publishing.
- 24 EU Blue Economy report 2024: innovation and sustainability drive growth. (2024, May 30). *Oceans and Fisheries, European Commission*. https://oceans-and-fisheries.ec.europa.eu/news/eu-blue-economy-report-2024-innovation-and-sustainability-drive-growth-2024-05-30_en
- 25 Salampasis, D., Mention, A.-L., & Torkkeli, M. (2014). Open Innovation and Collaboration in the Financial Services Sector: Exploring the role of trust. *International Journal of Business Innovation and Research*, 8(5), 466-484. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2014.064609>
- 26 Mention, A.-L., Ferreira, J. J., & Torkkeli, M. (2016). Revisiting Openness: A must for society. *Journal of Innovation Management*, 4(3), 1-2. https://doi.org/10.24840/2183-0606_004.003_0001
- 27 Fiegenbaum, I., Ihrig, M., & Torkkeli, M. (2014). Investigating open innovation strategies: a simulation study. *International Journal of Technology Management*, 66(2/3), 183-211.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Тагайбекова Нургуль Пернебековна* - PhD, и.о. ассоциированного профессора, Yessenov University, г. Актау, Республика Казахстан
E-mail: nurgul.tagaibekova@yu.edu.kz

Саймагамбетова Гаухар Амангельдиевна - кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмент, Yessenov University, г. Актау, Республика Казахстан
E-mail: gauhar1973@mail.ru

Естурлиева Айгуль Икласовна - кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, заведующий кафедрой экономика и финансы, Yessenov University, г. Актау, Республика Казахстан, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5632-8134>
E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz

Тагайбекова Нургуль Пернебековна* - PhD, қауымдастырылған профессор м.а., Yessenov University, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: nurgul.tagaibekova@yu.edu.kz

Саймагамбетова Гаухар Амангельдиевна - экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, менеджмент кафедрасының меңгерушісі, Yessenov University, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы
E-mail: gauhar1973@mail.ru

Естурлиева Айгуль Икласовна - экономика ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, экономика және қаржы кафедрасының меңгерушісі, Yessenov University, Ақтау қ., Қазақстан Республикасы, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5632-8134>
E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz

Tagaibekova Nurgul* - PhD, Acting Associate Professor, Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan
E-mail: nurgul.tagaibekova@yu.edu.kz

Saimagambetova Gaukhar - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of Management Department, Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan
E-mail: gauhar1973@mail.ru

Yesturliyeva Aigul - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Economics and Finance, Yessenov University, Aktau, Republic of Kazakhstan, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5632-8134>
E-mail: aigul.yesturliyeva@yu.edu.kz

ПОДПИСКА НА ЖУРНАЛ

«Education. Quality Assurance» журналы тоқсан сайын бір рет шығады (жылына 4 рет: наурыз, маусым, қыркүйек, желтоқсан). **Кез келген нөмірден** жазылуға болады. «Қазпочта» АҚ каталогы бойынша **жазылу индексі - 76034**.

Журнал «Education. Quality Assurance» выходит один раз в квартал (4 раза в год: март, июнь, сентябрь, декабрь). Подписка возможна **с любого номера. Подписной индекс - 76034** по каталогу АО «Казпочта».

Journal «Education. Quality Assurance» is published once a quarter (4 times a year: March, June, September, December). Subscription is possible from **any number. The subscription index is 76034** according to the catalog of Kazpost JSC.

Импакт-фактор журнала в РИНЦ = 0,229

ЖУРНАЛ входит в Перечень изданий, рекомендуемых Комитетом по обеспечению качества в сфере науки и высшего образования МНВО РК, по направлению: Экономика

ЖУРНАЛ входит в Перечень Высшей Аттестационной Комиссии при Президенте Республики Таджикистан по направлениям: Экономика, Юриспруденция, Педагогика

Журнал «Education. Quality Assurance» включен в специализированный референтный **библиографический сервис CrossRef**. Каждая статья имеет **цифровой идентификатор объекта DOI**, который используется для цитирования, ссылки и выхода на электронные документы.

Журнал размещен в Научной электронной библиотеке **elibrary.ru** в открытом доступе и включен в аналитическую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (**РИНЦ**).

Официальный сайт журнала: www.iaar-education.kz

Журнал «Education. Quality Assurance» зарегистрирован:

28 мая 2013 г. - Свидетельство о постановке на учет периодического печатного издания № 13644-Ж, выданное Комитетом государственного контроля в области связи, информации и средств массовой информации Министерства информации и коммуникаций Республики Казахстан.

8 февраля 2018 г. - Свидетельство о постановке на переучет периодического печатного издания №16886-Ж, выданное Комитетом информации Министерства информации и коммуникаций Республики Казахстан.

25 ноября 2022 г. - Свидетельство о постановке на переучет периодического печатного издания №KZ84VPY00059821, выданное Комитетом информации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан.

19 марта 2024 г. – Свидетельство о постановке на переучет периодического печатного издания № KZ59VPY00089371, выданное Комитетом информации Министерства культуры и информации Республики Казахстан

Международный стандартный серийный номер ISSN 2617-0493 (Print), ISSN 3007-4746 (Online)

Издатель: НУ «Независимое агентство аккредитации и рейтинга»

Языки публикаций: казахский, русский, английский

Периодичность: 1 раз в квартал (4 раза в год)

Статьи в **CrossRef (DOI):** <https://search.crossref.org/?q=2617-0493>

Журнал на портале **ISSN:** <https://portal.issn.org/resource/issn/2617-0493>

Журнал в **РИНЦ:** https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=75547

Все предложения, пожелания и замечания по изданию направляйте в редакцию журнала. Любое воспроизведение материалов или их фрагментов возможно только с письменного разрешения редакции. Мнение редакции не всегда совпадает с мнением авторов. Распространяется на территории Республики Казахстана и за рубежом. Статьи публикуются в журнале на безгонорарной основе.

Басылымға байланысты барлық ұсыныстар, тілектер мен ескертпелерді журнал редакциясына жолдаңыз. Журналда жарияланған кез-келген материалдар мен фрагменттерді көшіріп басуға редакцияның жазбаша рұқсаты керек. Мақала авторы пікірінің редакция көзқарасына сай болуы міндетті емес Қазақстан Республикасы аймақтарына және шет елдерге таратылады. Мақалалар журналға сыйақысыз негізде жарияланады.

All suggestions, wishes and remarks on journal please send to editorial office. Any reproduction of the materials or their extracts is only with written permission of the editors. The editors are not responsible for the contents of the advertisements. The opinion of editorial staff not always coincides with the opinion of the authors. Distributed in the Republic of Kazakhstan and abroad. Papers are published in journal on a pro-bono basis.

Подписано в печать 24.03.2025 г. Формат 60×84 1/8.
Печать офсетная. Объем 13 п.л. Тираж 300 экземпляров.
Заказ 250147-Ц. Цена договорная.

Басуға 24.03.2025 ж. қол қойылды.
Пішімі 60×84 1/8. Басу офсеттік. Көлемі 13 б.т. Таралымы 300 дана.
Тапсырыс 250147-Ц. Бағасы келісім бойынша.

Signed in print 24.03.2025.
Format 60×84 1/8. Offset print. Volume 13 p.sh.
Circulation 300 copies. Order 250147-Ц. Price upon request.

© НУ «Независимое агентство аккредитации и рейтинга»
© КЕМ «Аккредиттеу және рейтингтің тәуелсіз агенттігі»
© NPI «Independent Agency for Accreditation and Rating»



EDUCATION

QUALITY ASSURANCE

Қазақстан Республикасы, Астана қаласы,
Бауыржан Момышұлы даңғылы 2, ВП 4В
Байланыс телефоны:
+7(7172) 76-85-59
+7(7172) 76-85-61
E-mail: education@iaar.kz
<http://iaar-education.kz/>

Республика Казахстан, г.Астана,
пр. Бауыржан Момышулы 2, ВП 4В
Контактный телефон:
+7(7172) 76-85-59
+7(7172) 76-85-61
E-mail: education@iaar.kz
<http://iaar-education.kz/>

Republic of Kazakhstan, Astana,
2 Baurzhan Momysuly av.
Phone:
+7(7172) 76-85-59
+7(7172) 76-85-61
E-mail: education@iaar.kz
<http://iaar-education.kz/>