МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ: НОВОЕ ВРЕМЯ»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL

«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»





NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH (NAcSIR)

OJS OPEN JOURNAL SYSTEMS

International Electronic Scientific and Practical Journal

ISSN(Print) 3005-4729
e-ISSN(Online) 3005-4737

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH(NACSIR)

SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME

International Electronic Scientific and Practical Journal

№7 (2024)
Журнал основан в 2023 г.
Ежемесячное научное издание

Адрес редакции:
Республика Казахстан, 010000, г. Астана, проспект Мангилик Ел, С4.6
E-mail: nacsir.nauka@gmail.com
Адрес страницы в сети Интернет: nacsir.kz

Google Scholar OPEN ACCESS INDEX COPERNICUS INTERNATIONAL

© Авторы статей, 2024
© Редакция National Academy of
Scientific and Innovative Research(NAcSIR)

Главный редактор:
Абенов Айдос Максатович, *PhD (Казахстан)*



Редакционная коллегия

Сериков Айдос Максатович,
PhD (Казахстан)
С. Айтбаева,
магистр гуманитарных наук (Казахстан)
Аубакиров Максат Отешович,
кандидат педагогических наук (Казахстан)
Бурханов Ермек Нурмакович,
профессор (Казахстан)
Искандаров М.И.,
д.б.н., профессора (Кыргызстан)
Ниязова Т.Д.,
к.т.н., доцент (Узбекистан)
Хужамбердиев А.А.,
PhD (Узбекистан)
Ходжиева А.Б.,
кандидат медицинских наук (Таджикистан)
Борисов Антон Васильевич,
кандидат политологических наук, доцент (Россия)
Ахмедова С.Р.,
кандидат психологических наук, (Азербайджан)
Досина Елена Владимировна,
кандидат филологических наук (Белоруссия)
Курманов Айбол Болатович,
кандидат экономических наук (Кыргызстан)
Чемерисов Сергей Андреевич,
профессор, доктор юридических наук (Казахстан)
Жамбылов Канат Оралович,
профессор, доктор медицинских наук (Казахстан)

Editorial team

Aydos Maksatovich Serikov,
PhD (Kazakhstan)
S. Aitbaeva,
Master of Humanities (Kazakhstan)
Aubakirov Maksat Oteshovich,
Candidate of Pedagogical Sciences (Kazakhstan)
Burhanov Ermek Nurmakovich,
professor (Kazakhstan)
Iskandarov M.I.,
PhD, professor (Kyrgyzstan)
Niyazova T.D.,
Ph.D., associate professor (Uzbekistan)
Khuzhamberdiev A.A., PhD (Uzbekistan)
Khodzhieva A.B., candidate of medical sciences (Tajikistan)
Borisov Anton Vasilyevich,
candidate of political sciences, associate professor (Russia)
Akhmedova S.R.,
candidate of psychological sciences, (Azerbaijan)
Dosina Elena Vladimirovna,
candidate of philological sciences (Belarus)
Aybol Bolatovich Kurmanov,
Candidate of Economic Sciences (Kyrgyzstan)
Chemerisov Sergey Andreevich,
professor, doctor of legal sciences (Kazakhstan)
Zhambylov Kanat Oralovich,
professor, doctor of medical sciences (Kazakhstan)

Издатель: National Academy of Scientific and Innovative Research(NAcSIR)
Тематическая направленность: *по различным отраслям технических, естественных, медицинских, общественных и гуманитарных наук.*
Периодичность: Ежемесячно
Международный научный журнал зарегистрирован в комитете информации, Министерства культуры и информации Республики Казахстан.

МАЗМҰНЫ/ CONTENT/ СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

БАЯРЛИН АЛМАЗ ЕСДӘУЛЕТҰЛЫ (АСТАНА, ҚАЗАҚСТАН) ҚР ЖЕР ҚАТЫНАСТАРЫН ЖӘНЕ ЖЕР РЕСУРСТАРЫН ПАЙДАЛАНУДЫ ЖЕТІЛДІРУ.....6
СИНДАРОВ ВАСИЛИЙ РУСТАМОВИЧ, МОИСЕЕВА НАТАЛЬЯ АЛЕКСАНДРОВНА (Г. МИНСК, БЕЛАРУСЬ) ОЦЕНКА ОБЩЕЙ ИТОГОВОЙ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КООПЕРАТИВНОЙ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ……...……9
SEMBIEVA LYAZZAT MYKTYBEKOVNA, MURATOVA SEVARA BAKHYTOVNA TOLEUOVA AYMARA TOLKYNQYZY (ASTANA, KAZAKHSTAN) INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTING TAX POLICY AND THE POSSIBILITY OF ITS ADAPTATION IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN……...……13
МУКЕЕВА У.Б. (КАЗАХСТАН Г. УРАЛЬСК) ПРОГРАММА «1С: ЗАРПЛАТА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ 8 ДЛЯ КАЗАХСТАНА" И ЕЕ РОЛЬ В АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА……22
КОЖАХМЕТОВ ЗИЯТ КАРИБАЕВИЧ, ДЮСЕМБАЕВА ГУЛЬЖАН БАБАТАЕВНА (АСТАНА ҚАЛАСЫ) ШАҒЫН КӘСІПКЕРЛІК ТЕОРИЯСЫ: ҚАЛЫПТАСУЫ, ДАМУЫ ЖӘНЕ ЗАМАНАУИ ТҰЖЫРЫМДАМАЛЫҚ ДЕҢГЕЙІ.....26
АРАЙЛЫМ АБДУКАРИМОВА (KAZAKHSTAN) ETHICAL ASPECTS OF ADAPTIVE MARKETING USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN KAZAKHSTAN……37
ВОРОБЬЕВ А.Е., ВОРОБЬЕВ К.А. (РФ) ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ НА ЭКОНОМИКУ РАЗВИТИЯ ВУЗОВ……45
АБУЗЬЯРОВА ЖАННА РАФИКОВНА (АТЫРАУ, ҚАЗАҚСТАН) ЖАһАНДАНУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАН МЕН ӘЗІРБАЙЖАННЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАРЫ…….56

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

ОӘЖ 332.33

ҚР жер қатынастарын және жер ресурстарын пайдалануды жетілдіру

Баярлин Алмаз Есдәулетұлы
С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық зерттеу университеті, аға оқытушы, экономика ғылымдарының кандидаты
Астана, Қазақстан

https://doi.org/10.5281/zenodo.11948572

Аннотация. В статье проведен анализ изменений, произошедших в результате земельной реформы в системт земельных отношений и использования земельных ресурсов РК. Выявлены недостатки данной системы и даны рекомендации по ее совершенствованию.

Ключевые слова: земельная реформа, земельные ресурсы, земельный рынок

Annotation. The article analyzes the changes that occurred as a result of the land reform in the systems of land relations and the use of land resources of the Republic of Kazakhstan. The shortcomings of this system are identified and recommendations for its improvement are given.

Keywords: land reform, land resources, land market

Бүгінде Қазақстандағы жер қорының үлкен бөлігі (98%), негізінен мемлекеттің қарамағында, яғни мемлекет оның басты меншік иесі болып табылады. 2003 жылы қабылданған ҚР Жер кодексі азаматтар мен мемлекеттік емес заңды тұлғалары үшін ауыл шаруашылығы мақсатындағы жерлерге жеке меншікті бекітткен болатын (1). Алайда өткен жиырма жыл ішінде ауылшаруашылық жерлеріне жеке меншік құқығының таралуында айтарлықтай өзгеріс бола қойған жоқ. Соңғы мәліметтер бойынша осы күні еліміздегі барлық жердің 2% жуығы ғана жеке меншікте (2). Соңдықтан бүгінде ауылшаруашылық жерлерін жеке меншікке беру мәселесі өзекті болып отыр.

Жер ұлтымыздың басты байлығы болғандықтан, оны ұтымды пайдалану жер ресурстарын басқарудың негізгі міндеті. Жерге жеке меншік құқығын оны экономикалық тұрғыдан ұтымды пайдалану тиімділігінің кепілі ретінде қарастыру қажет. Жалпы кез келген жылжымайтын мүлік, соның ішінде жердің меншік иесі өз мүлкін ұқыпты және ысырапсыз пайдалануға ұмтылатыны белгілі. Болашақта оның өндірістік қасиеттерін сақтап, қорғауға барынша тырысады. Осыған орай жерге жеке меншік беру процесін барынша үдету арқылы маңызды саяси және әлеуметтік – экономикалық міндетті шешуге болады.

Алдымен ауылшаруашылығы жерлеріне жеке меншікті таратудың тиімді тетіктерін анықтаған жөн. Осыны пайдалана отырып, жер учаскесін толыққанды тауарға айналдырып, жер нарығын қалыптастыруға болады (3). Екіншіден елдегі жер ресурстарын басқару жүйесінің жұмысын жақсарту керек. Жеке меншік енгізу процесін жеделдету жұмыстарына тежегіш факторлары ретінде шаруалардың мемлекетке деген сенімдерінің болмауы мен жерді сатып алушының, яғни шаруалардың қаржылық мүмкіндіктерінің жетіспеушіліктерін жатқызуға болады.

1991 жылы басталған жер реформасына және мемлекеттік меншікті жекешелендіруге байланысты ауылдық елді мекендер айналасындағы жайылымдық және шабындақ жерлер көлемі қысқарды немесе жойылды. Сондықтан еліміздің барлық өңірлерінде мал азықтық алаптарына үлкен тапшылық қалыптасып отыр. Ауылдық елді мекендердің

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

айналасындағы жайылымдық жерлердің қолда бары жеке меншік мал басымен шамадан тыс жүктеліп деградацияға ұшырауда (4). Бұл болса экологиялық жағдайдың нашарлауына әкеліп соқтырады.

Нарықтық типтегі жаңа агроқұрылымдардың жер пайдаланушылықтары реформа жылда- рында асығыс және жобасыз құрылғаны белгілі. Осының салдарынан бұрынғы тұрақты жер пайдалану жүйесі бұзылып, көптеген кемшіліктер пайда болды.

Зерттеу барысында Ақмола облысының Аршалы ауданындағы ауылшаруашылық кәсіпорындарының өлшемдерінің арасындағы ауытқу өте үлкен екендігі анықталды. Бұл өлшемдер осы табиғи ауылшаруашылық аймаққа сай ғалымдардың ұсынған өлшемдеріне сай емес (1 кесте)

1 кесте - Жер пайдаланушылықтардың шекті өлшемдері

Жер пайдаланушылықтар	Шекті өлшемдер, га	
	Ең кіші	Ең үлкен
ЖШС	40	27390
ШҚ	25	1467

Аршалы ауданында өндіріс тиімділігіне кері әсерін тигізетін бірқатар кеңістіктік кемшіліктер анықталды (2 кесте).

2 Кесте - Агроқұрылымдарының кеңістіктік кемшіліктері

Жер пайдалану кемшіліктері бар шаруашылықтар					
алабарлық	Теңбілдеулік	Топогра-фиялық алабарлық	кіші өлшем	межелердің сыналасуы	моноалаптар
Кемшіліктердің түрлері, саны					
51	41	24	39	61	59
Кемшіліктердің түрлері %					
18%	15%	10%	14%	22%	21%

Бұл кеністіктік кемшіліктер өндірістің басқару тиімділігіне, транспорттық және басқа шығындарға ықпалын тигізеді. Кемшіліктер өндіріс жұмысы, өнімнің сапасына теріс әсер етеді. Жер пайдаланушылықтарды жетілдіру үшін оларды кеністікте тиімді орналастыру, кемшіліктерін жою және тиімді өлшемге келтіру қажет. Аталған жұмыстар ғылыми негізделген жерге орналастыру жобалары негізінде жүргізілуі керек (5).

Жерді ұтымды пайдалану бағытында жер пайдаланушылықтардың кеністікте тиімді орналасуы бойынша ұтымды шешім табу қажет. Бұл мәселені жер пайдаланушылықтар жүйесін жетілдіру арқылы шешуге болады.

Аталған проблемалар ауылдық елді мекендердің қоныстандыру жүйесін талдау мен зерттеу негізінде ауылдық аумақтарды жоспарлау схемаларын әзірлеу және олардың жер-шаруашылық құрылысы жобаларын құрастыру арқылы шешілуі керек.

Жоғарыда айтылғандардың негізінде жер қатынастарын одан әрі жетілдіру және жер ресурстарын тиімді пайдалану мақсатында төмендегідей мәселелерді қарастыру ұсынылады:

1. Жер заңнамасын жетілдіру, жер ресурстарын басқаруды ғылыми-әдістемелік қамтамасыз ету;
2. Жобалау ұйымдарының (институттарының) жүйесін қайта құру арқылы ғылыми негізделген жерге орналастыру аймақтық, аудандық схемалары, шаруашылықаралық және шаруашылықіші жобаларын құрастыру тәжірибесін қалпына келтіру;
3. Жердің жай-күйі мен пайдаланылуын мониторингілеу мен бақылаудың пәрменді ұлттық жүйесін жетілдіру арқылы жерді жан-жақты түгендеуді жүргізу;
4. Жер ресурстарының сапасы мен динамикасы туралы сенімді ақпараттық база құру.
5. Ауыл шаруашылығы жерлерін сатып алуды ынталандыру мақсатында жер салығының және жалдау ақысы жүйесін жетілдіру;
6. Жер нарығын қалыптастыру үшін ауыл шаруашылығы мақсатындағы жерлердің бір бөлігін жеке меншікке беруді үдету.

Әдебиет тізімі

1. ҚР 2003 жылғы 20 маусымдағы № 442-II Жер кодексі (01.07.2023 ж. өзгерістер мен толықтырулармен) http://www.adilet.gov.kz/
2. О состоянии и использовании земель Республики Казахстан на 1 ноября 2022 года: Государственный национальный доклад/ Комитет по управлению земельными ресурсами министерства регионального развития Республики Казахстан.- Астана, 2023.
3. Kulmaganbetova A., Rustembaev B., Misnik O., Bayarlin A., Ramazanova S., Bektenov S. New Practices of Tourism Indus-try as Effects of Development of the Agricultural Land Market. (2022) Journal of Environmental Management and Tourism, 13 (8), pp. 2348-2357
«Развитие земельных отношений и землеустройства в Республике Казахстан» Монография «Регис-СТ Полиграф», Нур-Султан, 2020, 184с
5. Баярлин А.Е., Дүйсенова Д.Д. Жерді ұтымды пайдалану бағытында жер пайдаланушылықтарды кеңістікте тиімді орналастыру/ Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения -19», посвященной 110-летию М.А.Гендельмана» Астана, 2023. - Т.I, Ч.III.,С.283-285

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

УДК 33.334.7

ОЦЕНКА ОБЩЕЙ ИТОГОВОЙ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КООПЕРАТИВНОЙ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ

Синдаров Василий Рустамович[1)]
Моисеева Наталья Александровна[2)]
[1),2)] Белорусский государственный университет, старший преподаватель,
г. Минск, Беларусь

https://doi.org/10.5281/zenodo.1194857

Аннотация: Введено новое понятие кооперативной (коалиционной) реструктуризации, как расширения и дополнение понятия реструктуризации предприятия. Разработаны изменения расчёта общей итоговой прибыли с учетом кооперации нескольких предприятий путем введение дополнительного коэффициента веса предприятия.

Ключевые слова: реструктуризация; кооперативная реструктуризация; общая итоговая прибыль; убыточное предприятие.

ASSESSMENT OF THE TOTAL TOTAL PROFIT OF ENTERPRISES IN CONDITIONS OF COOPERATIVE RESTRUCTURING

Sindarov Vasili Rustamovich
Moiseeva Natalya Alexandrovna
Belarusian State University, senior lecture, Minsk, Belarus

Abstract: A new concept of cooperative (coalition) restructuring has been introduced as an extension and addition to the concept of enterprise restructuring. Changes have been developed for calculating the total final profit taking into account the cooperation of several enterprises by introducing an additional enterprise weight coefficient.

Key words: restructuring; cooperative restructuring; total final profit; unprofitable enterprise.

Одним из ключевых факторов развития экономической сферы является функционирование предприятий. Различные виды предприятий такие как микро-, малые, средние и крупные предприятия являются субъектами производящие и реализующие обширный пласт товаров и услуг, а также обеспечивающие занятость населения. В связи с этим, анализ и оценка эффективности предприятия является ключевым параметром для определения уровня влияния на экономическую сферу страны.

Для оценки эффективности предприятий используют несколько видов показателей, а именно:

- показатели ликвидности;
- показатели финансовой устойчивости;
- показатели деловой активности;
- показатели рентабельности [1, с. 3].

Обобщая, можно сказать, что зачастую для оценки эффективности предприятия используют анализ финансовых показателей, так как данные показатели учитывает кредитоспособность, конкурентоспособность предприятия, инвестиционные потоки и взаимодействие между различными хозяйствующими субъектами.

Однако зачастую данные показатели оказываются неудовлетворительными, принимая отрицательные значения в связи с оказываемым влиянием внешних или внутренних факторов.

Под внешними факторами понимается влияние оказываемое различными международными, экономическими, социально-демографическими, природными или научно-техническими условиями.

Под внутренними факторами подразумеваются отраслевые особенности, инвестиционная деятельность, финансовая деятельность и особенности внутренних бизнес-процессов.

По данным сборника Белорусского статистического комитета об основных социально-экономических показателях в 2022-2023 [2] году удельный вес убыточных организаций вырос по отношению к предыдущему году (см. рисунок 1).



Рисунок 1. Удельный вес убыточных организаций в общем количестве организаций Республики Беларусь

Источник: Белорусский статистический комитет

Одним из эффективных инструментов для изменения финансовых показателей предприятий является реструктуризация предприятия. Напомним, что под реструктуризацией предприятия понимается «процесс, который локально или глобально затрагивает структуры предприятия, учитывает внешние факторы, подстраивает деятельность предприятия под них и может быть использован для предотвращения или преодоления кризиса» [3, с. 39].

Однако, в современных реалиях развития экономики данное определение требует некоторого расширения в связи со следующими фактором. Данный фактором является создание кооперацией между различными предприятиями.

На прошедший 2023 год была запланировано передача в рамках Минпрома Республики: Гомельского «Коралла» и «Промпечати» холдингу «Интеграл»; «Электроаппаратуры» – «МЭТЗ им. ВИ Козлова», «Березинское» – «Атланту». В Минсельхозпроде Минский мясокомбинат планировали присоединить к агрокомбинату «Дзержинский».

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Таким образом введем новое понятие кооперативной реструктуризации.

Кооперативная или коалиционная реструктуризация – это процесс преобразования внутренних или внешних структур нескольких предприятий, подразумевающие частичное или полное интегрирование ключевых секторов компаний, а именно кадровых, административных или производственных мощностей в целях оптимизации и регулирования финансовых показателей для преодоления кризиса.

Одним из важных показателей оценки данного вида реструктуризации является расчёт общей итоговой прибыли кооперации. Напомним, что для расчёта используется два подхода: традиционный и схема собственного капитала.

В случае традиционного подхода расчёт показателя NVP проводится по следующей формуле:

$$NVP = \sum_{t=0}^{N} \frac{CF_i}{(1 + WAAC)^i} - INV,$$

где CF_i – денежные потоки (заметим, что каждый i-ый денежный поток является суммой денежных потоков нескольких предприятий за n-ый период);

$t -$ количество рассматриваемых периодов прогноза;

$INV -$ суммарный объем инвестиций предприятий;

WAAC – оценку взвешенной средней стоимости капитала.

Рассматривая схему собственного капитала, получим формулу

$$NVP = \sum_{t=0}^{N} \frac{CF_i}{(1 + r)^i} + INV,$$

где r – оценка стоимости собственного капитала.

Следует отметить, что вышеуказанные формулы являются не совсем точными и требуют дополнения.

Под дополнением подразумевается введение дополнительного коэффициента веса предприятия для i-ых денежных потоков. Данное допущение связано с тем, что в кооперации могут участвовать различные по размеру предприятия (малые, средние, крупные), очевидно, что и финансовый эффект, оказываемый на кооперацию будет отличаться.

Введем следующий параметр k.

Данный параметр будет рассчитываться следующим образом:

$$k = l * s,$$

где параметр $l -$ оценка финансовых показателей (остатков денежных средств, выручки, расходов, чистой прибыли, рентабельности, ликвидности компании и структуры капитала по методу Balanced Scorecard);

s – показатель влияния предприятия на кооперацию.

Под показателем влияния предприятия на кооперацию понимается экспертная оценка, проведенная экспертной группой полученная путем анализа объема влияния и доли предприятия в кооперации.

Таким образом вышеуказанные формулы примут вид:

$$NVP = \sum_{t=0}^{N} \frac{k_i CF_i}{(1 + WAAC)^i} - INV,$$

$$NVP = \sum_{t=0}^{N} \frac{k_i CF_i}{(1 + r)^i} + INV.$$

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Введение данного коэффициента веса предприятия позволит более точно рассчитывать общую итоговую прибыль кооперации предприятий, что позволяет в дальнейшем существенно улучшить процесс прогнозирования развития предприятия.

Список литературы:

1. Климкович, Н. И. Оценка эффективности деятельности организаций / Н. И. Климкович // Перспективы развития энергетики в XXI веке: материалы Республиканской научно-практической конференции, Минск, 12–14 мая 2010 г. – Минск: БНТУ, 2011. – С. 93.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/. – Дата доступа: 15.05.2024.
3. Синдаров ВР, Самаль СА. Методологические подходы к оценке реструктуризации хозяйствующих субъектов. Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. 2022; 2: 37–42.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

УДК 338

INTERNATIONAL EXPERIENCE IN IMPLEMENTING TAX POLICY AND THE POSSIBILITY OF ITS ADAPTATION IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Sembieva Lyazzat Myktybekovna
Doctor of Economics, Professor Head of «State Audit» Department
L.N. Gumilyov Eurasian National University
Astana, Kazakhstan
ORCID:0000-0001-7926-0443

Muratova Sevara Bakhytovna
2st year master student on «State Audit»
L.N. Gumilyov Eurasian National University,
Astana, Kazakhstan

Toleuova Aymara Tolkynqyzy
2st year master student on «State Audit»
L.N. Gumilyov Eurasian National University,
Astana, Kazakhstan

https://doi.org/10.5281/zenodo.1194857

Аннотация. В данной статье рассматривается международный опыт реализации налоговой политики и возможности ее адаптации в Республике Казахстан. Налоговые поступления являются главными источниками формирования бюджета государства, что свидетельствует проведенный анализ доходной части государственного бюджета Республики Казахстан в 2023 году. Интерпретируя эти данные можно дать оценку того, насколько эффективно построена налоговая система, от которого зависит дальнейшее непрерывное функционирование всего народного хозяйства, что является актуальным на современном этапе государства.

Налоговая система в своем общем проявлении является способом пополнения государственного бюджета. Поэтому вопросы, связанные с ее изучением, систематизацией и качественным применением на практике, сегодня особенно актуальны. Проведенная оценка и сравнительный анализ налоговой политики зарубежных стран позволили оценить уровень налогообложения в некоторых странах. Такие условия являются важными аспектами при оценке общего функционирования налоговой системы и ее влияния на уровень развития государства. При анализе данных выявлена и обоснована возможность адаптации наиболее приемлемой модели налоговой политики в Республике Казахстан.

Наиболее важные результаты, отражающие научную новизну работы, состоят в следующем: выявлены особенности, тенденции развития, а также пути совершенствования налоговой системы в Республике Казахстан исходя из международного опыта.

Ключевые слова: налоги, налоговая политика, налоговое администрирование, налоговое планирование, налоговое прогнозирование.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Annotation. This article examines the international experience of implementing tax policy and the possibilities of its adaptation in the Republic of Kazakhstan. Tax revenues are the main sources of formation of the state budget, as evidenced by the analysis of the revenue side of the state budget of the Republic of Kazakhstan in 2023. Interpreting these data, it is possible to assess how effectively the tax system is built, on which the further continuous functioning of the entire national economy depends, which is relevant at the present stage of the state.

The tax system in its general manifestation is a way of replenishing the state budget. Therefore, the issues related to its study, systematization and qualitative application in practice are especially relevant today. The assessment and comparative analysis of the tax policy of foreign countries made it possible to assess the level of taxation in some countries. Such conditions are important aspects in assessing the overall functioning of the tax system and its impact on the level of development of the state. The analysis of the data revealed and justified the possibility of adapting the most acceptable model of tax policy in the Republic of Kazakhstan.

The most important results reflecting the scientific novelty of the work are as follows: the features, development trends, as well as ways to improve the tax system in the Republic of Kazakhstan based on international experience are identified.

Keywords: taxes, tax policy, tax administration, tax planning, tax forecasting.

1. Introduction

In the modern world, one of the most important and determining factors that influence a country's development and its position on the global stage is its level of income. During times of economic downturn, the key question is finding additional sources of funding for the state budget. However, relying solely on increasing the tax burden on the population is not necessarily the right solution for obtaining additional financing (Ergen, 2023). This can lead to a slowdown in economic development and stagnation in the country's position for a long time.

The issue of tax burden was initially discussed in the 18th century when the idea arose that there should be a certain amount of income that should not be subject to taxation. It was suggested that taxes should be levied on "excess" income, which is what remains after satisfying all basic human needs (Nuryanah, 2022). It is generally accepted that taxes are directly related to the ability to use these taxes for the benefit of society and in its interests. In other words, taxes are the tool that regulates the main ways of redistributing society's resources (Maiburov, 2011).

Today, it is considered not only important to adopt the principles of tax policy from foreign countries but also to create conditions for adapting individual elements of tax policy within the framework of the current legislation of the Republic of Kazakhstan for their optimal application in practice. Scientists have not yet come to a conclusion about which method of replenishing the state budget is the most acceptable and optimal. One of the key elements of debate among scientists today is the oil and gas sector of the economy (Merlo, 2020). The transition in this sector to a taxation model used in Western countries is a controversial aspect. The question of the effectiveness and degree of necessity of incentives in the context of the socio-economic development system is also being considered (Minh Ha, 2022).

The level of development in some countries at present does not allow for a full tax burden while also increasing tax revenues. Based on all this, the most optimal solution, in this case, can be considered as seeking optimal ways to address tax policy through foreign experience (De Simone, 2023). This paper attempts to assess the international experience in implementing tax policy and the possibility of its adoption and adaptation in the Republic of Kazakhstan. It is also necessary to evaluate and study the methods and techniques that are already successfully applied in tax policy today, including those based on foreign experience. This will allow for the

systematisation of the main methods of implementing tax policy to rationally construct a national tax system.

2. Literature review

The tax burden is defined as the ratio of the amount of taxes paid over a certain period to the income earned during the same period of time. These questions are a key element in assessing the level of distribution of the tax burden among different groups of people. Many researchers have studied these questions, among them, the most well-known are: Filatov E.A. and Popov E.V. In their works, they address the issues of the qualitative regulation of tax policy and its relationship with economic growth (). In addition, the tax policies of foreign countries are also studied by such scientists as Drozhzhina I.A., Bukina I.S., Popova L.V., Lykova L.N. (Lykova, 2015, 2020; Popovaб 2007, 2014). At the same time, the study of the basis of tax policy in foreign countries has not yet yielded sufficient results in terms of the application of specific decisions in the field of tax policy, following the example of foreign countries.

The question of taxation is an area of conflicting theories. The main aspects of taxation are the efficiency and fairness of tax implementation, as well as their fairness towards a certain group of people or sphere of activity (Amberger, 2023).

The tax system in a country, from the point of view of its traditional representation, leads to large costs concerning efficiency, that is, the welfare of the people, compared to consumption taxation (Ayad, 2023). This is also based on the opinion that income tax, based on both capital and labour, does not give taxpayers a full opportunity to save financial resources (Oberson, 2017). Research by scientists has not led to a clear and unified conclusion about what the costs of these two taxes will be and how they will ultimately affect welfare (Avi-Yonah, 2023). The choice between consumption taxation and income taxation creates a number of problems related to the issue of fairness. In this regard, the consumption tax system is considered a more regressive option than the income tax system. This is due to the fact that the former has a special impact on low-income groups (Béland, 2015). Accordingly, the practical and theoretical issues of taxation are somewhat exaggerated. Thus, a number of researchers who conducted the study concluded that, from the point of view of the administrative system, taxing consumption will not be an effective method of implementing tax policy (Lesmana, 2022).

Overall, the tax system itself should be unified in terms of its use in countries. However, the current level of development in individual countries demonstrates a certain fragmentation in the integration system of individual tax elements (Silajdzic, 2022). The issues of taxation and the history of this system have been studied by researchers such as Tedeev A.A., Bulanje M., Zuikov I.S., Bryzagalina A.V. (Boboev, 2002). Many developing countries pay special attention to the tax system, but today, many researchers underestimate the role of taxes. A special position in many countries is given to taxes levied on people's incomes, while Bacache-Beauvallet mentioned that another important aspect should be property tax, land use, and other components (Bacache-Beauvallet, 2017).

The tax system, in its general manifestation, is a way of replenishing the state budget. Therefore, questions related to its study, systematisation, and qualitative application in practice are particularly relevant today.

3. Materials and Methods

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

The main object of study is the tax policies of foreign countries and the Republic of Kazakhstan. The subject of the study is individual elements of the tax system that collectively form the basis of Kazakhstan's tax policy.

The research methodology is based on a qualitative analysis of literature sources aimed at assessing the level of development of tax policies and the use of specific research methods. Statistical data analysis, synthesis, interpretation, systematisation, and comparison methods were used to identify the most optimal aspects and elements of international tax policy implementation.

4. Findings and discussion

According to the current tax legislation of the Republic of Kazakhstan, the state budget is primarily funded through individual and corporate income taxes. The individual income tax in Kazakhstan for individuals is 10% of the taxable amount. The corporate income tax is about 20%. For certain types of entrepreneurial activities, the income tax can be set within the range of 1% to 3%.

An important aspect is the formula for calculating individual income tax. Not all taxable amounts are subject to taxation. Amounts for mandatory pension contribution taxes, contributions for mandatory social health insurance (2%), and accumulative insurance are excluded from the taxable amount. Additionally, 14 monthly calculation indicators are deducted from this amount, which for 2023 is 48,300 tenge. Employers also contribute taxes to the mandatory social health insurance fund (3%) and social contributions (3.5%).

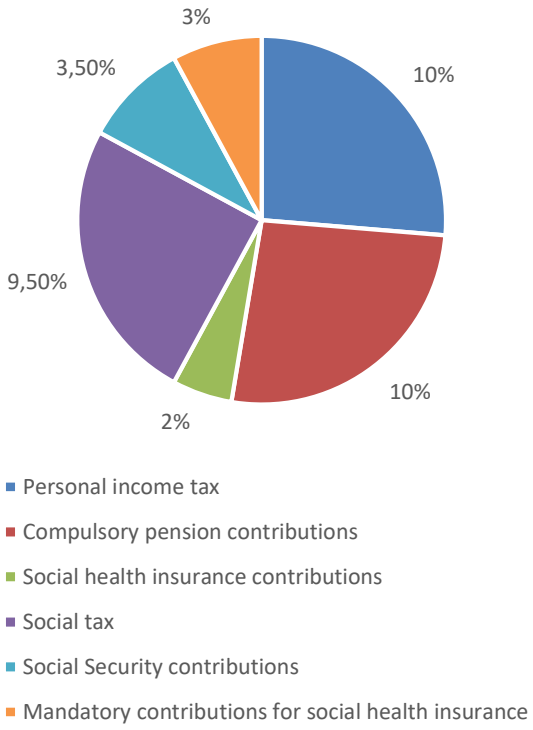


Figure 1. System of taxation of personal income
in the Republic of Kazakhstan (for 2023)
Source: Bureau of National Statistics

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

One of the most significant innovations in the tax system is the introduction of a unified tax payment. The payment of this tax is regulated by Chapter 89-1 of the Tax Code of the Republic of Kazakhstan. The operation of this payment began on January 1, 2023. The payment of this tax can be applied by small and microentrepreneurs who conduct their activities based on a special tax regime and simplified declaration at a rate of 20%.

There is also a value-added tax of 12%, but it is paid only by those who are VAT payers.

In addition to taxes on the income of individuals and legal entities, there are also taxes on subsoil use, land, property, vehicle tax, and export rent tax. Most of these taxes are not stable in relation to each citizen and resident of the country, as there is a constant change in property, transportation, and other living conditions. This significantly affects the stability of state revenue systems. Therefore, it is more reasonable to compare similar tax systems functioning in foreign countries.

In foreign countries, tax systems are classified based on common characteristics that unite them into models. An overall assessment of the current state of the global tax system has shown that the volume of individual income taxes is decreasing, but there is an increase in the volume of corporate income tax and social insurance tax. This is an indication that, at the current stage of development, there is an increase in the number of business entities and their incomes.

At the same time, one particularly important aspect is the consideration of stability and the taxes themselves, which have a clear tendency to increase due to the reduction of income taxes, increased social security contributions, and value-added tax. This, in turn, leads to higher tax rates on the latter tax.

In order to study the taxation systems in different countries, an assessment of the classification of tax systems by Kucherov I.I. was conducted. Four types of tax systems were identified from several points of view, namely indirect and direct taxes.

In general, the following tax systems were identified (Filatova, 2015):

- Latin American;
- Eurocontinental;
- Anglo-Saxon;
- Mixed.

The Latin American model is widespread in Peru, Chile, and Bolivia. The distinguishing feature of this model is a large share of indirect taxation. Such a system of tax policy is associated with the fact that these countries have a relatively high inflation rate, and therefore, the leaders of the public administration system try to meet the country's needs through taxation of the population. However, this type of government policy is not an exemplary option. High tax rates make it harder for the population to work, and if they cannot earn a large income, they do not have the opportunity to develop, which hampers the country's internal development processes and disrupts external economic relations. All these factors are significantly important in terms of assessing the strategic development of an individual country.

Taxation systems in countries such as Italy, France, Belgium, the Netherlands, Austria, and Germany are united into a single tax system called European. This model of tax collection is characterised by high tax rates on social contributions and indirect taxes (Ermasova, 2021). For example, in Italy, the income tax is slightly less than 26%, VAT is 14.4%, and social security contributions exceed 30%. In France, workers contribute about 19% of their income to the state budget. Social contributions exceed those in Italy by 7%, while VAT is 0.9% higher. Property tax in France is over 9%. The tax situation in Germany differs significantly due to the significant social benefits provided to the population. Therefore, social contributions in Germany account for almost 40%, while income tax accounts for only 27%. The value-added tax is calculated at 7% higher than in Kazakhstan. The Swiss tax system is also significant in terms of the amount of income received. For example, while the VAT is approximately similar to that in Kazakhstan

with a slight increase of 8%, the individual income tax is almost three times higher at 30.7%, and social contributions account for about 23%. Evaluating the European taxation system, it can be noted that a significant share of income is paid by the residents of European countries in taxes. The significant prevalence of tax rates in the taxation systems of European countries is adequately compensated by the policy of providing social benefits to the population and their material support, which allows the population to make tax payments in this amount. The qualitative social package provided to the majority of the population, particularly vulnerable groups, allows them not to feel a heavy tax burden. The state policy on social support for the population in European countries is currently being effectively implemented, allowing European countries to reach a new level on the global stage. This kind of policy also contributes to attracting immigrants and an additional labour force from countries near and far away to European Union countries (Inam, 2022).

It has been found that the Anglo-Saxon model of taxation is characteristic of countries such as the United States, Great Britain, Australia, and Canada. This model of tax revenue is characterised by a small share of indirect taxes, while the main share of the budget is formed by income tax (Hayo, 2023).

For example, the individual income tax rate for individuals in this model is around 40%. Property tax accounts for 10%, and social security tax is paid at a rate of 17%.

In the United Kingdom, the income tax rate is about 26% of income, while the volume of social security taxes is almost 2% higher, and the value-added tax (VAT) is 20%.

In Canada, the income tax rate is slightly higher than the corporate income tax rate in Kazakhstan (by 1.1%). The goods and services tax (GST) is 13%, and social security taxes are lower than in the United States by 2%.

The taxation system itself is of particular interest. For example, in the United States, there is no unified tax system. Each individual state has the right to independently establish some special taxes in addition to the commonly accepted ones. These taxes are regulated by legislative documents and can only be introduced in specific cases. For example, when the activity being carried out is specifically related to a particular state but does not in any way infringe on the rights of other states. Another important aspect is the provision that such innovations should not lead to multiple taxes. In the United States, a system of individual income taxation is implemented, which involves taxing citizens at each level of government. In other words, residents must pay taxes to the local, regional, and federal budgets. At the same time, compared to other countries, the United States has a relatively low tax burden, which has averaged around 25% over the past two decades. In the United Kingdom, this figure is over 33%; in Sweden - 41%, in Germany - 40%, in Japan - 30%, and in Canada, it is within the range of 33-34%.

Another model of tax policy implemented by countries is the integration of certain features of the above-mentioned three systems. Japan is a vivid example of such a tax policy (Fukui, 2021). The format of tax deductions has a direct correlation with the Anglo-Saxon model, but the main share of taxes is accounted for by social security payments (Kleinbard, 2022).

In addition to the mentioned tax models, there are also some countries characterised by preferential tax regimes. It can be established either throughout the country or in a specific part of it. In such cases, these countries may have standard tax regimes with commonly accepted and hidden taxation, as well as countries with zero or very low tax rates. The latter group of countries includes the Cayman Islands, the Antilles, Barbados, Saint Vincent, Bermuda, the Republic of Seychelles, Monaco, Liechtenstein, Gibraltar, Jamaica, Luxembourg, and others. Low tax rates are not uniform for all, as each state considers individually who and how will pay taxes. From the perspective of other countries, such a taxation system is perceived quite ambiguously, as it creates competition among participants in the international community.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Thus, the systematisation of the obtained data allowed for a comparative assessment of individual income taxes in different countries (Figure 2).

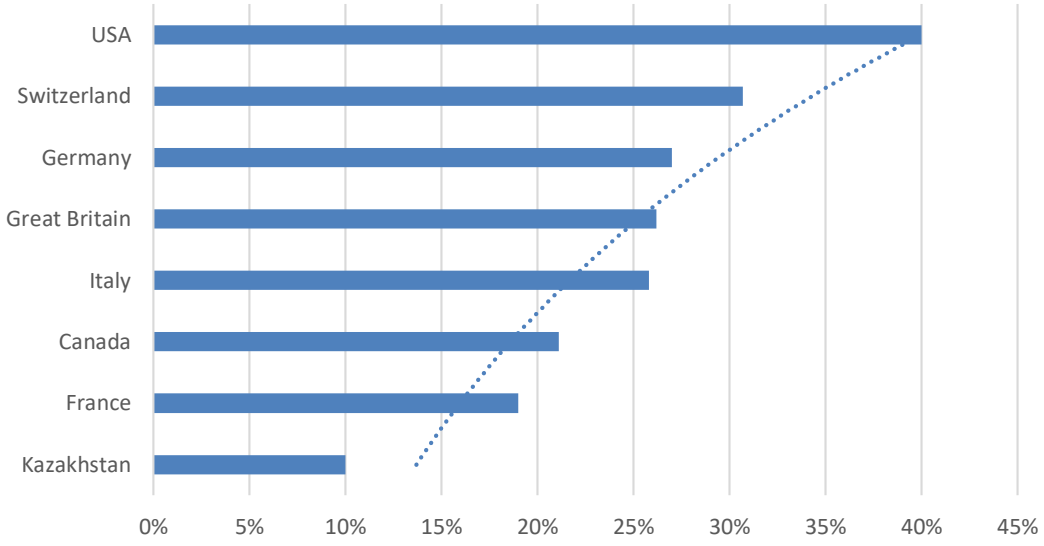


Figure 2. Personal income tax in various countries
Source: Bureau of National Statistics

An objective evaluation of the comparison shows that Kazakhstan has the lowest indicators in terms of individual income tax and social contributions among all the countries studied.

In some countries, such policies are considered acceptable due to the significant amount of social benefits provided to the needy population, as is the case in Germany. This aspect can be considered an element that should be borrowed from the domestic tax policy system. Currently, Kazakhstan also provides various types of payments, but only to extremely needy segments of the population and in small amounts. It is proposed that this aspect should primarily address disabled individuals, pensioners, and other segments of the population in dire need. It is recommended to conduct systematic monitoring of the needs not only of specific population groups but of the entire population as a whole. Perhaps this measure will create conditions for the implementation of a more extensive system of state social support for the needy population.

In connection with the planned innovations in the tax system in the Republic of Kazakhstan starting in 2024, such as the universal declaration of assets and liabilities, as well as income and expenses, it is expected that the overall picture of the population's need for certain types of social benefits will be presented from a more objective perspective. The tax policy of Kazakhstan aims to identify violations occurring in the financing systems of certain sectors. This represents a kind of necessity for harmonising the conditions of Kazakhstan's tax policy.

5. Conclusion

The conducted evaluation and comparative analysis of the tax policies of foreign countries allowed for an assessment of the level of taxation in some countries. Such conditions are important aspects in evaluating the overall functioning of the tax system and its impact on the level of state development.

Thus, it has been identified that state development is achieved not only through a diverse tax policy but also through the development and implementation of a system for socially stimulating the population, particularly those in need.

It has been revealed that the monitoring and control measures being developed for tax contributions in the Republic of Kazakhstan, which are planned to be implemented in 2024, are one way to assess the real needs of specific population segments for social material support from the state. This, in turn, can become one of the ways to implement the Kazakhstan-2050 development strategy.

References

1. Amberger, H. J., Robinson, L. (2023). The initial effect of U.S. tax reform on foreign acquisitions. Review of Accounting Studies. https://doi.org/10.1007/s11142-023-09760-1
2. Avi-Yonah, R., Kim, Y. R. (2022). Tax Harmony: The Promise and Pitfalls of the Global Minimum Tax. Michigan Journal of International Law, (43.3), 505. https://doi.org/10.36642/mjil.43.3.tax
3. Ayad, H., Abbas, S., Nakhli, M. S., Jibir, A., Shahzad, U. (2023). Industrial growth, health care policy uncertainty and carbon emissions: Do trade and tax policy uncertainties matter for sustainable development in the USA? Structural Change and Economic Dynamics, 66, 151-160. https://doi.org/10.1016/j.strueco.2023.04.005
4. Bacache-Beauvallet M., Bloch F. (2017). Special issue on taxation in the digital economy. Journal of Public Economic Theory, 20, 1, 5-8. https://doi.org/10.1111/jpet.12285.
5. Béland, D., Waddan, A. (2015). Breaking down ideas and institutions: the politics of tax policy in the USA and the UK. Policy Studies, 36(2), 176-195. https://doi.org/10.1080/01442872.2014.1000845
6. Boboev, M. R., Mambetaliev, N. T., Tyutyuryukov, N. N. (2002). Nalogovyye sistemy zarubezhnykh stran: Sodruzhestvo nezavisimykh gosudarstv [Tax systems of foreign countries: Commonwealth of Independent States]. Moscow: Gelios ARV, 624.
7. De Simone, L., Stomberg, B., Williams, B. (2023). Does tax enforcement disparately affect domestic versus multinational corporations around the world? Contemporary Accounting Research. https://doi.org/10.1111/1911-3846.12900
8. Ergen, T., Rademacher, I. (2023). The Silicon Valley imaginary: US corporate tax reform in the 1980s. Socio-Economic Review, 21(2), 935-957. https://doi.org/10.1093/ser/mwab051
9. Ermasova, N., Haumann, C., Burke, L. (2021). The Relationship between Culture and Tax Evasion across Countries: Cases of the USA and Germany. International Journal of Public Administration, 44(2), 115-131. https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1672181
10. Filatova, E.A. (2015). Teoreticheskaya klassifikatsiya modeley nalogovoy politiki [Theoretical classification of tax policy models]. Innovative development of the economy, No. 2 (26), 82-85.
11. Fukui, F. (2021). Do government appropriations and tax policies impact donations to public research universities in Japan and the USA? Higher Education, 81(2), 325-344. https://doi.org/10.1007/s10734-020-00543-0
12. Hayo, B., Mierzwa, S., Ünal, U. (2023). Estimating policy-corrected long-term and short-term tax elasticities for the USA, Germany, and the United Kingdom. Empirical Economics, 64(1), 465-504. https://doi.org/10.1007/s00181-022-02252-2
13. Inam, Dr. B. (2022). Foreign Direct Investments and Tax Policy Current Evaluations for OECD Countries. Saudi Journal of Economics and Finance, 6(12), 422-430. https://doi.org/10.36348/sjef.2022.v06i12.004
14. Kleinbard, E. D. (2022). Stateless Income. Florida Tax Review, 11(9). https://doi.org/10.5744/ftr.2011.1009

15. Lesmana, A., Soetjipto, W. (2022). The effect of corporate tax policy on foreign direct investment: empirical evidence from Asian countries. Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan, 25(4), 647-672. https://doi.org/10.21098/bemp.v25i4.1729

16. Lykova, L. N. (2020). Taxes and taxation : textbook and practicum for universities The text is direct. - 2nd ed., reprint. and add. Moscow: Yurayt Publishing House, 376.

17. Lykova, L.N., Bukina, I.S. (2015). Nalogovyye sistemy zarubezhnykh stran: uchebno-metodicheskoye posobiye 3-e izdaniye, pererab. i dop. Nalogovyye sistemy zarubezhnykh stran: uchebnik dlya bakalavriata i magistratury [Tax systems of foreign countries: a textbook for bachelor's and master's degrees]. Moscow: Yurayt Publishing House, 429.

18. Maiburov, I. A. (2011). Theory and history of taxation: a textbook for universities The text is direct. - 2nd ed., reprint. and add. Moscow, 422.

19. Merlo, V., Riedel, N., Wamser, G. (2020). The impact of thin-capitalization rules on the location of multinational firms' foreign affiliates. Review of International Economics, 28(1), 35-61. https://doi.org/10.1111/roie.12440

20. Minh Ha, N., Tan Minh, P., Binh, Q. M. Q. (2022). The determinants of tax revenue: A study of Southeast Asia. Cogent Economics and Finance, 10(1). https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2026660

21. Nuryanah, S., Gunawan, G. (2022). Tax amnesty and taxpayers' noncompliant behaviour: evidence from Indonesia. Cogent Business and Management, 9(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2111844

22. Popova, L.V., Maslova, I.A., Zemlyakov, Yu.D., Maslov, I.A., Drozhzhina, I.A., Salikhova V.Yu. (2007). Nalogov·yye sistemy zarubezhnykh stran [Tax systems of foreign countries]. Everything for an accountant, No. 17.

23. Popova, L.V., Maslova, I.A., Zemlyakov, Yu.D., Maslov, I.A., Drozhzhina, I.A., Salikhova, V.Yu. (2007). Nalogov·yye sistemy zarubezhnykh stran [Tax systems of foreign countries]. Accounting in publishing and printing, No. 9.

24. Popova, E.V. (2014). Nalogovoye stimulirovaniye kak metod regulirovaniya innovatsionnogo razvitiya territorii. Regional'noye razvitiye [Tax incentives as a method of regulating the innovative development of a territory]. Regional development, No. 3-4, 152-156.

25. Popova, L.V., Drozhzhina, I.A. (2014). Nalogovyye sistemy zarubezhnykh stran [Tax systems of foreign countries: educational and methodological manual, 3rd edition, revised. and additional]. Moscow: Business and Service, 432.

26. Oberson X. (2017). Taxing Robots? From the Emergence of an Electronic Ability to Pay to a Tax on Robots or the Use of Robots. World Tax Journal, 9, 2, 247-261.

27. Silajdzic, S., Mehic, E. (2022). How effective is tax policy in attracting foreign direct investments in transition countries? Central European Business Review, 11(1), 19-39. https://doi.org/10.18267/j.cebr.274

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

УДК 311.216

Программа «1С: Зарплата и управление персоналом 8 для Казахстана" и ее роль в автоматизации бухгалтерского учета

Мукеева У.Б.
Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет, г. Уральск

https://doi.org/10.5281/zenodo.1194857

Аннотация: Одной из основных составляющих себестоимости готовой продукции является заработная плата с налогами. Поэтому, именно этой статье затрат уделено большое внимание в программе «1С: Зарплата и управление персоналом 8 для Казахстана".
Ключевые слова: алгоритм, заработная плата, управление персоналом, карточка сотрудника, штатное расписание, учет рабочего времени.
Abstract: One of the main components of the cost of finished products is wages with taxes. Therefore, it is this cost item that is given great attention in the program "1C: Salary and personnel management 8 for Kazakhstan".
Key words: algorithm, salary, personnel management, employee card, staffing table, time tracking.

В сущности, заработная плата – это стоимость такого специфического товара как «рабочая сила», выраженная в денежном или натуральном выражении. Экономистами выдвигается другая гипотеза определения сущности заработной платы, которая заключается в том, что она представляет собой «выраженную в деньгах долю работников в той части национального дохода, которая направляется на цели личного потребления и распределения по количеству и качеству труда, затраченного каждым работником в общественном производстве». Каково бы не было определение сущности заработной платы, её значение было, есть и будет оставаться одним из основ рыночных отношений, и является одним из элементов себестоимости по созданию нового товара (работ, услуг). С позиции данного утверждения, значение кадрового учета и заработной платы в современных условиях является очень актуальной и при совершенствовании программы 1С Предприятие (версия 8.3) уделено очень большое внимание.

Основатели учетной платформы 1С Предприятие постоянно совершенствуют программу и разрабатывают новые версии, отвечающие специфическим особенностям регионов с учетом законодательных актов государства. На сегодняшний день, отвечающей всем требованиям и применяемый во многих компаниях, является программа «1С: Зарплата и управление персоналом для Казахстана" [4]. Данная программа позволяет полностью автоматизировать учет заработной платы и реализовать кадровую политику с учетом законодательства Казахстана и отраслевыми спецификами компаний. С помощью данной программы можно вести кадровую, управленческую и учетную деятельность компании.

В условиях цифровой экономики с учетом мнений ученых и практиков в области бухгалтерского и налогового учета, аудиторов и аналитиков, ежегодно совершенствуется программа 1С Предприятие (версия 8.3). Возможности данной конфигурации и порядок их использования очень просты и понятны каждому пользователю. Данная программа

позволяет автоматизировать кадровый учет и производить расчеты заработной платы в компаниях любого масштаба (малого и крупного бизнеса).

По схеме, приведенной ниже, мы видим, что программа решает функции кадровой службы, бухгалтерии компании и является незаменимым помощником руководства, которая позволяет анализировать кадровый состав, планировать штатную численность и формировать отчетность в различных разрезах.



Алгоритмы данной программы производятся в следующей последовательности:

- Кадровая служба компании, согласно штатному расписанию, производит найм работников и в системе баз данных отражает всю необходимую информацию по каждому работнику в личной карточке сотрудника. Для сбора необходимой информации по кадрам, каждая компания с учетом своей отраслевой специфики, вправе составить перечень документов для предоставления работниками при приеме на работу. Помимо общеустановленных документов (паспорт или удостоверение личности, документ об образовании, медицинское освидетельствование и прочее), для осуществления социальной программы компании, могут запросить информацию о семейном составе, о наличии и возрасте детей и другие данные, не противоречащие законодательству РК.
- На принимаемого работника издается приказ руководителя с указанием должности, даты приема, режима работы и установлением должностного оклада (тарифной ставки). В день приема на работу, согласно Трудового кодекса РК, с работником заключается Договор, в котором закрепляются права и обязанности сторон, условия и режим работы, форма и система оплаты труда, адреса сторон и другие данные.

Но самое большое преимущество данной программы заключается в том, что любая компания-пользователь с учетом своей отраслевой специфики и хозяйственной принадлежности, может разработать и встроить любую мини программу, необходимую для учета, конкретизации, контроля и анализа тех или иных процессов хозяйственной деятельности.

Так, например, Департаментом информационных технологий Акционерного общества Нефтегазовая строительная компания «Казстройсервис» (АО НГСК «КСС») разработаны модуль по кадровому учету «HR-Module», мини программа по начислению премий и встроены в программу 1С: Предприятие (версия 8.3).

Программа «HR-Module» была создана целью оптимизации учета кадрового состава, контроля по полному и своевременному обеспечению квалифицированными кадрами в соответствии с графиками производства работ, а также в помощь специалистам отделов кадров. Учитывая загруженность работников бухгалтерии и отдела по учету кадров, данная программа намного облегчает их труд, так как в производственном процессе иметь достоверную и «быструю» информацию позволяет осуществлять оперативное руководство компанией без нарушения законодательства Республики Казахстан.

Сущность его заключается в том, что при приеме специалиста на работу, кадровый работник в системе «открывает» личный листок (заявку на прием работника) и заносит все данные по работнику. Данную информацию в системе «видят», изучают по прикрепленным документам кандидата и производят электронное «согласовывание» руководители и менеджеры филиала и Центрального аппарата и только после этого можно осуществлять фактический прием работника.

Аналогичную встроенную мини программу по начислению премий разработали и внедрили специалисты Департамента информационных технологий. В компании применяется повременно-премиальная система оплаты труда. В программе 1С Предприятие заложен определенный алгоритм по начислению повременной заработной платы на основании табеля учёта рабочего времени. При этом также автоматически начисляются предусмотренные персональные надбавки. Но размер ежемесячных премий зависит от различных причин: от объема и качества выполненных строительно-монтажных работ, от наличия свободного остатка фонда оплаты труда, от численности персонала и пр., то есть ежемесячная сумма премии каждому работнику может быть разная. Также это может быть связана с множеством других факторов: отношение работников к административно-управленческому персоналу, инженерно-техническим работникам, рабочим основного, вспомогательного или обслуживающего персонала, разными суммами должностных окладов или тарифных ставок (если премия начисляется в процентном соотношении к данным показателям), фактически отработанное время за месяц (например, рабочим одинаковой квалификации и утвержденной одинаковой тарифной ставкой сумма премии может быть разной при условии, что один отработал полный месяц, а другой был на больничном или по уважительным причинам отсутствовал и отработал не полный месяц). Таких ситуационных моментов на производстве может быть очень много.

Поэтому возникает необходимость разработки такой программы, которая позволит начислить премию автоматически для любой численности работников. Сущность данной мини программы заключается в том, что сначала премия распределяется между членами коллектива в формате Excel, затем автоматически загружается в программу 1С Предприятие с помощью, встроенной мини программы [3]. Это позволит специалистам бухгалтерии безошибочно и в кратчайший срок начислить премии любой численности коллектива. Своевременное начисление и выдача заработной платы за месяц в установленный срок, является залогом соблюдения условий трудового законодательства (ст.113 п.1) [1].

Таким образом, учет труда и заработной платы является важным и самым трудоемким процессом в бухгалтерском учете строительной компании. Правильная организация их учета имеет важное значение, так как заработная плата и налоги являются одним из основных составляющих себестоимости СМР и влияют на налогооблагаемую базу исчисления корпоративного подоходного налога (КПН).

Список использованной литературы:

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

1.Трудовой Кодекс РК - Алматы: Юрист, 2015. – 116 с.
2.Мамукова Е. Программа 1С – что это такое? // Консультант, Москва, 2019
3.Инструкция по применению встроенных программ в системе 1С Предприятие (версия 8.2) в компании АО «НГСК Казстройсервис» (документ для внутреннего пользования) // Алматы, 2015
4. 1С Предприятие 8: зарплата и управление персоналом для Казахстана (Редакция 3.1)

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

УДК 330.01

ШАҒЫН КӘСІПКЕРЛІК ТЕОРИЯСЫ: ҚАЛЫПТАСУЫ, ДАМУЫ ЖӘНЕ ЗАМАНАУИ ТҰЖЫРЫМДАМАЛЫҚ ДЕҢГЕЙІ

Кожахметов Зият Карибаевич, э.ғ.к., доцент;
Дюсембаева Гульжан Бабатаевна, аға оқытушы
Туран-Астана университеті,
Астана қаласы

https://doi.org/10.5281/zenodo.1194857

Аннотация: Когда речь идет о малом предпринимательстве и государственной поддержке его развития в Республике Казахстан, по нашему мнению, необходимо определиться с исходными понятиями, которые характеризуют такие социально-экономические процессы как «предпринимательство» и «бизнес»; теория инноватики нами рассматривается как методологическая основа в исследований этих проблем.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, малое предпринимательство, малый бизнес, институт предпринимательства, неопределенность, риск, инновация, предпринимательская экономика.

Abstract: When it comes to small business and state support for its development in the Republic of Kazakhstan, in our opinion, it is necessary to determine the initial concepts that characterize such socio-economic processes as «entrepreneurship» and «business»; We consider the theory of innovation as a methodological basis for studying these problems.

Key words: entrepreneurship, business, small business, small business, institution of entrepreneurship, uncertainty, risk, innovation, entrepreneurial economics.

«Кәсіпкер», «кәсіпкерлік іс-әрекет» қоғамның әртүрлі әлеуметтік топтары арасында сан-алуан түрлі мағынада анықталып, олардың тек ұлттық экономикада ғана емес, қоғам өмірінің барлық салаларындағы орны сан-алуан түрлі деңгейде бағаланады. Ғалымдар, саясаткерлер және қоғамдық қайраткерлер арасында кәсіпкерлік туралы, оның қоғамдағы орны туралы бір-біріне қарама-қайшы көзқарастар қалыптасып, кәсіпкерлікке, оның тіршілік жасау ортасы мен мемлекеттің реттеушілік шараларын жүзеге асыруда көптеген қиыншылықтар тұғызады.

Еуроазиялық экономикалық одақтың (ЕАЭО) қалыптасып, қызмет етуіне байланысты біздің қазақстандық қоғамда да отандық кәсіпкерлік пен одақтық кәсіпкерліктің бірі-бірімен тиімді жолмен әрекеттесіп, даму мәселелері, олардың қарама-қайшылық мүдделері болатыны толғандырып, ойландырады. Яғни, ЕАЭО қалыптасуы қазақстандық кәсіпкерлік алдында жаңа мақсаттар белгілеп, жаңашылдық ойлар мен іс-әрекеттерді жүзеге асыруды қажет етеді.

Сондықтан да, адамзат қоғамы тарихында, саяси-экономикалық ғылым тарихында кәсіпкерліктің әлеуметтік, экономикалық және саяси мазмұнының қалыптасуын зерттеп анықтау, оның түп-тамырындағы заманауи жаңашылдық қасиеттерін анықтап, бағалау, қоғамның болашақ дамуына мол мүмкіншіліктер береді.

Экономикалық ғылымда, экономикалық әдеби-ақпараттық көздерде ирландық экономист және коммерсант Ричард Кантильон (1680-1734) кәсіпкерлік пен кәсіпкерлік институтын зертеушілер арасында ең-алғашқылардың бірі болып саналады [1,2,3].

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Ричард Кантильон коммерциялық іс-әрекетпен шұғылғандықтан кәсіпкерлік істің ішкі мән-жайын жақсы игерген. Өзінің жинақтаған мол тәжірбиесін ол «Жалпы сауда табиғаты туралы әңгімесі» еңбегінде 1755 жылы жазып, жариялады [4].

Кантильонның байқауынша, сұраныс пен ұсыныс арасындағы теңсіздік пен сәйкессіздік тауарларды біреулерден төмен бағамен сатып алып, оларды басқаларға жоғары бағамен сатуға мүмкіндік береді, сөйтіп бәсекелестік нарықта тепе-теңдік жағдай қалыптасады. Осындай нарықтық конъюктураны өз мүдделеріне қолайлы пайдаланып, пайда табатын адамдарды ол «кәсіпкерлер» деп атады. Бұл адамдардың өндірістік шаруашылыққа қатынасуы немесе өзінің ақша-мүлігін осы іс-әрекетінде қолдануы соншалықты қажет емес, деп ескертеді Кантильон.

Сөйтіп, Кантильонның анықтауы бойынша, кәсіпкер - ол өндіріс үрдісіне араласпай-ақ, тәуекелділікке бел байлап, көрегендігі негізінде пайда тауып, іс-әрекетін жүргізетін адам [5, б.16].

Атақты ағылшын экономисі Адам Смит (1723-1790) классикалық саяси экономияны жүйе келтіріп, мемлекет пен кәсіпкерлік арасындағы қатынастарды жан-жақты зерттеп, анықтаған ғалым. Ол 1776 жылы жарық көрген «Халықтар байлығының табиғаты мен себептері туралы зерттеулер» атты еңбегінде экономикалық әлем өз бетінше, өз еркімен ұйымдастырылып, даму мүмкіндіктері бар екенін дәлелдеп және осы үрдісті жылжытуда кәсіпкерлік іс-әрекет ерекше орын алатынын көрсетті.

Смиттің тұжырымдамасы бойынша, ұлттың барлық байлығы төмендегі себептерге байланысты өседі:

-еңбек бөлінісі;

-бәсеке;

-жеке мүдде негізінде ұйымдастырылғын нарық;

-экономикалық еркіндік пен кәсіпкерлік белсенділікті жүзеге асыруға мүмкіндік беретін либералдық мемлекеттік саясат [6, б.177].

Смит кәсіпкерліктің жақсы жақтарында, теріс жақтарында сипаттап, көрсетеді, яғни, кәсіпкерлікке деген қарама-қайшы көзқарастар мен тұжырымдар айтады.

Біріншіден, кәсіпкер мен капитал иемденушіні біртекті сипаттап, қарастырады, яғни, екеуіде шаруашылық функциясы бойынша бірдей. Смит «кәсіпкер» деген ұғымның орнына «негоциант» (қазіргі түсінік бойынша «сауда кәсіпкері») және «фабрикант» (қазіргі түсінік бойынша «өнеркәсіптік кәсіпкер») деген ұғымдарды қолданады. Жалпы, Смиттің тұжырымы бойынша, негоциант пен фабрикант капиталды меншіктеушілер, яғни, капиталистер, сондықтан да коммерциялық идеяны жүзеге асырып, жоғары пайда табу мақсатында олар тәуекелділікке барады.

Екіншіден, кәсіпкерлер көп жағдайда бірігіп сатып алушыларға қарсы іс-шаралар (мысалы, бағаны жоғарылату сияқты) жүргізеді.Олардың мүдделері жұмысшылар мен жер иеленушілердің, мемлекеттің мүдделеріне, кейбір жағдайларда, сәйкес келмейді. Кәсіпкерлер қоғамды алдауға, қанауға бейім дейді. Аталмыш еңбегінің «Капиталға түсетін пайда туралы» тарауында Смит «Біздің көпестер мен мануфактура иегерлері жалақының жоғарылауы тауарлардың бағасын да жоғарылатып, олардың іс-әрекеттеріне кері әсер тигізетіне байланысты шағым айтады. Бірақ, өздері иемденетін пайданың жоғарғы деңгейі, басқа адамдардың мүддесіне кері әсер ететіні туралы олар сөз қозғамайды», - дейді [7, б.81].

Үшіншіден, Смиттің тұжырымы бойынша, мемлекет кәсіпкерлік іс-әрекетке тікелей, тереңдей араласпауы тиіс, себебі, кәсіпкерлер пайда табу мақсатында болса да өз мүддесін жүзеге асыру арқылы қоғамға да пайда келтіреді. Сондықтан, мемлекет пайыз, салық, кеден, акциялардың құны т.б. реттеу арқылы оларға ықпалын тигізуі қажет, дейді.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Атақты француз экономисі Жан Батист Сэй (1767-1832) кәсіпкерлік институтын терең және жан-жақты зерттеген ғалым. Сэй тоқыма өндірісі саласында өзінің кәсіпкерлік шаруашылығы болғандықтан кәсіпкерліктің жан-жақты «жинақы» бейнесін сипаттама беріп, бағалады. Ол 1803 жылы жарық көрген «Саяси экономия трактаты» атты еңбегінде «үш факторлы теориясын» негіздеп, қоғамның байлығын көбейтуде кәсіпкерліктің ерекше орнын зерттеп, анықтады. Шын мәнінде қоғам байлығының қайнар көзі олар - жер, еңбек және капитал, дейді. Бұл үш факторда өнім құнын өндіруде теңдей қатысып, қоғам байлығын өздерінен туындайтын рента, жалақы және пайда арқылы қалыптастырады. Сэйдің пайымдауы бойынша, жер иеленүші мен жұмысшы қоғамның байлығын өндіріп, бөлуде белсенді іс-әрекет жүргізбейді, ал кәсіпкер, индустриалды кәсіпкер - ол өзінің білімі, ақылы, іскерлігі, белсенділігі арқылы өндірістік қызметтер мен ресурстарды тиімсіз, пайдасы төмен салалардан тиімді, пайдасы жоғары салаларға «аударып», факторларды комбинациялық түрде бөліп, жылжытып отырады. Яғни, Сэйдің анықтауы бойынша, индустриалдық кәсіпкер экономикалық дамудың негізгі агенті, қатысушысы: ол ақылды, іскер, білімді және тәртіпті болғандықтан мол байлықтың иегері [1, б.82-83].

Кейбір экономикалық әдебиеттерде кәсіпкерліктің классикалық теориясын дамытушыларға неміс экономисі Иоганн Тюненді (1783-1850) жатқызады [6, б.297-299]. Ол өзінің 1826 жылы шыққан «Оқшауланған мемлекет және оның халық шаруашылығы мен ұлттық экономикаға қатынасы» атты үш томдық еңбегінде математикалық әдістерді қолданып, кәсіпкердің пайдасын жинақталған шекті пайдалар (табыстар) жиынтығы ретінде көрсетеді.

Тюненнің есептеулері бойынша, кәсіпкер пайдасы – ол іскерлік операциялардан түсетін жалпы пайданың бөлігі. Яғни, іскерлік операциялардан түсетін жалпы пайдадан, біріншіден - инвестициялық капиталға төленетін пайыз; екіншіден – басқару үшін төленетін ақы; үшіншіден – тәуекелділік шығындары үшін төленетін сақтандыру сыйақысы шегерілендіреді:

$$Пк = Пio – (Пик + Пба + Птс) \quad (1)$$

Пк - кәсіпкер пайдасы;
Пio - іскерлік операциялардан түсетін жалпы пайда;
Пик- инвестициялық капиталға төленетін пайыз;
Пба - басқару үшін төленетін ақы;
Птс - тәуекелділік шығындары үшін төленетін сақтандыру сыйақысы.

Шын мәнінде, Тюнен кәсіпкерлікті тәуекелділік іс-әрекет ретінде қарастырып, оның үш түрлі деңгейін сипаттап, ұлттық экономикадағы жалпы пайданы есептеп, анықтаған – ол іскерлік операциялардан түсетін жалпы пайда. Кәсіпкерлік іс-әрекетінде тәуекелділік өте жоғары болғандықтан ешқандай-да сақтандыру компаниясы кәсіпкердің тәуекелділік шығындарының (қолайсыз жағадайларда) орнын толтырып, қайтарып бере алмайды. Атақты американдық кәсіпкер, IT-технологиялар саласында «Apple» корпорациясының негізін қалаушылардың бірі Стив Пол Джобс (1955-2011) бірнеше тәуекелділіктен түскен пайданың кезекті бір тәуекелділіктен қомақты шығындарға ұшырағанын былай сипаттайды «Мен бір жылда миллиард доллардың төрттен бірін жоғалтқан адамдардың бірімін, бірақ мен одан шыныға түстім, жаңа белестерге көтерілдім», - дейді [8].

Классикалық экономикалық ілімдердің басқа да өкілдері кәсіпкерлік туралы өздерінің көзқарас-пікірлерін тұжырымдап, айтқанда: пайда, пайданы өндірудің көздері, пайданы бөлу т.б. пайда туралы экономикалық теорияларда міндетті түрде пайданы

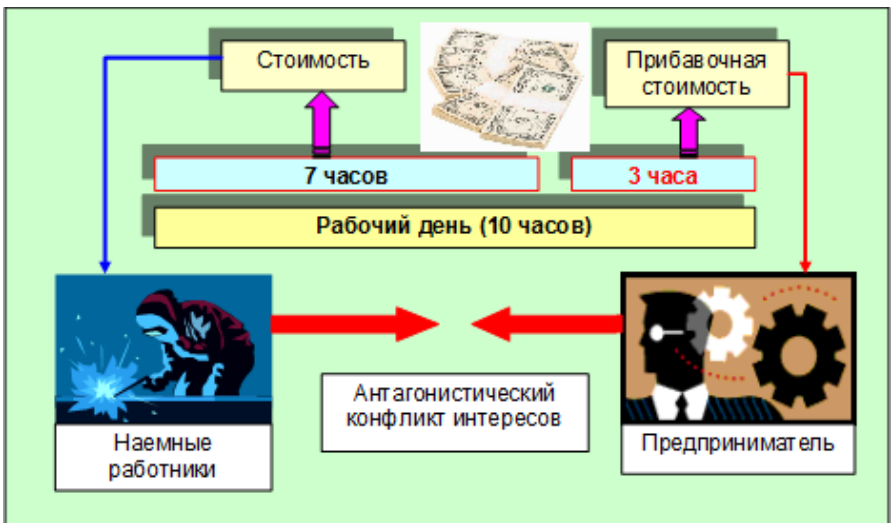
NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

иеленуші негізгі тұлға – кәсіпкер туралы, оның іскерлігі, тәуекелшілдігі, жаңашылдығы т.б. туралы сипаттамаларды береді. Бірақ «кәсіпкер» ұғымы зерттеулерде әр-түрлі атаулармен аталып, қолданылатын: «антрапренер», «негоциант», «фабрикант», «капиталист» т.б.

Кеңестік әдебиеттерде көп жағдайда «капиталист» ұғымы қолданылатын, себебі, ол кезде әлеуметтік-экономикалық өмірде, саясатта маркстік-лениндік идеология, ғылымда маркстік-лениндік саяси экономия басым болғандықтан осы ұғым басым болатын. Сондықтан, атақты неміс философы, экономист-ғалымы Карл Марксtің (1818-1883) экономикалық теориясына ерекше назар аудару қажет.

Марксtың атақты «Капитал» атты төрт томдық еңбегінде шаруашылық іс-әрекеттің негізгі тұлғасы – ол капиталист. Оның іс-әрекеті халықтың және қоғамның мүддесіне қарсы сипатталады, себебі, ол иемденетін пайда жұмысшылардың, нақты, жалпы материалдық салаларда жұмыс істейтін халықтың төленбей қалған еңбегінің қомақтай бөлігі ретінде сипатталады. Яғни, капиталист (кәсіпкер) пен жұмысшылардың мүдделері қарама-қайшы, бір-бірімен келісімге келмейтін мүдделер қатынасы ретінде анықталған [9].

Марксtың анықтауы бойынша, капиталист белгілі бір өнім шығару мақсатында жұмысшыларды жалдайды; жұмысшылар, мысалы, 10 сағат жұмыс атқаратын болса, 7 сағат жұмыс уақытын өзінің құнын өндіру үшін жұмсаса, ал 3 сағат жұмыс уақытын капиталист үшін жұмсайды (сурет 1).



Сур. 1 – Маркс бойынша жұмысшылар мен кәсіпкерлердің қарама-қайшы келісілмейтін мүдделері сызбасы [10]

Яғни, әр жұмысшы өзі өндірген материалдық өнімнің 1/3 уақыт бөлігін ғана иеленсе, кәсіпкер әр жұмысшы өндірген өнімнің 1/7 уақыт бөлігін иеленеді. Егер капиталист фирмасында 10 жалдамалы жұмысшы жұмыс атқаратын болса, онда өндірілген өнім көлемі 100 жұмыс уақытына тең болады, капиталист болса сол өнімнің 30 сағаттық көлеміндегі өнім бөлігін өзіне иеленеді.

Жоғарыда айтылғандай, бұл мәселені Ричард Кантильон дұрыс шешкен тәрізді: капиталист иеленген 30 сағаттық көлеміндегі өнім бөлігі шекті пайданың жинақталған көлемі, себебі, кәсіпкер өзінің құрал-жабдықтарын, қаржы-қаражатын т.б. (жұмыстық уақытпен есептесе 300 немесе одан да көп уақыттық көлем) өзінің жеке басына жұмсамай, жинақтап тәуекелділікке бел бұып, жұмысшыларға пайдалануға беріп отыр.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Әрине, ғалымдардың қайсы бірінің пікір-көзқарасының дұрыс немесе бұрыс екенін анықтау жалпы ғылыми-зертеу саласының өте қиын да өзекті мәселесі, себебі, әр ғалымның өз-алдына қойған мақсаты мен міндеті сан-алуан түрлі болғандықтан олардың зерттеу бағыттары мен құрастырған жүйелері де ерекшеленеді.

Заманауи экономикалық ғылымда кәсіпкерлік теорияларды дамытушылардың бірі Фридрих Хайек (1899-1992). Кәсіпкер, шаруашылық тұлға ретінде, ерекше іс-әрекет қимылымен, басқа шаруашылық тұлғалар байқамаған, пайда табудың жан-жақты мүмкіндіктерін іздестіріп, оны молайтып, иемдену шараларын жүзеге асырады. Хайектің пайымдауы бойынша, заманауи жағдайда кәсіпкерлер, жоғары деңгейде шиеленіскен нарықтық бәсекелік ортада, жоғары деңгейдегі тәуекелділікке бел-буып жеңіске жетіп, шаруашылық іс-әрекетінің өміршеңдігін дәлелдеп отыруға мәжбүр [11,12].

Хайектің кәсіпкерліктің даму жағдайлары туралы ойлары ерекше көңіл аударады. Олар:

1) жеке меншікті тұлғалар неғұрлым көп болса, соғұрлым кәсіпкерлік іс-әрекет жоғары деңгейде дамиды;

2) дамушы елдерде кәсіпкерлік қабілеттің, ынтаның төмен болуы - сол елдердің халқына туа біткен қасиет емес, яғни, кәсіпкерлік қабілетті қалыптастырып, дамытуға болады;

3) егер дамушы елдерде кәсіпкерлік іс-әрекеті баяу дамыса, онда бұл елдің әдет-ғұрпы, салты немесе бұл елде қалыптасқан мемлекеттік институттар кәсіпкерліктің дамуына кері әсерін тигізеді.

Хайек «бизнес» пен «кәсіпкерлік» ұғымдары арасындағы айырмашылықтарды анықтап, көрсетеді. «Бизнес» ол «кәсіпкерлік» ұғымына қарағанда кең, ауқымды; «бизнесті» басқа да мамандықтар тәрізді, нарықтық мамандықтар жиынтығы («рыночная профессия») деп сипаттауға болады [11].

Атақты американдық экономист Йозеф Шумпетер (1883-1950) де «кәсіпкерлікті» мамандықтар санатына жатқызбайды. Шумпетердің пікірі бойынша, «кәсіпкерлік» - белгілі бір уақыт аралығында қалыптасып, тұрақталып қалуға мүмкіндігі бар, бірақ көп жағдайда ол серпінді түрде дамып, жылжып отыратын әлеуметтік үрдіс; бірақ оны «капиталистер табы», «жұмысшылар табы» немесе «шаруалар табы» т.б тәріздес әлеуметтік тапқа жатқызуға болмайды. «Кәсіпкер» ол іскерлік қабілеттерін ерекше байқатып, экономикалық факторлар мен ресурстарды жаңашылдық деңгейде (комбинациялау) жүзеге асыратын шаруашылық тұлға. Кәсіпкердің ерекше қызметі – ол өзінің шаруашылық іс-әрекетіріне серпінді жаңалықтар енгізіп, жүзеге асыру. Әрине, көп жағдайда олардың жаңашылдық іс-әрекеті әлеуметтік ортада қолдау таппайды. Сондықтан, кәсіпкердің ерекше қабілетінің бірі - беймәлім бәсекелестік ортада тәуекелділікке бару [13].

Шумпетердің тұжырымдамасы бойынша, кәсіпкер әлеуметтік-экономикалық жүйеде мынандай ерекше іс-әрекеттік қимыл байқатып, жүргізеді:

-басқалар жасайтын шаруашылық комбинацияларды олар жасамайды;

-басқалар жасайтын шаруашылық комбинациялардың өзін олар жаңашылдық комбинациямен жасап, ерекше жолмен жүзеге асырады.

Шумпетер «кәсіпкерлік» ұғымын маркстік ілімдегі «капиталист» деген ұғымнан айырмашылығын анықтайды. «Капиталист» ол өткен ғасырдағы (19 ғасырдағы) кәсіпкер, бірақ ол меншік иегері; өзі капиталды иемденуші және өзі сол капиталды әр-түрлі комбинацияда үйлестіріп, басқарып, пайда табушы. Ол кездегі кәсіпкер өзі бас сауда агенті, немесе өзінің кәсіпорнының инженері, немесе техникалық жетекшісі т.б. болуы мүмкін. Яғни, Шумпетердің тұжырымы бойынша, меншік иегері «кәсіпкерлік» ұғымының негізгі сипаты бола алмайды.

Шумпетер капитал мен пайда туралы теориясында кәсіпкерлік іс-әрекеттің алғышарттары мен нәтижесін талдап, анықтайды. Оның анықтауы бойынша, капитал – ол кісіпкерлік іс-әрекетті бастап, жүргізуге мүмкіндік беретін игіліктердің ақшалай жиынтығы; немесе алғашқы капитал – ол екі түрге бөлінеді: негізгі (ғимараттарға, қондырғыларға, машиналарға т.б. жұмсалатын капитал) және айналымдық (шикізатқа, еңбек ақыға т.б. жұмсалатын капитал); капитал шығындарынан үстеме түсетін ақшалай табыстың негізгі бөлігі кәсіпкерлік пайда.

Шумпетердің пайымдауы бойынша, кәсіпкерді жаңашылдық іс-әрекетке тартып, ынталандыратын себептер мыналар:

-өзінің жеке империясын, өзінің өмір-тіршілігіне қолайлы ортаны құрып, қалыптастыру арманы мен еркі;

-өзінің белгілі бір жоғары деңгейдегі нәтижелер мен жеңістерге жету мақсаты мен еркі; ал пайда болса оның негізгі көрсеткіші, белгісі;

-еркін шығармашылық, жаңашылдық іс-әрекет ретінде өзіне ерекше қуаныш пен қанағаттанарлық сезім беруінде.

Шумпетер, Хайек тәріздес, кәсіпкерліктің жоғары деңгейде дамуында елдегі шаруашылық-саяси ортаның оңтайлы болуын, оған әсер етуші негізгі екі фактор: ұйымдастырушылық-шаруашылық жаңашылдық және экономикалық еркіндіктің маңыздылығын атап, көрсетеді; ол кәсіпкерлік іс-әрекетіне мемлекеттің араласпауын, еркін кәсіпкерлікті дамытуды қолдады.

Шумпетердің теорияларының (тиімді бәсеке, жаңашылдық, монополия мен бәсекенің үйлесімдігі т.б.) жалпы тұжырымдық қорытындысы ол:

-жаңашылдық пен еркін кәсіпкерлік негізінде монополия мен бәсеке бір-бірімен келісімді әрекеттесіп экономикалық дамуға ерекше серпінділік беріп отырады;

-кәсіпкерлік іс-әрекет ғылым, өнер, сауда, ұйымдастырушылық және басқарушылық қабылеттер элементтерінің үйлесімді жиынтығы;

-кәсіпкер болу үшін өндіріс-құрал жабдықтар меншіктеушісі болу қажет емес; оның әлеуметттік-экономикалық мәртебесі меншік құқығымен емес, көп жағдайда, оның тұтынушыларға бұрын-соңды болмаған белгісіз жаңа өнім, өндіріске жаңа әдістер мен жаңа технологиялар, өткізуге тиімді жаңа нарықтар, өзінің монополиялық жағдайын қолайландыру т.б. осындай жаңашылдық іс-әрекеттік жеке қабылеттерімен сипатталады.

Фрэнк Найт (1885-1972) бизнес пен кәсіпкерлік институтын талдауда, көп жағдайда, саяси тұжырымдар мен қорытындылар айтады: еркін кәсіпкерлік жүйесі халық шаруашылығын үйлесімді ұйымдастырып, дамытудағы мүмкін болатын бірден-бір ең тиімді әдіс, ал басқа, оған балама жүйелерді іздестіру саяси романтизімді байқату, дейді. Найт өзінің «Тәуекелділік, беймәлімділік және пайда» атты еңбегінде, тәуекелділік операцияларды, тәуекелдерді бағалап, олардан сақтану кәсіпкер іс-әректінің негізі, бірақ оны ынталандырып, дамытушы фактор - ол экономикалық жүйеде қалыптасатын беймәлімділік, екенін анықтайды. Найттың пайымдауы бойынша, көп жағдайларда беймәлімділікті нақты өлшеп, анықтау мүмкін емес, сондықтан пайда табу - ол беймәлімділіктің ең шеткі жағдайында жауапкершілік алып, тәуекелділікке бару: бұл беймәлімділік сақтану, капитал жинақтау немесе жалақы арқылы төлене алмайды. Яғни, ауқымды табыс, қомақты пайда бұл өлшенбейтін, бағаланбайтын тәуекелділік пен беймәлімділіктің сыйақысы [14].

Заманауи кәсіпкерлік, менеджмент теорияларын дамытушылардың бірі, белгілі американдық ғалым Питер Друкер (1909-2005). Өзінің теориясының негізі ретінде ол Ж.Б.Сэйдің тұжырымдамасын қолданады, яғни, кәсіпкер экономикалық ресурстарды тиімділігі төмен салалардан тиімділігі жоғары салаларға жаңашылдық негізінде

алмастырып отырады, дейді. Друкердің теориясында шағын кәсіпкерлікке ерекше назар аударылады.

Друкердің пікірі бойынша, кәсіпкер ол өзінің жаңа ұсақ (шағын) бизнесін ашатын адам, бірақ қандай да болмасын ұсақ бизнесті кәсіпкерлік деп айтуға болмайды. Жаңа тұтынушыларды келтіріп, жаңа нарықты қалыптастыратын ұсақ бизнесті ғана ұсақ (шағын) кәсіпкерлікке жатқызуға болады, дейді ол. Осы тәріздес қағидаттарды ірі және ескі кәсіпорындарда қолданады, яғни, ондай кәсіпорындарды кәсіпкерлік кәсіпорындарға жатқызуға болады, дейді Друкер. Сонадй-ақ, жоғары қарқынмен дамыған кәсіпорындар жаңа немесе ұсақ (шағын) болғандықтан ғана кәсіпкерлік кәсіпорындарға жатпайды, олар кәсіпкерлік кәсіпорын болу үшін өндіретін өнімдері өзінше ерекше сипаттамаларға ие болып, оларға деген сұраныс жаңа нарықтық сегмент қалыптастыру деңгейіне жетіп, ал қолданылатын жаңа техника мен жаңа технология күрделі операцияларды ғылыми үрдіске айналдыруы қажет [15].

Друкер кәсіпкерлікті ғылымға, немесе өнерге жатқызуға болмайды – ол нақты іс-әрекет, тәжірбие, дейді. Бірақ, әрине, кәсіпкерлік өзіне тән білімділік деңгейді қажет етеді, себебі, білім кәсіпкерлік мақсатты жүзеге асыруда негізгі құрал. Кәсіпкерлік «өзінің қыр-сыры бар дарындылық», деп те айтады, бірақ Друкердің тұжырымы бойынша, кәсіпкерлік іс-әрекетті оқытып, үйретуге болады. Мысалы, АҚШ-та көптеген коллеждер мен университеттерде кәсіпкерлерді оқытып, даярлайды.

Друкердің пікірі бойынша, заманауи білім кәсіпкерліктің негізі. Американдық экономика кәсіпкерлік экономика болу үшін кәсіпкерлік қызметтің мазмұнына сәйкес барлық салаларда, тіпті басқару саласында да, жаңашылдық, жаңа технологиялар енгізу қажет, дейді ол. Яғни, жаңашылдық серпінді өзгеріп отыратын нарықтық ортаны бизнес пен қызмет көрсету мақсатында қолайлы мүмкіндіктерге айналдыратын кәсіпкерліктің ерекше құралы. Жаңа ой, жаңашылыдық кәсіпкерліктің мазмұндық негізі, түп-тамыры, Шумпетер айтпақшы, кәсіпкерліктің негізіг міндеті «өркендеу үшін қирату».

Друкер көз-қарасының көптеген экономист-ғалымдардан айырмашылығы оның кәсіпкерліктегі тәуекелділік туралы пікірі. Кейбір салаларда бизнес тәуекелділік іс-әрекет пен кәсіпкерліктің үйлесуін байқатады, бірақ көп жағдайларда кәсіпкерлік іс-әрекет пен тәуекелділік іс-әрекеттің бір-бірімен үйлесуі кездейсоқ жағдай, дейді Друкер, ал кәсіпорындары дағдарысқа ұшыраған кәсіпкерлер – олар өз, білімін, ресурстарын т.б. мүмкіндіктерін бизнес саласын таңдауда дұрыс пайдалана алмаған адамдар [16].

Друкер «кәсіпкерлік экономика», «кәсіпкерлік қоғам», «кәсіпкерлік басқару» деген ұғымдарды алғаш рет қолданып, әдеби-ақпараттық көздерде қолданған ғалым.

Кәсіпкерлік теориясын дамытуда басқа да шетелдік заманауи ғалымдарды атауға болады. Олар К.Веспер, Г.Пиншот, Р.Хизрич, М.Питерс, А.Хоскинг және т.б.

«Кәсіпкер», «кәсіпкерлік іс-әрекеті» туралы ғалымдардың сан-алуан түрлі тұжырымдамалары мен теорияларындағы көзқарастардың жалпы біртекті сипаттамаларын байқауға болады. Олар:

-кәсіпкерлік іс-әрекет пайда иемдену мақсатында басталып, жүргізіледі;

-кәсіпкерлік іс-әрекет тәуекелділікпен тығыз байланысты;

-кәсіпкерлік өзінің мазмұндылығы бойынша ұйымдастырушылық, дербес өзбетінділік және бастамшылдық іс-әрекет.

Ресейлік және біздің отандық ғалымдар жалпы кәсіпкерлік, кәсіпкерлік іс-әрекетінің даму теориясын XX ғ. 90-шы жылдарынан бастап, жан-жақты зерттеп, тарихи әлеуметтік-экономикалық жағдайларға байланысты, мазмұнын зерттей бастада.

Ресейлік ғалымдар В.Я. Горфинкель, В.А. Швандар кәсіпкерлік және бизнес теориясына байланысты алғашқа оқулықтар мен ғылыми жұмыстардың авторлары: кәсіпкерлік, шағын бизнестің мәні, олардың экономикалық жүйелердегі орны; шет елдік

шағын бизнестің даму үрдісі мен қазіргі жағдайлары; шағын бизнесті өтпелі қоғамда дамытудың жолдарын анықтап, зерттеген [17, 18].

М.Г.Лапуста бірнеше оқулықтар мен монографиялардың авторы, кәсіпкерліктің әлеуметтік-экономикалық мазмұны, теориясының даму тарихы, оның ресейлік экономикадағы орны, құқықтық негіздері, оны бастап, ашу т.б. мәселелерін тұжырымдап, белгілі бір жүйеге келтірген [5].

Е.С.Юдникова нақты саладағы кәсіпкерлікті, сауда кәсіпкерлігін, оның дамушы экономикалық жүйедегі орны мен тиімділігін арттыру тетіктері т.б. зерттеп, өзінің тұжырымдамаларын жүйелеп, кәсіпкерліктің дамуының төмендегі кезеңдерін келтіреді [19].

Бірінші кезең (XVIII – XIX ғ.ғ. басы) – кәсіпкерлік теориясының классикалық үлгісі: кәсіпкер тәуекелділік жағадайларда іс-әрекет жүргізіп және сол тәуекелділігі үшін пайда түрінде ақы алатындығы; ондай іс-әрекет жүргізу үшін капитал және басқа да факторлардың болу қажеттілігі; жұмсалған капиталдың ақысы ретінде кәсіпкердің пайданы иемденуі әділеттілігі анықталған.

Екінші кезең (XIX ғ. аяғы – XX ғ. 30-шы жылдары) кәсіпкерлік теориясының жаңаклассикалық үлгісі: капитал мен басқа да факторлар тәріздес кәсіпкерлік ерекше фактор екендігі; кәсіпкерлік ол басқарушылық іс-әрекет, өндіріс факторларын үйлестіріп, тиімді қолдануды ұйымдастырушы ретінде анықталған.

Үшінші кезең (1930 – 1950 ж.ж. аяғы) ғылыми тұрғыдан кәсіпкердің инновацияларды жүзеге асыруда ерекше тұлға екендігі, оның экономикалық өсуді қамтамасыз етудегі жаңашылдық қызметі көрсетіледі.

Төртінші кезең (1960-1970 ж.ж.) қолданылатын факторларды үйлесімді комбинациялау қызметі кәсіпкерліктің көпфункциялық үлгісі ретінде қалыптасуы; кәсіпкерлік функция меншіктеушінің монополясы емес; кәсіпкерліктің негізі факторлар комбинациясын үйлестіріп, тиімді қолдану теориялары.

Бесінші кезең (1970-1990 ж.ж.) – әлеуметтік белсенді жеке және құқықтық тұлғалардың, ішкі және сыртқы ортамен әрекетесіп, өзін-өзі жаңартып және өзін-өзі ұйымдастырып отыратын үдеріс ретінде анықтайтын кәсіпкерлік теориясындағы синергетикалық ұстанымдар.

Алтыншы кезең (XX ғ. 90-шы жылдары басталды) инновациялық өсу бүкіл әлемдік экономика дамуының үрдісі болғандықтан, ұлттық экономикада алатын орнына байланысты теріс немесе оңтайлы салдарымен анықталатын кәсіпкерлік адамдар арасындағы қатынастардың әлеуметтік-инновациялық үдерісі ретінде қарастырылады.

Біздің қазақстандық ғалымдарда кәсіпкерлік, кәсіпкерлік іс-әрекеттің мән-мазмұнын, оның мемлекетпен қарым-қатынасын зерттеп, кәсіпкерліктің теориясы мен тәжірбиесін дамытуда үлес қосуда.

Қазақстан нарықтық экономикаға өтуіне байланысты, кәсіпкерліктің әртүрлі нысандарының қалыптасып, дамуы орын алды. Кәсіпкерліктің әлеуметтік-экономикалық мән-мазмұны, олардың нысандары, ұлттық экономикада алатын орны, мемлекетпен қарым-қатынасы т.б. теориялық және тәжірбиелік мәселелері туралы ой-пікір мен тұжырымдамаларды О.С.Сәбден, А.Н.Тоқсанова, А.К.Кантарбаева, К.Р.Нургалиев, О.Ж.Әлі, Р.Ә.Байжолова, т.б. қазақстандық ғалымдар жұмыстарынан көруге болады.

Қазақстандық ғалымдар О.С. Сәбден мен А.Н.Тоқсанова бірігіп шығарған «Шағын кәсіпкерлікті басқару: теориялық және тәжірбиелік сауалдар» атты кітаптарында шағын кәсіпкерліктің жан-жақты ауқымды мәселелерін зерделеген. Ғалымдар кәсіпкерлікті мемелекеттік қолдаудың шет елдік тәжірибесін зерттеп, бір жақты көз-қарасқа келіп, кәсіпкерліктің әртүрлі деңгейлерін, оларды Қазақстанда дамыту жолдарын, шағын

фирмалар мен бизнес-инкубаторларды қалыптастырып, мемлекеттік және аймақтық деңгейлерде қолдаудың қаржылық-экономикалық тетіктерін анықтап, жүйелеген [20, 21].

А.К. Кантарбаева кәсіпкерлік пен кәсіпкерлік іс-әрекеттің теориясын терең зерттеген қазақстандық ғалымдардың бірі [22, 23, 24].

ТМД елдерінде кәсіпкерлікке байланысты құқықтық негіздер сол 90-шы жылдардың алғашқы 4-5 жылында даярланып, жүзеге асырыла бастады деп, бүгінгі күндері кәсіпкерлік ұлттық экономикада қарқанды дамып, жаңа белестерге жеткенін, бірақ оның әлі де болса отандық ғылымда теориялық мәселелерінің толыққанды зертелмегенін, шаруашылық тәжірбиеде әлі де болса ұйымдастырушылық-экономикалық тетіктерін жетілдіру қажеттілігі туралы айтады. Ғалым-экономист әлемдік экономикалық ілімдер тарихындағы кәсіпкерлік теорияларын зерделей келіп, Шумпетердің кәсіпкерлік теориясының өзектілігін ерекше атап, көрсетеді. Яғни, қазіргі кездері Қазақстанда инновациялық кәсіпкерлікті дамыту қажеттілігін, олардың дамуына кедергі болатын факторларды анықтап, оларды тежеуде мемлекеттің қолдау шараларының тиімділігін арттыру қажеттілігі мен мүмкіндіктерін тұжырымдап, анықтайды [23, 24].

Экономист – ғалымдар кәсіпкерліктің тиімді жұмысбастылықты қамтамасыз етудегі орнын ерекше зерттеп, көрсетеді.

О.С. Сабденов шағын кәсіпкерліктің Қазақстан экономикалық аймақтары бойынша ерекшіліктерін айта келіп, олардың ұлттық экономика салаларында әркелкі қалыптасып, дамуын анықтап, шағын кәсіпорындар мен жеке кәсіпкерліктегі жұмыспен қамтылғандардың Алматы, Астана және Шымкент қалаларында өсу үрдісін көрсетеді [25].

К.Р.Нургалиевтің тұжырымдамасы бойынша, кәсіпкерлік қандай да болмасын ұлттық экономикада халықты экономикалық белсендетудің негізгі насандары екенін атап, көрсетеді. Және кәсіпкерлікке неғұрлым қабілетті, ілкімді және белсенді адамдар араласып, қатысатын болса, солғұрлым қоғамдағы экономикалық ресурстар мен мүмкіндіктер тиімді және үйлесімді пайдаланып, ұлттық экономиканың дамуы жоғарғы қарқынды деңгейде болады [26, 54 б.].

Р.А.Байжолованың зерттеуі бойынша, әлемдік экономиканың жаһандану барысында тиімді жұмысбастылықты қамтамасыз ету кәсіпкерліктің негізгі міндеті, себебі, кәсіпкер қоғамға қажет тауарлар мен қызмет көрсету түрлерін өндіру мақсатында жаңа жұмыс орындарын ашып, немесе тиімді шаруашылық іс-әрекет жүргізіп отырған фирмаларда қалыптасқан жұмыс күшінің сапалық деңгейін артырады; «жұмыскерлердің жоғары біліктілігін талап ететін аралас салаларда бәсекеге қабілетті тауарлар мен жұмыс орындарын құруға мүмкіндік беретіндіктен және жалақының өсуіне алып келетіндіктен» жаһандану үдерісі объективті түрде «кедей» елдердің де, «бай» елдердің де пайдасына сәйкес келеді [27, 11 б.].

Кәсіпкерлік, кәсіпкерлік іс-әрекеттің классикалық және заманауи тұжырымдамаларын қорыта келіп айтатын болсақ, оны сипаттайтын мынадай негізгі белгілерді анықтауға болады:

-ол экономикалық еркіндік негізінде жүргізілетін жеке, өзбетіндік шаруашылық іс-әрекет;

-ол еркін таңдау арқылы тәуекелділікке бел буып жүргізілетін жеке, өзбетіндік шаруашылық іс-әрекет;

-ол экономикалық ресурстарды жаңашылдық комбинациялау арқылы үйлестіріп, жүргізетін жеке, өзбетіндік шаруашылық іс-әрекет;

-ол жаңашылдық заманауи білім, біліктілік негізінде жаңа сападағы өнімдер, жаңа сападағы қызмет көрсету түрлерін өндіріп, сөйтіп, жаңа нарықтар қалыптастырып, дамыту мақсатында жүргізілетін жеке, өзбетіндік шаруашылық іс-әрекет;

-ол экономикалық еркіндік, тәуекелділік және жаңашылдық негізінде, жаңашылдық өнімдер, жаңашыл кәсіпорындар, жаңашыл салалар мен нарықтар қалыптастыру арқылы, пайда түрінде, жоғары деңгейде сый ақы иемдену мақсатында жүргізілетін жеке, өзбетіндік шаруашылық іс-әрекет.

Ресейлік және біздің қазақстандық экономист-ғалымдар XX ғ. 90-шы жылдарынан бастап классикалық және заманауи кәсіпкерлік теорияларын тереңдей игеріп және дамыған шет елдік кәсіпкерлік тәжірибесін зерделеп, өтпелі экономикалық жүйелерде, яғни, ресейлік немесе қазақстандық әлеуметтік-экономикалық, саяси жағдайларға икемдеудің үйлесімді жолдарын іздестіріп, анықтауда мол үлестерін қосты.

Қорыта келе айтатын бір мәселе ол – кәсіпкерлік жүйесінде шағын кәсіпкерлік, шағын бизнестің мән-мазмұнын анықтайтын саяси-экономикалық және басқарушылық ілімдердегі әдіснамалық негіздері. Американдық экономист П.Друкер тұжырымдамаларын, жалпы кәсіпкерлік туралы әңгімелерін, шын мәнінде, шағын кәсіпкерліктен бастап, сол шағын кәсіпкерлікпен байланыстырады [5, 16].

Оның негізгі тұжырымдамаларын нақты атап көрсетейік:

-кәсіпкер ол өзінің жеке жаңа шағын бизнесін ашатын адам;

-кәсіпкерлікке шағын бизнестің барлығын жатқызуға болмайды;

-кәсіпкерліктің қағидаттары орташа және ірі, жаңа және ескі кәсіпорындарда қолданылуы мүмкін;

-шығын кәсіпорын болу үшін тек қана шағын немесе жаңа болу абзал емес, оған қоса ол ерекше қасиеттер мен белгілерге ие болуы қажет;

-оның ерекше қасиеттері мен белгілері сол: ерекше сипаттағы өнім немесе қызмет көрсету түрлерін өндіру, сөйтіп, ерекше нарықтық сегментті игеріп, күрделі операцияларды орындауда жаңа техника мен технологияны ғылыми үдеріске айналдыру [16, 27 б.].

Шағын кәсіпкерліктің экономикадағы орнын анықтап, оны болашақта удемелі дамытуда П.Друкердің кәсіпкерлік теориясына енгізген «кәсіпкерлік экономика», «кәсіпкерлік қоғам», «кәсіпкерлік басқару» атты жаңа ұғымдары ерекше назар аударатын мәселелер [16, 29 б.].

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1.История экономических учений /Под ред.В.Автономова. – М.,2000.

2.Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1: Пер. с англ. — М.:1991.

3.Шеденов Ө.Қ.Экономикалық ілімдер тарихы. – Ақтөбе, 2006.

4.Murphy A.E. Richard Cantillion and John Law // Economies et Societes. Ser.Oeconomia. Histoire de la pensee economique. 1987, №7.

5.Лапуста М.Г.Предпринимательство:Учебник.— М.: ИНФРА-М,2008.

6.Аникин А.В. Юность науки: Жизнь и идеи мыслителей-экономистов до Маркса. – М., 1979.

7.Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. –М.,1961.

8.Джобс П.С. Уроки лидерства – М.: 2011.

9.Маркс К.Капитал. Том 3. //Маркс К., Энгельс Ф.Соч.2-е изд.Т.25 – М.: 1978.

10.Интернет-ресурс. - http://vadim-galkin.ru/wp-content/ uploads/ 2011/03/

11.Хайек фон Ф.А. Познание, конкуренция и свобода. – СПб.:1999.

12.Steele G. Keynes and Hayek: The Money Economy. — London and New York: Routledge, 2001.

13.Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: 1982.

14.Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: 2003.

15.Друкер П. Бизнес и инновации. – М.: 2007.
16.Друкер П. Менеджмент. Вызовы XX1 века. – М.: 2012.
17.Малый бизнес. Организация. Экономика, управление /Под ред. В.Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. –М.: 2007. – 495 с.
18.Малый бизнес: опыт зарубежных стран /Под ред. Проф. В.А. Швандара.– М.: 2004.–287 с
19.Юдникова Е.С. Теория и методология обеспечения системной конкурентоспособности торговых предпринимательских структур. Автореферат диссертации на соисканик ученой степени доктора экономических наук. – СПб.: 2008.
20.Сабден О.С., Токсанова А.Н.Управление малым предпринимательством: вопросы теории и практики. – Астана: Елорда, 2001. – с.308
21.Токсанова А.Н. Основы предпринимательской деятельности. - Астана, 2007.
22.Кантарбаева А.К. Предпринимательство: институционально-эволюционный подход. - А.: Раритет, 2000.
23.Кантарбаева А.К. Барьеры перед казахстанским предпринимательством и пути их преодоления. - А.: Раритет, 2007, с.125.
24.Кантарбаева А.К. Экономические регуляторы поддержки предпринимательства. - А.: Раритет, 2008. с.101.
25.Сабденов О.С, Муханова Е.Б. Малые предприятия: опыт формирования и перспективы развития. - Алматы, 1992.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Ethical Aspects of Adaptive Marketing Using Artificial Intelligence in Kazakhstan

Арайлым Абдукаримова
Kazakhstan

https://doi.org/10.5281/zenodo.1194857

Abstract: This study examines the relationship between consumers' awareness of artificial intelligence (AI) application in marketing and their level of trust in these practices in Kazakhstan. With the rapid development and wide application of AI in marketing, it is essential to understand how consumers' awareness of AI usage relates to their comfort and trust levels. The research aims to analyze how well consumers in Kazakhstan understand the data collected and used to personalize marketing offers and how this awareness affects their attitudes toward brands and purchasing behavior.

Through a survey conducted among Kazakhstani consumers, this study investigates perceptions and attitudes toward personalized advertising on the internet. The survey data were analyzed using various statistical methods, and the results provide valuable insights into consumers' behaviors and attitudes regarding AI application in marketing.

The findings reveal that the majority of respondents encounter internet advertising daily, with half of them often feeling that online advertising offers correspond to their interests. However, most respondents express concerns about the protection of their personal data when using the internet or mobile applications. Despite these concerns, a significant proportion of respondents believe that personalized advertising offers make their online shopping experience more convenient.

Overall, the study highlights the importance of transparency and consumer consent in the use of personal data for advertising personalization. It provides valuable insights for businesses aiming to balance the use of AI in marketing with the expectations and requirements of consumers in Kazakhstan.

Introduction: In the modern world, artificial intelligence (AI) is playing an increasingly significant role in various spheres of human activity, exerting substantial influence on decision-making processes, consumer behavior, and business development. In Kazakhstan, the growing interest in AI technologies is observed against the backdrop of rapid economic growth and the implementation of innovations in various industries. In the context of the rapid development and wide application of artificial intelligence (AI) in marketing, it is important to understand how consumers' awareness of how AI is used is related to their level of comfort and trust in such practices. This study aims to analyze the relationship between consumers' awareness of AI application in marketing and their level of trust in these practices in the context of Kazakhstan.

The purpose of this research is to examine how well consumers in Kazakhstan understand what data is being collected and how it is used to personalize marketing offers, and how this awareness affects their attitudes towards brands and purchasing behavior. By analyzing this aspect, we aim to better understand how companies can balance the use of AI in marketing with the expectations and demands of consumers in Kazakhstan.

The relevance of this study is justified by the significant impact of AI on marketing practices and consumer behavior, as well as the need to develop strategies that meet the expectations and requirements of modern consumers in Kazakhstan. This research will allow us to gain a deeper understanding of how companies can balance the use of AI in marketing with the expectations and requirements of consumers in Kazakhstan. We aim to provide specific data and analysis that

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

will help the business community make more informed strategic decisions in the field of marketing, as well as to better understand how the implementation of AI can affect customer interaction and end results.

Literature review: With the emergence of new technologies based on artificial intelligence (AI), the question of regulating these systems is attracting increasing attention from the academic community. Commentators, scientists, and entrepreneurs are expressing growing concerns about the increasing influence of artificial intelligence (PwC, 2017). In recent years, artificial intelligence has become a growing trend in many fields, including marketing. It is expected that by 2030, the contribution of AI to the global economy will reach $15 trillion (PwC, 2017). Artificial intelligence radically changes the nature of marketing, leading to significant changes in how consumers interact with companies.

Artificial intelligence can have the greatest impact in various areas of marketing, including personalized offerings, improving consumer experiences, managing advertising campaigns, and data analysis (Smith, 2020). Therefore, marketers need to prepare for the changes that come with the era of artificial intelligence; studying the impact of artificial intelligence on marketing becomes vital. Artificial intelligence may have the greatest impact in various areas of marketing, including personalized offerings, improving consumer experiences, managing advertising campaigns, and data analysis (Singhal & Kamboj, 2021).

With the development of artificial intelligence (AI) in marketing, a number of interesting questions and problems arise, requiring careful study. This includes not only the technical aspects of AI application but also its ethical consequences, especially in the context of countries like Kazakhstan.

Research shows that AI can significantly enhance the efficiency of marketing strategies by improving personalization and optimizing advertising campaigns. However, despite its potential benefits, the implementation of AI also poses its challenges, such as issues of data confidentiality and consumer trust (Gupta & Jindal, 2020; Kim & Nam, 2020). The ethical aspects of using artificial intelligence in marketing are an important aspect of discussion. Ethical issues arising in the context of Kazakhstan may include the protection of personal data, algorithm transparency, consumer discrimination, and the impact on consumer behavior (Kuzhabekova et al., 2020). To mitigate these issues, appropriate measures need to be developed, such as improving legislative frameworks and developing ethical standards in the use of artificial intelligence in marketing. Dauletova, Abzhanova, and Khamidova (2021) explored current trends and prospects for the development of artificial intelligence in marketing, including its impact on consumer behavior, changes in marketing strategies, and business model transformation. In the article by Kuzhabekova, A., Zhagiparova, A., & Maulenov, A. (2020), the main ethical issues arising from the use of artificial intelligence in marketing are considered, such as the protection of personal data, algorithm transparency, consumer discrimination, and the impact on consumer behavior.

A considerable amount of research has been conducted in the contemporary literature on the use of artificial intelligence in marketing. However, there is a variety of methodologies and approaches used in these studies. Some authors focus on the technical aspects of AI application in marketing, while others emphasize social and ethical issues (Sharma & Kaur, 2021; Jain & Bhamra, 2020). As a gap in the research, I will undertake an analysis of the relationship between consumers' awareness of how artificial intelligence is used in marketing and their level of comfort or trust in such practices. I plan to investigate to what extent consumers understand what data is collected and how it is used to personalize marketing offerings, and how this awareness influences their attitudes toward brands and purchasing behavior. I am confident that studying such aspects will help us better understand how companies can balance the use of AI in marketing with the expectations and requirements of consumers in Kazakhstan.

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Methodology:

To analyze the ethical aspects of adaptive marketing using artificial intelligence in Kazakhstan, a survey was conducted to gather information on respondents' perceptions and attitudes towards personalized advertising on the internet. This methodological section will present a description of the survey methodology, general information about the sample, and the data analysis procedures used.

Survey Methodology:

The survey was conducted in the format of online questionnaires using specialized platforms. The questionnaire included questions on the following aspects:

1. Demographic data of respondents, including age, gender, education, current demographic status, monthly income, and place of residence.
2. Perception and frequency of encountering advertising on the internet or social media.
3. Relevance of advertising offers to respondents' interests.
4. Confidence in the protection of personal data when using the internet or mobile applications.
5. Preferences regarding transparency in the use of personal data by companies.
6. Frequency of using internet shops or applications for purchases.
7. Perception of personalized advertising offers and their influence on the online shopping experience.
8. Trust in companies using personalized advertising offers on the internet.
9. Attitude towards the use of personal information for advertising personalization.
10. Utility of personalized advertising offers compared to generic ones.

Main questions from the survey to be further explored:

- What specific limitations and risks exist for Kazakhstani companies in implementing and utilizing artificial intelligence technologies in marketing?
- What practical steps can be taken to enhance the protection of customers' personal data and increase transparency in the use of this data in advertising campaigns in Kazakhstan?
- What is the attitude of Kazakhstani consumers towards personalized advertising offers on the internet and how does this impact their purchasing behavior?

After collecting the survey data, they were analyzed using various statistical methods to gain a deeper understanding of the gathered information. Firstly, frequency distributions were calculated to determine how often specific responses or categories occur in the data. This helps identify the most common or typical responses to survey questions. Next, mean values were calculated for certain parameters, such as monthly income, to gain an understanding of the average level of income among respondents. This can also be useful for identifying general trends in the data.

Percentage ratios were also calculated for each survey question, allowing an assessment of the proportion of respondents answering a particular question in a certain direction. For example, this could be the percentage of respondents feeling that their personal data is inadequately protected online.

The survey results were carefully analyzed considering the goals and objectives of the research. This involved interpreting the results from the perspective of the ethical aspects of adaptive marketing and the use of artificial intelligence in marketing. Existing theoretical research in the field of ethics and marketing was also taken into account to identify connections and disparities with previous studies and deepen the understanding of the obtained results.

Limitations:

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Limited Sample: One of the primary limitations of the study is the limited sample of respondents. In this case, the survey was conducted online, which may lead to biases as only people with internet access who can fill out online forms are surveyed. This could create a non-representative sample that may not fully reflect the diversity and characteristics of the entire population of Kazakhstan.

Potential Response Biases: It's also important to consider potential response biases that may arise due to respondents' subjective perceptions and memory. Some respondents may provide incomplete or distorted information due to various reasons, such as unwillingness to disclose personal information or a tendency to give socially desirable responses.

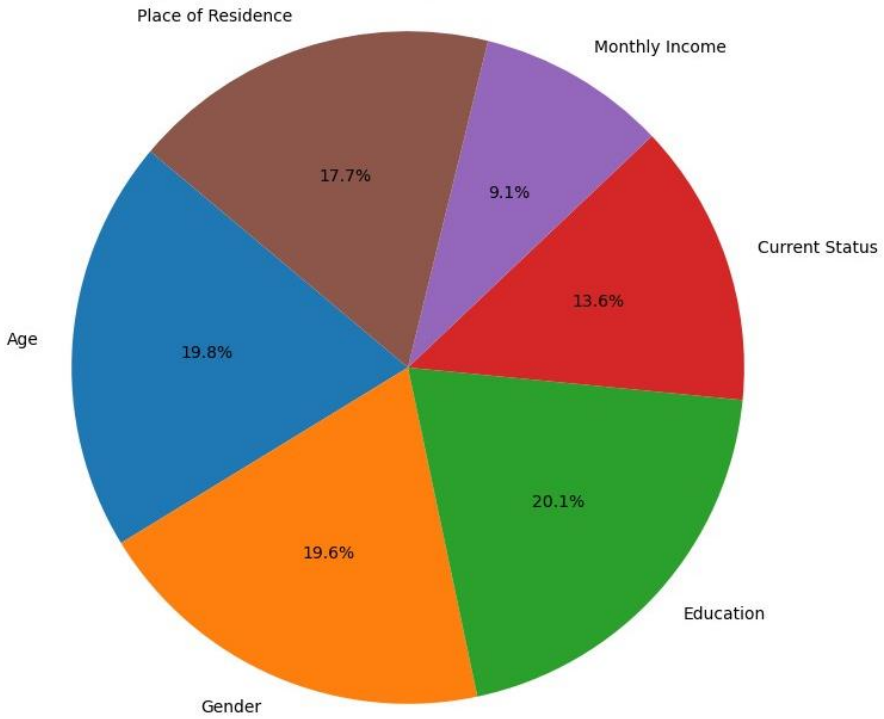
General Survey Method Limitations: Typical limitations of the survey method also apply here, including the possibility of subjectivity in question formulation, issues with formulated responses, and potential distortion of results due to sample non-representativeness.

Despite these limitations, the survey results still hold interest for further research in the field of ethical aspects of adaptive marketing using artificial intelligence. They can serve as a starting point for more extensive studies that may involve more diverse data collection methods and more representative samples to obtain more generalized and accurate results.

Results and Analysis of the Study:

Demographic Characteristics of Respondents:

The diagram below illustrates the key demographic characteristics of the respondents in our study:



study.

From the diagram, it can be seen that the majority of respondents (86.7%) fall into the age category of 18 to 25 years, with women predominating among the surveyed individuals (85.5%) compared to men (14.5%). Over 88% of respondents have a higher education, and the majority of them (59.5%) are employed individuals. Regarding monthly income, the predominant income range is from 150,000 to 500,000 tenge, with 39.7% earning between 150,000 and 250,000 tenge. Most respondents (77.4%) reside in urban areas, while 16.7% live in rural areas.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

These demographic characteristics provide valuable information about the composition of the audience in our study and help to better understand its profile and features.

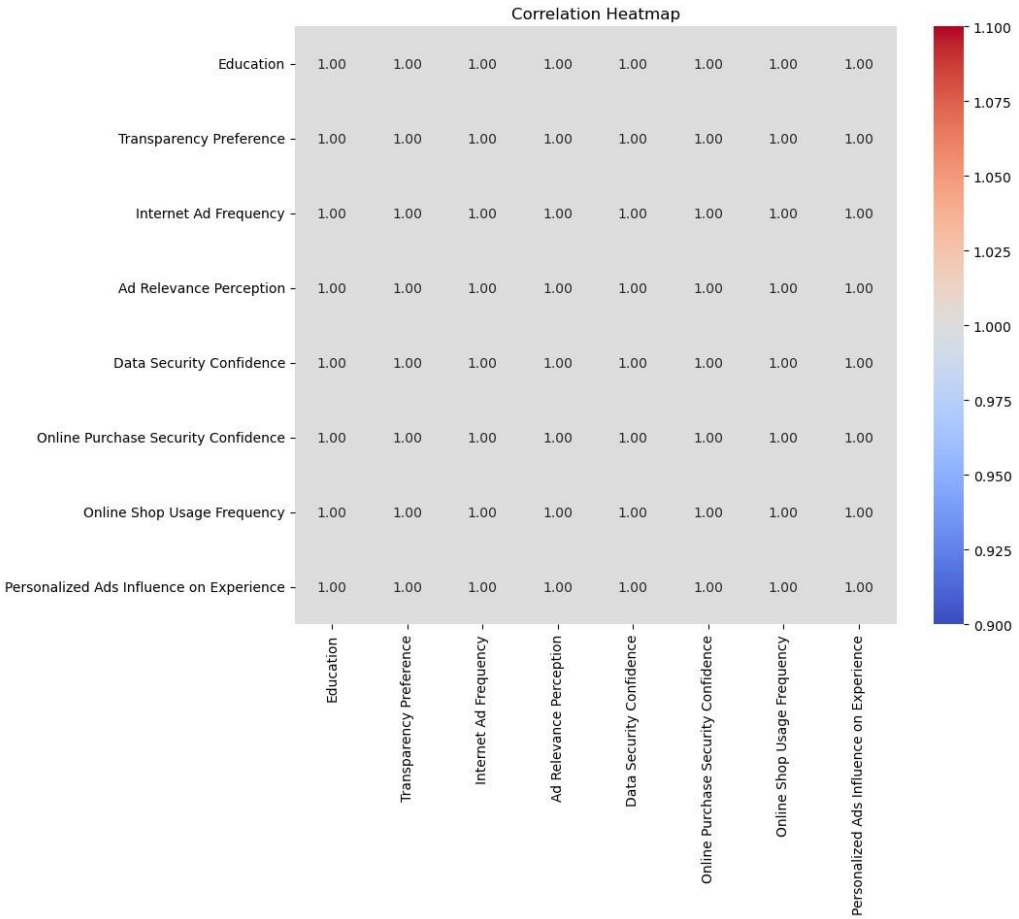
Perception and Behavior Regarding Internet Advertising:

Frequency of encountering internet advertising: Almost all respondents (98.8%) encounter internet or social media advertising daily. Relevance of advertising to interests: Half of the respondents (50%) often feel that online advertising offers correspond to their interests. Confidence in personal data protection: Most respondents (52.4%) are not confident in the protection of their personal data when using the internet or mobile applications. Attitude towards personalized advertising and data usage: Preferences regarding transparency in the use of personal data: Most respondents (65.5%) believe that companies should obtain their consent before using personal data for advertising personalization. Perception of using artificial intelligence in marketing: Half of the respondents (50%) have a positive attitude towards the idea of using artificial intelligence in marketing.

Influence of personalized advertising offers:

Usefulness of personalized advertising offers: More than half of the respondents (61.9%) believe that personalized advertising offers always or often make their online shopping experience more convenient. Trust in companies: Most respondents (67.9%) have a moderate level of trust in companies using personalized advertising offers on the internet.

Data analysis was conducted using Python and libraries such as Seaborn and Matplotlib to visualize correlations between variables in this study. Specifically, a heatmap of the correlation matrix was created to identify strong positive or negative relationships between variables. The heatmap allowed for the visualization of Pearson correlation coefficients between different variables represented in the analyzed data. This method of analysis helped uncover relationships between variables and identify potential trends.



The prevalence of online advertising is undeniable, with almost all respondents (98.8%) encountering it daily. This underscores its wide reach and significance in marketing efforts. Furthermore, half of the respondents (50%) often find that advertising aligns with their interests. This suggests that a personalized approach to advertising could be an effective means of capturing attention and increasing user engagement. A concerning finding is that over half of the respondents (52.4%) lack confidence in the protection of their personal data when using the internet or mobile applications. This highlights the need for enhanced data security measures and efforts to bolster user trust in the handling and storage of their personal information. The majority of respondents (65.5%) believe that companies should obtain their consent before using personal data to personalize advertising. This underscores the importance of transparency and respect for user privacy in conducting marketing campaigns. Half of the respondents (50%) express a positive attitude towards the idea of using artificial intelligence in marketing.

Recommendations:

As a business analyst, based on the results of our research, I would like to offer several key recommendations for businessmen aimed at improving the ethical aspects of their marketing strategies:

Firstly, it is important to pay more attention to the protection of customers' and users' personal data. I recommend that businessmen develop and implement strict data protection policies, as well as transparent consent mechanisms, and integrate them into business practices. This includes training employees on data confidentiality issues and regularly updating policies in accordance with changes in legislation and industry standards. This will help to build trust and confidence among customers that their personal data is being used fairly and securely. Additionally, it is crucial to adhere to the principles of transparency and consent. Emphasize the importance of explaining to customers how their personal data is used for advertising personalization. This will help establish trusting relationships with customers and prevent negative reactions. Furthermore, I recommend that businessmen consider diversity and inclusivity in their marketing strategies. Creating personalized advertising proposals that take into account the various cultural, social, and ethnic characteristics and preferences of customers can help attract a wider audience. It is also worth encouraging investments in technological innovations and employee training. Understanding and utilizing advanced technologies and adaptive marketing methods while considering ethical aspects will help improve the effectiveness of marketing campaigns while simultaneously adhering to principles of ethics and data confidentiality. Finally, I recommend establishing feedback mechanisms with customers and regularly evaluating the effectiveness of marketing strategies from an ethical perspective. Analyzing the collected data and making appropriate adjustments to practices will help ensure more ethical and responsible business conduct. Companies should strive for more precise advertising personalization, taking into account user interests and preferences. This can improve the effectiveness of advertising campaigns and enhance the overall user experience. It is crucial to invest in data security measures and inform users about the measures taken to protect their personal information. This will help build trust in companies and alleviate user concerns regarding data usage. Companies should adhere to principles of transparency and respect for user privacy by providing users with control over their data and seeking consent before using their personal information. Researching and implementing artificial intelligence in marketing can help improve advertising strategies and increase their effectiveness. However, it is essential to consider ethical and privacy aspects in the development and use of such technologies.

These recommendations will enable businessmen to successfully integrate ethical aspects into their marketing strategies, ultimately leading to improved customer relations and increased competitiveness of their businesses.

ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Conclusion

The findings of this study provide valuable insights into the attitudes and perceptions of Kazakhstani consumers regarding artificial intelligence (AI) application in marketing. While the prevalence of online advertising is significant, with almost all respondents encountering it daily, there are concerns regarding the protection of personal data. Over half of the respondents lack confidence in the protection of their personal data when using the internet or mobile applications, highlighting the importance of enhancing data security measures and user trust.

Transparency and respect for user privacy are essential in conducting ethical marketing campaigns. The majority of respondents believe that companies should obtain their consent before using personal data for advertising personalization. Thus, businesses should prioritize implementing transparent consent mechanisms and explaining to customers how their personal data is used. Despite concerns about data privacy, half of the respondents express a positive attitude towards the idea of using artificial intelligence in marketing. Therefore, businesses should consider investing in technological innovations and employee training to utilize AI effectively while considering ethical aspects.

Based on the findings, several key recommendations are proposed for businesses aiming to improve the ethical aspects of their marketing strategies. These recommendations include enhancing data protection measures, emphasizing transparency and consent, considering diversity and inclusivity, investing in technological innovations, and establishing feedback mechanisms with customers. By integrating these recommendations into their marketing strategies, businesses can build trust with customers, improve the effectiveness of their advertising campaigns, and ultimately enhance customer relations and competitiveness. Adhering to ethical principles while utilizing AI in marketing will not only improve customer satisfaction but also ensure responsible and sustainable business conduct.

References:

1. PwC. (2017). Sizing the prize: What's the real value of AI for your business and how can you capitalise? [Online] Available at: https://www.pwc.co.uk/economic-services/assets/ai-impact-uk-report-v2.pdf
2. Smith, R. (2020). The Role of Artificial Intelligence in Marketing. Journal of Marketing Analytics, 8(3), 169-180.
3. Singhal, N., & Kamboj, S. (2021). The Impact of Artificial Intelligence on Marketing. International Journal of Advanced Science and Technology, 30(3), 1768-1774.
4. Gupta, P., & Jindal, S. (2020). A Study on the Role of Artificial Intelligence in Marketing. International Journal of Management Studies, 7(2), 132-138.
5. Kim, K. H., & Nam, T. (2020). The influence of artificial intelligence on marketing performance: A capability perspective. Journal of Business Research, 122, 768-776.
6. Kuzhabekova, A., Abzhanova, A., & Khamidova, Z. (2021). Artificial Intelligence in Marketing: Trends and Prospects. European Journal of Science and Theology, 17(1), 177-185.
7. Kuzhabekova, A., Zhagiparova, A., & Maulenov, A. (2020). Ethical Issues of Artificial Intelligence Application in Marketing. International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET), 15(12), 192-202.
8. Sharma, S., & Kaur, M. (2021). Artificial Intelligence in Marketing: A Comprehensive Review. International Journal of Management, 12(3), 561-569.
9. Jain, D., & Bhamra, R. (2020). Artificial Intelligence in Marketing: Recent Developments and Research Opportunities. Journal of Management, 7(3), 115-122.

10. Dauletova, D., Abzhanova, A., & Khamidova, Z. (2021). Current Trends and Prospects for the Development of Artificial Intelligence in Marketing. International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET), 16(2), 254-265.
11. Dastin, J. (2018). Amazon scraps secret AI recruiting tool that showed bias against women. Reuters.
12. Angwin, J., Parris Jr., T., Mattu, S., & Kirchner, L. (2016). Google Has Quietly Dropped Ban on Personally Identifiable Web Tracking. ProPublica.
13. Hayashi, Y. (2017). Consumer Bureau's Complaints Database Is Target for Republican Attacks. The Wall Street Journal.
14. Taddeo, M., & Floridi, L. (2018). How AI can be a force for good. Science, 361(6404), 751-752.
15. Buolamwini, J., & Gebru, T. (2018). Gender shades: Intersectional accuracy disparities in commercial gender classification. Proceedings of the 1st Conference on Fairness, Accountability and Transparency, 77-91.
16. Mittelstadt, B. D., Russell, C., & Wachter, S. (2019). Explaining explanations in AI. Proceedings of the Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, 279-288.
17. Caliskan, A., Bryson, J. J., & Narayanan, A. (2017). Semantics derived automatically from language corpora contain human-like biases. Science, 356(6334), 183-186.
18. Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. Nature Machine Intelligence, 1(9), 389-399.
19. Acquisti, A., & Grossklags, J. (2005). Privacy and rationality in individual decision making. IEEE Security & Privacy, 3(1), 26-33.
20. Culnan, M. J., & Bies, R. J. (2003). Consumer privacy: Balancing economic and justice considerations. Journal of Social Issues, 59(2), 323-342.
21. Hildebrandt, M., & Gutwirth, S. (2008). Profiling and the rule of law. Identity in the Information Society, 1(1), 55-70.
22. Solove, D. J. (2006). A taxonomy of privacy. University of Pennsylvania Law Review, 154(3), 477-564.
23. Turow, J., & Hennessy, M. (2007). The creation and destruction of consumer trust in the era of data mining. In Proceedings of the conference on digital libraries (pp. 78-87).
24. Westin, A. F. (1967). Privacy and freedom. Washington, DC: Atheneum.
25. Bellona, A., & Collet, C. (2019). Ethical Issues in AI-Driven Marketing: A Case Study in Kazakhstan. International Journal of Marketing Ethics, 5(1), 23-35.
26. Li, H., & Shen, Z. (2020). Ensuring Algorithm Transparency in AI-Driven Marketing: Lessons from Kazakhstan. Journal of Digital Marketing, 15(3), 112-125
27. Seidulina, N., et al. (2021). Data Privacy Issues in AI-Driven Marketing: Insights from Kazakhstan. Journal of Consumer Protection, 12(2), 67-79.
28. Gulieva, L. (2018). Raising Awareness of Ethical AI Usage in Marketing: Strategies and Implications. Journal of Business Ethics, 45(4), 189-201
29. Rahim, S., et al. (2022). Ethical Considerations in Implementing AI Chatbots in Higher Education: A Case Study in Kazakhstan. Journal of Educational Technology, 20(3), 145-158
30. Mogaji, E., et al. (2022). Ethical Implications of AI in Financial Services Marketing: A Case Study in Kazakhstan. Journal of Financial Marketing, 18(2), 89-102.
31. Sharma, R., & Kaur, A. (2021). Understanding the Role of AI in Marketing: A Systematic Review. Journal of Marketing Research, 30(1), 45-58.

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

Основные аспекты влияния современной глобализации и интернационализации на экономику развития вузов

Zamonaviy globallashuv va xalqarolashuvning ta'siri universitetni rivojlantirish iqtisodiyoti bo'yicha

Воробьев А.Е.[1,2], Воробьев К.А.[3]
[1]ФМИОЗ (РУз), [2]ГГНТУ (РФ), [3]РУДН (РФ)

https://doi.org/10.5281/zenodo.1194857

Аннотация: Рассмотрено влияние современной глобализации на экономику развития вузов. Представлены экономические аспекты глобализации вузов. Уточнено определение интернационализации вузов. Даны результаты исследования направлений и стратегий развития интернационализации вузов. Раскрыты показатели интернационализации российских вузов. Детализированы экономические аспекты интернационализации вузов. Описано математическое представление экономических аспектов интернационализации вузов. Показано влияние интернационализации вузов на экономику страны их размещения.
Ключевые слова: глобализация, интернационализация, вузы, экономика, влияние, тенденции
Izoh: Zamonaviy globallashuvning universitet taraqqiyoti iqtisodiyotiga ta'siri ko'rib chiqiladi. Universitetlar globallashuvining iqtisodiy jihatlari ko'rsatilgan. Universitetlarni baynalmilallashtirish tushunchasiga aniqlik kiritildi. Universitetlarni xalqarolashtirishni rivojlantirish yo‘nalishlari va strategiyalarini o‘rganish natijalari keltirilgan. Rossiya universitetlarining xalqarolashuvi ko'rsatkichlari aniqlandi. Universitetlarni baynalmilallashtirishning iqtisodiy jihatlari batafsil yoritilgan. Universitetlarni baynalmilallashtirishning iqtisodiy jihatlarining matematik tasviri tasvirlangan. Universitetlarning baynalmilallashuvi ular joylashgan mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri ko'rsatilgan.
Kalit so'zlar: globallashuv, xalqarolashuv, universitetlar, iqtisodiyot, ta'sir, tendentsiyalar

Kirish. Globallashuv (bu juda ko'p qirrali hodisa bo'lib, dunyo mamlakatlari va odamlari o'zaro munosabatlarining mafkuraviy, siyosiy, iqtisodiy, texnologik, madaniy, ta'lim va ekologik jihatlarini o'z ichiga oladi) jahon iqtisodiyotining turli sohalariga, shu jumladan milliy oliy ta'lim tizimlariga bevosita ta'sir qiladi. kasbiy ta'lim, chunki u kapital, innovatsion g'oyalar va baquvvat odamlarning harakatchanligini sezilarli darajada oshiradi [2-4]. Shu bilan birga, globallashuv rivojlanib borar ekan, milliy iqtisodiyotlar va mehnat bozorlari tobora o‘zaro bog‘lanib, xalqaro miqyosda malakali (xorijiy tillarni biladigan, shuningdek, tegishli ijtimoiy va madaniyatlararo ko‘nikmalarga ega) ishchilarga talabni sezilarli darajada oshirmoqda.

Binobarin, juda xilma-xil madaniy tajribalar, siyosiy tizimlar, iqtisodiy aloqalar va texnologik imkoniyatlarning bunday yaqinligi va o‘zaro uyg‘unligi globallashuv va baynalmilallashuv dunyoqarashini rivojlantirish va insoniyat jamiyatiga joriy etish zaruratini bildiradi.

Ushbu tadqiqotning maqsadi- universitetlarning globallashuvi va xalqarolashuvi o'rtasidagi munosabatlarni tahlil qilish va bu jarayonlarning ularning iqtisodiyotiga qanday ta'sir qilishini kuzatish.

Tadqiqot metodologiyasi: Tadqiqot 2000-2022 yillar uchun zarur ma'lumotlarni (ham umumiy ma'lumotnoma, ham iqtisodiy xususiyatga ega) to'plash va keyingi statistik va korrelyatsiya tahlili kabi usuldan foydalanishga asoslangan. Tadqiqotda Rosstatning statistik ma'lumotlar bazasi va hamkor universitetlar, shuningdek, ularning rasmiy veb-saytlarida ma'lumot taqdim etgan universitetlar ma'lumotlaridan foydalanildi.

O'tkazilgan ilmiy tahlil davomida 5 ta asosiy komponent hisobga olindi:

1. Asosiy tadqiqot savollari.
2. Hozirgi kungacha ishlab chiqilgan globallashuv va baynalmilallashuvning nazariy qoidalari.
3. Tahlil birligi.
5. Qo'llaniladigan asosiy tahlil mezonlari.

Universitetlar globallashuvining iqtisodiy jihatlari. "Globallashuv" va "xalqarolashuv" tushunchalari o'zaro bog'liq bo'lgan hamrohlardir [8], chunki bir kontseptsiya ikkinchisisiz paydo bo'lolmaydi.

Biroq, hozirgi kunga qadar globallashuvni xalqarolashuvning ilg'or bosqichi sifatida ko'rib chiqmaslikning 3 ta asosiy sababi aniqlangan [15].

Birinchidan, baynalmilallashuv milliy suveren davlatlarning mavjudligini nazarda tutadi, globallashuv esa ularning mavjudligini inkor etadi.

Ikkinchidan, xalqarolashuv diplomatiya va madaniyat imkoniyatlari orqali yaxshi ifodalanadi, globallashuv esa zamonaviy ommaviy iste'mol dunyosi va global kapitalizm bilan ifodalanadi.

Uchinchidan, xalqarolashuv milliy davlatlarning umumiy to‘plamining nomutanosiblik modeliga tayanadi, globallashuv esa turli mamlakatlar o‘rtasidagi tengsizlikni kuchaytiruvchi notinch, buzg‘unchi kuch sifatida tavsiflanadi va uning homiyligida gegemonni aniqlaydi. mamlakatlar bo‘lishi mumkin.

Oliy ta'lim tizimlari, siyosati va institutlari globallashuvning hozirgi jarayonlari tufayli sezilarli darajada o'zgartirilmoqda, bu mavjud turli xil global o'zaro bog'lanishlarning kengayishi, chuqurlashishi va tezlashishini anglatadi.

Jahon jamiyatlarida (birinchi navbatda bilimga asoslangan iqtisodlari bilan) asosiy e'tibor oliy kasbiy ta'limni xalqarolashtirishga qaratiladi. Hozirgi vaqtda bilimlar iqtisodiyoti global tarmoq bo'lib, bunday global o'zaro bog'liqlikdan foydalanish uchun mahalliy universitetlar unda faol ishtirok etishlari maqsadga muvofiqdir [10]. Shu bilan birga, bozor kuchlarining tobora kuchayib borayotgan ta'siri va yangi o'yinchilarning paydo bo'lishi ostida hamkorlik va raqobatning ko'p yo'nalishli vektorlari bir vaqtning o'zida kuchayib bormoqda.

Shuni ta'kidlash kerakki, butun dunyoda kapital bilimning turli sohalariga, birinchi navbatda, universitetlarning globallashuvi va chet ellik talabalar uchun birgalikda ishlab chiqilgan akademik dasturlar orqali yuqori iqtisodiy natijalarga erishish (harakatlantiruvchi kuch bo'lgan xalqarolashtirish jarayonlarini amalga oshirish orqali) orqali amalga oshiriladi. oliy kasbiy ta'limda innovatsiyalarni o'zgartirish va qabul qilish).

Bilimlar jamiyatini shakllantirishga asoslangan globallashuvning hozirgi evolyutsiyasi oliy kasbiy ta'lim tizimlarida fundamental institutsional o'zgarishlarga olib keldi [9]: boshqaruv yondashuvlari va biznes madaniyati, strategiyalar va davlat rolidagi o'zgarishlar.

Birinchidan, jahon universitetlarining aksariyati ancha tadbirkorlikka aylandi, bu esa ularni o‘z xizmatlari va mahsulotlarining siyosiy chegaralarini qayta ochishga olib keldi. Bu mavqei ularni milliy davlatlar chegaralaridan tashqarida ham tadbirkorlik faoliyati doirasini kengaytirishga undadi. Shunday qilib, mahalliy universitetlarning faoliyati xalqaro (hamkorlik nuqtai nazaridan) va global (raqobat nuqtai nazaridan) doirada yanada rivojlanmoqda. Shu bilan birga, deyarli barcha universitetlar xorijdan o‘qish uchun kelayotgan xorijiy talabalar ulushini oshirish orqali xalqaro darajaga chiqishga harakat qilmoqda. Bu nafaqat turli madaniyatlar haqida xabardorlikni oshiradi, balki ushbu muassasalarning daromad darajasini sezilarli darajada oshiradi [15].

Ikkinchidan, oliy ta’lim muassasalarining xalqaro jihatlarini kengaytirish va qo‘llab-quvvatlash va ular bilan bog‘liq ijro funksiyalarini qo‘llab-quvvatlash maqsadida bir vaqtning o‘zida asosiy dasturiy va tashkiliy o‘zgarishlarni o‘z ichiga olgan bir-birini to‘ldiruvchi ikkita strategiyaning mavjudligini taqozo etadi. Birinchisi oliy ta'lim, tadqiqot va universitet xizmatlari sohasidagi turli o'zgarishlarni o'z ichiga oladi, ikkinchisi esa qabul qilingan boshqaruv va operatsion tizimlar orqali universitetlarda namoyish etilayotgan faoliyatning xalqaro jihatlarini ilgari surish va institutsionalizatsiya qilish bo'yicha tashkiliy tashabbuslarni o'z ichiga oladi.

Uchinchidan, universitetlarni xalqarolashtirish jarayonida davlatning roli hal qiluvchi rol o'ynaydi, chunki oliy kasbiy ta'limning global dunyosida ko'pchilik milliy hukumatlar teng sharoitlarda va samarali raqobatlasha oladigan yuqori akademik maqomga ega xalqaro universitetlarga ega bo'lishga intiladi. dunyoning boshqa universitetlari bilan hamkorlik qiladi. Shu bilan birga, davlatning roli tegishli siyosiy tashabbuslar, qonun ijodkorligi va moliyalashtirish orqali namoyon bo'ladi, ular birgalikda oliy kasbiy ta'limning xalqarolashuvini oshirishga yordam beradi.

Globallashuv jarayonlari rivojlanishining yorqin misoli oliy kasbiy ta’lim sohasida davlat boshqaruvining yangi tamoyillarining keng tarqalishidir. Shunday qilib, dunyo mamlakatlarida ta’lim tizimlari va mahalliy universitetlarning globallashuv jarayonlariga munosabati amalga oshirilayotgan islohotlar bilan belgilanadi. Shu bilan birga, davlat boshqaruvining prinsipial yangi vositalari, jumladan, turli bozor mexanizmlari va tutqichlari, moliyaviy rag‘batlantirish (raqobatbardosh moliyalashtirish), avtonomiya va mas’uliyatni oshirish, shuningdek, tartibga solishni bekor qilish vositalaridan tobora ko‘proq foydalanilmoqda. Natijada, mahalliy universitetlar xorijiy oliy ta'lim bozorlarida faolroq bo'lib, xalqaro talabalar uchun o'qish to'lovlarining tartibga solinishidan ko'proq foydalandi.

Universitetlarning baynalmilallashuvini aniqlash."Integratsiya" atamasi lotincha "integer" - "butun" so'zidan kelib chiqqan, ya'ni. Integratsiya yangi jamoa yoki alohida qismlarning yangi to'plamining shakllanishini nazarda tutadi [8], ular mustaqil shaxs sifatida harakat qila boshlaydilar.

Mavjud qarashlarga ko'ra, universitetlarning xalqarolashuvi odatda mavjud globallashuvga javoban universitetlar amalga oshiradigan siyosatlar, strategiyalar va turli xil dasturlarning (shu jumladan, akademik dasturlarning) qo'llaniladigan xilma-xilligi sifatida aniqlanadi.

Zamonaviy xalqarolashtirish - bu universitetlarning milliy iqtisodiy faoliyatini xalqaro (sanoat) biznes jarayonlariga integratsiyalashning murakkab, ko'p omilli jarayoni.1], xalqaro qoidalarga muvofiq ishlaydigan tashqi iqtisodiy faoliyatning ko'plab shakllari asosida faoliyat yuritadi.

Shunday qilib, oliy kasbiy ta’limni ichkilashtirish deganda universitetlar xalqaro faoliyatga (masalan, chet ellik talabalarni jalb qilish va xorijiy ta’lim muassasalari bilan hamkorlik aloqalarini o‘rnatish yoki chet elda filiallar tashkil etish va boshqalar) tobora ko‘proq jalb etilayotgan rivojlanish jarayoni tushuniladi [7]. Shuningdek, jahonning yetakchi universitetlari talabalar iqtidorini safarbar etish, bilimlarni uzatish, ilg‘or siyosat va global tadqiqotlarni ta’minlash uchun kuchli xalqaro tarmoq va assotsiatsiyalarni yaratayotganini, ular birgalikda investitsiyalarni ko‘paytirish va ularning xalqaro faoliyatiga ta’sirini o‘lchashga xizmat qilayotganini alohida ta’kidlash lozim.

Shunday qilib, oliy kasbiy ta'limni xalqarolashtirish ta'rifi xalqaro yoki madaniyatlararo jihatlarni universitetlarning akademik, tadqiqot va xizmat ko'rsatish funktsiyalariga integratsiyalash jarayonini anglatadi.

Iqtisodiy nuqtai nazardan oliy ta’lim muassasalarini baynalmilallashtirish xalqaro sharoitda xo‘jalik faoliyatining turli jarayonlarini (shu jumladan strategiya, tuzilma va barcha zarur resurslarni) rivojlantirish sifatida belgilanadi.

Universitetlarni xalqarolashtirishni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari va strategiyalarini o'rganish. Mavjud adabiyotlarni tahlil qilish oliy kasbiy ta'limni

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

xalqarolashtirishni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlarini quyidagicha aniqlash imkonini berdi [14]:

• oliy kasbiy ta'limning xalqarolashuvi va globallashuvining umumiy tendentsiyalari va Rossiya hukumatining ushbu jarayonlardagi rolining tavsifi (M. Larionova, O. Perfilyeva, 2013; V. Filippov, 2010, 2013; Drantusova, Knyazev, 2013; Kupriyanova-Ashina, Chang Zhu, 2013; Borevskaya, 2013;

• universitetlarni xalqarolashtirishni amalga oshirish bo'yicha faoliyat, ya'ni. akademik harakatchanlikni, qo‘shma akademik dasturlarni va ilmiy hamkorlikni mustahkamlash (Artamonova, Stavruk, 2010; Kuzmin, Nikonova, 2007);

• Boloniya jarayonining Rossiyada oliy kasbiy ta'limning xalqarolashuviga ta'siri (Nikolayev, Suslova, 2010; Gorbunova, Larionova, 2008; Bidenko, 2009; Arjanova, Suslova, 2007);

• Rossiya oliy kasbiy ta'limi uchun imkoniyatlar va xavflar (Larionova, 2007; Zornikov, 2003; Arefiev, 2010);

• universitetlarni xalqarolashtirishning qiyosiy tadqiqotlari (Semchenko, Kallo, 2011; Vainio, 2009);

• universitetlarni xalqarolashtirishni rivojlantirishning turli strategiyalarining ularning iqtisodiyotiga ta'sirini o'rganish.

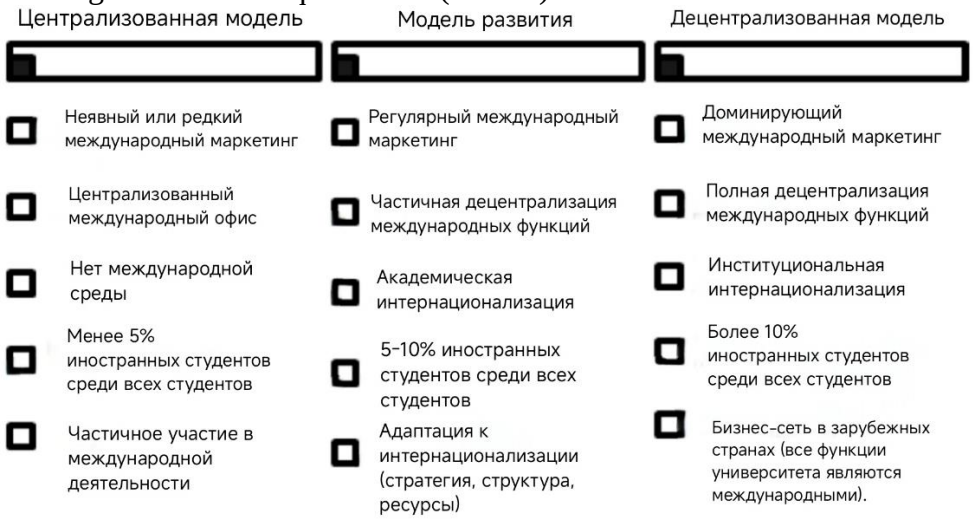
Hozirgi vaqtda Rossiya oliy ta'limi muammolari bilan shug'ullanadigan mutaxassislar universitetlarni xalqarolashtirishni rivojlantirishning uchta eng keng tarqalgan strategiyasini aniqlaydilar [14]:

1. Yirik va yaxshi yo‘lga qo‘yilgan universitetlar (masalan, RUDN universiteti, M.V.Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti, Sankt-Peterburg davlat universiteti, Plexanov nomidagi Rossiya Fanlar akademiyasi, MGIMO va boshqalar) o‘zlarining eski aloqalaridan va avval to‘plangan amaliy tajribalaridan foydalanadilar. yangi universitetlararo sheriklik va xalqaro hamkorlik modellarini ta'minlash uchun asosiy asos bo'lib, uni rivojlantirishning o'z ustuvorliklari tizimiga muvofiq harakat qiladi.

2. 1990-yillarda vujudga kelgan universitetlar (masalan, HSE, Moskva ijtimoiy-iqtisodiy fanlar oliy maktabi va boshqalar) eng samarali xorijiy modellar va xalqaro mukammallik markazlariga tayangan holda faol rivojlanmoqda va xalqaro hamkorlikda ijobiy tajriba orttirmoqda.

3. Faoliyatini baynalmilallashtirishni rivojlantirishning aniq institutsional strategiyasiga ega bo‘lmagan oliy ta’lim muassasalari ham mavjud.

Shunga muvofiq universitetlarning xalqaro faoliyatida markazlashgan model, rivojlanish modeli va markazlashmagan modelni farqlash zarur (1-rasm).



Guruch. 1. Universitetlarning eksport faoliyati modellarini solishtirish [5]

O'tkazilgan tadqiqotlar hozirgi va yaqin kelajakda xalqarolashuvning sifat va miqdoriy ko'rsatkichlariga ta'sir ko'rsatadigan asosiy omillarni aniqlashga imkon berdi [15]:
- Aksariyat G‘arb davlatlarida viza talablarining qattiqlashishi va ularning siyosatining o‘ziga xos xususiyatlari oliy kasbiy ta’limni xalqarolashtirish yo‘lida jiddiy to‘siq bo‘ladi.
- O'quv to'lovlarining oshishi va qo'shimcha xarajatlar (masalan, viza to'lovlari va boshqalar) xalqaro talabalarning harakatlanishiga to'sqinlik qilishi mumkin.
– Mamlakatlar doimiy ravishda mahalliy darajada oliy kasb-hunar ta’limi imkoniyatlarini kengaytirmoqda, shuningdek, uning sifatini oshirmoqda, bu esa chet elda o‘qishga bo‘lgan qiziqishning pasayishiga olib kelishi mumkin.
- Mahalliy tilda emas, balki ingliz tilida akademik dasturlarni taklif etuvchi universitetlar xalqaro talabalar orasida (ayniqsa, magistratura bosqichida) talab yuqori.
- Talabalar sanoatlashgan mamlakatlarda ishlab chiqilgan modellardan foydalanadigan o'quv dasturlarini milliy yo'naltirilgan o'quv dasturlariga nisbatan foydali deb topishlari mumkin.
- Texnologiyaning rivojlanishi va xalqaro miqyosda tan olingan onlayn darajalarning rivojlanishi masofaviy ta'limning ahamiyati va ko'lamining oshishiga olib kelishi mumkin.
Buning uchun ular zamonaviy elektron texnologiyalar va ijtimoiy tarmoqlardan chet ellik iste'dodlarni jalb qilish va o'z iste'dodlarini saqlab qolishga yordam beradigan tegishli ma'lumotlarga zarur kirishni kengaytirish uchun mo'ljallangan juda muhim va juda ta'sirli vositalar sifatida foydalanadilar.8]. Bu mahalliy ta'lim muassasalari mavjud ehtiyojlarni qondira olmaydigan mamlakatlarda oliy kasbiy ta'lim olish imkoniyatini ta'minlaydi.
Biroq, Buyuk Britaniyada o'tkazilgan tadqiqot natijalari cheklangan moliyaviy resurslarga ega bo'lgan talabalar uchun xalqaro imkoniyatlarning mavjudligi oliy ta'limni xalqarolashtirishda katta xavf va muammo ekanligini ko'rsatdi [13]. Ular shuni ko'rsatadiki, xalqaro o'quv dasturlari ko'pincha qimmatroq va ko'pchilik universitetlar taqdim etilgan akademik dasturlarning sifati yoki qabul qilingan talabalar sifati hisobiga iqtisodiy foyda ko'rishadi. Shunday qilib, butun xalqarolashtirish jarayoni o'qish uchun moliyaviy resurslarga ega bo'lmagan a'lo, ammo kambag'al talabalarni qabul qilishni bloklaydi.
Shu sababli, moliyaviy qiyinchiliklarga duch kelgan zo'r talabalarga stipendiyalar, hukumatlararo grantlar va almashinuvlarni taklif qilish orqali imkoniyat oynasini qoldirish tavsiya etiladi.
Ushbu tahlil Rossiya Federatsiyasining etakchi universitetlari faoliyatida mavjud bo'lgan xalqarolashtirishning turli jihatlarini aniqlash imkonini berdi (1-jadval).

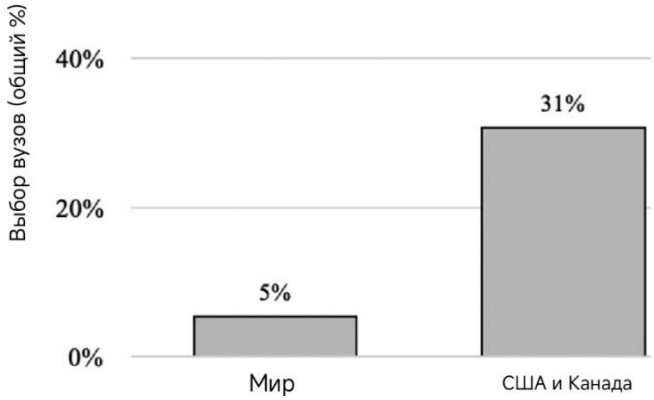
1-jadval

Universitet strategik hujjatlarida topilgan asoslar [14]

Universitet	Faoliyatni xalqarolashtirish asoslari
RUDN universiteti	Strategik rivojlanish dasturi Tashqi siyosat Ta'lim xizmatlari eksporti Sifatni yaxshilash
MGIMO	Rivojlanish strategiyasi O'qitish va tadqiqot uchun xalqaro o'lchovni ta'minlash Daromad olish (ta'lim xizmatlarini ko'rsatish nuqtai nazaridan kengaytirish sifati va miqdori) Strategik ittifoqlar Talabalarning rivojlanishi (talabalarning kirish qobiliyatini oshirish uchun eng yaxshi ta'lim dasturlari)
Moskva davlat universiteti	Strategik rivojlanish dasturi Ta'lim va ilmiy

	tadqiqotlar uchun xalqaro miqyosni ta'minlash Xalqaro profil va obro' Tadqiqot va bilim ishlab chiqarish
SPSU	Rivojlanish dasturi Xalqaro profil va obro' Xalqaro akademik standartlar Tadqiqot va bilim ishlab chiqarish
MISiS	Raqobatbardoshlik dasturi Xalqaro akademik standartlar Tadqiqot va bilim ishlab chiqarish Xalqaro profil va obro'
Milliy tadqiqot universiteti Iqtisodiyot oliy maktabi	Rivojlanish dasturi Xalqaro akademik standartlar Xalqaro profil va obro' Daromad olish (ta'lim xizmatlarini eksport qilish) Strategik ittifoqlar Tadqiqot va bilim ishlab chiqarish Talabalar va xodimlarni rivojlantirish (ta'lim xizmatlari importi)
Petrozavodsk shtati universitet	Strategik rivojlanish dasturi Xalqaro profil va obro' tadqiqot va o'qitishning xalqaro aspekti Tadqiqot va bilim ishlab chiqarish
nomidagi Rossiya davlat pedagogika universiteti. Gertsen	Strategik rivojlanish dasturi Xalqaro akademik standartlar Xalqaro profil va obro'si Talabalar va xodimlarning rivojlanishi
Milliy tadqiqot Tomsk davlat universiteti	Strategik rivojlanish dasturi Xalqaro akademik standartlar Xalqaro profil va obro' Daromad olish (ta'lim xizmatlarini eksport qilish) Strategik ittifoqlar Tadqiqot va bilim ishlab chiqarish
Rossiya davlat gumanitar universiteti	Strategik rivojlanish dasturi Xalqaro profil va obro'si Strategik alyanslar Xalqaro akademik standartlar Talaba rivojlanishi

Shuni ta'kidlash kerakki, faqat 3 ta Rossiya universiteti, o'zlarining xalqaro faoliyatini asoslashlar orasida iqtisodiy jihatlarni (daromadlarni shakllantirish) ko'rsatdi. Garchi xalqarolashtirish faoliyati, birinchi navbatda, universitet daromadlarini oshirish nuqtai nazaridan ko'rib chiqilishi kerak (Rossiya Federatsiyasi Ta'lim vazirligining xalqaro faoliyatdan universitet byudjetiga 10% hissa qo'shish zarurligi to'g'risida tavsiyalar mavjud).
Xuddi shunday holat dunyoda ham kuzatilmoqda (2-rasm).



Guruch. 2. O'z strategiyasida tanlagan universitetlar soni daromad olish usuli

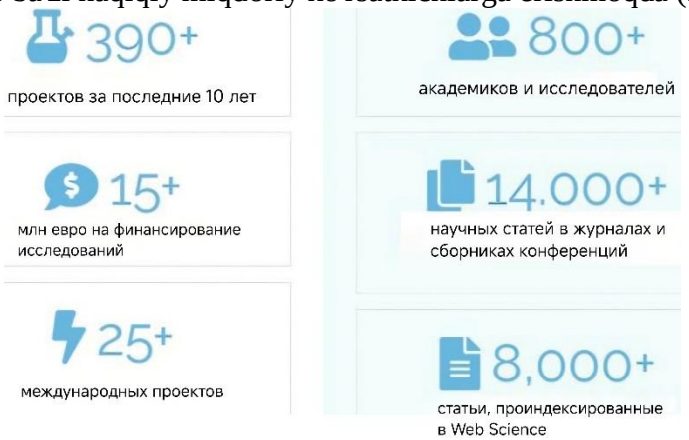
Dunyo bo'ylab deyarli ko'pchilik mamlakatlar hukumatlari davlat universitetlari uchun ajratiladigan mablag'ni qisqartirishmoqda, ular xalqaro talabalardan ancha yuqori o'qish to'lovlarini to'lashdan katta daromad olishlariga ishonmoqda va umid qilmoqda. Bu universitetlarni xalqaro talabalarni jalb qilish usullarini ixtiro qilishda yanada tajovuzkor qiladi, hatto ba'zida ular juda zarur bo'lgan yuqori to'lovli xalqaro talabalarni jalb qilish uchun mavjud akademik standartlar bilan murosaga kelishlari kerak edi [15].

Rossiya universitetlarining xalqarolashuv ko'rsatkichlari. Oliy kasbiy ta'limning xalqaro o'lchovi 21-asrning birinchi o'n yilligida katta qiziqish va munozaralarga sabab bo'lmoqda.

Umuman olganda, biz Rossiya universitetlarini o'z faoliyatini xalqarolashtirish jarayonida yo'naltiruvchi, miqdoriy jihatdan ifodalangan va [6] maqsadlarda amalga oshirilgan quyidagi asosiy motivlarni ajratib ko'rsatishimiz mumkin:

- xalqaro hamkorlar bilan aloqalarni rivojlantirish – 80%;
- rossiyalik talabalarga yaxshi harakatlanish imkoniyatlarini ta'minlash - 75%;
- xalqaro resurslarni ko'proq jalb qilish (bilim, moliya, texnologiya va boshqalar) – 45%;
- oliy o‘quv yurtlari imidjini oshirish – 40%;
- chet ellik talabalarni jalb qilish – 35%;
- universitetning obro'sini oshirish - 30%;
- ish beruvchilar bilan yaxshi munosabatlarni rivojlantirish - 10%.

Natijada universitetlar ba'zi haqiqiy miqdoriy ko'rsatkichlarga erishmoqda (3-rasm).



Guruch. 3. Universitetning haqiqiy ko'rsatkichlari

2014 yilda o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra, ushbu davrdagi Rossiya universitetlarining 46 foizi ilmiy tadqiqotlar, texnologiyalarni rivojlantirish va taqdim etilgan oliy kasbiy ta'lim sifatini ta'minlashda turli xorijiy ta'lim tashkilotlari bilan hamkorlik qilgan. Shu bilan birga, Rossiya

universitetlarining 89 foizi xalqaro ta'lim muassasalari, asosan Yevropa va MDH (77 foiz), AQSh (17 foiz) va Xitoy (17 foiz) bilan ikki tomonlama shartnomalar tuzgan.
2023 yil holatiga ko'ra, Rossiyada 352 mingdan ortiq xorijlik ta'lim olmoqda [6]: ularning 72 foizi sobiq Sovet respublikalaridan kelgan - MDH davlatlaridan (Qirg'iziston, Qozog'iston, Tojikiston, Belarusiya va Turkmaniston) rusiyzabon talabalar. Qolgan talabalar Osiyo (56%), Afrika (18,5%), Yevropa (5%), Janubiy Amerika (3,3%), Shimoliy Amerika va Avstraliyadan (0,5%). Natijada, Rossiya chet ellik talabalarni o'qishga jalb qilish bo'yicha 7-o'rinda (4%): AQShda 17%, Buyuk Britaniyada 13% va Germaniyada 6,4%.
Universitetlarni baynalmilallashtirishning iqtisodiy jihatlari. Oliy o‘quv yurtlarini baynalmilallashtirishning iqtisodiy jihatlari odatda bevosita foyda va rivojlanishning yangi manbalariga bo‘lgan ehtiyoj, shuningdek, uzoq muddatli iqtisodiy rejalar bilan bog‘liq.
Hozirgi vaqtda ta'lim xizmatlari eksporti ko'plab mamlakatlarning oliy o'quv yurtlari va milliy iqtisodiyotlari uchun asosiy daromad manbalaridan biriga aylangani aniq. Shunday qilib, o'qish uchun kelgan xalqaro talabalar tufayli AQSh iqtisodiyoti har yili 27 milliard dollardan ko'proq daromad oladi va Buyuk Britaniya iqtisodiyoti chet ellik talabalarning harakatchanligi tufayli yiliga 8 milliard funt sterling oladi (milliy universitetlar umumiy daromadining 10 foizini tashkil qiladi). [10]. Avstraliyada ta'lim eksporti qiymati 37,556 milliard AQSh dollarini tashkil etdi [13]. 1000 dan ortiq chet ellik talabalar Rossiyaning 56 ta universitetlarida tahsil oldilar [12], yana 13 ta universitet oliy kasbiy ta’lim eksportidan 100 milliard rubldan ortiq daromad oldi.
Bundan tashqari, hozirgi vaqtda universitet siyosatining turli xususiyatlari va oliy kasbiy ta'limni xalqarolashtirish sohasidagi faoliyatning iqtisodiy ko'rsatkichlari o'rtasida aniq bog'liqlik mavjud.
Ekonometrik tahlil shuni ko'rsatdiki, universitetlarning xalqarolashtirish sohasidagi samaradorligining eng muhim omili ularning imidji va turli xil resurslari bo'lib, u quyidagi jihatlarni o'z ichiga oladi [12]:
- ta'lim xizmatlari bozorida tan olinishi;
- berilayotgan oliy kasbiy ta'lim sifati bo'yicha obro';
- kuchli tadqiqot bazasining mavjudligi;
- keng ko'lamli akademik kurslarni taklif qilish qobiliyati.
Universitetlarni baynalmilallashtirishning ikkinchi muhim omili bu ularning bir qator xalqaro strategik alyanslar va transmilliy akademik dasturlarni o‘z ichiga olgan xalqaro hamkorlik va integratsiya sohasidagi ishbilarmonlik faolligidir.
Maxsus maqsadli tadqiqotlar natijasida universitetlarning xalqaro faoliyatida 8 ta eng muhim ichki omil aniqlandi [12]:
• Ta'lim dasturlarini diversifikatsiya qilish (Herfindal-Xirshman indeksi asosida hisoblangan).
• Xalqaro ikki tomonlama diplom dasturlarida ishtirok etish.
• Transmilliy ta'lim dasturlarida (TNE) ishtirok etish.
• Xorijiy universitetlar bilan tarmoq hamkorligi.
• Universitet obro‘siga qarab o‘zgarishi mumkin bo‘lgan chet ellik talabalar uchun o‘qish to‘lovlarining qiymati (bu holda to‘lovning oshishi mamlakatga chet ellik talabalar oqimini keskin kamaytirishi mumkin).
• Chet ellik talabalar uchun ta'limni tijoratlashtirish.
• Internetda mavjudligi (universitetning Webometrics Rankingdagi o'rni asosida baholanadi).
• Universitetning ixtisoslashuvi va qabulning tanlovliligi (tibbiyot universitetlari chet ellik talabalarni qabul qilishning eng yuqori ko'rsatkichlariga ega).
Universitetni baynalmilallashtirishning iqtisodiy jihatlarining matematik tasviri. Universitetlarni baynalmilallashtirishning iqtisodiy jihatlarini rasmiy, hatto matematik shaklda maxsus tenglamalar orqali taqdim etish maqsadga muvofiq, bu jarayonning mantiqiy tuzilishini sezilarli darajada aniqlaydi.

Universitetlarning xalqaro faoliyatining iqtisodiy samaradorligini aniqlashning eng oson yo'li yillik foyda va xarajatlarni taqqoslash bo'lib, uni quyidagi ifoda yordamida amalga oshirish mumkin:

$$E = \frac{\sum_{i=1}^{n} R_i}{\sum Z}, \quad i = 1 : n,$$

bunda: E – o‘quv to‘lovi, soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlarni olib tashlagan holda olingan daromad summasi;

Z – xorijiy talabalar uchun o‘quv dasturining narxi (ushbu ta’lim dasturini eksport qilish bilan bog‘liq barcha xarajatlar);

R - n yillik vaqt davomida (1 yildan 10 yilgacha) olingan akademik dastur natijalari.

Bunda baynalmilallashtirish jarayonining mulkchilik, joylashuv, eksport-import xususiyatlarini, to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar, litsenziyalash, xalqaro raqobat va hamkorlikning ahamiyatini hisobga olish zarur.

To'g'ridan-to'g'ri iqtisodiy ta'sir - bu o'quv to'lovlari [11], ba'zi mamlakatlarda mahalliy va xalqaro talabalar uchun har xil bo'lishi mumkin.

Shu bilan birga, chet ellik talabalarning xarajatlaridan iborat bilvosita iqtisodiy ta'sirlar ham mavjud:

— infratuzilmangizni (turar joy, oziq-ovqat, ko‘ngilochar, transport, turizm va boshqalar) ta’minlash;

— kitoblar, kutubxona, internet va boshqalar;

— sug‘urta qilish va ro‘yxatdan o‘tkazish;

- til darslari;

— chet ellik talabalarga xizmat ko‘rsatishga mo‘ljallangan yangi ish o‘rinlarining paydo bo‘lishi.

Universitetlarning xalqaro faoliyatiga investitsiyalarning daromadliligini miqdoriy baholash amaliy jihatdan mantiqiydir [11]:

$$ROI = \frac{G - C_{ei}}{C_{ei}}$$

bunda: G – eksport qilinadigan xalqaro ta’lim dasturiga investitsiyalardan olingan daromad;

Cei - ta'lim dasturiga sarmoya kiritish qiymati.

Universitetlarning baynalmilallashuvining ular joylashgan mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri. Ta’kidlash joizki, oliy kasbiy ta’lim mamlakatning jahondagi raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradigan malakali kadrlar resurslarini yaratishga salmoqli hissa qo‘shmoqda.

Bugungi kunga kelib, universitetlar faoliyat ko'rsatayotgan mamlakatning iqtisodiy ko'rsatkichlariga ta'sir qilishning bir qancha usullari ma'lum [16]. Birinchidan, universitet ma'lumotli ishchi kuchi sonining ko'payishini ta'minlaydi, bu iqtisodiy o'sish uchun juda muhimdir, chunki Xalqaro talabalar mahalliy iqtisodiyotga ma'lum ta'sir ko'rsatadilar (asosan o'zlarining ishchi kuchi orqali, balki yangi kompaniyalarni yaratish orqali). Ikkinchidan, universitetlar katta miqdordagi innovatsiyalarni, shu jumladan boshqaruv innovatsiyalarini yaratadilar. Uchinchidan, talabalarning harakatchanligi va ularning tadbirkorlik xususiyatlari o'rtasida sinergiya mavjud. Va to'rtinchidan, universitetlar ma'lum tovarlar va xizmatlarga talabni sezilarli darajada oshiradi.

Shu asosda ta’lim xizmatlari eksporti va importi hajmi, shuningdek talabalar soni to‘g‘risidagi miqdoriy ma’lumotlarni o‘z ichiga oluvchi oliy kasbiy ta’limni mamlakat darajasida xalqarolashtirish indeksi ishlab chiqildi. harakatchanlik [1]:

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

$$I_{ic} = \left(\frac{Ec}{E} + \frac{Ic}{I} + \frac{Sc}{S} + \frac{So}{S}\right)/4$$

bunda: Iic – mamlakatning baynalmilallashuv indeksi;
ES - mamlakatning ta'lim xizmatlari eksporti hajmi;
E – mamlakatning umumiy eksport hajmi;
IS – mamlakat ta’lim xizmatlari importi hajmi;
I – mamlakat importining umumiy hajmi;
Si – kirish harakatchanligida ishtirok etuvchi talabalar soni;
S – talabalarning umumiy soni;
Shunday qilib - chiquvchi harakatda ishtirok etayotgan talabalar soni;
S - talabalarning umumiy soni.
Aholi jon boshiga YaIM qiymati va universitet bitiruvchilari sonining yalpi koeffitsienti o‘rtasida ham yaqin bog‘liqlik mavjud (2-jadval), chunki oliy ma'lumot yuqori ish haqi va iqtisodiy va ijtimoiy zinapoyada yaxshiroq mavqega ega bo'lishni anglatadi.

jadval 2

Tegishli mamlakat ko'rsatkichlari

Bir mamlakat	**Aholi soni**	**Maydoni, million km2**	**YaIM, dollar**	**Oliy ma'lumotli aholi ulushi, %**
Rossiya Federatsiyasi	146 447 424	17 098 246	5,510 trln	34.5
respublika O'zbekiston	36 599 800	448 924	80,4 mlrd	28
respublika Qozog'iston	19 765 004	2 724 900	226,472 mlrd	27.6
Qirg'iziston Respublikasi	7 037 000	199 951	41,2 mlrd	29
Tojikiston Respublikasi	10 129 000	143 100	11,47 mlrd	28.9
Turkmaniston	7 057 841	491 200	40,76 mlrd	14.2
Misr	110 507 636	1 001 450	363,0 mlrd	37.82
Iroq	45 504 560	437 072	264,18 mlrd	16.1 (2018 yil holatiga)
Suriya	23 227 014	185 180	8,9 mlrd	44,0 (2015 yil holatiga)

Boshqa tomondan, xalqaro ta'lim dasturi har doim nafaqat iqtisodiy, balki iqtisodiy bo'lmagan manfaatlarga ham ega [11]. Shunday qilib. Ikkinchi guruh imtiyozlarini tahlil qilib, shunday xulosaga kelish mumkinki, universitetlarning xalqaro faoliyati samaradorligini aniqlashda bag‘rikenglikni rivojlantirish, madaniyatlararo hamkorlik va xalqaro aloqalarni rivojlantirish kabi toifalarni kiritish zarur.

Xulosa. Olingan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, xalqaro faoliyat ko'rsatkichlarini oshirish uchun universitetlar o'zlarining bozorga yo'naltirilganligi va yondashuvlarini yanada jadal rivojlantirishlari, innovatsiyalarni idrok etish va qo'llashga tayyor bo'lishlari, asosiy bozorda faol xorijiy universitetlar bilan mavjud ittifoqlarni kengaytirishlari kerak. xorijiy mamlakatlarda ularning ta'lim xizmatlarini ilgari surishda tizimli yondashuv.

Литература

1. Беляева В.С. К вопросу об изменении вектора интернационализации высшего образования // Международный научно-исследовательский журнал. № 12 (126). 2022. DOI: https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.126.73ю
2. Воробьев А.Е., Воробьев К.А. Международная образовательная интеграция: теория, практика, перспективы. Издательство LAP LAMBERT. Mauritius. 2023. 277 с.
3. Воробьев А.Е., Торогелдиева А.Б., Воробьев К.А. Перспективные пути развития международной деятельности вузов стран Центрально-Азиатского региона: Монография / Под ред. акад. НАН Кыргызстана К.Ч. Кожогулова. – М.: Издательство «Спутник +», 2023. – 99 с.
4. Воробьев А.Е., Холикулов Д.Б., Воробьев К.А., Зафаров У.О. Особенности развития международной деятельности в вузах Российской Федерации, странах Центрально-Азиатского региона, Ирака и Египта. Алмалык. Издательство «ZIYO NASHR-MATBAA». Узбекистан. 2023. - 232 с. ISBN: 978-9910-733-37-6.
5. Bakumenko O.A., Makhotaeva M.Yu. Export of higher education VS Internalization of a university: a view of sub-center universities in Russia // International Scientific-Practical Conference on Business Cooperation (ISPCBS 2019). Pp. 38-42.
6. Balykina G. Internalization of education: Russian perspectives // chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2016/BalykinaG.pdf.
7. Baris Salman. The internalization of higher education: the impact of student mobility on entrepreneurial outcomes // https://www.researchgate.net/publication/375448414. 2023. DOI: 10.13140/RG.2.2.12688.99841.
8. Chuchulina E.V. Model of economic integration of the university in the world educational space // Web of Conferences 220. 2020. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202022001092.
9. Delgado-Márquez Blanca L., Hurtado-Torres Nuria Esther, Bondar Yaroslava. Internationalization of higher education: theoretical and empirical investigation of its influence on university institution rankings // In: “Globalisation and Internationalisation of Higher Education». 2011.
10. Jamshed Khalid, Anees Janee Ali, Md. Shamimul Islam, Muhammad Khaleel, Qi Fang Shu. Internationalization as investment for higher education institutions: introducing a framework to enhance investment in internalization practices // Review of Social Sciences, Vol. 02(02), N 2. 2017.
11. Kozlova D.K. The economic impact of internationalization of higher education // St. Petersburg State Polytechnical University Journal Economics. N^{o} 1–2(163). 2013. Pp. 153-158.
12. Melikyan A. Internal factors of education export performance in Russian universities // Voprosy obrazovaniya / Educational Studies Moscow. N^{o} 3. 2018. P. 146–179. DOI: 10.17323/1814-9545-2018-3-146-179.
13. Oranga J., Nyakundi E. & Obuba E. Is internationalization of higher education the way to go? // Journal of Research Innovation and Implications in Education. N 4(3). 2020. Pp. 133-144.
14. Shaydorova G. Rationales for the internationalization of higher education: the case of Russia. University of Tampere. 2014. 78 p.
15. Thirupuvanarajah Dinesh. Universities’ response to Internationalization: Case of University of Twente, is it truly international? University of Twente. 2010. 118 p.
16. Volchik V., Oganesyan A., & Olejarz, T. Higher education as a factor of socio-economic performance and development // Journal of International Studies, N 11(4). 2018. Pp. 326-340. DOI:10.14254/2071-8330.2018/11-4/23

ӘОЖ 339.97

NATIONAL ACADEMY OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH
«SCIENCE AND EDUCATION: MODERN TIME»
(VOLUME 6 ISSUE 7, 2024)
ISSN 3005-4729 / e-ISSN 3005-4737

ЖАҺАНДАНУ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ҚАЗАҚСТАН МЕН ӘЗІРБАЙЖАННЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАРЫ

Абузьярова Жанна Рафиковна
экономика ғылымдарының магистрі, аға оқытушы
Халел Досмұхамедов атындағы Атырау университеті
Атырау, Қазақстан

https://doi.org/10.5281/zenodo.1194857

Аңдатпа

Қазіргі уақытта көптеген елдер аймақтық кооперация мен көршілермен ынтымақтастықты тереңдетуді жөн көреді, біздің республика да осы бағытта қозғалып, аймақтағы одақтастармен қарым-қатынасты нығайтуда. Соңғы жылдары Қазақстанның ТМД елдерімен тауар айналымы ұлғайды, бірлескен көліктік-логистикалық жобалардың географиясы мен қуаты кеңеюде. Қазақстанның маңызды стратегиялық серіктестерінің бірі-Әзірбайжан.

Мақалада жаһанданудың Қазақстан Республикасы мен Әзірбайжан Республикасы арасындағы Халықаралық экономикалық қатынастарға әсері қарастырылған. Әзірбайжан мен Қазақстанның экономикалық дамуына қысқаша талдау жасалды. Елдердің әлеуметтік-экономикалық жүйесіне назар аударылады. Әзірбайжан мен Қазақстанның даму тұжырымдамасының стратегиялық көзқарасы қаралды.

Түйінді сөздер: жаһандану, ынтымақтастық, экономикалық байланыстар, инвестициялар, білім

Abstract

Currently, most countries prefer to deepen regional cooperation and cooperation with their neighbors, and our republic is moving in the same direction, strengthening relations with allies in the region. In recent years, Kazakhstan's trade turnover with the CIS countries has increased, the geography and capacity of joint transport and logistics projects are expanding. Azerbaijan is one of the important strategic partners of Kazakhstan today.

The article examines the impact of globalization on international economic relations between the Republic of Kazakhstan and the Republic of Azerbaijan. A brief analysis of the economic development of Azerbaijan and Kazakhstan is carried out. Attention is drawn to the socio-economic system of the countries. The strategic view of the development concept of Azerbaijan and Kazakhstan is considered.

Keywords: globalization, cooperation, economic relations, investment, education

Қазіргі уақытта көптеген елдер аймақтық кооперация мен көршілермен ынтымақтастықты тереңдетуді жөн көреді, біздің республика да осы бағытта қозғалып, аймақтағы одақтастармен қарым-қатынасты нығайтуда. Соңғы жылдары Қазақстанның ТМД елдерімен тауар айналымы ұлғайды, бірлескен көліктік-логистикалық жобалардың географиясы мен қуаты кеңеюде. Бүгінгі таңда Қазақстанның маңызды стратегиялық серіктестерінің бірі Әзірбайжан.

2021 жылы Қазақстан мен Әзірбайжан Тәуелсіздіктің 30 жылдығын атап өтті. Біздің халықтарымыздың өзара қарым-қатынастарының тарихы ғасырлар бойы есептеліп келеді, мемлекеттеріміз арасындағы қарым-қатынастар бір-біріне өзара қолдау көрсете

отырып, әрқашан жылы және достық қарым-қатынаста болды. Алайда, Қазақстан мен Әзірбайжанның тәуелсіздік жылдары-бұл өзара іс-қимылдың ерекше кезеңі, ол сапалы жаңа сипатқа ие.

Қазақстан мен Әзірбайжан арасындағы тығыз қарым-қатынас бір-бірінің егемендігі танылып, дипломатиялық қатынастар орнаған кезде Тәуелсіздік алудан басталды. Екі елді нығайтудағы алғашқы қадамды Қазақстанға ресми сапармен келген Әзірбайжан Республикасының Президенті Гейдар Әлиев жасады. Бұл сапар екі бауырлас халық арасындағы екіжақты қатынастарды дамытуда тағдырлы рөл атқарды.

Соңғы жылдары мемлекеттер арасында тауар айналымы ұлғайды, бірлескен көліктік-логистикалық жобалардың географиясы мен қуаты кеңеюде. Мәселен, 2023 жылдың бірінші жартыжылдығында ғана Астана мен Баку арасындағы тауар айналымы 2022 жылдың ұқсас кезеңінде 59,678 млн. долларға қарағанда 426,6 млн. долларға дейін ұлғайды. Көлік тасымалы да кеңеюде, 2023 жылы Қазақстан мен Әзірбайжан арасындағы жүк тасымалы өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 4,5 еседен астам өсті.

2022 жылы Бакуде өткен әзірбайжан-қазақстан бизнес-форумы аясында Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев пен Әзірбайжан Республикасының Президенті Ильхам Әлиев арасында бірқатар меморандумдарға қол қойылды, тек екіжақты қатынастардың даму серпінін күшейтті. Оларға мыналар жатады:

- Әзірбайжан мен Қазақстан арасындағы ынтымақтастықты дамытудың 2022-2026 жылдарға арналған кешенді бағдарламасы, ол екі елдің өзара іс-қимылын дамытудың жол картасы болып табылады;

- Әзірбайжан Республикасы мен Қазақстан Республикасы арасындағы стратегиялық қатынастарды нығайту және одақтастық өзара іс-қимылды тереңдету туралы Декларация және басқа да бірқатар маңызды құжаттар.

Қазақстан мен Әзірбайжанның сауда-экономикалық ынтымақтастығы

Біз үшін Кавказ аймағындағы негізгі саяси және экономикалық серіктес-Әзірбайжан. Тәуелсіздік жылдарында біз достықты сақтап қалдық, ең бастысы екіжақты қарым-қатынасты стратегиялық серіктестік деңгейіне дейін нығайттық. Әрине, біз екіжақты қатынастардың одан әрі үдемелі даму перспективасына оптимизммен қараймыз. Бұл қарым-қатынастың негізін Қазақстан Республикасының Президенті Нұрсұлтан Назарбаев пен Әзербайжанның жалпыұлттық көшбасшысы Гейдар Әлиев қалаған. Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Тоқаев пен Әзірбайжан Республикасының Президенті Ильхам Әлиевтің күш-жігерінің арқасында мемлекеттеріміз арасындағы қарым-қатынас одан әрі тереңдей түсті және стратегиялық ынтымақтастық, серіктестік және бауырластық достық деңгейіне жетті.

Біздің мемлекеттеріміздің бір-бірінің сыртқы саяси бастамаларын өзара қолдайтындығы да маңызды. Осындай достық бастамалардың мысалдарына "Астана ЭКСПО-2017" халықаралық мамандандырылған көрмесін өткізу үшін ҚР астанасының кандидатурасын қолдауды жатқызуға болады, тағы бір айта кететін жайт, БҰҰ Қауіпсіздік Кеңесінің 2017-2018 жылдарға арналған тұрақты емес мүшелігіне Қазақстанның кандидатурасын қолдау. Өз кезегінде Қазақстан Әзербайжанға Дүниежүзілік туристік ұйымның Атқарушы кеңесінің мүшесі ретінде дауыс берді және бұл осындай мысалдардың аз ғана бөлігі.

Егер екіжақты сауда-экономикалық қатынастар тақырыбын қозғайтын болсақ, онда тек 2022-2023 жылдары өзара сауда 5 есеге өсіп, 530 млн.теңгені құрады. 2023 жылдың қорытындысы бойынша бұл тренд өз серпінін сақтап отыр, ал сыртқы тауар айналымы 4 еседен астам өсіп, 261,4 млн.теңгені құрады. Біз білетіндей, Қазақстан Республикасынан Әзірбайжанға экспорттың негізгі бөлігіне мұнай мен газ, химиялық шикізат, астық, арпа, электр жабдықтары жатады. Қазақстанға битуминозды материалдардан алынған мұнай

өнімдері, этилен полимерлері, машиналар мен механизмдерге арналған жиынтықтауыштар, құрастырмалы құрылыс конструкциялары, ауыл шаруашылығы өнімдері импортталады.

Көлік саласында да қолайлы қарым-қатынастар қалыптасуда, 2016 жылы "Қазақстан темір жолы "ҰК" АҚ мен "Каспий теңіз пароходствосы" АҚ арасында стратегиялық ынтымақтастық туралы келісімге қол қойылды, сондай-ақ 2017 жылы "KTZ Express Shipping" АҚ мен "ACS Clogistics" ЖШҚ арасында бірлескен кәсіпорын құру туралы келісім жасалды.

Сауда-экономикалық ынтымақтастық жөніндегі Қазақстан-Әзірбайжан үкіметаралық комиссиясы (ҮАК) біздің елдеріміздің экономикалық саласында екіжақты қатынастарды қалыптастыру жөніндегі жұмысқа да ықпал етеді. Астана мен Бакуде кезекпен өткізілетін үкіметаралық комиссиялардың отырыстарында тараптар сауда-экономикалық ынтымақтастық, отын-энергетика кешені, көлік, ауыл шаруашылығы, ғарыш және ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласындағы өзара іс-қимыл мәселелерін және басқа да көптеген мәселелерді талқылайды.

Республикалардың екіжақты ынтымақтастығының маңызды сәті Құрық және Алят теңіз порттарының бірлескен жұмысы болып табылады. 2016 жылы Құрық портында жылына 4 миллион тоннаға дейін жүк жоспарланған паром кешені салынды. Негізгі мақсат - мұнай өнімдерін, астықты, химиялық заттарды, тыңайтқыштарды және басқа да жүктерді тиеп-жөнелту, бұл жүктерді вагондардан түсірмей-ақ ауыстырып тиеуді жүзеге асыруға мүмкіндік береді. 2017 жылы Қазақстан, Әзірбайжан және Грузия темір жол және паромдар арқылы жүктерді келесі бағыттар бойынша тасымалдауды жүзеге асыру жөніндегі шарттарды келісті: Алят - Ақтау - Алят және Алят - Құрық-Алят.

Құрық порты Транскаспий халықаралық көлік маршрутының (ТМТМ) желісінде орналасқан, ол осы бағыттағы жүктердің өсіп келе жатқан көлемін өңдеу үшін жоғары маңызға ие, сол арқылы біздің порттар арасындағы өзара іс-қимылды одан әрі ұлғайту, олардың жұмыс тәртібін реттеу, сондай-ақ кедендік және өзге де рәсімдердің жалпы стандарттарын әзірлеу қажет.

2022 жылы Астана қаласында өткен 18 отырыста Қазақстандық тарап дәстүрлі бағыттарды өзгерту туралы мәселе көтерді. Бақыт Сұлтановтың айтуынша, Каспий өңірі Қазақстан Республикасы үшін жалғыз теңіз қақпасы бола отырып, Тауар ағындарын қалыптастыру бойынша маңызды рөл атқарады және Транскаспий бағыты мен Солтүстік-Оңтүстік дәлізі арқылы ірі теңіз сауда желілеріне одан әрі шығуды қамтамасыз етеді. Сондықтан да Қазақстан Үкіметі Ақтау порты базасында контейнерлік хаб салу және Достық – Мойынты учаскесінде екінші теміржол жолдарын салу жөніндегі жобаларды іске асыруға кірісті. Бұл шаралар Қазақстанның транзиттік әлеуетін және ТМТМ өткізу қабілетін арттыруға арналған.

"Қытайдан/Орталық Азия елдерінен Еуропа елдеріне және кері қарай жүк ағындарының транзиттік әлеуетін толық көлемде ашу үшін порттардағы техникалық және тарифтік шарттарды уақтылы жаңғыртуды бастау қажет, бұл барлық сауда-экономикалық ынтымақтастықтың драйвері болады", - деп атап өтті ҚР сауда және интеграция министрі Бақыт Сұлтанов.

2023 жылы Бакуде сауда-экономикалық ынтымақтастық жөніндегі Қазақстан-Әзірбайжан Үкіметаралық комиссиясының 19-шы отырысы өтті. Бұл кездесудің мақсаты достас мемлекеттердің жаңа жобаларын іске асыру арқылы екі ел арасындағы байланыстарды кеңейту болды. Үкіметаралық комиссия отырысының қорытындысы бойынша тараптар бірлескен хаттамаларға қол қойып, сауда-экономикалық саладағы жобаларды ілгерілету бойынша нақты уағдаластықтарға қол жеткізді. Қазақстан "KazakhExport" ЭСК " АҚ сақтандыру өтемімен Стратегиялық жобаларды бірлесіп іске

асыру саласындағы кооперацияны кеңейтуге дайын екенін білдірді. Бұдан басқа Әзірбайжан – Қазақстан – Әзірбайжан және Қазақстан – Түркия/Еуропа – Қазақстан бағыттары бойынша Әзірбайжан арқылы транзитпен интермодальды теміржол жүк тасымалы саласындағы ынтымақтастықты кеңейту жөнінде уағдаластыққа қол жеткізілді. Ал, "Цифрлық Жібек Жолы" жобасы аясында Қазақстан мен Әзірбайжанды байланыстыратын Каспий теңізінің түбінде талшықты-оптикалық байланыс желілерін бірлесіп салу жөніндегі жобаны іске асыруды жалғастыру туралы уағдаластықтарға қол жеткізілді.

Қазақстанның Әзірбайжанның азық түлік қауіпсіздігіндегі рөлі

Геосаяси жағдай мен әлемдегі инфляцияның жеделдетілген қарқыны аясында Қазақстан мен Әзірбайжан, сондай-ақ басқа елдер алдында азық-түлік инфляциясы мәселесі өткір тұр.

Қазақстан мен Әзірбайжан арасында ауыл шаруашылығы саласында өсу мен даму үшін әлеует бар, атап айтқанда, АӨК өнімдерімен өзара сауда көлемін ұлғайту басым бағыт болып табылады. Ыңғайлы географиялық жағдайы және жақсы жолға қойылған көлік инфрақұрылымы бар Қазақстан бидайдың импортына тәуелді Әзірбайжанға астық жеткізудің маңызды көзі болып табылады және оны жеткізуді әртараптандыру мәселелерін қарайды.

Статистика деректері бойынша, 2022 жылы Әзірбайжан қазақстандық астық импортын 2021 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 5 еседен астам - 50,7 млн. теңге сомаға 150 мың тоннаға дейін ұлғайтты. Осылайша, Қазақстанның Әзірбайжан астық импортындағы үлесі 40% - дан сәл асты. Бұдан басқа, өткен жылы Қазақстан Әзербайжанға күнбағыс майы мен майлы дақылдар тұқымын, макарон және кондитерлік өнімдерді жеткізуді ұлғайтты.

Өкінішке орай, 2023 жылдың қорытындысы бойынша елдер арасындағы АӨК өнімдерімен екіжақты сауда көлемі жартысына жуық төмендеп, шамамен 75 млн.долларды құрады. Алайда, ағымдағы жылдың соңғы үш айында Қазақстанның Әзірбайжанға экспорты құрылымында елеулі оң өзгерістер болды, ірі қара мал (ірі қара мал), ет, құс етінің тағамдық қосалқы өнімдері сияқты жаңа тауарлық позициялар пайда болды. Бұдан басқа, елдер АӨК өнімдерін мүдделі өндірушілердің тізімдерімен алмасты, сондықтан екі мемлекет арасында экспорт пен импорт тауарларының санын ұлғайту бойынша жұмыс жалғасуда.

Ветеринариялық шектеулерді екі жақты тәртіпте алып тастау бойынша тұрақты негізде жұмыстар жүргізіліп жатқанын атап өткім келеді. 2023 жылдың ақпан айында Қазақстаннан Әзірбайжанға асыл тұқымды және мал сою ІҚМ мен ұсақ мал, дайын ет өнімдерін экспорттауға ветеринариялық сертификаттар келісілді.

Ауыл шаруашылығы министрлігі өзара сауда желісін кеңейту үшін сүт және сүт өнімдеріне, құс еті мен құс өнімдеріне қойылатын ветеринариялық-санитариялық талаптарды келісу бойынша жұмысты жалғастыруда. Біздің еліміз Әзірбайжан нарығына күнбағыс майын, кондитерлік өнімдерді, шоколадты, сары майды, балмұздақты, етті, ет өнімдерін және басқа да өнімдерді жеткізуге мүдделі. Осылайша, бұл Қазақстанның экспорттық жеткізілімдерін қосымша 75 млн. доллардан астам сомаға кеңейтуге мүмкіндік береді. Қазақстан сондай-ақ көрші мемлекеттен жаңа піскен жемістерді, ерте көкөністер мен жаңғақтарды жеткізуге мүдделі.

Айта кету керек, Қазақстан Әзірбайжан аумағы арқылы әлемдік нарықтарға өз астығын жеткізуді 7 есеге арттырды.

Қазақстандық көмірсутектердің Әзірбайжан арқылы транзиті

Баку мен Астана басқа жобалардың қатарында Әзірбайжан арқылы транзиттік тасымалдарды, оның ішінде қазақстандық көмірсутектерді де жүзеге асырады.

Қазақстан халықаралық нарықтарға мұнай жеткізуді ұлғайтуға және олардың бағыттарын әртараптандыруға ниетті. Атап айтқанда, шикізат экспортының баламалы инфрақұрылымы ретінде Астана әлемдегі соңғы геосаяси өзгерістер аясында ерекше маңызға ие Транскаспий (орта) дәлізі бойынша жеткізу нұсқасын қарастыруда. Сонымен қатар, Қазақстаннан ЕО елдеріне көмір экспорты ресейлік көмірді жеткізуге санкциялардың арқасында айтарлықтай артады деп күтілуде.

Қазақстан Каспийдегі Ақтау портын дамыту және Әзербайжан мен Грузия арқылы ЕО ға одан әрі жеткізу жолымен темір жол және теңіз арқылы көмір экспортын ұлғайту нұсқасын қарастыруда.

Транскаспий дәлізінің көліктік-логистикалық әлеуетін арттыру үшін бүгінде маршруттың басқа қатысушыларымен бірге "тар" жерлерді синхронды түрде жою және оның 2022-2025 жылдарға арналған мүмкіндіктерін дамыту жөніндегі жол картасын әзірлеу ұсынылады.

2024 жылғы 5 наурызда Астанада Қазақстан-Әзірбайжан сауда-экономикалық ынтымақтастық жөніндегі Үкіметаралық комиссиясының 20-шы отырысы өтті. Отырыс барысында елдердің энергетика саласындағы ынтымақтастығы, қазақстандық мұнай транзиті, жаңартылатын энергия көздерінің ауқымды жобаларын іске асыру мәселелері талқыланды. Өздеріңіз білетіндей, 2022 жылдың қараша айында "ҚазМұнайГаз" (ҚМГ) және SOCAR компаниялары арасында Ақтау-Баку-Тбилиси-Джейхан бағыты бойынша мұнай транзиті туралы келісімге қол қойылды. 2023 жылдың қорытындысы бойынша Ақтау портынан мұнай жөнелту Баку-Тбилиси-Джейхан бағытында 1 057 мың тоннаны құрады. 2024 жылға қазақстандық мұнайды БТД арқылы жылына 1,5 миллион тонна көлемінде жеткізу жоспарланған.

2023 жылы біздің мемлекеттер арасындағы жүк тасымалдау көлемі 1,5 есеге ұлғайды, бұл 4,3 млн.тоннаны құрады, бұл Транскаспий халықаралық көлік бағытына (ТХТМ) қатысты, 2023 жылы көлемі 65% - ға ұлғайып, 2,8 миллион тоннаны құрады. Ағымдағы жылы ТМ бойынша тасымалдау көлемін 4 миллион тоннаға дейін жеткізу жоспарлануда.

Болашақта "Самұрық-Қазына "ҰӘҚ" АҚ мен Әзірбайжан инвестициялық холдингі арасында құрылып жатқан Қазақстан-Әзірбайжан инвестициялық қоры қаржыландыруы мүмкін маңызды инфрақұрылымдық жобалар жоспарлануда.

Осылайша, Қазақстан мен Әзірбайжан өңірдің көліктік-логистикалық әлеуетін дамыту шеңберінде өз ынтымақтастығын нығайтуда, соның нәтижесінде әлемдік нарықтарға тауарлардың өңірлік экспорты да өсуде.

Өзара инвестициялар және бизнес

Біздің мемлекеттеріміз арасындағы ынтымақтастықтың тағы бір маңызды бағыты өзара инвестицияларды ұлғайту және Әзірбайжанда қазақстандық компаниялардың қатысуын кеңейту болып табылады. Бұл мәселеде азат етілген Әзірбайжан аумақтарын қалпына келтіру және экономикалық интеграциялау маңызды рөл атқарады. Осылайша, қазақстандық компаниялар шетелдік капиталға бірқатар жеңілдіктер қолданылатын босатылған жерлерде бизнес құруға ниет білдіріп, дайын екендіктерін білдірді.

Соңғы жылдары Әзірбайжанда қазақстандық компаниялардың саны 430-дан асты. Әзірбайжанда бизнесті дамыту үшін жасалған қолайлы жағдайларды ескере отырып, бұл көрсеткіш жақын арада айтарлықтай артады деп күтілуде.

Бұған 2022 жылы Әзірбайжан-Қазақстан бизнес-форумы шеңберінде қол қойылған ынтымақтастық туралы, атап айтқанда, металл өнімдерін, күнбағыс майын, тұзды, күрішті, лак-бояу материалдарын жеткізу туралы меморандумдар да ықпал етеді.

Сонымен қатар, Әзірбайжанда қазақстандық капиталы бар кәсіпорындар санының өсуіне біздің елімізде құрылған өнеркәсіптік парктер, сондай-ақ Алят АЭА ықпал етеді.

Қазақстан мен Әзірбайжан инвестицияларының жалпы көлемі 2023 жылы 82 миллион долларды, ал өзара инвестициялық жобалардың саны 6 долларды құрады. Еуразиялық даму банкінің деректеріне сәйкес, жоғарыда көрсетілген сомадан 8 миллион доллар, ал бұл 2 жоба - Әзірбайжанға қазақ инвестициялары және 74 миллион доллар (4 жоба) - Қазақстанға Әзірбайжан инвестициялары.

Әзірбайжандық ALEF компаниясы салатын кабельдер мен трансформаторлар шығаратын зауыт Қазақстандағы ірі жобалардың бірі болып табылады. Сонымен қатар, әзірбайжандық инвестор Azersun Holding Ақтау портына жақын Транскаспий мультимодальды маршрутының көліктік-логистикалық әлеуетін кеңейту үшін "Azersun өндіріс және логистика орталығы" логистикалық орталығын салуда.

Білім, мәдениет, ғылым

Екі елдің тығыз саяси және экономикалық диалогымен қатар, мәдени-гуманитарлық, ғылыми-білім беру салаларындағы ынтымақтастық қарқынды дамып келеді. Екі ел арасындағы дипломатиялық қатынастар орнағаннан бері мәдени байланыстар тұрақты дамып келеді. Мәдени алмасу мен өзара әрекеттесу екі халықтың өзара түсіністігінде маңызды рөл атқаратыны анық. Мәдени тұрғыдан бұл, сөзсіз, Қазақстан-Әзірбайжан қатынастарының жан-жақты дамуына ықпал етеді.

Әзірбайжан мәдени күндері Қазақстанда және Әзірбайжанда Қазақстанда мезгіл-мезгіл өткізіліп тұрады, оның барысында еліміздің мәдениет саласындағы жетістіктері көрсетіледі, көркемөнер көрмелері, музыкалық концерттер, Фильмдер көрсетілімдері, түрлі концерттер, "дөңгелек үстелдер", халықаралық конференциялар, тұсаукесерлер, көрмелер, шығармашылық кездесулер және басқа да іс-шаралар өтеді.

Мәдени байланыстарды дамыту мақсатында 1993 жылы Бакуде "Әзірбайжан-Қазақстан" достық қоғамы құрылды. Сол кезден бастап тәуелсіз бауырлас республикалар екіжақты ынтымақтастықтың жаңа деңгейіне жетті.

Нұр-сұлтан Қ. Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінде 2010 жылы Әзербайжанның жалпыұлттық көшбасшысы Гейдар Әлиев атындағы орталық ашылды. Ал 2011 жылдың мамыр айында Баку мемлекеттік университетінің жанынан Абай Құнанбаев атындағы Қазақ тілі, тарихы және мәдениеті орталығы ашылды.

2014 жылдың желтоқсан айында Әзербайжан Республикасының Бас консулының бастамасымен х. Досмұхамедов атындағы Атырау университетінің базасында "Әзербайжан мәдениеті мен тарихы орталығы" ашылды, онда жыл сайын Гейдар Әлиев атындағы стипендия тапсырылады. Әзірбайжанның жалпыұлттық көшбасшысы Гейдар Әлиев атындағы Стипендия білім мен ғылымдағы қарым-қатынасты дамытуға арналған. Іс-шараға Ақтау қаласындағы Әзірбайжан Республикасының Бас консулы, ҚХА институтының басшылығы, қызметкерлері, ЖОО-ның профессорлық-оқытушылық құрамы, Әзірбайжан диаспорасының өкілдері, студенттер қатысады.

Мәдени байланыстарды дамыту мақсатында 1993 жылы Бакуде "Әзірбайжан-Қазақстан" достық қоғамы құрылды. Сол кезден бастап тәуелсіз бауырлас республикалар екіжақты ынтымақтастықтың жаңа деңгейіне жетті.

Нұр-сұлтан Қ. Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінде 2010 жылы Әзербайжанның жалпыұлттық көшбасшысы Гейдар Әлиев атындағы орталық ашылды. Ал 2011 жылдың мамыр айында Баку мемлекеттік университетінің жанынан Абай Құнанбаев атындағы Қазақ тілі, тарихы және мәдениеті орталығы ашылды.

2014 жылдың желтоқсан айында Әзербайжан Республикасының Бас консулының бастамасымен х. Досмұхамедов атындағы Атырау университетінің базасында "Әзербайжан мәдениеті мен тарихы орталығы" ашылды, онда жыл сайын Гейдар Әлиев атындағы стипендия тапсырылады. Әзірбайжанның жалпыұлттық көшбасшысы Гейдар Әлиев атындағы Стипендия білім мен ғылымдағы қарым-қатынасты дамытуға арналған.

Іс-шараға Ақтау қаласындағы Әзірбайжан Республикасының Бас консулы, ҚХА институтының басшылығы, қызметкерлері, ЖОО-ның профессорлық-оқытушылық құрамы, Әзірбайжан диаспорасының өкілдері, студенттер қатысады.

2021 жылы Әзербайжан жазушылары А. Айвазова, Э.Гулиев, Н. Абдулрахманлы, Э. Қараханлы және И. Ілияслы қазақ ақыны және ойшылы А. Құнанбаевтың кітаптарын аударды, сондай-ақ Әзірбайжан Республикасының Президенті и. Әлиев қазақ жазушысы О. Сүлейменовті Қазақстан мен Қазақстан арасындағы мәдени байланыстарды дамытуға қосқан үлесі үшін "Шараф" орденімен марапаттады Әзірбайжан.

Сонымен қатар, поп-музыка, цирк, театр және бейнелеу өнері, кинематография, кітапхана және мұражай дела, тарихи және мәдени мұра объектілерін қорғау, көркемөнерпаздар өнері, ұлттық кәсіптер және басқа да мәдени құбылыстар саласындағы ынтымақтастық, мәдени алмасулар мен байланыстар жандануда.

Сонымен қатар, Қазақстан мен Әзірбайжанның жетекші университеттері арасындағы ынтымақтастық белсенді дамып келеді. Екі елдің білім беру мекемелерінде оқу және ғылыми тағылымдамадан өту үшін студенттер мен профессор-оқытушылар құрамының академиялық ұтқырлығы тұрақты негізде жүргізіледі. Спортшылар мен шығармашылық ұжымдар Қазақстан мен Әзірбайжанда өткізілетін түрлі іс-шараларға белсенді қатысады.

Түркітілдес елдердің мәдениет министрлерінің Тұрақты кеңесі аясында Қазақстан мен Әзірбайжан мәдениет пен өнер саласында тығыз байланыстарды дамытуда. ТҮРКСОЙ мүше мемлекеттердің мәдени құндылықтарын дәріптеу және зерттеу бойынша бірлескен жобаларды жүзеге асырады.

2023 жылғы 2-5 желтоқсан аралығында Бакуде өткен Қазақстанның Әзірбайжандағы мәдениет күндері аясында кездесулер өткізілді, анимациялық фильмдер түсіруді, суретшілерге шеберлік сыныптарын өткізуді, ғылыми жобаларды, ғылыми туризмді, мәдени волонтерлікті, кітап шығаруды және креативті индустрияны қоса алғанда, мемлекеттеріміздің түрлі салалардағы ынтымақтастығының перспективалары талқыланды. Сондай-ақ мәдениет, мұрағат дела, ақпарат, азаматтық қоғам, жастар саясаты салаларының кең ауқымын қамтитын екі ел арасындағы өзара іс-қимыл жөніндегі жол картасы ұсынылды.

Қорытындылай келе, Қазақстан мен Әзірбайжан көзқарастарының ортақтығы мен ұстанымдарының ұқсастығын көрсетіп отырғанын атап өткім келеді. Бұл жаһандық және аймақтық сипаттағы маңызды мәселелерге қатысты. Екіжақты мәселелердің кең спектрі қолданыстағы Үкіметаралық комиссияның арқасында шешіледі, сімаралық консультациялар үнемі өткізіліп тұрады, парламентаралық достық тобы мен түрлі Ведомствоаралық комиссиялар белсенді жұмыс жүргізуде.

Бүгінгі таңда жаһандық геосаясат үлкен өзгерістерге ұшырауда, онымен бірге әлемдік экономика да тағы бір дағдарысты бастан кешуде. Бірақ біздің мемлекеттеріміз осы дағдарысты бірлесіп еңсеру үшін жеткілікті әлеуетке ие. Енді біздің міндетіміз-оларды дұрыс пайдалану, менің ойымша, екі ел арасында тұрақты негізде тәжірибе алмасу өзекті және мүмкін. Біз бір-бірімізбен, әсіресе ғылым мен техника, туризм, имидж және брендинг салаларында жағымды тәжірибелермен бөлісуіміз және қабылдауымыз керек.

Қазақстан мен Әзірбайжан өзара іс-қимылдың барлық салаларында ынтымақтастықты ұдайы арттырып келеді. Қазақстан-Әзірбайжан ынтымақтастығы-уақыт сынынан өткен бауырластық.

Әдебиеттер тізімі:

1. ҚР Сыртқы істер министрлігінің ресми сайты www.mfa.gov.kz

2. Насибова А. С. А. Муталибовтан г. Әлиевке: тәуелсіз Әзірбайжанның сыртқы саясатын қалыптастыру / / Саратов университетінің жаңалықтары. Тарих Сериясы. Халықаралық қатынастар". 2019 Т.19 Том.1. 81-86 б.
3. Гулиев Р. Д., Муталиева Л. М., Смыкова М. Р. Қазақстан мен Әзірбайжанда туризмнің жаңа түрлерін дамыту перспективалары / / ҚарМУ хабаршысы, 2017 https://economy-vestnik.ksu.kz/
4. Olejnik W. Equipoise vs. reunion: political transformations of Azerbaijan and Kazakhstan 1918-2018 // Wschodnie Forum Nauki. Vol. 2 Seria 1 Lublin: Wydawnictwo Episteme, 2020 P. 1-17.