



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№4(81)

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

МОСКВА, 2024



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам LXXXI международной
научно-практической конференции*

№ 4 (81)
Апрель 2024 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2024

УДК 33
ББК 65
НЗ4

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Илларионова Елена Александровна – канд.экон.наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт», Россия, г. Старый Оскол;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономии ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, г. Екатеринбург.

НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам LXXXI междунар. науч.-практ. конф. – № 4 (81). – М.: Изд. «МЦНО», 2024. – 38 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2024

Оглавление

1. Математические и инструментальные методы экономики	4
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ НЕЧЁТКОЙ ЛОГИКИ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ МОНЕТИЗАЦИИ В ВИДЕОИГРАХ Швец Станислав Фёдорович	4
2. Менеджмент	13
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН КРЕДИТОВАНИЯ Ахылбеков Марат Нурланович	13
ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ Воронин Николай Дмитриевич	18
3. Экономика предпринимательства	25
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КАЗАХСТАНА: ОСОБЕННОСТИ ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ Абдибаева Камила Даулетқызы Қожахмет Айгерім Сейдалықызы Құдайберген Баянсұлу Ахметқызы	25
4. Экономическая теория	33
ЭВОЛЮЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ: ОТ КЛАССИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ ДО МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ Голушко Евгения Владимировна Буравлева Анна Сергеевна	33

1. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ НЕЧЁТКОЙ ЛОГИКИ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ МОНЕТИЗАЦИИ В ВИДЕОИГРАХ

Швец Станислав Фёдорович

*магистр программной инженерии,
Ташкентский университет
информационных технологий
им. Мухаммада Ал-Хоразмий – ПОИТ,
Узбекистан, г. Ташкент*

FUZZY LOGIC MATHEMATICAL TOOLS FOR OPTIMIZING MONETIZATION IN VIDEO GAMES

Stanislav Shvets

*Master of Software Engineering,
Tashkent University of Information Technologies
named after. Muhammad Al-Khwarizmi – ITS,
Uzbekistan, Tashkent*

Аннотация. По мере роста популярности видеоигр возникают вопросы с их монетизацией – процессом превращения игрового контента в прибыль для разработчиков. Вопросы монетизации стали предметом активных исследований как среди практиков отрасли, так и среди ученых, изучающих экономические и социальные аспекты игр. В данной статье представлен анализ практического применения математических инструментов нечёткой логики для оптимизации монетизации в видеоиграх.

Abstract. As video games grow in popularity, questions arise regarding their monetization – the process of turning game content into profit for developers. Monetization issues have become the subject of active research among both industry practitioners and academics studying the economic and social aspects of games. This article presents an analysis of the practical

application of fuzzy logic mathematical tools to optimize monetization in video games.

Ключевые слова: видеоигры, монетизация, нечётная логика, оптимизация, игровая индустрия, пользовательский опыт, динамическое управление, прогнозирование, нечётные инференционные системы (НИС), математические модели.

Keywords: video games, monetization, fuzzy logic, optimization, gaming industry, user experience, dynamic control, forecasting, fuzzy inference systems (FIS), mathematical models.

При разработке и монетизации видеоигр разработчики и издатели сталкиваются с рядом вызовов, которые требуют инновационных и эффективных решений.

«Монетизация должна отвечать требованиям конкретного времени и места. Способы получения прибыли постоянно перестраиваются в гонке вооружений с иммунитетом игроков. Без внесения изменений невозможно поддерживать выручку даже при растущей аудитории. Игроки покупают у вас развлечение, контент и внутриигровой статус» [1].

«Эволюция модели монетизации привела к значительным изменениям в дизайне игр. Если игрок легко пришёл, то уйти из игры ему стало ещё проще, чем если бы он потратил на неё 60 долларов» [2].

В настоящее время многие аспекты поведения игроков в видеоиграх представляют собой расплывчатые понятия, которые не всегда можно однозначно описать или смоделировать с помощью традиционных методов анализа. В последние десятилетия нечеткая логика стала важным инструментом моделирования и анализа различных неопределённых и нечетких концепциях. В контексте экономического климата индустрии видеоигр она является мощным инструментом для оценки, управления и оптимизации монетизации. Данный инструмент предлагает формальный метод описания неопределённостей и двусмысленностей, которые часто возникают в игровых сценариях в контексте принятия решений и высказывания мнений, как игроком, так и разработчиком.

«Применение нечеткой логики в экономике имеет много преимуществ. Во-первых, это позволяет сделать более точные и объективные решения, так как жесткие модели могут проваливаться в непредсказуемых ситуациях. Во-вторых, нечеткая логика позволяет учитывать все факторы, которые могут влиять на экономические решения» [3].

Лучше погрузиться в контекст поможет рассмотрение некоторых из этих вызовов и способов их решения с использованием математических инструментов нечёткой логики:

Вызов 1: Разнообразие игровых моделей монетизации и их оптимизация

Игровая индустрия предлагает разнообразные модели монетизации, такие как покупка игры, микротранзакции, реклама и подписки. Определение оптимальной модели монетизации для конкретной игры и ее адаптация к требованиям рынка являются сложными задачами.

Решение: С помощью нечёткой логики можно анализировать предпочтения игроков и оптимизировать модели монетизации в зависимости от различных факторов, таких как тип игры, целевая аудитория и уровень удовлетворенности игрока. Нечёткая логика позволяет создавать модели, которые учитывают неопределенность и разнообразие игровых сценариев, и оптимизировать монетизацию для максимальной прибыли и удовлетворения игроков.

Вызов 2: Динамическое управление монетизацией в игровых приложениях

С ростом числа игроков и изменением их предпочтений становится важным динамически адаптировать стратегии монетизации и предложения в игровых приложениях.

Решение: Нечёткая логика может быть использована для создания моделей, которые анализируют игровую активность и автоматически адаптируют предложения монетизации в реальном времени. Это позволяет разработчикам реагировать на изменения в поведении игроков и оптимизировать монетизацию для максимальной эффективности.

Вызов 3: Управление пользовательскими ожиданиями и удовлетворением

Удовлетворение игроков и управление их ожиданиями являются ключевыми аспектами успешной монетизации в видеоиграх. Необходимо находить баланс между предложениями монетизации и пользовательским опытом.

Решение: Нечёткая логика может помочь разработчикам анализировать предпочтения и уровень удовлетворенности игроков и принимать решения по управлению монетизацией, учитывая эти факторы. Это позволяет создавать персонализированные предложения и максимизировать пользовательское удовлетворение.

Вызов 4: Прогнозирование и адаптация к изменениям в рыночной среде

Игровая индустрия постоянно меняется, и для успешной монетизации необходимо прогнозировать изменения в рыночной среде и адаптироваться к ним.

Решение: С помощью нечёткой логики можно создавать модели, которые анализируют рыночные тенденции и прогнозируют изменения в поведении игроков. Это помогает разработчикам адаптироваться к изменениям в рыночной среде и эффективно управлять монетизацией для достижения бизнес-целей.

«В настоящее время в экономических исследованиях широко применяется инструментарий нечеткой логики. При оценке инвестиционных рисков он помогает сформировать полный спектр возможных сценариев инвестиционного процесса, получить всю совокупность оценок для принятия инвестиционного решения и руководствоваться не точечным показателем ожидаемой эффективности проекта, а полем ее интервальных значений со своим распределением ожиданий» [4, с. 16].

«В реальной ситуации процент ожидаемой прибыли по каждому направлению вложения денежных средств определяется как на основе анализа статистических данных за предыдущие периоды, так и мнений экспертов, оценивающих и прогнозирующих изменения политической, экономической ситуации и социологических факторов в планируемом периоде, исходные данные задачи могут быть представлены в виде некоторых размытых множеств» [5, с. 2].

Теперь можно подробнее рассмотреть математическую основу нечёткой логики:

Основные концепции нечеткой логики включают нечеткие множества, функции принадлежности, нечеткие правила вывода и нечеткие инференционные системы (НИС). Нечеткое множество – это набор элементов с неопределенными границами или степенью принадлежности к этому множеству, что позволяет описывать нечеткие понятия, такие как “высокий уровень удовлетворенности”, “весьма важно”, “близко” или “высокая вероятность покупки”.

«Степень принадлежности элемента можно определить с помощью характеристической функции, называемой функцией принадлежности, в нечеткой логике. Для множества “А” и элемента с именем “μ” эту связь можно определить следующим образом: $\mu_A(u):U \rightarrow [0, 1]$ » [6, с. 511].

К примеру, представим нечеткое множество "высокая вероятность покупки" игроков монетизацией в видеоигре в виде этого множества. Определение функции принадлежности для него:

$$\mu(x) = \begin{cases} 1, & \text{если } x \geq 0.8 \\ \frac{(1-x)}{0.2}, & \text{если } 0.6 \leq x < 0.8 \\ 0, & \text{если } x < 0.6 \end{cases}$$

Здесь x – высокая вероятность покупки, который может варьироваться от 0 до 1.

Правила нечеткого вывода определяют логику принятия решений на основе нечетких условий и выдают нечеткие результаты. Нечеткие правила вывода определяют логику принятия решений на основе нечетких условий и выводят нечеткие результаты. Примером может служить нечеткое правило вывода в видеоигре: "Если уровень сложности высокий и время игры мало, то повысить вероятность предложения покупки дополнительных жизней".

Нечеткие инференционные системы (НИС) представляют собой математические модели для реализации нечетких правил вывода. Они включают в себя нечеткие базы правил, нечеткую базу данных и процесс нечеткой инференции. НИС в экономическом контексте применяются для анализа финансовых данных и принятия решений на рынке. Они могут использоваться для определения тенденций рынка, прогнозирования цен акций, определения рисков инвестиций и т. д.

Все вышеперечисленные аспекты нечеткой логики определяются и настраиваются специалистами на местах относительно каждого проекта и ситуации. То есть если для одной игры приемлемый уровень "высокой вероятности покупки" = 0.7, то для другой игры такие показатели будут слишком низкими.

В развитых экономических моделях игровой индустрии монетизация игрового контента имеет критическое значение для компаний. Различные модели монетизации, такие как покупка игры, микротранзакции, подписки, реклама, и т.д. предоставляют разные возможности для генерации дохода и по-разному влияют на пользовательский опыт. Применение нечеткой логики может помочь разработчикам оптимизировать процессы монетизации и, тем самым, увеличить прибыль. Также грамотно настроенная монетизация улучшает пользовательский опыт игроков.

Практические примеры:

Пример №1: Оптимизация ценовой стратегии.

Одним из ключевых аспектов монетизации в видеоиграх является определение ценовой стратегии для игрового контента и внутриигровых товаров.

Формула для оценки цены товара с учетом неопределенности:

$$R = Y + \mu_z(x) * F$$

Здесь:

- R – искомая цена.
- Y – базовая цена товара.
- $\mu_z(x)$ – степень удовлетворенности игрока.
- F – коэффициент коррекции, учитывающий неопределенность и другие факторы.

Пример 2: Динамическое управление рекламой и микротранзакциями.

Для оптимизации пользовательского опыта и монетизации игрового контента важно динамически адаптировать предложения рекламы и микротранзакций в зависимости от поведения и предпочтений игроков. Нечеткая логика может быть использована для создания моделей, которые анализируют игровую активность и автоматически адаптируют предложения рекламы и микротранзакций.

Формула для определения уровня предложения микротранзакций:

$$T = \mu_l(x) * K + \mu_z(y) * E$$

Здесь:

- T – уровень предложения микротранзакций.
- $\mu_l(x)$ – степень активности игроков.
- K – базовый уровень предложения.
- $\mu_z(y)$ – степень удовлетворенности игрока.
- E – бонусный коэффициент, зависящий от степени удовлетворенности игрока.

Используя нечеткую логику, можно создать модели для предсказания поведения игроков и прогнозирования их действий в контексте монетизации. Эти модели могут анализировать различные факторы, такие как история игровой активности, предпочтения игрока, а также

внешние условия, и определять оптимальные стратегии монетизации для каждого игрока.

Пример 3: Предсказание поведения игроков.

Используя нечеткую логику, можно создать модели для предсказания поведения игроков и прогнозирования их действий в контексте монетизации. Эти модели могут анализировать различные факторы, такие как история игровой активности, предпочтения игрока, а также внешние условия, и определять оптимальные стратегии монетизации для каждого игрока.

Формула для прогнозирования вероятности покупки товара:

$$M = \mu(x) * \mu_z(y) * S$$

Здесь:

- M – вероятность покупки товара,
- S – базовая вероятность покупки.
- $\mu(x)$ – степень активности игроков.
- $\mu_z(y)$ – степень удовлетворенности игрока.

Пример 4: НИС для оптимизации множества параметров.

Предположим, есть бесплатная мобильная игра, в которой игроки могут приобретать внутриигровые предметы за реальные деньги. Цель – максимизировать доходы от монетизации, учитывая различные факторы, такие как число активных игроков, средний чек покупки, частота совершения покупок и т. д.

Для этого создаётся следующий НИС:

1. Входные переменные:

- **Число активных игроков (Players):** от 0 до 1000.
- **Средний чек покупки (Avg_Purchase):** от 0 до 1000 долларов.
- **Частота совершения покупок (Purchase_Frequency):** от 0 до 1 (где 0 – редкие покупки, 1 – частые покупки).

2. Лингвистические переменные:

- **Players:** Низкое, Среднее, Высокое.
- **Avg_Purchase:** Низкий, Средний, Высокий.
- **Purchase_Frequency:** Низкая, Средняя, Высокая.

3. База правил:

• Если Players – Низкое И Avg_Purchase – Низкий, то Монетизация – Низкая.

• Если Players – Среднее И Avg_Purchase – Средний И Purchase_Frequency – Средняя, то Монетизация – Средняя.

- Если $\text{Players} = \text{Высокое}$ И $\text{Avg_Purchase} = \text{Высокий}$ И $\text{Purchase_Frequency} = \text{Высокая}$, то $\text{Монетизация} = \text{Высокая}$.

- И так далее, правила могут быть более сложными в зависимости от конкретной ситуации и являются одним из самых главных настраиваемых элементов.

4. **Агрегация и вывод:** Для каждой комбинации входных переменных определяется степень истинности каждого вывода (Низкая, Средняя, Высокая) на основе базы правил.

5. **Дефазификация:** Используя метод дефазификации (например, средневзвешенное значение), определяется четкое число, представляющее оценку монетизации в игре.

Формулы, которые можно использовать для вычисления степени истинности каждого вывода в НИС:

- **Степень истинности для "Низкая" монетизации:**

1. $\min(\mu(\text{Players}=\text{Low}))$

2. $\mu(\text{Avg_Purchase}=\text{Low}))$

- **Степень истинности для "Средняя" монетизации:**

1. $\min(\mu(\text{Players}=\text{Medium}))$

2. $\mu(\text{Avg_Purchase}=\text{Medium}))$

3. $\mu(\text{Purchase_Frequency}=\text{Medium}))$

- **Степень истинности для "Высокая" монетизации:**

1. $\min(\mu(\text{Players}=\text{High}))$

2. $\mu(\text{Avg_Purchase}=\text{High}))$

3. $\mu(\text{Purchase_Frequency}=\text{High}))$

В заключение можно отметить, что использование математических инструментов нечеткой логики при монетизации видеоигр является многообещающим подходом, который поможет оптимизировать процессы монетизации и улучшить пользовательский опыт. Использование нечеткой логики позволяет разработчикам адаптировать стратегии монетизации к различным сценариям и условиям, принимая во внимание разные факторы, такие как поведение игроков, предпочтения аудитории и изменения на рынке.

Практическое предложение: Для успешной реализации практических аспектов нечеткой логики в монетизации видеоигр рекомендуется создавать специализированные инструменты и платформы, позволяющие разработчикам легко реализовывать и настраивать нечеткую логику в своих проектах. Такие инструменты должны быть доступными и простыми в использовании, чтобы обеспечить их широкое использование в индустрии видеоигр.

Рекомендация: Разработчикам следует активно исследовать и внедрять нечеткую логику в свои проекты, обращая внимание на ее потенциал для оптимизации монетизации и улучшения пользовательского опыта. Кроме того, следует учитывать преимущества сотрудничества и обмена опытом с другими участниками отрасли для совместной разработки и улучшения практических аспектов использования нечеткой логики в монетизации видеоигр.

Список литературы:

1. Монетизация игр – Playground.ru [Электронный ресурс], 2016. URL: https://www.playground.ru/misc/news/monetizatsiya_igr-227929 (дата обращения: 11.04.2024).
2. Прошлое, настоящее и будущее монетизации в видеоиграх – Dtf.ru [Электронный ресурс], 2019. URL: <https://dtf.ru/gameindustry/64745-proshloe-nastoyashee-i-budushee-monetizacii-v-videoigrah> (дата обращения: 15.04.2024).
3. Как теория нечетких множеств может улучшить экономические прогнозы и принятие решений – Lexcodex.ru [Электронный ресурс], 2022. URL: <https://lexcodex.ru/ekonomika/kak-teoriya-necetkix-mnozestv-mozet-ulucsit-ekonomiceskie-prognozy-i-prinyatie-resenii> (дата обращения: 15.04.2024).
4. Котов В.И. Риск-анализ на основе функций чувствительности и теории нечетких множеств. – СПб.: «Астерион», 2014. – 219 с. (дата обращения: 15.04.2024).
5. Utku Köse – Developing a fuzzy logic based game system // Researchgate – 2012. Publication № 235763103. С. 517. (дата обращения: 12.04.2024)
6. Зак Ю.А. – Принятие решений в условиях нечетких и размытых данных: Fuzzy-технологии. – М.: «ЛИБРОКОМ», 2013. – с. 352. (дата обращения: 13.04.2024).

2. МЕНЕДЖМЕНТ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЛАЧНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН КРЕДИТОВАНИЯ

Ахылбеков Марат Нурланович

*руководитель,
ТОО МФО «КМФ»,
Казахстан, г. Шымкент*

U USING CLOUD TECHNOLOGY FOR THE DEVELOPMENT OF ONLINE LENDING

Marat Akhilbekov

*Head
of MFO "KMF",
Kazakhstan, Shymkent*

Аннотация. На сегодняшний день быстро развивается технология банковской отрасли который использует облачную технологию. Это позволяет перевести значительную часть капитальных вложений в ИТ в операционные расходы, сократить затраты и ускорить цикл создания и вывода на рынок новых продуктов. Данная статья посвящена сравнению подходов казахстанских и зарубежных банков к развитию бизнеса через призму применения облачных технологий.

Abstract. Today there is a global trend of technology development in the banking industry using cloud technology. This allows you to transfer a significant part of capital investments in IT into operating expenses, reduce costs and speed up the cycle of creating and bringing new products to market. This article is devoted to comparing the approaches of Kazakh and foreign banks to business development through the prism of the use of cloud technologies.

Ключевые слова: платформы, онлайн-кредитование, бизнес-операций, интерфейс, кредит, цифровой банкинг, автоматизация.

Keywords: platforms, online lending, business operations, interface, credit, digital banking, automation.

Облачные технологии – это доступность вычислительных ресурсов по требованию в виде услуг через Интернет. Это устраняет необходимость для частных лиц и юридических лиц самостоятельно управлять физическими ресурсами и платить только за то, что они используют.

Большинство сервисов облачных технологий можно разделить на три категории: инфраструктура как услуга (IaaS), платформа как услуга (PaaS), программное обеспечение (SaaS) как услуга. Их иногда называют «стеком» облачных вычислений, так как они строятся друг над другом.

Банковская отрасль переживает цифровую трансформацию, вызванную быстрым развитием технологий и изменением ожиданий клиентов. Облачные вычисления являются ключевым фактором этой трансформации, поскольку они предоставляют банкам новые способы предоставления клиентам инновационных услуг и приложений, одновременно сокращая затраты и повышая эффективность.

Однако, как и в случае с любой новой технологией, существуют уникальные проблемы, которые банки должны тщательно учитывать и решать при внедрении решений облачных вычислений. Эти проблемы включают безопасность данных, соблюдение нормативных требований и необходимость плавной интеграции с существующей ИТ-инфраструктурой.

Онлайн-кредитование и облачная технология, также известное как одноранговое (P2P) кредитование, представляет собой относительно новую концепцию в финансовой индустрии, которая связывает заемщиков напрямую с кредиторами через онлайн-платформы. Эти платформы облегчают операции кредитования и займа между физическими и юридическими лицами, часто по более низким процентным ставкам, чем традиционные финансовые учреждения.

На рис. 1 показаны преимущества облачных вычислений в банковской сфере.



Рисунок 1. Преимущества облачных вычислений в банковской сфере

Гибкость. Используя облачные технологии, легче переключаться с одного приложения на другое, что делает его более гибким выбором. Облачные вычисления повышают эффективность отрасли. Использование облачных технологий является дополнительным преимуществом в банковском и финансовом секторах, а эти услуги позволят финансовому учреждению предоставить клиенту лучший и подходящий сервис.

Мобильность: облачные вычисления обеспечивают мобильный доступ к корпоративным данным через устройства и смартфоны.

Надежность. Технология облачной инфраструктуры отличается высокой надежностью. Финансовое учреждение и банки смогут защитить свои данные, а также обеспечить скорость и гибкость, выбрав модель гибридного или частного облака.

Основным преимуществом облачной системы управления онлайн кредитами является автоматизация. Благодаря этому ключевые процессы, такие как выдача кредита и погашение кредита, станут более эффективными и смогут легко получить доступ к таким этапам, как процесс финансирования или обслуживания, чтобы обеспечить соблюдение соответствующих правил и исключить затраты на обработку бумажных документов.

Текущее состояние онлайн-кредитования и заимствования в Казахстане быстро растет: ожидается, что к 2025 году эта отрасль достигнет 1 триллиона тенге. Пандемия COVID-19 ускорила внедрение цифровых финансовых услуг, включая P2P-кредитование, поскольку частные лица и предприятия стремятся к более быстрым и доступным возможностям.

Облако позволяет хранить увеличивающиеся объемы данных без добавления новых компьютеров и устройств в корпоративную сеть. Клиенты и кредиторы используют один и тот же интерфейс, что упрощает отслеживание статуса заявки на кредит и бизнес-операций. Специалисты имеют доступ к информации о клиентах в зависимости от своего положения в организации.

Услуги на базе платформы SaaS все чаще используются в онлайн-кредитовании и займах, чтобы предоставить заемщикам и кредиторам беспрепятственный и безопасный онлайн-опыт. Эти платформы используют передовые технологии, такие как искусственный интеллект и машинное обучение, для анализа кредитоспособности, оценки рисков и подбора заемщиков подходящих кредиторов.

Платформы онлайн-кредитования и заимствования, предлагаемые Fintech-компаниями, работают за счет использования цифровых технологий для оптимизации процесса кредитования и заимствования.

Что касается кредитования, инвесторы могут просматривать доступные списки кредитов на платформе и выбирать для инвестирования в кредиты, которые соответствуют их инвестиционным критериям, таким как уровень риска и доходность инвестиций. Fintech-компании могут использовать технологию блокчейна для создания безопасного и прозрачного реестра всех кредитных транзакций и предоставления инвесторам обновленной информации о статусе их инвестиций в режиме реального времени.

Как только заемщику будет одобрен кредит, компания Fintech способствует переводу средств от инвесторов к заемщику. Fintech-компании могут использовать RPA для автоматизации таких задач, как выдача и обслуживание кредитов, снижая риск человеческих ошибок и повышая эффективность.

На протяжении всего срока кредита Fintech-компании могут использовать Интернет вещей для мониторинга истории платежей и финансового состояния заемщика, предоставляя инвесторам данные в режиме реального времени и помогая снизить риск. Наконец, Fintech-компании могут использовать технологии AR и VR, чтобы предоставить заемщикам и инвесторам захватывающий финансовый опыт, например, визуализацию платежей по кредитам и доходности инвестиций с течением времени.

Платформы онлайн-кредитования и заимствования на базе Saas используют целый ряд технологий для предоставления своих услуг. Некоторые из ключевых технологий, используемых на этих платформах, включают:

- **Облачные вычисления.** Платформы на базе Saas обычно используют облачные вычисления для предоставления своих услуг через Интернет. Это позволяет заемщикам и кредиторам получать доступ к платформе из любого места и в любое время, используя ряд устройств.
- **Интеграция API:** платформы Saas часто интегрируются со сторонними API для упрощения выдачи кредитов, андеррайтинга и обслуживания. Эти API могут включать службы кредитного скоринга, службы проверки личности и службы обработки платежей.
- **Анализ данных.** Платформы на базе Saas обычно используют анализ данных для оценки кредитного риска и определения прав заемщика. Это включает в себя анализ ряда данных о заемщике, включая кредитную историю, доход и соотношение долга к доходу.

Платформы онлайн-кредитования и заимствования на базе SaaS опираются на передовые технологии и множество каналов оплаты, чтобы предоставить заемщикам и кредиторам удобный и безопасный онлайн-опыт. Использование этих технологий позволяет платформам

P2P-кредитования работать более эффективно и предоставлять заемщикам более доступные варианты кредитования, одновременно предлагая кредиторам привлекательную прибыль. Будущее кредитования и займов разрушается синергией SaaS-платформ Fintech и интеллектуальной автоматизации. Эти технологии позволяют онлайн-финансовым услугам предлагать более быстрые, эффективные и персонализированные услуги кредитования и заимствования.

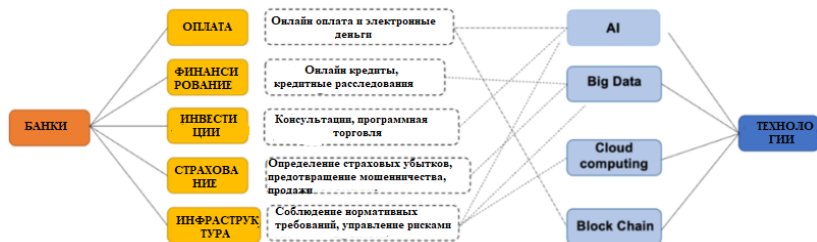


Рисунок 2. Исследовательские показания перспективной отрасли

Платформы на базе SaaS предоставляют заемщикам легкий доступ к ряду кредитных продуктов, а кредиторам – оптимизированный процесс выдачи и обслуживания кредитов. Интеллектуальная автоматизация позволяет кредиторам принимать более быстрые и точные кредитные решения, а также сокращает затраты и время, связанные с ручным андеррайтингом.

В заключение отметим, что синергия SaaS-платформ Fintech и интеллектуальной автоматизации меняет пространство кредитования и заимствования, позволяя онлайн-финансовым услугам предлагать более быстрый, эффективный и более персонализированный опыт.

Таким образом, облачные технологии в Республике Казахстан способствуют поддержке коммерческих банков республики, с целью сокращения расходов на IT-обеспечение и с возможностью осуществления оптимизации бизнес-процессов в банковской системе.

Список литературы:

1. Платформа больших данных. [Электронный ресурс] <https://www.tadviser.ru/index.php/>
2. Облако для банка. Нужна ли финансовым организациям облачная инфраструктура? [Электронный ресурс] <https://plusworld.ru/professionals/oblakodlya-banka-nuzhna-li-finansovymorganizatsiyam-oblachnaya-infrastruktura/>
3. Использование больших данных в финансовом секторе и риски финансовой стабильности. [Электронный ресурс] <https://www.cbr.ru>

ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ

Воронин Николай Дмитриевич

аспирант,

*Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

VALUE CHAINS IN MODERN ECONOMIC CONDITIONS

Nikolay Voronin

PhD student,

*Plekhanov Russian university of economics,
Russia, Moscow*

Аннотация. В статье описана концепция цепочек создания ценности, а также рассмотрено влияние тенденций цифровой трансформации и деглобализации на формирование и функционирование цепочки создания ценности. Также высказано предположение о необходимости экстраполяции концепции цепочек создания ценности за пределы одной компании и обозначены некоторые неизбежные трудности, связанные с этим.

Abstract. The article describes the concept of value chains, and examines the impact of digital transformation and deglobalization trends on the formation and functioning of the value chain. It also suggests the need to extrapolate the concept of value chains beyond the boundaries of a single company and identifies some of the inevitable difficulties associated with this.

Ключевые слова: цепочка создания ценности, цифровая трансформация, управление, процессно-стоимостное управление, управление группой компаний.

Keywords: value chain, digital transformation, management, process-cost management, management of a group of companies.

В настоящее время происходит формирование новых потоков поставок продукции, что обусловлено **цифровой трансформацией** экономики, а также тенденций ее **деглобализации**. Исследование новых потоков создания ценности требует рассмотрения генезиса теории цепочек создания ценности, позволяющего сформулировать ее особенности в новейших условиях.

Традиционная модель бизнеса исходит из того, что цепочка создания ценности включает несколько этапов: снабжение, производство, маркетинг, продажи и обслуживание клиентов. Однако, в эпоху цифровой трансформации, указанные этапы изменяются под воздействием цифровых инструментов, внедряемых в процессы создания ценности. Так, применение электронных площадок и платформ для заказа и доставки сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих для каналов B2B или маркетплейсов для продажи по каналам B2C вносят существенные изменения в организацию цепочек поставок и связанных с ними финансовых и информационных потоков. Наряду с изменением процессов создания ценности меняется и правовое регулирование данной области правоотношений, которое тоже подлежит учету при выстраивании современных цепочек создания ценности.

Внедрение цифровых технологий в технологические процессы создания товара или оказания услуги, например, 3D-печать или автоматизированное производство посредством интернета вещей, также меняет устоявшиеся представления об отдельных этапах создания ценности.

Компании привлекают и взаимодействуют с клиентами за счет использования цифровых каналов и инструментов маркетинга (социальные сети, поисковая оптимизация (SEO) и контент-маркетинг).

Внедрение инструментов e-commerce и онлайн-платежей приводит к новым способам, которыми компании реализуют свои продукты или услуги. Онлайн-магазины, мобильные приложения и другие цифровые платформы предоставляют удобные способы покупки для клиентов. Цифровое обслуживание клиентов позволяет применить цифровые инструменты, например, чат-боты, онлайн-консультации и самообслуживание, изменяющие способы, которыми компании обслуживают своих клиентов.

Цифровая трансформация предоставляет компаниям новые возможности для оптимизации и улучшения цепочек создания ценности, а также для создания новых моделей бизнеса, основанных на цифровых технологиях, что позволяет компаниям стать более гибкими, эффективными и конкурентоспособными на рынке. Вместе с тем, одновременно с цифровой трансформацией цепочек создания ценности компании ведут поиск наиболее результативных способов управления. Для решения этой задачи требуется теоретическое осмысление взаимодействия организаций-участниц процессов создания ценности.

Автор полагает, что концепция цепочек создания ценности, успешно зарекомендовавшая себя, может выйти за рамки одной компании, как ее принято рассматривать, и способна быть экстраполирована

на группу компаний. При этом важно, чтобы такая группа компаний была объединена единым созданием ценности.

Под цепочкой создания ценности автор понимает совокупность последовательных процессов, формирующих конечную потребительскую стоимость производимых компанией продуктов, товаров или услуг.

Трансформация цепочек создания ценности остается главным фактором конкурентоспособности организации. Исследование таких трансформаций и выявление новых способов управления компанией (группой компаний) на основе цепочек создания ценности имеет большое практическое значение.

Основоположником концепции цепочек создания ценности по праву принято считать Майкла Портера. В 1985 году, рассуждая о конкурентных преимуществах отдельно взятой компании и способах выявления таких преимуществ, он пришел к идее рассмотрения эффективности функционирования компании через цепочки создания ценности (value chain). «Цепочка создания ценности разбивает компанию на стратегически важные для нее виды деятельности с тем, чтобы осмыслить динамику издержек, а также существующие и потенциальные источники дифференциации. Компания получает конкурентное преимущество путем осуществления таких стратегически значимых видов деятельности наиболее дешевым либо эффективным способом по сравнению с конкурентами» [2].

Данная концепция была доработана А.А. Томпсоном-мл. и А.Дж. Стриклендом III, которые заметили, что «для наиболее эффективного ведения бизнеса необходимо учитывать не только цепочки создания ценностей своей фирмы, но и поставщиков, а также компаний-конкурентов. В частности, поставщики или дистрибьюторы могут иметь чрезмерно высокий уровень издержек или размер прибыли, подвергающий риску конкурентоспособность компании, даже если внутри самой фирмы затраты на ее хозяйственную деятельность достаточно конкурентоспособны» [5].

Д. Нортона и Р. Каплана рассматривали цепочки создания ценности в виде волн, где длинной волной является процесс инноваций, а короткой волной является процесс операций [1].

Цепочки создания ценности также с разных аспектов рассматриваются рядом современных российских ученых, что свидетельствует об актуальности и росте научного интереса к данной концепции в современных экономических условиях [3, 4, 6].

Концепция цепочек создания ценности разделяет стратегические (основные) виды деятельности компании и вспомогательные виды деятельности компании (Таблица 1), которые способствуют повышению

эффективности основных видов деятельности, а именно управленческие процессы: закупки и технологические исследования, разработка продуктов, управление человеческими ресурсами, создание корпоративной инфраструктуры и др.

Таблица 1.

Стратегические (основные) виды деятельности компании, объединенные в цепочку создания ценности (по М. Портеру)

Наименование	Характеристика
Входящая логистика (Inbound logistics)	Получение сырья, складирование и управление запасами и пр.
Текущая деятельность (Operations)	Все виды деятельности в процессе преобразования сырья в конечный товар или услуги
Исходящая логистика (Outbound logistics)	Доставка конечного продукта или услуги конечному пользователю и пр.
Маркетинг и продажи (Marketing and sales)	Все стратегии и мероприятия, направленные на побуждение потенциальных клиентов к покупке конечного продукта или услуги, включая выбор каналов сбыта, рекламу и ценообразование
Послепродажные услуги (Post-sale services)	Все виды деятельности, направленные на улучшение потребительского опыта, такие как обслуживание клиентов, ремонт или техническое обслуживание

Источник: подготовлено Ворониным Н.Д.

Таким образом, основная деятельность компании по созданию ценности формирует *поток создания ценности* в виде преобразования исходных ресурсов в продукт или обслуживания клиента, а вспомогательные виды отражаются в бизнес-процессах, обеспечивающих скорость, стоимость и качество потока. Такое понимание важно для исследования мест изменений – потока или бизнес-процессов, происходящих в результате цифровой трансформации.

По мнению автора, наибольшей цифровой трансформации подвергается поток создания ценности, а применение цифровых инструментов в бизнес-процессах в настоящее время значительно отстает. В данной связи изменения в бизнес-процессах становятся решающим фактором в конкурентоспособности бизнеса.

Рассматривая цепочки создания ценности необходимо исходить из того, что мы не просто разбиваем деятельность компании на отдельные виды в цепочке создания ценности (звенья в цепи), но и представляем

их в качестве обособленных (хотя и взаимосвязанных) процессов, определяющих масштабы, стоимость и качество конечного товара. Это означает, что поток создания ценности не ограничивается рамками одной организации, но охватывает жизненный цикл продукта (услуги): от ценностного предложения до вывода из потребления (эксплуатации).

При исследовании цепочек создания ценности принято выделять организационный и жизненный циклы бизнеса [3]. Под организационным циклом понимается совокупность функциональных характеристик продукта (услуги), формы и способы организация производства, механизмы доступа к ресурсам (техническим, кадровым, финансовым), а также процессы управления и организационные структуры. Под жизненным циклом продукта понимаются этапы «существования» продукта: НИОКР, дизайн, закупки, производство, продажи, сервисное обслуживание, утилизация.

Использование концепции цепочки создания ценности в управлении организацией направлено на модернизацию самой организации и повышение ее конкурентных преимуществ. В целях повышения финансовых показателей компании при использовании цепочки создания ценности происходят следующие виды модернизации:

1. *Модернизация бизнес-процессов*: повышение эффективности внутренних бизнес-процессов с тем, чтобы они были значительно лучше, чем у конкурентов, как внутри отдельных звеньев цепочки создания ценности (например, увеличение оборачиваемости запасов, снижение брака продукции), так и между звеньями в такой цепочке, например, более частые, меньшие по объемам и своевременные поставки.

2. *Модернизация продукта*: создание новых продуктов или улучшение существующих продуктов быстрее, чем у конкурентов. Это предполагает изменение процессов разработки новых продуктов как внутри отдельных звеньев цепочки создания ценности, так и во взаимоотношениях между различными звеньями такой цепочки.

3. *Функциональная модернизация*: увеличение добавленной стоимости за счет изменения набора видов деятельности, осуществляемых внутри компании (например, передача на аутсорсинг функций бухгалтерского учета, логистики и проверки качества продукции) или перераспределение отдельных функций в рамках звеньев в цепочке создания ценности, например, из области производства в область дизайна.

4. *Модернизация самой цепочки*: переход к новой цепочке создания ценности, например, тайваньские фирмы перешли от производства транзисторных радиоприемников к калькуляторам, телевизорам, компьютерным мониторам, ноутбукам и к смартфонам.

Оценка эффективности бизнеса через анализ цепочки создания ценности, т.е. через процесс создания и движения потребительской стоимости получила свое развитие в процессно-стоимостной теории управления бизнесом [3]. Процессно-стоимостной подход к управлению бизнесом предполагает выстраивание такой системы менеджмента, которая ориентирована на анализ прибавочной стоимости товара на каждом этапе его становления (на каждом из звеньев цепочки стоимости). Указанный подход, основанный на управлении цепочкой создания ценности, в настоящее время активно развивается.

Участники цепочки создания ценности взаимодействуют между собой на основании принципов кооперации и интеграции. При кооперативном взаимодействии предприятие в рамках группы компаний коммуницирует с иными предприятиями на основании обязательственных правоотношений, в то время как при интегративном взаимодействии предприятие встраивается в корпоративную структуру иной компании или группы компаний.

От степени вовлеченности той или иной компании в единую цепочку создания ценности (путем кооперации или интеграции) зависят и способы управления такими компаниями.

Развитие информационных и цифровых технологий, ускорение обмена информацией, создание цифровых сервисов, позволяющих дистанционно и быстро учредить новое юридическое лицо, возможности заключения договоров путём обмена электронными письмами либо заключение договоров с использованием электронной цифровой подписи – эти и многие факторы влекут усложнение цепочек создания ценности и способов управления ими.

С учетом развития концепции цепочек создания ценности и продолжающейся цифровой трансформации организаций следует констатировать принципиальную возможность применения указанной концепции в современных реалиях, но с определенными особенностями.

Прежде всего, цифровая трансформация влияет на потоки создания ценности и организацию бизнес-процессов внутри организации, а также во взаимодействии между несколькими компаниями.

С помощью цифровой трансформации компании могут оптимизировать и улучшать цепочки создания ценности, создавая новые модели бизнеса, основанные на цифровых технологиях. Данные возможности делают компании, их использующие, более гибкими, эффективными и конкурентоспособными на рынке.

Именно адаптация цифровых возможностей и их внедрение в формирование потоков и цепочек создания ценности создаст ключ к конкурентным преимуществам на рынке.

Для управления отдельно взятой компанией в группе компаний, объединённых совместным созданием ценности в первую очередь необходимо выявить такую группу компаний. Компании, входящие в цепочку, могут иметь одного владельца, и тогда, как правило, имеется корпоративная взаимосвязь между такими компаниями, упрощающая их выделение. Такие цепочки обычно имеют холдинговую структуру.

В то же время компании могут иметь лишь фактическую экономическую зависимость друг от друга, при этом, у каждого звена такой цепочки может быть свой владелец. В таком случае усложняется выделение цепочки создания ценности. Для этих целей автор предлагает исходить из «доли вовлечённости» и «доли зависимости» одной компании от другой, позволяющие «связать» две компании в рамках единой цепочки. Доля вовлечённости и доля зависимости, в свою очередь, определяются с помощью доли входа/выхода и коэффициента замены.

Выявление цепочки создания ценности и входящих в нее компаний является первым шагом на пути к наиболее эффективному управлению группой компаний, объединённых совместным созданием ценности.

Список литературы:

1. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2003.
2. Майкл Е Портер. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
3. Масленников В.В., Крылов В.Г. Процессно-стоимостное управление бизнесом. М.: ИНФРА-М, 2006. – 283 с.
4. Сафиуллин А.Р. Проектирование цепочки создания ценности при разработке стратегии конкурентоспособности компании / А.Р. Сафиуллин, В.В. Галаутдинова. – Нижний Новгород: Издательство ИП Кузнецов Никита Владимирович, 2021. – 213 с.
5. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.
6. Юлдашева О.У., Никифорова С.В., Полонский С.Ю. Методология организации бизнеса на основе цепочки по созданию потребительской ценности [Текст]/- Вестник СПбГУ. Сер. 8., 2007.- Вып. 2.

3. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ КАЗАХСТАНА: ОСОБЕННОСТИ ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Абдибаева Камила Даулетқызы

*магистр, преподаватель,
Международный университет
туризма и гостеприимства,
Казахстан г. Туркестан*

Қожахмет Айгерім Сейдалықызы

*магистр, преподаватель,
Международный университет
туризма и гостеприимства,
Казахстан, г. Туркестан*

Құдайберген Баянсұлу Ахметқызы

*магистр, преподаватель,
Международный университет
туризма и гостеприимства,
Казахстан г. Туркестан*

ECONOMIC DEVELOPMENT OF KAZAKHSTAN: FEATURES OF THE TURKESTAN REGION

Kamila Abdibayeva

*Master, lecturer,
International university
tourism and hospitality,
Kazakhstan, Turkestan*

Aigerim Kozhakhmet

*Master, lecturer,
International university
tourism and hospitality,
Kazakhstan, Turkestan*

Bayansulu Kudaibergen

*Master, lecturer,
International university
tourism and hospitality,
Kazakhstan, Turkestan*

Аннотация. Статья рассматривает социально-экономические развитие развития Казахстана с учетом особенностей Туркестанской области. В работе осуществляется оценка ключевых аспектов экономического потенциала региона. Особое внимание уделяется влиянию макроэкономических и политических факторов на развитие региона, а также оценке эффективности реализуемых в области программ и инвестиционных проектов. Результаты исследования могут быть полезны как для формулирования региональной экономической политики, так и для практических решений в области инвестиций и развития бизнеса в Туркестанской области Казахстана.

Abstract. The article examines the socio-economic development of Kazakhstan, taking into account the peculiarities of the Turkestan region. The work evaluates key aspects of the economic potential of the region. Special attention is paid to the impact of macroeconomic and political factors on the development of the region, as well as to the assessment of the effectiveness of programs and investment projects implemented in the region. The results of the study can be useful both for the formation of regional economic policy and for practical solutions in the field of investment and business development in the Turkestan region of Kazakhstan.

Ключевые слова: Казахстан, туризм, экономика, Туркестанская область, инвестиция

Keywords: Kazakhstan, tourism, economy, Turkestan region, investment

Казахстан – удивительная страна, богатая разнообразными природными ландшафтами, яркими красками и уникальными традициями. Развитие туризма здесь находится в стадии активного роста: с каждым днем ситуация в этом сегменте экономики улучшается. Возрастает интерес как иностранных, так и отечественных туристов к разнообразным туристическим видам деятельности в стране.

Казахстан на пороге нового этапа социально-экономического развития. Одной из ключевых целей государства на ближайшие десятилетия является вступление в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира.

Для решения данных задач играют важную роль создание инновационной экономики и развитие несырьевого сектора в экономике

страны, среди которых одним из приоритетов является туризм – один из самых быстро растущих секторов экономики нашей планеты. По данным мировой туристской организации, к 2020 году общее число туристов по всему миру увеличится практически вдвое – с сегодняшних 842 миллионов до 1,6 миллиарда. С каждым годом все больше стран осознают экономическую значимость развития туризма, что проявляется в увеличении налоговых доходов, создании новых рабочих мест, и повышении общего уровня жизни населения. Годовой доход от туризма по всему миру достигает 3 триллионов долларов США. Туризм занимает значительное место в мировой экономике, составляя 1/10 часть ВВП, привлекает 11 процентов международных инвестиций и обеспечивает каждое девятое рабочее место в мировом производстве.

Согласно исследованию ЮНВТО «Туризм – панорама 2025 года» увеличение мировых туристских прибытий в период между 2010 и 2025гг. прогнозируется более чем вдвое. Современная индустрия туризма является одним из крупнейших высокодоходных и динамично развивающихся сегментов международной торговли услугами. Из Послания Президента Н.А. Назарбаева народу Казахстана стабильное развитие экономики способствует улучшению инфраструктуры туризма [1].

В концепции развития туристской индустрии Республики Казахстан, составленной на основе стратегий «Казахстан-2030», туризм рассматривается одной из важных сфер в социально и экономическое развитие страны. Индустрия туризма может быть широким спектром бизнеса и основным фактором государственно социально и экономического развития [2].

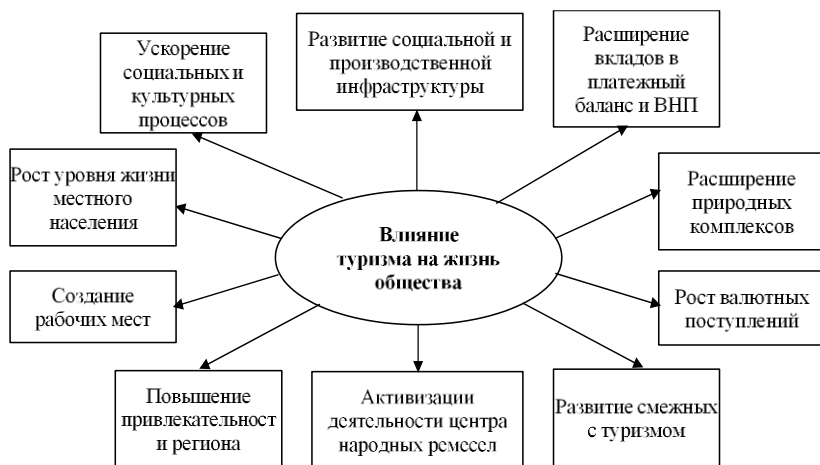


Рисунок 1. Влияние туризма на жизнь общества

Что касается текущего состояния туризма в Казахстане, он представляет собой развивающийся сектор экономики. Туристическая индустрия в стране, переживающей переходный период, сталкивается с уникальными проблемами, обусловленными резкими изменениями в политических и экономических системах. Основной целью развития туризма в Казахстане является создание современного, высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса. Этот комплекс должен обеспечивать условия для развития отрасли как самостоятельного сектора экономики, интеграции в мировой туристский рынок и дальнейшего развития международного сотрудничества в сфере туризма.

Одной из ключевых мер государственной поддержки и значительным шагом в развитии сферы туризма стало принятие государственной программы развития туризма на период с 2019 по 2025 год. Таким образом, государство решает основные проблемы, стоящие перед туристической отраслью. В настоящее время уже можно говорить о некоторых достижениях, достигнутых в ходе первого этапа реализации данной программы.

Программа охватывает ключевые аспекты обеспечения устойчивого развития отрасли туризма. Она предусматривает ряд мероприятий по развитию туристической инфраструктуры, включая поддержку малого и среднего бизнеса в сфере обслуживания туристов, создание условий для финансирования и кредитования компаний, работающих в сфере туризма, с целью улучшения инфраструктуры этой отрасли.

В особенности развитие в Туркестанской области запланировано по шести направлениям: экономика, социальная сфера, общественная безопасность и правопорядок, инфраструктура, экология и земельные ресурсы, государственные услуги [2]

Валовой региональный продукт – основной показатель экономики. За январь-сентябрь 2022 года он сформировался на 1 трлн. 103 млрд. тенге. Рост по сравнению с аналогичным периодом 2021 года составил 3,9 процента. На душу населения приходится по 559,5 тысяч тенге валового регионального продукта.

Инвестиции. Для реализаций важных проектов в область направлено 288,1 млрд. тенге инвестиций. Рост по сравнению с 2020 годом – 1,2 процента (в 2017 году – 271,2 млрд. тенге). В том числе внешние инвестиции – 58,6 млрд. тенге (20,3 процента). По этому показателю область занимает 14 место в республике, ее доля - 2,6 процента.

В Туркестане впервые прошел Международный инвестиционный и туристский форум «Древний Туркестан – новые возможности». В его работе участвовали около 500 делегатов из 19 стран. Подписано 19 документов на сумму 1,7 млрд. долларов США. Кроме того, проведено

около 70 встреч с зарубежными инвесторами и местными бизнесменами. На базе социально- предпринимательской корпорации «Туркестан» открыт филиал «Туркестан-инвест», который по принципу «одного окна» оказывает полный спектр услуг инвесторам. «Туркестан-инвест» поддерживает 24 крупных инвестиционных проекта. Для потенциальных инвесторов создан инвестиционный портал investinturkistan.org на семи языках.

Спецпроект «Новое гуманитарное знание. 100 новых учебников на казахском языке». Проведена презентация переведенных бесплатных учебников с участием руководителей вузов и интеллигенции. Проведена декада открытых дверей. В ЮКГПУ открыты площадка «Рухани жаңғыруу», коворкинг-центр и бесплатные компьютерные классы. В двух вузах открыты проектные офисы «Рухани жаңғыруу».

Строительство. Объем строительных работ составил 139,1 млрд. Тенге и увеличился на 1,9 процента по сравнению с прошлым годом. По этому показателю область занимает 13 место в республике, ее доля – 3,6 процента. За отчетный период сдано в эксплуатацию 37,8 тысячи квадратных метров жилья, что по сравнению с 2021 годом на 21,7 процента больше. По этому показателю область занимает 3 место в республике.

Жилье и занятость. Пять социальных инициатив главы государства в области реализуются на высшем уровне. За счет средств бюджета сдано в эксплуатацию 35 жилых домов – 30,6 тысячи квадратных метров жилья, или 500 квартир. Построена также 92 километра инженерно-коммуникационных систем к семи объектам с 935 земельными участками. Акиматом области и АО «Баспана» подписан меморандум о сотрудничестве в реализации программы «7-20-25». В г.Туркестане начато строительство шести многоквартирных домов (26,1 тыс. кв.м жилья, или 336 квартир),завершение которых запланировано на третий квартал 2023 года. 50

Туркестанская область богата историческим и культурным наследием и является своеобразным музеем под открытым небом. На территории области 1754 памятника истории и культуры, в том числе 1 объект международного значения (мавзолей Х.А. Ясави), 31 памятник республиканского значения, 421 памятник местного значения и 1301 объект в предварительном списке.

А также, в области функционируют 220 мест размещения (*гостиницы, хостелы, зоны отдыха, детские лагеря*) и 68 санаторно-курортных организаций.

Кроме того, на территории области расположены 4 особо охраняемых природных объекта – заповедники «Аксу-Жабагьлы» и «Каратау» которые включенные в реестр биосферных объектов ЮНЕСКО, также

национальный природный парк «Сайрам-Угам» и региональный природный парк «Сырдарья-Туркестан».

По итогам 2023 года количество туристов составило 678,5 тысяч человек, по сравнению с аналогичным периодом 2022 года увеличилось на 24,1 % [3].

По итогам 4 месяцев 2023 года количество однодневных посетителей в государственный историко-культурный заповедник-музей «Азрет-Султан» составило 203 394 человек [4].

Инвестиции в туристскую отрасль

В настоящее время, согласно официальным статистическим данным, в по итогам 3 месяцев 2023 года объем инвестиций в основной капитал в сфере туризма составил 6,9 млрд.тенге.

В настоящее время разработан пул туристских инвестиционных проектов, реализуемых на территории области. Согласно пулу проектов на территории области на 2023-2024 годы планируется строительство 18 туристических инвестиционных проектов на общую сумму 41,691 млрд. тенге.

В частности, реализуются такие проекты, как гостиница на 30 номеров, гостиница на 100 номеров, гостиница "Medina Palace", развлекательный центр "Отуу", Фитнес-клуб, каток, теннисный центр, развлекательный центр "Turkistan Mall".

Туристско рекреационный комплекс «Шага»

В целях дальнейшего развития пляжного туризма в регионе в Туркестане ведутся соответствующие работы по сезонному открытию пляжа «Шага». Также, по направлению безопасности туристов во время посещения пляжа находятся на пристальном контроле. К слову, на территории пляжа планируется установка спасательной вышки, информационных табличек и т.д.

Поддержание чистоты туристских объектов

На основных туристских объектах Туркестанской области (мавзолее Арыстанбаб, городище Отырар, музей Отырар, пещера Акмешит, мавзолей Укаш ата, ГТО Аксу-Жабаглы, ГНПП Сайрам-Угам и др.) были установлены мусорные баки.

Кроме того, в духовно-культурном центре города Туркестан установлено около 100 навигационных указателей, указывающих направление на туристические объекты, такие как мавзолей Яссауи, Визит-центр, центр Ұлы дала елі, туристский комплекс Керуен – Сарай, городище Культобе, этноаул, санитарно-гигиенические узлы и др. В настоящее время

планируется работа по пополнению и совершенствованию данных указателей.

Проводя анализ инвестиционной политики Республики Казахстан, следует отметить, что основной целью государства является достижение благоприятного инвестиционного климата в стране и дальнейшее стимулирование притока прямых иностранных инвестиций в экономику.

Вклад туристской отрасли в развитие экономики Туркестанской области

1. Увеличение туристского потока в Туркестанскую область
2. Реализация потенциала и развитие туристского ресурса
3. Привлечение инвестиций в туристскую отрасль Туркестанской области и повышение инвестиционной привлекательности региона

Привлечение инвестиций в туристскую отрасль Туркестанской области и повышение инвестиционной привлекательности региона:

2021гг –101,9млрд. тенге;

2022гг –114,7 млрд. тенге;

2023гг –220,1 млрд. тенге;

2024гг–269,1 млрд. тенге;

2025гг–327,7 млрд. тенге.

Вывод. Область в целом привлекательна для иностранных инвесторов. С какой стороны не взглянуть, много плюсов. Если перечислить основные: первое – выгодное географическое расположение и логистика: близость Узбекистана и КНР, наличие автомагистрали «Западная Европа – Западный Китай». Другими экспорт в любую сторону Европа – Азия в зоне досягаемости 7 – 10 дней и товар можно доставить как до Балтийского моря, так и на берег Тихого океана. Для Республики Казахстан, не имеющих прямого выхода к морю это шикарная возможность, которую нужно использовать. Второе – богатые природные ресурсы: область занимает 1 место в РК по добыче урана, разведано более 50 месторождений полезных ископаемых: железа, баритов, фосфоритов и др. Тут мне кажется комментарии излишни. Третье – человеческий капитал и низкие издержки на оплату труда: в области проживают около 2 млн. человек, из них 870 тыс. экономически активные граждане, средняя зарплата – 109 706 (290 долл. США). Четвертое – высокий потенциал развития АПК и туризма. Туркестанская область лидирует по численности МРС – 4,1 млн. голов, здесь расположены около 80% теплиц страны – 800 из 1150 га. И большая часть из них расположена в одном только Сарыагашском районе. На территории Туркестанской области имеются площадки с готовой инфраструктурой и возможностью предоставления инвестиционных преференций. Это – специальная экономическая зона «Туркестан» и индустриальные зоны в районах.

Привлечение финансовых средств в Туркестанскую область – это преодоление экономической отсталости, обеспечение высокого качества жизни населения страны на основе использования зарубежных капиталов в модернизации и структурных преобразованиях национальной экономики, развитию инфраструктуры области, а эти все мероприятия будут способствовать развитию международного туризма.

Достижение данной стратегической цели обеспечит решение следующих задач:

- развитие экспортного потенциала;
- развитие импортозамещающих производств;
- увеличение налоговых поступлений;
- создание новых рабочих мест и т.д.

На сегодняшний день можно с уверенностью сказать, что за истекшее десятилетие Казахстан зарекомендовал себя как надежный партнер и стабильное государство.

Список литературы:

1. Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана от 5 октября 2018 г.
2. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы
3. Электронный ресурс: <https://www.gov.kz/>
4. Электронный ресурс: <http://azretsultan.kz/rus/>

4. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ЭВОЛЮЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ: ОТ КЛАССИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ ДО МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

Голушко Евгения Владимировна

канд. экон. наук, доц.,
Пятигорский институт (филиал)
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский
федеральный университет»,
РФ, г. Пятигорск

Буравлева Анна Сергеевна

студент,
Пятигорский институт (филиал)
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский
федеральный университет»,
РФ, г. Пятигорск

THE EVOLUTION OF ECONOMIC THOUGHT: FROM CLASSICAL COMPETITION TO MACROECONOMIC POLICY

Evgeniya Golushko

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,
Pyatigorsk Institute (branch)
«North Caucasus Federal University»,
Russia, Pyatigorsk

Anna Buravleva

Student,
Pyatigorsk Institute (branch)
«North Caucasus Federal University»,
Russia, Pyatigorsk

Аннотация. Статья представляет обзор исторического развития экономической мысли, начиная от классической теории Адама Смита до современных подходов к регулированию экономики через макроэкономическую политику. В классической экономической теории преобладала идея о саморегулирующихся рынках и «невидимой руке», обеспечивающей равновесие между спросом и предложением. Однако Великая депрессия привела к появлению критики этой концепции, выдвинутой Джоном Мейнардом Кейнсом. Его теория подчеркивала необходимость государственного вмешательства в экономику для борьбы с безработицей и стимулирования экономического роста. Таким образом, макроэкономические вопросы стали отделяться от классического анализа, а кейнсианская экономика получила широкое распространение. Современная экономика использует как денежно-кредитную, так и фискальную политики для регулирования экономической активности и обеспечения стабильности цен. Эти инструменты играют ключевую роль в смягчении негативных последствий экономических спадов и поддержании экономической стабильности.

Abstract. The article provides an overview of the historical development of economic thought, starting from the classical theory of Adam Smith to modern approaches to regulating the economy through macroeconomic policy. Classical economic theory was dominated by the idea of self-regulating markets and an «invisible hand» that ensures a balance between supply and demand. However, the Great Depression led to criticism of this concept, put forward by John Maynard Keynes. His theory emphasized the need for government intervention in the economy to combat unemployment and stimulate economic growth. Thus, macroeconomic issues began to separate from classical analysis, and Keynesian economics became widespread. The modern economy uses both monetary and fiscal policies to regulate economic activity and ensure price stability. These tools play a key role in mitigating the negative effects of economic downturns and maintaining economic stability.

Ключевые слова: конкуренция, макроэкономическая политика, фискальная политика, денежно-кредитная, экономический рост.

Keywords: competition, macroeconomic policy, fiscal policy, monetary policy, economic growth.

В основе экономической теории Адама Смита и так называемой классической экономической теории преобладала мысль о том, что в результате свободной конкуренции на рынках спрос и предложение находятся в постоянном равновесии, а механизм автоматически функционирующих цен с этим балансом регулирует так называемая «невидимая

рука». Таким образом, было признано, что экономика будет постоянно находиться в состоянии полной занятости, где факторы производства используются наиболее эффективно и не остаются бездействующими. Считалось, что спад экономической активности и безработица в экономике могут происходить ненадолго, но с помощью действующего ценового механизма он быстро исправится и снова достигнет полного баланса занятости.

С масштабной и продолжительной безработицей во время Великой экономической депрессии (1929) мысль о саморегулируемых рынках стала серьезно подвергаться сомнению. Джон Мейнард Кейнс выдвинул новую теорию в своей работе «Общая теория занятости, процентов и денег», опубликованной в 1936 году [1].

Согласно этой теории, на многих рынках цены не обладали необходимой гибкостью для работы в качестве автоматических стабилизаторов. Жесткость цен, особенно в заработной плате, задерживала повторное эффективное использование производственных факторов после серьезного шока и могла привести к их бездействию в течение длительного периода времени.

Наряду с этой широко принятой теорией с опытом Великой депрессии получила свое распространение мысль о том, что макроэкономические вопросы должны быть отделены от классического экономического анализа и изучены по отдельной линии. Макроэкономические исследования, впоследствии также называемые кейнсианской экономикой, вскоре стали стремительно распространяться [4].

В то время как раньше в рамках классической экономической философии не уделялось внимания к вмешательству государства в экономику, кейнсианская теория поставила мысль о том, что государство может уменьшить свое влияние с помощью макроэкономической политики, которую оно будет использовать в условиях экономического спада. В этот период под влиянием новой политической конкуренции, вызванной ростом социалистических экономик, роль государства в экономике при использовании кейнсианской макроэкономической политики становилась все более высокой.

В современной экономике для смягчения влияния экономических спадов государства прибегают к двум важным макроэкономическим политикам. Это фискальная политика и денежно-кредитная политика. Для достижения успеха обеих этих политик очень важно, чтобы их сроки были оптимальными.

Денежно-кредитная политика регулируется центральными банками. В то время как некоторые страны ставили перед центральными банками единственную задачу – достичь низкого и стабильного уровня

инфляции, другие ставили двойную задачу – поддерживать низкий и стабильный уровень инфляции и максимально приближать экономику к потенциальному уровню производства [2]. Данная политика регулирует спрос и предложение на денежные средства, устанавливает процентные ставки и определяет суммы выданных кредитов физическим и юридическим лицам, посредством использования следующих инструментов: рефинансирование коммерческих банков, изменения процентных ставок, регулирование требований к объему обязательных резервов и манипулирование объемами денежной массы.

Денежно-кредитная политика, проводимая разными странами в современной практике, может быть направлена как на сдерживание, так и на стимулирование процессов в зависимости от стадии экономического цикла в стране. В свою очередь фискальная или же налоговая политика государства представляет собой набор переделённых мер и инструментов, принимаемых государством для стабилизации экономической ситуации в стране, с помощью изменения налоговой политики, сокращения или увеличения государственных расходов и дефицита бюджета.

Инструментом фискальной политики, который может быть использован для стимулирования экономики в случае рецессии, являются налоги. Государство может снизить налоговые ставки в условиях экономического спада, стимулируя частное потребление и инвестиции [3]. Кроме того, поскольку в конце спада будет нелегко снова повысить ставки налогов, это не соответствует критерию, что налоговая политика носит временный характер. Соответственно, снижение налогов для стимулирования экономики без изменений в политике государственных расходов может не оказывать влияния на повышения уровня спроса и инвестиций. С другой стороны, по мнению экономистов, близких к новой классической экономике, рецессия в значительной степени обусловлена предложением, поэтому снижение налогов во время спада может привести к росту экономики, в частности, к увеличению инвестиций и, в конечном счете, к увеличению предложения.

Таким образом, экономическая теория пережила ряд изменений за свою обширную историю, от идеи Адама Смита, до современного регулирования экономики посредством макроэкономической политики для обеспечения регулирования экономики и обеспечения ее стабильности. Для достижения данных целей в современной экономике используется денежно-кредитная и фискальная политики, которые играют ключевую роль в регулировании экономики, помогая смягчить негативные последствия экономических спадов, и поддерживают стабильность цен на рынках.

Список литературы:

1. Горчакова, А.Ю. История экономики и государственного управления в России : Учебное пособие / А.Ю. Горчакова, Е.А. Семенова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 54 с. – ISBN 978-5-7310-4694-7. – EDN FGTITD.
2. Камышова, А.Б. Макроэкономика (продвинутый уровень) / А.Б. Камышова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – 195 с. – ISBN 978-5-7310-4662-6. – EDN NOTQCC.
3. Сергеева, С.А. Проблемы макроэкономики Российской Федерации / С.А. Сергеева, Т.В. Добринова, М.А. Гололобова, А.А. Бароян // Актуальные проблемы развития социально-экономических систем: теория и практика : сборник научных статей 9-й Международной научно-практической конференции, Курск, 31 мая 2019 года / Юго-Западный государственный университет. Том 2. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2019. – С. 152-155. – EDN BFMUMO.
4. Самошков, А.К. О некоторых подходах к рассмотрению Макроэкономики / А.К. Самошков // Проблемы региональной экономики. – 2019. – № 45. – С. 3-12. – EDN IDNYC.

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам LXXXI международной
научно-практической конференции*

№ 4 (81)
Апрель 2024 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 15.04.24. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 2,375. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 1



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru