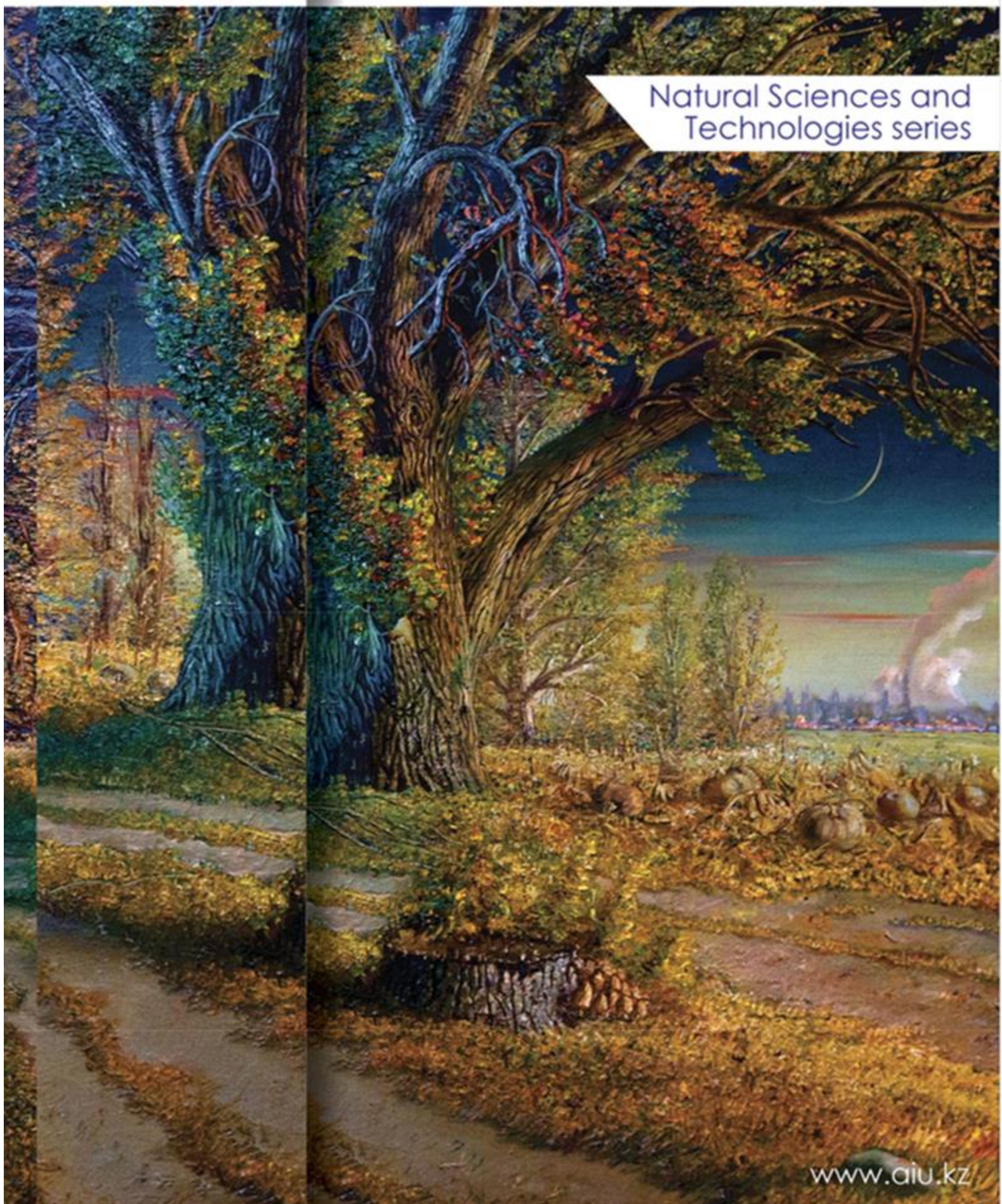


INTERNATIONAL SCIENCE REVIEWS



№4 (6) 2024

Natural Sciences and
Technologies series





INTERNATIONAL SCIENCE REVIEWS

Natural Sciences and Technologies series

Has been published since 2020

№4 (6) 2024

Astana

INTERNATIONAL SCIENCE REVIEWS. NATURAL SCIENCES AND TECHNOLOGIES SERIES ЖУРНАЛЫНЫҢ РЕДАКЦИЯСЫ

БАС РЕДАКТОР

Қалимолдаев Мақсат Нұрадилович, техникалық ғылымдар докторы, ҚР ҰҒА академигі, профессор, ҚР ҒЖБМ ҒК «Ақпараттық және есептеу технологиялары институты бас директорының кеңесшісі, бас ғылыми қызметкері (Қазақстан)

БАС РЕДАКТОРДЫҢ ОРЫНБАСАРЫ

Мырзағалиева Анар Базаровна, биология ғылымдарының докторы, профессор, бірінші вице-президент, Астана халықаралық университеті (Қазақстан);

РЕДАКТОРЛАР:

- **Сейткан Айнур Сейтканқызы**, техника ғылымдарының кандидаты, PhD, жаратылыстану ғылымдары жоғары мектебінің деканы, Астана халықаралық университеті (Қазақстан);

- **Муканова Асель Сериковна**, PhD, Ақпараттық технологиялар және инженерия жоғары мектебінің деканы, Астана халықаралық университеті (Қазақстан);

- **Абдилдаева Асель Асылбековна**, PhD, қауымдастырылған профессор, Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ (Қазақстан);

- **Хлахула Иржи** PhD, профессор, Познаньдағы Адам Мицкевич атындағы университет (Польша);

- **Редферн Саймон А.Т.**, PhD, профессор, Наньян технологиялық университеті (Сингапур);

- **Сяолей Фенг**, PhD, Наньян технологиялық университеті (Сингапур);

- **Шуджаул Мулк Хан**, PhD, профессор, Каид-және-Азам университеті (Пакистан);

- **Базарнова Наталья Григорьевна**, химия ғылымдарының докторы, профессор, Химия және химиялық-фармацевтикалық технологиялар институты (Ресей);

- **Черёмушкина Вера Алексеевна**, биология ғылымдарының докторы, профессор, РҒА СБ Орталық Сібір ботаникалық бағы (Ресей);

- **Тасболатұлы Нұрболат**, PhD, Ақпараттық технологиялар және инженерия жоғары мектебі деканының орынбасары, Астана халықаралық университеті (Қазақстан);

- **Байшоланов Сакен Советович**, география ғылымдарының кандидаты, доцент, Астана халықаралық университеті (Қазақстан);

- **Нуркенов Серик Амангельдинович**, PhD, қауымдастырылған профессор, Астана халықаралық университеті (Қазақстан).

РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА INTERNATIONAL SCIENCE REVIEWS. NATURAL SCIENCES AND TECHNOLOGIES SERIES

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Калимолдаев Максат Нурадилович, доктор технических наук, академик НАН РК, профессор, ГНС, советник генерального директора Института информационных и вычислительных технологии КН МНВО РК (*Казахстан*)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

Мырзагалиева Анар Базаровна, доктор биологических наук, профессор, первый вице-президент, Международный университет Астана (*Казахстан*)

РЕДАКТОРЫ:

- **Сейткан Айнур Сейтканкызы**, кандидат технических наук, PhD, декан высшей школы естественных наук, Международный университет Астана (*Казахстан*);
- **Муканова Асель Сериковна**, PhD, декан Высшей школы информационных технологий и инженерии, Международный университет Астана (*Казахстан*);
- **Абдилдаева Асель Асылбековна**, PhD, ассоциированный профессор, Казахский национальный университет имени Аль-Фараби (*Казахстан*);
- **Хлахула Иржи** PhD, профессор, Университет имени Адама Мицкевича в Познани (*Польша*);
- **Редферн Саймон А.Т.**, PhD, профессор, Наньянский технологический университет (*Сингапур*);
- **Фенг Сяoley**, PhD, Наньянский технологический университет (*Сингапур*);
- **Шуджаул Мулк Хан**, PhD, профессор, Университет Каид-и Азама (*Пакистан*);
- **Базарнова Наталья Григорьевна**, доктор химических наук, профессор, Институт химии и химико-фармацевтических технологий (*Россия*);
- **Черёмушкина Вера Алексеевна**, доктор биологических наук, профессор, Центральный Сибирский Ботанический сад СО РАН (*Россия*);
- **Тасболатұлы Нұрболат**, PhD, заместитель декана Высшей школы информационных технологий и инженерии, Международный университет Астана (*Казахстан*);
- **Байшоланов Сакен Советович**, кандидат географических наук, доцент, Международный университет Астана (*Казахстан*);
- **Нуркенов Серик Амангельдинович**, PhD, ассоциированный профессор, Международный университет Астана (*Казахстан*);

EDITORIAL TEAM OF THE JOURNAL INTERNATIONAL SCIENCE REVIEWS.
NATURAL SCIENCES AND TECHNOLOGIES SERIES

CHIEF EDITOR

Maksat Kalimoldayev, Doctor of Technical Sciences, Academician of NAS RK, Professor, SRF, CEO's counselor «The Institute of Information and Computational Technologies» CS MSHE RK (Kazakhstan)

DEPUTY CHIEF EDITOR

Anar Myrzagaliyeva, Doctor of Biological Sciences, Professor, First Vice-President, Astana International University (Kazakhstan)

EDITORS:

- **Ainur Seitkan**, Candidate of Technical Sciences, PhD, Dean of the Higher School of Natural Sciences, Astana International University (Kazakhstan);
- **Assel Mukanova**, PhD, Dean of the Higher School of Information Technology and Engineering, Astana International University (Kazakhstan);
- **Assel Abdildayeva**, PhD, Associate Professor, of the Department of Artificial Intelligence and Big Data, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan);
- **Jiri Chlachula**, PhD, Dr.Hab., Full Professor, Adam Mickiewicz University, Poznań (Poland);
- **Simon A.T. Redfern**, PhD, Professor, Nanyang Technological University (Singapore);
- **Xiaolei Feng**, PhD, Nanyang Technological University (Singapore);
- **Khan Shujaul Mulk**, PhD, Professor, Quaid-i-Azam University (Pakistan);
- **Natal'ya Bazarnova**, Doctor of Chemical Sciences, Professor, Institute of Chemistry and Chemical-Pharmaceutical Technologies (Russia);
- **Vera Cheryomushkina**, Doctor of Biological Sciences, Professor, Central Siberian Botanical Garden SB RAS (Russia);
- **Nurbolat Tasbolatuly**, PhD, Deputy Dean of the Higher School of Information Technology and Engineering, Astana International University (Kazakhstan);
- **Saken Baisholanov**, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Astana International University (Kazakhstan);
- **Serik Nurkenov**, PhD, Associate Professor, Astana International University (Kazakhstan).

Editorial address: 8, Kabanbay Batyr avenue, of.316, Nur-Sultan,
Kazakhstan, 010000

Tel.: (7172) 24-18-52 (ext. 316)

E-mail: natural-sciences@aiu.kz

International Science Reviews NST - 76153

International Science Reviews

Natural Sciences and Technologies series

Owner: Astana International University

Periodicity: quarterly

Circulation: 500 copies

CONTENT

1. K.S. Baktybekov, A.E. Ashurov, B.R. Zhumazhanov Analysis of the requirements for satellite constellation control.....	7
2. М.Джунусова, Д.Ракишева Жасанды интеллект көмегімен бұқтырма су қоймасының динамикасын модельдеу және болжау.....	16
3. Д.Байғожанова, Н.Ермекова, А.Сабантаев Қазақстанда отандық өнімдерді жарнамалау мен сату бизнесін ұйымдастыруды автоматтандыру әдістері	22
4. Н.Тасболатұлы, Е.Жұмабай Methods of Automation of the Organization of Advertising and Sales Business of Domestic Products in Kazakhstan	31
5. Ш.Қ. Серікова, С.А.Наурызбаева Құпия ақпаратты алу әдістері мен құралдары	38
6. Э.Апшурский А вот наблюдатель тут явно притянут за уши!	45
7. А.С.Тыныкулова, А.В.Фаддеенков Факторы, влияющие на оптимальность земельных ресурсов	54
8. O.Bulgakova The Interplay between Mitochondria, MitomiRs, Radiation, and Age-Related Diseases: Prospects for Research	64

Қазақстанда отандық өнімдерді жарнамалау мен сату бизнесін ұйымдастыруды автоматтандыру әдістері

Дәметкен Байғожанова^{a✉}, Набира Ермекова^a, Алтемір Сабантаев^b

^a ✉ Ақпараттық технологиялар және инженерия жоғары мектебі, Астана халықаралық университеті, 010000, Астана, Қазақстан

^a Физика-математика факультеті, Ілияс Жансүгіров атындағы Жетісу университеті КЕ АҚ 040000, Талдықорған, Қазақстан

^b Ақпараттық технологиялар және инженерия жоғары мектебі, Астана халықаралық университеті, 010000, Астана, Қазақстан

✉ Автор-корреспондент.

Аңдатпа. Мақалада отандық өнімдерді жарнамалау және сату саласындағы бизнес-процестерді автоматтандырудың теориялық негіздері мен оны жүзеге асырудың әдіс-тәсілдері беріледі. Сонымен қатар, отандық тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға көмектесетін заманауи технологиялар мен құралдар қарастырылады. Зерттеудегі негізгі мақсатымыз – отандық өнімдерді жарнамалау және сату саласындағы бизнес-процестерді ұйымдастыру мен оларды практикада жүзеге асырудың түрлі әдістерін көпшілік қауымға ұсыну, ал, зерттеу объектісі – отандық өнімдер мен тауарларды жарнамалау мен сату болып табылады. Зерттеу жұмысының жаңалығы – Отандық тауар өндірушілерге бағытталған жарнама мен өнімді өткізуді автоматтандырудың инновациялық, яғни жаңаша тәсілдерін әзірлеу және өмірде қолданысқа енгізу. Сонымен қатар, ұсынылып отырған тәсіл заман талабына сай автоматтандыру әдістерін жергілікті өндірілген өнімдерді жарнамалауға және сатуға бағытталған бірегей шешімдермен біріктіруді көздейді. Келешекте, зерттеу жұмысының нәтижелерін отандық әртүрлі салада: мысалы, медицинада денсаулықты сақтауға арналған өнімдерді, нақты өнім ретінде «глобал тренд» компаниясының нано-бальзам, Павлов спринг, әйелдерге арналған гель және тағы басқа да өнімдерін, ауыл-шаруашылығында өндірілетін азық-түлік немесе халыққа тұтынуға арналған киім-кешектер мен техникалық құралдар, яғни тауарлық өнімдерді жарнамалау мен сатуды әртүрлі кәсіпорындар мен компанияларға қолданысқа енгізуге ұсынуға болады деп есептейміз.

Түйін сөздер: отандық өнім, жарнамалау, сату, бизнес-процесс, заманауи әдістер, Global trend, автоматтандыру.

Кіріспе

Қазіргі заманда, біздің елімізде ақпараттық технологияларды кез-келген салаға қолдану қарқынды дамуда деп айта аламыз, атап айтар болсақ, білім беру, банк саласы, медицина, халыққа қызмет көрсету және тағы да басқа көптеген салаларда кейбір ТМД мемлекеттермен салыстырғанда жетістіктеріміз жақсы жолға қойылған деуге болады. Ал, бір өкініштісі, дәл осы мерзімде әлемнің «Ең ірі технологиялы» компаниялары бар мемлекеттерде, әсіресе ақпараттық технологиялары өте жоғары дәрежеде дамыған Корея республикасы, Сеул (Samsung Electronics), Жапония (NTT,

Panasonic), АҚШ, California (Apple), АҚШ, New York (IBM), Германия (Siemens), Қытай, Hong Kong (China Mobile), Швеция, Stockholm (Ericsson) және тағы да басқа мемлекеттермен жасыратыны жоқ, өзімізді салыстыра алмайтын дәрежедеміз.

Тек қана ақпараттық технологияларды шығаратын емес, оларды қолдану саласы бойынша өзге елден аларымыз, үйренетініміз өте көп. Ақпараттық технологиялар және жасанды интеллектінің өте жоғары дәрежеде дамуы мен олардың кез-келген салада қолданысқа енгізілуі кезек күттірмейтін *өзекті мәселелердің* бірі. Жоғарыда аты аталған және аталмай қалған қанша мемлекеттерде ақпараттық технологияларды

қаншалықты өндіріп нарыққа шығаруына және одан керемет пайдаға кенелуінің бірден-бір себебі, оларда бизнес процесінің жоғары деңгейде дамуы болып отыр. Сол себепті, біз технология өндірмесек те, еш болмаса Қазақстанда өндірілетін өнімдерді жарнамалау мен оларды сату бойынша бизнес процесін автоматтандырудың әдіс-тәсілдерін игерудің *қажеттілігі* туындайды. Міне, біздің зерттеу жұмысымыздың *өзектілігін* осыдан айқын көруімізге болады. Жоғарыда келтірілген мәліметтерді негізге ала отырып, біздің зерттеу жұмысымыздағы көздеген *мақсатымыз*: Қазақстанда өндірілетін отандық өнімдерді жарнамалау және сату барысында бизнес процесін ұйымдастырып, оларды жүзеге асыруда ақпараттық технологияларды кеңінен пайдалану арқылы автоматтандыру жұмыстарын жүргізудің әдіс-тәсілдерін зерттеу және іс-жүзінде жүзеге асыру болып табылады.

Материалдар және әдістер

Біз зерттеуіміздің бұл бөлімінде жалпы Қазақстанда отандық өнімдер өндіруді жарнамалау мен сату бойынша жалпы бизнес процесі қалай дамуда? – деген сұрақтарға қысқаша тоқталып өткенді жөн көрдік. Біздің елімізде соңғы жылдары отандық өнімдерді өндіру және оны нарыққа шығарып сату бойынша бизнес процесі жан-жақты бірнеше бағытта дамып келеді.

Мемлекеттік қолдау. Бизнес жасаймын деген әрбір кәсіпкерге мемлекетіміз тарапынан қолдау көрсетілуде. Атап айтар болсақ, үкіметіміз отандық өнім өндірушілерді қолдау үшін түрлі бағдарламалар мен субсидиялар енгізілуде.

Кәсіпкерлерге қаржылық көмек көрсетіледі, салық жеңілдіктері жасалып инфрақұрылымды дамыту арқылы жүзеге асырылады.

Инновациялар (жанашаландыру) мен технологиялар. Көптеген ірілі-ұсақты компаниялар жарнамалауға және нарыққа шығаруға жаңа технологияларды енгізу арқылы өндірілген өнімнің сапасын арттыруға және өндіріс тиімділігін жоғары деңгейге көтеруге ат салысуда. Бұл әдіс, әсіресе ауыл шаруашылығында ет, сүт

өнімдерін өңдеу өнеркәсібінде айқын байқалуда.

Экспортты дамыту. Қазақстанның экспорттық әлеуетін арттыру мақсатында отандық өнімдерді шетел нарықтарына шығару үшін маркетингтік стратегиялар мен көрмелер ұйымдастырылуда. Олар бірнеше кезеңді қамтиды. 1- кезеңде нарықты зерттеу қажет яғни, мұнда нарықтың қажеттіліктерін, бәсекелестерді және тұтынушылардың талаптарын анықтау мен мақсатты нарықтарды таңдай білу қажет. Ал, екінші негізгі кезеңнің бірі - маркетингтік стратегия: мұнда *бренд* қалыптастыру керек, ол үшін отандық өнімдердің сапасын, басқа өнімдерден ерекшеліктерін және оның артықшылық тұстарын баса көрсету қажет. Сонымен қатар, *баға* саясатын анықтау үшін, бәсекеге қабілетті баға тағайындау және тарату арналарын таңдауға дистрибьюторлар, online платформалар дайындау қажеттілігі туындайды. Келесі кезеңдерде: *халықаралық* деңгейде *көрмелер* мен *жәрмеңкелер* ұйымдастыру, мұнда байланыс орнату арқылы халықты отандық өнімдермен таныстыру жүзеге асырылады. Көрнекі материалдар, өнім үлгілері мен ақпараттық мағлұматтармен қамтамасыз етілген көрме қабырғалары жасалады. Әлеуметтік желілер интернет арқылы жарнамалар жасау, мақалалар жазу, интервью мен пресс-релиздер жүргізіледі. Сонымен қатар, тұтынушылармен кері байланыс орнатуды қарастыру, пікіралмасу және ұсыныстар жасау, кепілдік беру мен техникалық жағынан қолдау көрсету арқылы сатуға қолдау көрсетіліп нәтижелер бағаланады. Осындай әдістер мен стратегиялар арқылы отандық өнімдерді тиімді жарнамалау нәтижесінде экспортты жоғары дәрежеде дамытуға болады.

Тұтынушылардың сұранысы. Соңғы жылдары отандық өнімдерге деген сұраныс артып келе жатқандығының куәгеріміз, өйткені, жалпы мегаполистерде, яғни ірі қалаларда тұратын халық денсаулықтарына мән беріп, әсіресе экологиялық таза және сапалы табиғи өнімдер тұтынуға ден қоя бастады. Демек, бұл тұтынушылардың

отандық өнімдерге деген сенімінің тұрақтала бастағандығын көрсетеді.

Кәсіпкерлік мәдениет. Кәсіпкерлік мәдениетінің дамуы, жастардың кәсіпкерлікке қызығушылығының молаюы, стартап жобалардың көбеюі отандық өнімнің өндірісін арттыруға зор ықпалын тигізуде. Жоғарыда келтірілген факторлар елімізде отандық өнім өндіру мен сату барысында бизнес процесінің дамуына жақсы септігін тигізуде [1].

Жоғарыда аталған теориялық негіздемелерді растауымыз үшін бірнеше нақты мысалдар келтіргенді дұрыс деп есептедік. Қазақстанда отандық өнімдерді жарнамалау және оны нарыққа шығару бойынша бизнес процесі әр түрлі салаларда бірнеше бағытта дамып жатқандығына куәміз. Атап айтар болсақ, "ҚазМұнайГаз": Энергетика секторында жетекші, мұнай мен газ өндіруден үлкен пайда әкеледі. "Қазақстан Темір Жолы": Логистика мен тасымалдау саласында маңызды рөл атқарады және елімізде экономиканың дамуына ерекше әсер етеді. "ҚазМұнайГаз" және "Қазақстан Темір Жолы", елдің экономикалық дамуына зор әсер етеді. "ҚазМұнайГаз" компаниясы Қазақстанның мұнай және газ секторында жетекші орын алады. Оның өнімдері негізінен келесі елдерге экспортталады: Қытай - Қазақстанның мұнай экспортында маңызды нарық. "ҚазМұнайГаз" мұнайын Қытайға жеткізу үшін арнайы құбырлар жүйесі бар. Ресей - Қазақстан мен Ресей арасындағы мұнай тасымалдау келісімдері аясында, "ҚазМұнайГаз" өнімдері Ресей нарығына да шығарылады. Еуропа елдері - Қазақстанның мұнайы Еуропаға да экспортталады, әсіресе Италия, Нидерланды және Германия сияқты елдерге. Түркия - Түркия да Қазақстанның мұнайын импорттайтын елдердің бірі. "ҚазМұнайГаз" компаниясы халықаралық нарықта бәсекеге қабілетті болу үшін, экспорттық бағыттарын кеңейтуге және жаңа нарықтарға шығуға тырысады. Ал, ауылшаруашылық өнімдеріне негізделген, Агроөнеркәсіптік кешен бар: мұнда, біз еліміздің әлемдегі ең ірі астық өндірушілердің бірі екендігімізді жақсы білеміз. Отандық фермерлер мен

агрокомпаниялар заманауи технологияларды астық өндіру барысында тиімді қолдану арқылы өнімділікті жылдан-жылға арттыруда, мұндай жетістіктер көңіл қуантады. Сонымен қатар, агроөнеркәсіптік саланың тағы бір жетістігі "Сүт өнімдері", оның ішінде сүт, йогурт, ірімшік, қаймақ және т.б., ағарған түрлерін елімізде кеңінен тұтынылады, мысалы "Сүт (Молоко)" компаниясы сүт өнімдерін өндіруде жетекші орын алады және ішкі нарықта бәсекеге қабілетті. Ал, "Ет өнімдері" саласында отандық брендтер, сиыр, қой және жылқы еттерін өндіру бойынша мысалы, "Агрофирма Сыбаға" және "Агрофирма Талапкер", нарықта бәсекелестікке қабілетті өнімдер ұсынуда ерекше жетістіктерге қол жеткізуде. "Ет өнімдері"- де ішкі нарықта жоғары сұранысқа ие, сонымен қатар Ресей, Қытай және Еуропа елдеріне экспортталады. Қазақстанымызда Ұн өндірісі де жетекші орында, атап айтсақ, "Қазақстанның Ұн Өндірушілер Одағы" елдегі ұн өндірісін дамытуға және экспортқа шығаруда шешуші роль атқарады [2, 3].

Технологиялық стартаптар. IT-сектор: Қазақстанда IT стартаптар саны артып келеді. Мысалы, "Chocotravel" отандық туристік платформа, ол Қазақстанның туристік әлеуетін дамытуға бағытталған.

Финтех: "Kaspi.kz" — қаржылық қызметтерді ұсынатын платформа, мұны бәріміз де күнделікті сауда жасауда тиімді пайдаланудамыз, демек, бұл отандық бизнесті жаңарта түсуде аса маңызды рөл атқаруда.

"Global-Trend" - компаниясы медицина саласының альтернативі ретінде адам денесіне қажетті дәрумендер мен құнды азық-түлік өнімдерін өндіруде инновациялық технологияларды қолдана отырып, өнім сапасын арттыруда және нарықта бәсекеге қабілетті екендігін әлемге паш етуде десек, қателеспейміз. Өйткені, бүгінде, бұл компанияның адам ағзасына өте пайдалы бірнеше өнімдері бар, атап айтар болсақ: Нано технологиялармен өндірілген Pavlov spring концентраты негізінде жасалған нано бальзамдар, күндізгі және түнгі тіс пасталары кешенді түрде емге пайдаланылады, сонымен

қатар, әйелдерге арналған косметикалық бұйымдар мен гельдер және онкологиялық ауруларды жеңілдетуге және алғашқы стадиясында емдеуге арналған "Global-Trend"- теңдесі жоқ керемет өнімдері бар. Бүгінгі күні, халықаралық деңгейде сатылымда. Атап айтар болсақ, Қытай, Ресей, Турция, Германия, Еуропа елдеріне экспортталуда [4-5].

"Биосфера" компаниясы экологиялық таза өнімдер шығарады, бұл отандық өндірісті дамытуға үлес қосуда. *Онлайн дүкендер:* "Sulpak" және "Technodom" сияқты отандық компаниялар онлайн сауда платформаларын дамытып, тұтынушыларға электрондық коммерция жасауды жүзеге асыруға ыңғайлы қызметтер ұсынып отыр.

Біз қазір, Қазақстанда отандық өнімдер өндіруді жарнамалау мен сату бойынша жалпы бизнес процесі қалай дамуда? – деген сұрақтарға жауап берсек, ендігі жерде Отандық өнімдерді жарнамалау мен сатуды ұйымдастыру бойынша бизнес процесін автоматтандырудың бірнеше *әдістеріне* қысқаша анықтамалар беріп өтейік.

CRM Жүйелері: Клиенттермен қарым-қатынасты басқару (CRM) жүйелері клиенттермен байланыс орнатуға, сату процесін бақылауға және маркетингтік науқандарды автоматтандыруға мүмкіндік береді. Мысалы HubSpot, Salesforce. Электрондық коммерция платформалары: Shopify, WooCommerce сияқты платформалар арқылы онлайн дүкендер ашып, өнімдерді сату процесін автоматтандыруға болады. Маркетингтік автоматтандыру құралдары: Mailchimp, Marketo сияқты құралдар электрондық пошта маркетингін, әлеуметтік медиа жарнамаларын және басқа да маркетингтік науқандарды автоматтандыруға көмектеседі. Деректерді талдау: Google Analytics, Yandex.Metrica сияқты құралдар арқылы веб-сайттың трафигін, клиенттердің мінез-құлқын және сату көрсеткіштерін талдау. Сатуды автоматтандыру: SFA (Sales Force Automation) жүйелері сату процесін автоматтандыруға, сату командасының өнімділігін арттыруға және клиенттермен қарым-қатынасты жақсартуға мүмкіндік береді. Әлеуметтік медиа басқару: Hootsuite,

Buffer сияқты құралдар әлеуметтік медиа платформаларында контентті жоспарлауға және жариялауға көмектеседі. Чат-боттар: Веб-сайттар мен әлеуметтік медиа платформаларында клиенттермен байланыс орнату үшін чат-боттарды пайдалану. Вебинарлар мен онлайн курстар: отандық өнімдерді таныстыру үшін вебинарлар мен онлайн курстар ұйымдастыру. Ендігі жерде жарнамалау әдістеріне жалпы шолу жасайық. Отандық өнімдерді жарнамалау әдістері [6].

Цифрлық маркетинг. Әлеуметтік медиа жарнамасы: әлеуметтік желілер арқылы медиа жарнамасы цифрлық маркетингте негізгі рөл атқарады, олар: Instagram, Facebook, ВКонтакте, Tik-Tok – секілді платформалар арқылы жарнама беру болып табылады. Мысалы, Instagram-дағы жарнамалар визуализациясы арқылы өнімнің ерекшеліктерін көрсету. Орташа статистика бойынша, медиа платформаларындағы жарнама ROI инвестиция қайтарымын 4-6 есеге дейін ұлғайтуға септігін тигізеді.

Инфлюенсерлік маркетинг - те жоғары оқырмандары бар блогерлермен немесе танымал тұлғалармен ынтымақтастық жасауды толығымен меңгерген басшының көзқарасымен біздің клиенттеріміздің көзқарастарының сәйкес келуі өте маңызды.

Контент-маркетинг - дегеніміз блогтар мен мақалалар жазуға, өндірілетін отандық өнімнің ерекше қасиеттерін сипаттап көрсетуге және клиенттердің аудиториямен байланысын нығайтуға жасалған мүмкіндіктерді әдемі көрсетуге арналған жарнама форматы болып есептеледі [6]. Мысалы, сауалнамалар жасау немесе нәтиже алуға болатын оқиғалар туралы ақпараттарды жан-жақты тарату және т.б.

Дәстүрлі жарнама – беру, бұл бұрыннан қолданып келе жатқан теледидар, радио, телефондарды қолданып беріледі. Қандай да бір үлкен аудитория жинау үшін теледидар мен радио жарнамаларын пайдалану, Қазақстанда, әсіресе, жастар мен отбасыларға бағытталған телевизиялық бағдарламаларда жарнама беруді тиімді етеді.

Газеттер мен журналдарда – отандық өнімдердің ерекшеліктерін сипаттап мақалаларды жариялау, немесе жарнамалық

парақшалар орналастыру арқылы жарнамалар беру.

Сыртқы жарнамаларға – негізінен билбордтар және плакаттар жатады. Оларды стратегиялық орындарда, мысалы, денсаулық сақтау пункттерінде, дүкендер мен базарлар маңында, яғни адамдар көп жүретін елді мекендерде орналастыру тиімді. Сыртқы жарнама көп жағдайларда визуализацияны, назар аударуды, еске сақтауды қамтамасыз етеді.

Көрмелер мен жәрмеңкелер: отандық өнімдерді тікелей тұтынушыларға көрсету және олармен тікелей байланыс орнату, кемшіліктер мен пікірлер алмасу. Отандық өнімдер жәрмеңкелерінде тұтынушылардан кері байланысты жинау да маңызды. Отандық өнімдерді жарнамалау мен сатып бизнес жасаудың әдістері мен материалдары заманауи нарықтың қажеттіліктеріне және тұтынушылардың сұраныстарына қарай негізделген.

Жоғарыда атап көрсетілген әдістер мен *материалдар* бұл отандық өнімдерді жарнамалау мен сатуды ұйымдастыру бойынша бизнес процесін автоматтандырудың тиімді әдістері болып табылады.

Нәтижелер

Қазақстанда отандық өнімді жарнамалау және сату саласындағы бизнес-процестерді автоматтандыруды талдауды жалғастыра отырып, біз жиналған ақпараттарды автоматтандырудың кәсіпорындарға

тигізетін әсерін көрсету үшін талдауларды Кесте – 1 түрінде ұсынамыз .

«Атамекен» кәсіпкерлерінің Ұлттық палатасының хабарлауынша, жарнама және өнімді сату саласында автоматтандыруды енгізген кәсіпорындар орташа есеппен сатылымның 12%-ға өскенін атап өтеді. Бұл мағлұмат тұрмыстық тарату арналарының кеңеюімен және цифрлық платформалар арқылы клиенттердің отандық өнімдерді неғұрлым тиімді сатып алумен байланысты болып табылады.

Статистика комитетінің мәліметінше, автоматтандыру процестерді оңтайландыру және қол еңбегін қысқарту есебінен болатын шығындарын орта есеппен 18%-ға төмендетуге мүмкіндік беретіндігі айтылған. Ал, Қазақстандық индустрияны дамыту институтының зерттеулері бойынша - кәсіпорындардан берілген тапсырыстарды өңдеу уақыты 5 күннен 1,5 күнге дейін қысқаратындығы дәлелденген. Мұндай нәтижелердің болуы клиенттерге қызмет көрсетуді жеңілдетіп, жақсартады және тұтынушылардың адалдығының артуына септігін тигізеді.

Қазақстанның цифрлық экономикасы жөніндегі Дүниежүзілік банктің есеп беруіне қарағанда, отандық өнімдерді жарнамалау мен сатуды автоматтандыру процесінің кәсіпорындардың еңбек өнімділігінің жалпы өсімін 5-7% - ға арттыруға ықпал ететіндігі анықталған [7].

Жоғарыда келтірілген мағлұматтарды есепке ала отырып, төмендегіше 1 - кесте құруымызға болады [8].

Кесте 1 – Бизнес процесін автоматтандырудың қазақстандық кәсіпорындар қызметінің маңызды көрсеткіштеріне әсері

Көрсеткіш	Автоматтандыруға дейін	Автоматтандырудан кейін
Сатылымның өсуі (%)	0%	12%
Операциялық шығындардың төмендеуі (%)	0%	18%
Тапсырысты өңдеу уақыты (күндер)	5 күннен	1.5 күнге
Еңбек өнімділігінің өсімі	5%	7%

Талдау

Зерттеу жұмысы бойынша жүргізілген деректерге талдау жасау – стратегиялық шешімдер қабылдауда басты рөл атқаратындығын, сонымен қатар, тұтынушылардың мінез-құлқы, нарықтың серпінін және бизнес-процестердің тиімділігі туралы ақпараттарды жинау және өңдеу, кәсіпорындарға заманауи өзгерістерге тез бейімделуге және бәсекелестерден озып кетуге мүмкіндік беретіндігін көрсетті.

Жергілікті нарықта бәсекелестіктің күшеюі бұл жүйелердің тұрақтылығы мен тиімділігін айтарлықтай дәрежеде арттыруға мүмкіндік беретін құбылыс болып табылады. Алайда, отандық өнімдермен бизнес жасауды автоматтандыру процесі бірқатар *кедергілермен* бетпе-бет келіп отырады. Оның негізгілерінің бірі, қаржыландырудың жеткіліксіздігі және қазіргі заманғы технологияларға, әсіресе шағын және орта кәсіпкерлік үшін қолжетімділіктің шектеулілігі болып табылады. Мұндай жағдайлардың орын алуы инновациялар қарқынын бәсеңдетіп, ұзақ мерзімді бизнес көрсеткіштерін төмендетуі мүмкін. Тағы аса маңызды факторлардың бірі – АТ және цифрлық маркетинг саласындағы білікті мамандардың жетіспеушілігі. Отандық өнімдерді жарнамалау және сатылымға шығару бойынша бизнес жасауды автоматтандыру процесі табысты болу үшін мамандарды оқытуға және біліктіліктерін арттыруға инвестицияларды талап етеді. Осындай өзекті мәселелерді шешуде мемлекеттік бағдарламалар білім беру орындарымен ынтымақтастықта маңызды рөл атқара алады [9, 10]. Сонымен қатар, деректердің қауіпсіздігі мен ақпаратты қорғау мәселелері де ерекше назар аударуды талап етеді, өйткені, цифрландырудың өсуімен киберқауіптер қаупі арта түседі, мұндай жағдай тұтынушылар мен серіктестердің сеніміне кері әсерін тигізуі мүмкін. Сол себепті, кәсіпорындар ақпараттарды қорғаудың қазіргі заманғы әдістерін жетік меңгеруі және қауіпсіздік

жүйелеріне үнемі аудит жүргізіп отырулары қажет деп есептейміз.

Қорытынды

Қорытындылай келе, отандық өнімдерді жарнамалау және сату саласындағы бизнесті ұйымдастыруды автоматтандыру отандық кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда маңызды стратегиялық бағыт болып табылатынын атап өткен жөн.

Қазіргі заманауи технологияларды отандық өнімдерді шет елдер мен өз еліміздің тұрғындарына жарнамалап сатуды жүзеге асыруды ұйымдастыру бойынша бизнес саласын автоматтандыру арқылы, маркетингтік науқандардың дәлдігін арттыруға, клиенттерге қызмет көрсетуді жақсартуға және шығатын шығындарды азайтуға болатындығына көз жеткіздік.

Бүгінгі күні, мемлекетімізде бұрын қабылданған «Цифрлық Қазақстан», кейін, шағын орта бизнесті қолдауға арналған «Бизнестің жол картасы - 2025», «Қарапайым заттар экономикасы» және «Кәсіпкерлік субъектілеріне жеңілдікпен несие беру» бағдарламалары сияқты үкіметтік бастамалар - бизнесті цифрландыруды ынталандыратынына және отандық өнімдерді жарнамалау мен сату бизнесін қолға ала отырып экономиканы әлемдік деңгейге көтеруге болады деген тұжырым жасалды.

Ақпараттық технологиялардың дамуына инвестициялар тарту іскер мамандарды даярлау мен ірілі-ұсақты бизнестің тұрақты дамуын қамтамасыз ету Қазақстанның жаһандық экономикадағы позициясын нығайтуға мүмкіндік берді. Отандық өнімдерді жарнамалау және сатылымға шығару бойынша бизнес жасауды автоматтандыру үрдісі Қазақстан экономикасының дамуына үлес қосып, отандық өнімдерді бәсекеге қабілетті етуге көмектеседі. Әр түрлі бастамалар мен бағдарламалардан көрінетін мемлекеттік қолдау цифрлық экономиканы дамыту үшін қолайлы жағдай жасайды. Мысалы, электрондық үкіметті халыққа қызмет көрсету саласына енгізілуі, оның халыққа қолжетімді болуы елдегі цифрландыру

деңгейінің жоғары дәрежеде өсуіне ықпал етті.

Келешекте, отандық өнімдерді сату бизнесін жаңа заманауи технологиялармен қамтамасыз етуді инвестициялау арқылы заманауи цифрлық технологияларды интеграциялап отандық өндірісті дамыту тиімділігін арттыруға болады.

Елімізде өндірілетін өнімдерді халықаралық нарықтарға шығару үшін

экспорттық стратегияларды дайындау мен елде брендинг нығайтылса, онда халықаралық деңгейде жарнамалау мен сатуды ұйымдастыру бизнесі алда тұрған көптеген қиындықтарға қарамастан, стратегиялық тұрғыдан маңызды сала ретінде жоғары деңгейде өркендейді деген сенімдеміз.

Әдебиеттер

- [1] Сабирова Р.К., Мукашева А.Д., Таирова А.Ж. Қазақстан нарығында брендингің дамуы. Экономика: стратегия и практика, – 2019. - №1 (14). – С. 163-180. Print ISSN 1997-9967 /online ISSN 2663-550X
- [2] Аманжолов Қ.Ж. Сиыр еті экспортының әлеуетін арттыру негізгі міндет / Қ.Ж. Аманжолов // Жаршы. – 2012. – №08. – Б. 40-43.
- [3] Қажғалиев Н.Ж. Қазақстанның ет өндірісі мен экспортқа сиыр етін шығару жағдайы. Сейфуллин оқулары–12: Ғылым жолындағы жастар - болашақтың инновациялық әлеуеті" атты Республикалық ғылыми-теориялық конференциясының материалдары = Материалы Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения–12: Молодежь в науке-инновационный потенциал будущего». – 2016. – Т.І, ч.1. – Б. 281-283
- [4] <https://poleznii-site.ru/zdorove/nano-balzamy-kazahstanskogo-proizvodstva>
- [5] <https://www.youtube.com › watch>
- [6] [https:// Martebe.kz](https://Martebe.kz) білім сайты .
- [7] Ермеков Д.Д. "Цифровой маркетинг в Казахстане: тенденции и перспективы", Журнал "Маркетинг в Казахстане", 2019 г.
- [8] Байгожанова Д.С., Сабантаев А.А. Автоматизация бизнес-процессов рекламы и реализации отечественной продукции. Электронный научный журнал «Central Asian Scientific Journal», Астана, – 2024. - №5(24). – С. 39-45.
- [9] Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, 2020 г.
- [10] Национальная палата предпринимателей "Атамекен". "Анализ эффективности внедрения автоматизации в МСБ Казахстана", 2021 г.

References

- [1] Sabirova R.K., Mukasheva A.D., Tairova A.Zh. Kazakstan naryғыnda brendingtiң damuy. Ekonomika: strategiya i praktika, – 2019. - №1 (14). – S. 163-180. Print ISSN 1997-9967 /online ISSN 2663-550X
- [2] Amanzholov Q.Zh. Siyr eti eksportynың әleuetin arttyru negizgi mindet / Q.Zh. Amanzholov // Zharshy. – 2012. – №08. – B. 40-43.
- [3] Kazhғaliev N.Zh. Kazakstannың et өndirisi men eksportқа siyr etin shyғaru zhaғдайы. Seifullin oқulary–12: Fylym zholyndary zhastar - bolashaqtyң innovatsiyalyқ әleueti" attы Respublikalyқ fylymi-teoriyalық konferentsiyasynың materialdary = Materialy Respublikanskoi nauchno-teoreticheskoi konferentsii «Seifullinskie chteniya–12: Molodezh' v nauke-innovatsionnyi potentsial budushchego». – 2016. – T.I, ch.1. – B. 281-283
- [4] <https://poleznii-site.ru/zdorove/nano-balzamy-kazahstanskogo-proizvodstva>
- [5] <https://www.youtube.com › watch>

- [6] Ələumettik media: paidasy men ziyany • Martebe.kz bilim saity
- [7] Ermekov D.D. "Tsifrovoy marketing v Kazakhstane: tendentsii i perspektivy", Zhurnal "Marketing v Kazakhstane", 2019 g.
- [8] Baigozhanova D.S., Sabantaev A.A. Avtomitizatsiya biznes-protsessov reklamy i realizatsii otechestvennoi produktsii. Elektronnyi nauchnyi zhurnal «Central Asian Scientific Journal», Astana, – 2024. - №5(24). – S. 39-45.
- [9] Komiteta po statistike Ministerstva natsional'noi ekonomiki Respubliki Kazakhstan, 2020 g.
- [10] Natsional'naya palata predprinimatelei "Atameken". "Analiz effektivnosti vnedreniya avtomatizatsii v MSB Kazakhstana", 2021 g.

Методы автоматизации организации рекламно-сбытового бизнеса отечественной продукции в Казахстане

Даметкен Байгожанова^a, Набира Еркекова^a, Алтемир Сабантаев^b

- ^a ☒ Высшая школа информационных технологий и инженерии, Международный университет Астана, 010000, Астана, Казахстан
- ^a Физика-математических факультет, Жетысуский университет имени Ильаса Жансугурова 040000, Талдыкорган, Казахстан
- ^b Высшая школа информационных технологий и инженерии, Международный университет Астана, 010000, Астана, Казахстан
- ☒ Автор-корреспондент

Аннотация. В статье представлены теоретические основы автоматизации бизнес-процессов в сфере рекламы и продаж отечественной продукции и методы ее реализации. Кроме того, рассмотрены современные технологии и инструменты, способствующие повышению конкурентоспособности отечественных товаров. Наша основная цель в исследовании – представить широкой публике различные методы организации бизнес-процессов в сфере рекламы и реализации отечественной продукции и их реализацию на практике. Объектом исследования является реклама и реализация отечественной продукции и товаров. Новизна научно-исследовательской работы заключается в разработке и внедрении инновационных, то есть новых способов автоматизации рекламы и реализации продукции, ориентированных на отечественных производителей. Кроме того, предлагаемый подход предполагает сочетание современных методов автоматизации с уникальными решениями, направленными на продвижение и продажу продукции местного производства. В дальнейшем результаты научных исследований будут использоваться в различных отечественных сферах: например, оздоровительная продукция в медицине, как реальный продукт компании «Глобал Тренд» нано-бальзам, источник Павлова, гель для женщин и многие другие. Я считаю, что можно предлагать рекламу и продажу продукции, продуктов питания, произведенных в сельском хозяйстве или одежды и технического оборудования для общественного потребления различным предприятиям и компаниям.

Ключевые слова: отечественный продукт, реклама, продажи, контроль, бизнес-процесс, современные методы, автоматизация.

Methods of Automation of the Organization of Advertising and Sales Business of Domestic Products in Kazakhstan

Dametken Baigozhanova^{a□}, Nabira Ermekova^a, Altemir Sabantaev^b

^a Higher School of Information Technology and Engineering, Astana International University,
✉ 010000, Astana, Kazakhstan

^a Faculty of Physics and Mathematics, Zhetysu University named after Ilyas Zhangsugurov
040000, Taldykorgan, Kazakhstan

^b Higher School of Information Technology and Engineering, Astana International University,
010000, Astana, Kazakhstan

✉ Corresponding Author

Abstract. The article presents the theoretical foundations of automating business processes in the field of advertising and sales of domestic products and methods for its implementation. In addition, modern technologies and tools that help improve the competitiveness of domestic goods are considered. Our main goal in the study is to present to the general public various methods of organizing business processes in the field of advertising and sales of domestic products and their implementation in practice. The object of the study is advertising and sales of domestic products and goods. The novelty of the research work lies in the development and implementation of innovative, that is, new methods of automating advertising and product sales, aimed at domestic manufacturers. In addition, the proposed approach involves a combination of modern automation methods with unique solutions aimed at promoting and selling locally produced products.

In the future, the results of scientific research will be used in various domestic fields: for example, health products in medicine, such as a real product of the company "Global Trend" nano-balm, Pavlov's source, gel for women and many others. I believe that it is possible to offer advertising and sales of products, food products produced in agriculture or clothing and technical equipment for public consumption to various enterprises and companies.

Key words: domestic product, advertising, sales, control, business process, modern methods, automation