

бизнеса. Даны значение, место и перспективы развития предпринимательства в сельском хозяйстве. Кроме того, в статье представлены факторы и риски, препятствующие ведению малого бизнеса в регионах, меры по их устранению и возможности эффективной организации предпринимательства, проведен анализ экономических показателей в динамике, предложены авторские механизмы совершенствования государственной поддержки малого бизнеса. В статье использованы работы отечественных и зарубежных ученых-экономистов. Результаты статьи могут быть использованы для работы сельскохозяйственных учреждений, крестьянских хозяйств, сельскохозяйственных и научных работников.

УДК 330.341.1

МРНТИ 06.81.12, 06.81.25

Есбулатова А.Ж., к.т.н., PhD, **основной автор**, <https://orcid.org/0000-0002-1386-7346X>
НАО «Западно-Казахстанский аграрно-технический университет имени Жангир хана», 090009, ул. Жангир хана, 51, г. Уральск, Республика Казахстан, esbulatova76@mail.ru

Esbulatova A.Zh., Candidate of Technical Sciences of the Russian Federation, PhD, **the main author**, <https://orcid.org/0000-0002-1386-7346X>
NPJSC «Zhangir Khan West Kazakhstan Agrarian-Technical University», 090009, 51 Zhangir Khan Str., Uralsk, Republic of Kazakhstan, esbulatova76@mail.ru

ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА КАЗАХСТАНА DIGITAL TRANSFORMATION TOOLS FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN KAZAKHSTAN

Аннотация

Статья посвящена исследованию использования цифровых инструментов предприятиями малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан.

Цифровая трансформация является важнейшим фактором дальнейшего развития, а во многих случаях и условием существования предприятий МСБ РК.

Проведен сравнительный анализ состояния электронной коммерции за период 2016-2020 гг., представлены статистические данные характеризующие динамику объема интернет-торговли Республики Казахстан. Отмечается рост в последние 5 лет по всем категориям электронной коммерции, объем розничной торговли через Интернет в 2020г в сравнении с 2016 г увеличился в 6 раз. Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли составила 4,1 %

Наиболее широко используемыми инструментами малого и среднего бизнеса за рубежом являются облачные технологии, CRM и ERP системы, дан анализ возможности их использования в РК. В качестве цифровых инструментов автор рассматривает так же цифровые платформы и электронные торговые площадки. Среди Казахстанских порталов выделены развивающиеся электронные площадки ISMET.kz и Smart Satu.kz.

На основании приведённых данных сделан вывод о перспективах использования цифровых инструментов малым и средним бизнесом Казахстана.

ANNOTATION

The article is devoted to the study of the use of digital tools by small and medium-sized businesses in the Republic of Kazakhstan.

Digital transformation is the most important factor of further development, and in many cases, a condition for the existence of SMEs of the Republic of Kazakhstan.

A comparative analysis of the state of e-commerce for the period 2016-2020 is carried out, statistical data characterizing the dynamics of the volume of e-commerce in the Republic of Kazakhstan are presented. There has been an increase in the last 5 years in all categories of e-

commerce, the volume of retail trade via the Internet in 2020 increased 6 times compared to 2016. The share of e-commerce in the total volume of retail trade was 4.1 %

The most widely used tools of small and medium-sized businesses abroad are cloud technologies, CRM and ERP systems, an analysis of the possibility of their use in the Republic of Kazakhstan is given. The author also considers digital platforms and electronic trading platforms as digital tools. Among Kazakhstan's portals, ISMET's developing electronic platforms are singled out.kz and Smart Satu.kz .

Based on the data presented, a conclusion is made about the prospects of using digital tools by small and medium-sized businesses in Kazakhstan.

Ключевые слова: цифровизация, малый и средний бизнес, цифровые инструменты.

Key words: digitalization, small and medium business, digital tools.

Введение. Цифровая трансформация является важнейшим фактором дальнейшего развития, а во многих случаях и условием существования предприятий МСБ РК. Цифровые технологии затрагивают все сферы бизнеса Казахстана, новые факторы такие как эпидемиологическая ситуация значительно обостряют проблемы малого и среднего бизнеса, и в этих условиях цифровые инструменты приобретают первостепенное значение не только для развития, но и для существования многих предприятий.

МСБ составляет заметную долю в секторе торговли. По данным Национальной палаты предпринимателей РК в 2020 году доля сектора МСП в ВВП страны составила около 30 %, крупнейшей сферой деятельности МСП выступает торговля, к которой относится более трети субъектов МСБ. В связи с эпидемической ситуацией и карантинными мерами цифровизация деятельности малых и средних торговых предприятий приобретает особую актуальность. Цифровая трансформация предоставляет возможности увеличения объемов, о чем свидетельствуют данные о росте электронной коммерции в РК (табл.1)

При цифровизации бизнеса происходит внедрение в различные участки деятельности малых и средних предприятий новейших технологий и создания новых видов услуг и продуктов. [1]

В Казахстане отмечается ежегодный рост показателя деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. По данным Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, количество действующих субъектов МСП в 2021 году в целом по Республике увеличилось на 5,5 % и составило 1357,3 тыс. единиц. Численность занятых в МСП на 1 января 2021г. составило 3472,6 тыс. человек. Выпуск продукции (товаров и услуг) субъектами МСП в 2020г. составил 33627 млрд. тенге [2, 3].

Значительный рост в последние 5 лет наблюдается по всем категориям электронной коммерции, в 2020 г. в сравнении с 2016 г., объем розничной торговли через Интернет увеличились в 6 раз, реализации услуг в 2,6 раза. Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли составила 4,1 %.

Таблица 1 – Объем электронной коммерции в РК, млн. тенге [2]

	2016	2017	2018	2019	2020
Объем розничной торговли через Интернет, млн. тенге	78500,5	106918,1	144606,0	206253,9	476651,5
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, %	1,0	1,2	1,4	1,8	4,1
Объем оптовой торговли через Интернет, млн. тенге	67740,9	87248,8	114856,8	108603,2	275105,4
Доля электронной торговли в общем объеме оптовой торговли, %	0,4	0,4	0,5	0,4	1,1
Объем реализации услуг через Интернет, млн. тенге	80198,4	70356,2	136123,0	121153,7	209164,7

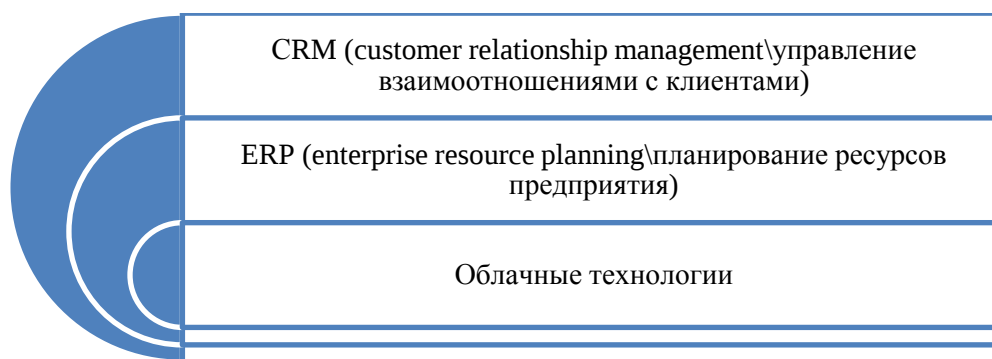


Рисунок 1 – Основные направления цифровизации МСБ

Анализ зарубежного опыта цифровизации МСБ (рис.1) свидетельствует, что наиболее широко используемыми инструментами являются три информационных направления [4-13]:

1. CRM (customer relationship management) – системы для управления отношениями с клиентами;

2. ERP (enterprise resource planning) – управление ресурсами предприятия, в том числе персоналом, денежными средствами, материалами и оборудованием. ERP системы обеспечивают контроль, управляемость и прозрачность финансовых, кадровых и товарно-материальных потоков в компании;

3. Облачные технологии как многоцелевой сервис для хранения данных, моделирования различных процессов, включая искусственный интеллект и др.

Для МСБ в РК в настоящее время наиболее известными и перспективными являются: CRM система «Биприкс24. CRM», в категории ERP это «1C:ERP Управление предприятием». Облачный рынок Казахстана находится в активной стадии развития, примерами хостинг-компаний на рынке информационных услуг РК являются: host.kz, hoster.kz, unihost.kz, nurhost.kz, ps.kz, smarthost.kz и другие. Они предоставляют удовлетворительную надежность, портал самообслуживания и базовую техническую поддержку, чего бывает достаточно для размещения сайта или некритичного сервиса [14].

Практический подход к цифровой трансформации для компаний МСБ заключается в разработке небольших проектов, особенно на начальных стадиях цифровизации. В этом случае целесообразно использование отдельных сервисов систем CRM. Например, для привлечения новых клиентов, оптимизации сети партнеров и поставщиков, выстраивания логистических цепочек и улучшения клиентского сервиса можно использовать такие инструменты как создание интернет-витрин, интернет-магазинов. Следует отметить что для этого не требуется привлечения высококвалифицированных IT-специалистов, так как современные CRM-системы включают широкий набор готовых шаблонов, позволяющих сформировать достаточный функционал цифровых инструментов.

ERP-система предназначена для управления всеми ресурсами предприятия и позволяет комплексно решать проблемы организации всей деятельности малых и средних предприятий. Предлагаемые на рынке программных продуктов ERP-системы гибко адаптируются под условия конкретного предприятия с учетом его особенностей за счет настроек системы. Это позволяет экономить средства и время, поскольку не требуются дополнительные программные доработки, внесение изменений в программный код. По официальной статистике фирмы 1C, более 80 % внедрений «1C:ERP» происходит вообще без изменений конфигурации программного продукта или же с минимальными доработками [15].

Одним из наиболее популярных вариантов использования облачных технологии в малом и среднем бизнесе является виртуальный офис. Актуальность этого варианта резко увеличилась в условиях карантинных мер и развития интернет-торговли. Виртуальный офис позволяет вести бизнес удаленно, практически круглосуточно, это возможно как в сфере торговли путем организации интернет-магазина, так и при работе с поставщиками и клиентами.

Для организации Интернет-торговли в настоящее время в Казахстане широко используются цифровые платформы как международные, так и казахстанские.

По оценке Forbes Kazakhstan тридцатку крупнейших торговых интернет-площадок возглавляет Каспи банк, который также высоко оценивается и представителями малого бизнеса. По мнению экспертов по цифровизации национальной палаты предпринимателей РК в перспективе платформа Каспи банка может стать крупнейшим сервисом в стране для электронной торговли и для денежных потоков (Cash Flow) малого и микробизнеса Казахстана. [16]

В Казахстане успешно развиваются цифровые платформы ориентированные на различные потребности МСБ, казахстанский портал для предпринимателей - ISMET.kz предоставляет цифровые инструменты для бухгалтерского и финансового учета. Кадровой работы, документооборота и ряд других цифровых решений платформа Smart Satu ориентирована на оцифровку рынка b2b-продаж, предоставляет аналитику для всех государств-участников ЕАЭС. Smart Satu работает в Республике Казахстан, Российской Федерации, Республике Беларусь, Кыргызской Республике. Рынок цифровых услуг в РК в настоящее время является быстро растущим, с большим числом как потребителей, так и компаний, предоставляющих IT услуги.

В качестве цифровых инструментов малым и средним бизнесом при продаже товаров и услуг могут быть использованы:

1. существующие крупные международные электронные торговые площадки или маркетплейс (eBay, Amazon, Walmart, Etsy и др.). В этом случае создается аккаунт продавца и сразу можно вести продажу товаров и услуг; [16-18]
2. платформы с открытым исходным кодом или конструкторы сайтов, при этом разрабатывается сайт компании, то есть создается онлайн-магазин. [17-21]

Каждый инструмент имеет положительные и отрицательные стороны.

Преимущество электронных торговых площадок:

- ✓ регистрация абсолютно бесплатна,
- ✓ регистрация профиля продавца не занимает много времени и инвестиций,
- ✓ не нужен опыт в веб разработке,
- ✓ легкость в добавлении новых товаров в каталог и изменения цены,
- ✓ можно зарабатывать на продаже товаров и услуг без рекламы и продвижения,
- ✓ у известных торговых площадок продвинутая логистика сайта, и это упрощает процесс торговли в интернете,
- ✓ высокий уровень доверия среди покупателей известным торговым площадкам,
- ✓ покупатели ищут товары на известных торговых площадках и являются потенциальными покупателями,
- ✓ маркетплейсы полностью несут ответственность за безопасность данных ваших покупателей.

К недостаткам электронных торговых площадок можно отнести:

- ✓ отсутствие возможности продвижения своего бренда,
- ✓ очень ограниченный кабинет продавца для персонализации,
- ✓ нет возможностей для информирования покупателей об акциях и новых поступлениях товара,
- ✓ очень высокий уровень конкуренции среди торговцев,
- ✓ покупатели интересуются товарами и услугами, а не брендами или компаниями продавцов,
- ✓ невозможно построить базу лояльных покупателей,
- ✓ трудно предсказать конверсии и уровень ожидаемой прибыли,
- ✓ многие торговые площадки взимают плату за публикацию товаров, и нужно платить комиссию торговой площадке, даже если вы еще ничего не успели продать,
- ✓ торговые площадки не поощряют общение продавцов и покупателей вне сайта

Положительные стороны электронных торговых платформ:

- ✓ сайт принадлежит только вашей компании или бренду,
- ✓ большой контроль над вашим бизнесом,
- ✓ многие платформы для создания e-commerce сайтов поддерживают интеграцию новых функций при помощи модулей и плагинов. Также e-commerce команда может создать уникальный модуль специально под нужды вашего бизнеса,

- ✓ обладает возможностями брендинга и персонализации,
- ✓ имеется возможность использования существующего шаблона для будущего онлайн магазина или нанять команду разработчиков для разработки уникального дизайна,
- ✓ имеется доступ к покупателям. Можно постепенно повышать уровень обслуживания клиентов и проводить маркетинговые акции, то есть имеется возможность проведения маркетинговых компаний, и работать над лояльностью клиентов,
- ✓ имеется возможность проведения анализа поведения покупателей и предлагать им актуальные акции и другие маркетинговые активности, включая активацию оставленных корзин товаров.

Недостатки электронных торговых платформ:

- ✓ необходимы значительные инвестиции для создания собственного онлайн магазина, то есть потребуется много времени и денег,
- ✓ необходимо приобрести доменное имя и HTTPS сертификат,
- ✓ для улучшения видимости сайта в поисковых системах и увеличения объема продаж необходимо иметь план продвижения сайта и маркетинговый бюджет.

После запуска онлайн-магазина важной задачей становится обслуживание клиентов. Для небольших компаний это может стать проблемой. В то же время у больших торговых площадок система поддержки клиентов настроена очень хорошо.

Оба варианта имеют сильные и слабые стороны, но можно применять гибридный подход, чтобы развивать свой бренд и при этом иметь достаточный объем продаж.

Цифровая трансформация предприятий малого и среднего бизнеса позволит обеспечить успешное функционирование бизнеса: оптимизировать бизнес-процессы; создать новые виды услуг и товаров; осуществить сбор информации о клиентах и их потребностях; оперативно реагировать на новые рыночные условия, в том числе такие негативные как карантин.

Таким образом, использование цифровых инструментов является важным условием повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса в цифровой экономике.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Jonathan G.M., Gebremeskel B.K.. Information Security and Organisational Agility in the Digital Era: Exploring the Role of IT Alignment / Jonathan G.M., Gebremeskel B.K. // 111th Annual IEEE Information Technology, Electronics and Mobile Communication Conference, IEMCON 2020 pp.831-836
- 2 Бюро национальной статистики Агентства стратегического планирования и реформ Республики Казахстан. [Электронный ресурс] URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/collection>
- 3 Малое и среднее предпринимательство в Республике Казахстан. [Электронный ресурс] URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/booklet>
- 4 Лукьянова А.В. Тенденции и возможности цифровизации малого и среднего бизнеса. <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/Luk'yanova-Anna-Vasil'yevna.pdf>
- 5 Новосельцева Г.Б., Рассказова Н.В. Перспективы малого бизнеса в условиях цифровой экономики // Вопросы инновационной экономики. – 2020. Том 10. – № 1. – с. 521-532.
- 6 ОЭСР стат. Доступ к ИКТ и использование предприятиями. [Электронный ресурс] URL: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?QueryId=73172>
- 7 Di Vaio A., Palladino R., Pezzi A., Kalisz D.E. (2021). The Role of Digital Innovation in Knowledge Management Systems: / Di Vaio A., Palladino R., Pezzi A., Kalisz D.E.// A Systematic Literature Review // J. of Business Research. Vol. 123. Pp. 220–231.
- 8 Schmidt P.J., Riley J., Church K.S. Investigating accountants' resistance to move beyond excel and adopt new data analytics technology / Schmidt P.J., Riley J., Church K.S // Accounting Horizons 34(4), pp.165-180
- 9 Shabanova M.A. New consumer practices in the context of civil society digitalization: Theoretical and methodological aspects (paper 1) / Shabanova M.A.// Sotsiologicheskie Issledovaniya 2020(11), pp.16-2655

10 21st-century digital skills instrument aimed at working professionals: Conceptual development and empirical validation/ van Laar E. et al //Telematics and informatics. – 2018. – Т. 35. – №. 8. – Pp. 2184-2200.

11 Gierlich-Joas M., Hess T., Neuburger R. More self-organization, more control—or even both? Inverse transparency as a digital leadership concept / Gierlich-Joas M., Hess T., Neuburger R.// Business Research 13(3), pp.921-947 Open Access

12 Hanafizadeh P., Khosravi B., Tabatabaeian S.H. Rethinking dominant theories used in information systems field in the digital platform era / Hanafizadeh P., Khosravi B., Tabatabaeian S.H.// Digital Policy, Regulation and Governance 2020. 22(4), pp.363-384

13 Baiyere A., Topi H., Venkatesh V., Wyatt J., Donnellan The internet of things (IoT): A research agenda for information systems \ Baiyere A., Topi H., Venkatesh V., Wyatt J., Donnellan B.// Communications of the Association for Information Systems 2020. 47(1), pp.564-589

14 IaaS в Казахстане. Рынок и провайдеры. [Электронный ресурс] URL: <https://www.it-grad.ru/blog/iaas-v-kazaxstane-rynok-i-provaidery>

15 ERP для малого и среднего бизнеса. [Электронный ресурс] URL: https://www.1cbit.ru/services/line_consult/faq/erp-dlya-malogo-i-srednego-biznesa/

16 30 крупнейших торговых интернет-площадок – 2020. [Электронный ресурс] URL: https://forbes.kz/leader/30_krupneyshih_torgovyyih_internet-ploschadok_-2020_1604068634

17 Орлова Л.С. Тенденции развития и внедрения цифровых платформ / Орлова Л.С. // Креативная экономика. — 2021. — Том 15. — №1. — С. 35–44. doi: 10.18334/ce.15.1.111531

18 TAdviser: [деловой портал]. <https://www.tadviser.ru/index.php/CRM>

19 Абдрахманова Г.И., Вишневский К.О., Гохберг Л.М. и др. Индикаторы цифровой экономики / Абдрахманова Г.И., Вишневский К.О., Гохберг Л.М. // Статистический сборник. НИУ ВШЭ, Москва, 2019. — Элект. доступ: <https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf>. Дата обращения 05.02.2022.

20 Гелисханов И.З. Цифровые платформы: основные факторы развития и особенности ценообразования / Гелисханов И.З. // Интеграция науки и практики как механизм развития цифровой экономики: Сборник трудов Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией С. В. Шкиотова, В.А. Гордеева. 2018. — с. 379-383. 2.

21 Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2018. — №6. — с. 22-36.

REFERENCES

1 Jonathan G.M., Gebremeskel B.K.. Information Security and Organisational Agility in the Digital Era: Exploring the Role of IT Alignment / Jonathan G.M., Gebremeskel B.K. // 111th Annual IEEE Information Technology, Electronics and Mobile Communication Conference, IEMCON 2020 pp.831-836

2 Byuro nacional'noi statistiki Agentstva strategicheskogo planirovaniya i reform Respubliki Kazakhstan. [Elektronnyj resurs] URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/collection>

3 Maloe i srednee predprinimatel'stvo v Respublike Kazakhstan. [Elektronnyi resurs] URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/booklet>

4 Luk'yanova A.V. Tendencii i vozmozhnosti cifrovizacii malogo i srednego biznesa. <https://esa-conference.ru/wp-content/uploads/files/pdf/Luk'yanova-Anna-Vasil'yevna.pdf>

5 Novosel'ceva G.B., Rasskazova N.V. Perspektivy malogo biznesa v usloviyah cifrovoj ekonomiki // Voprosy innovacionnoj ekonomiki. – 2020. Tom 10. – № 1. – s. 521-532.

6 OESR stat. Dostup k IKT i ispol'zovanie predpriyatiyami. [Elektronnyj resurs] URL: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?QueryId=73172>

7 Di Vaio A., Palladino R., Pezzi A., Kalisz D.E. (2021). The Role of Digital Innovation in Knowledge Management Systems: / Di Vaio A., Palladino R., Pezzi A., Kalisz D.E.// A Systematic Literature Review // J. of Business Research. Vol. 123. Pp. 220–231.

8 Schmidt P.J., Riley J., Church K.S. Investigating accountants' resistance to move beyond excel and adopt new data analytics technology / Schmidt P.J., Riley J., Church K.S. // Accounting Horizons 34(4), pp.165-180

9 Shabanova M.A. New consumer practices in the context of civil society digitalization: Theoretical and methodological aspects (paper 1) / Shabanova M.A. // Sotsiologicheskie Issledovaniya 2020(11), pp.16-2655

10 21st-century digital skills instrument aimed at working professionals: Conceptual development and empirical validation/ van Laar E. et al //Telematics and informatics. – 2018. – T. 35. – №. 8. – Rp. 2184-2200.

11 Gierlich-Joas M., Hess T., Neuburger R. More self-organization, more control—or even both? Inverse transparency as a digital leadership concept / Gierlich-Joas M., Hess T., Neuburger R. // Business Research 13(3), pp.921-947 Open Access

12 Hanafizadeh P., Khosravi B., Tabatabaeian S.H. Rethinking dominant theories used in information systems field in the digital platform era / Hanafizadeh P., Khosravi B., Tabatabaeian S.H. // Digital Policy, Regulation and Governance 2020. 22(4), pp.363-384

13 Baiyere A., Topi H., Venkatesh V., Wyatt J., Donnellan The internet of things (IoT): A research agenda for information systems \ Baiyere A., Topi H., Venkatesh V., Wyatt J., Donnellan B. // Communications of the Association for Information Systems 2020. 47(1), pp.564-589

14 IaaS v Kazahstane. Rynok i provajdery. [Elektronnyj resurs] URL: <https://www.it-grad.ru/blog/iaas-v-kazahstane-rynok-i-provajdery>

15 ERP dlya malogo i srednego biznesa. [Elektronnyj resurs] URL: https://www.1cbit.ru/services/line_consult/faq/erp-dlya-malogo-i-srednego-biznesa/

16 30 krupneyshih torgovyh internet-ploshchadok – 2020. [Elektronnyj resurs] URL: https://forbes.kz/leader/30_krupneyshih_torgovyih_internet-ploshchadok_-2020_1604068634

17 Orlova L.S. Tendencii razvitiya i vnedreniya cifrovyyh platform / Orlova L.S. // Kreativnaya ekonomika. — 2021. — Tom 15. — №1. — S. 35–44. doi: 10.18334/ce.15.1.111531

18 TAdviser: [delovoy portal]. <https://www.tadviser.ru/index.php/CRM>

19 Abdrahmanova G.I., Vishnevskij K.O., Gohberg L.M. i dr. Indikatory cifrovoy ekonomiki / Abdrahmanova G.I., Vishnevskij K.O., Gohberg L.M. // Statisticheskij sbornik. NIU VSHE, Moskva, 2019. – Elekt. dostup: <https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf>. Data obrashcheniya 05.02.2022.

20 Geliskhanov I.Z. Cifrovye platformy: osnovnye faktory razvitiya i osobennosti cenoobrazovaniya / Geliskhanov I.Z. // Integraciya nauki i praktiki kak mekhanizm razvitiya cifrovoy ekonomiki: Sbornik trudov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Pod obshchej redakciej S. V. SHkiotova, V.A. Gordeeva. 2018. — s. 379-383. 2.

21 Cifrovye platformy v ekonomike: sushchnost', modeli, tendencii razvitiya // Nauchno-tehnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki. — 2018. — №6. — s. 22-36.

ТҮЙІН

Мақала Қазақстан Республикасында шағын және орта бизнес кәсіпорындарының цифрлық құралдарды пайдалануын зерттеуге арналған.

Цифрлық трансформация одан әрі дамудың маңызды факторы, ал көптеген жағдайларда ҚР ШОБ кәсіпорындарының жұмыс істеуінің шарты болып табылады.

2016-2020 жылдар кезеңіндегі электрондық коммерция жағдайына салыстырмалы талдау жүргізілді, Қазақстан Республикасының интернет-саудасы көлемінің серпінін сипаттайтын статистикалық деректер ұсынылды. Соңғы 5 жылда электрондық коммерцияның барлық санаттары бойынша өсім байқалады, 2020 жылы Интернет арқылы бөлшек сауда көлемі 2016 жылмен салыстырғанда 6 есеге артты. Бөлшек сауданың жалпы көлеміндегі электрондық сауданың үлесі 4,1% - ды құрады %

Шетелде шағын және орта бизнестің кеңінен қолданылатын құралдары бұлтты технологиялар, CRM және ERP жүйелері болып табылады, оларды ҚР-да пайдалану мүмкіндігіне талдау берілген. Сандық құралдар ретінде автор сандық платформалар мен электронды базарларды қарастырады. Қазақстандық порталдар арасында дамып келе жатқан электрондық алаңдар анықталды ISMET.kz және Smart Satu.kz.

Келтірілген деректер негізінде Қазақстанның шағын және орта бизнесінің цифрлық құралдарды пайдалану перспективалары туралы қорытынды жасалды.