



for both scientists and specialists. Therefore, the main purpose of this article is to provide an overview of strategic management with a special focus on its concepts, theory, and enterprise management model. A review of relevant literature was conducted and the connection between the theory of strategic management and the competitive advantage of the company's philosophy was revealed, the definition of the strategy was defined, the world models of enterprise management were analyzed and the basic principles and disadvantages, the relationship and differences of corporate governance in modern realities were identified.

**Key words:** strategy, strategic management, theories of strategic management, competitive advantage, corporate management, firm efficiency, resource approach, enterprise management models.

МРНТИ 06.56.21

УДК 659.1

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭЛЕКТРОНДЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ ЖАРНАМАСЫН ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

*Р.Ә.Есберген<sup>\*1</sup>, С.Б.Байбосынов<sup>2</sup>, Д.Б.Кулумбетова<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару Академиясының Ақтөбе облысы бойынша филиалы, Ақтөбе қ.

<sup>2</sup>Қазақстан Республикасы Президентінің жанындағы Мемлекеттік басқару Академиясының Қарағанды облысы бойынша филиалы, Қарағанды қ.

<sup>3</sup>Қазақ-Орыс халықаралық университеті, Ақтөбе, Қазақстан  
**e-mail:** [rau01021980@mail.ru](mailto:rau01021980@mail.ru)

**Аңдатпа.** Мақалада Қазақстан Республикасы Ақтөбе қаласында электронды мемлекеттік қызмет көрсетуі жарнамалау қажеттілігі мәселесі қарастырылады. Ғылыми мақаланың мақсаты цифрландыру жағдайында халықтың электронды мемлекеттік қызмет алуын ынталандыру үшін тиімді құрал ретінде жарнаманы қолдану тиімділігін ғылыми негіздеу болып табылады. Мақалада елдегі мемлекеттік қызмет көрсету сапасы мен қол жетімділігі бойынша әкімшілік реформа жүргізудің бағыттары, электронды мемлекеттік қызметті дамыту ерекшеліктері талданған. Сонымен қатар электронды мемлекеттік қызметті халыққа танымал етудің шетелдік тәжірибесіне шолу жасалған. Мақаладағы негізгі қорытындылар мен ұсыныстар электронды үкіметті дамыту және мемлекеттік қызмет көрсету сапасын арттыру жөніндегі Қазақстан Республикасының Заңдарына, Жыл сайынғы Қазақстан Республикасы Президентінің Жолдауларына және "Цифрлық Қазақстан" мемлекеттік бағдарламасына негізделген.

**Түйінді сөздер.** Цифрландыру, мемлекеттік көрсетілетін қызмет, стандарт, регламент, мемлекеттік қызмет сапасы, мемлекеттік корпорация, электронды үкімет, электронды мемлекеттік қызмет көрсету, тұтынушыға бағдар, жарнама.

**Кіріспе.** Қазақстан Республикасындағы әкімшілік реформасының басым бағыттарының бірі мемлекеттік көрсетілетін қызметтер сапасын арттыру міндеті болып табылады. Қазақстан Республикасы Президенті 2018 жылдың 5 қазанындағы Қазақстан халқына Жолдауында азаматтар сұранысына бейімделген мемлекеттік аппарат құру керектігін атап өтті[1]. Бұл ең алдымен сапалы мемлекеттік қызмет көрсетумен байланысты. Сапалы мемлекеттік қызмет көрсету елдегі әлеуметтік-экономикалық ахуалға мәнді әсер етеді. Дербес салалардың көрсететін қызмет сапасы (денсаулық сақтау, білім беру, әлеуметтік қамту, т.б.) жұмыс күші жағдайына және еңбек өнімділігіне, экономикалық өсу сапасына, әлеуметтік-саяси тұрақтылықтың кепілі бола алады.

Мемлекеттік қызмет көрсету сапасы қазіргі заманғы мемлекеттік әлеуметтік-экономикалық даму көрсеткіштерінің бірі. Мемлекеттік қызмет көрсетудің инновациялық және тиімді стандарттарын енгізу мемлекеттік шығындарды төмендетуге, жемқорлықты жоюға және азаматтар тарапынан үкіметке сенімді күшейтуге мүмкіндік береді.

**Әдіснама.** Ғылыми зерттеуде жүйелі және салыстырмалы талдау әдістері қолданылады. Мемлекеттік қызмет көрсетудің халықаралық тәжірибесіне шолу жасалып, Қазақстанда қолдану мүмкіншіліктеріне баға беріледі.

**Талқылау.** Мемлекет мемлекеттік қызмет көрсетудің негізгі көзі болғандықтан, оны көрсетуді жетілдіру жолдары мен әдістерін анықтайды. Бұл өз кезегінде азаматтардың заңды құқықтары мен мүдделерін қорғауды басты назарға алатын мемлекеттік басқарудың сапалы үлгісін тудырады.

Осы мақсатта Қазақстанда мемлекеттік қызмет көрсетудің жоғары сапасына қол жеткізу, барлық мемлекеттік органдарда мемлекеттік қызмет көрсетудің салалық стандарттарын әзірлеу және бекіту,



ИСО халықаралық сапа стандартын кезеңмен енгізу және мемлекеттік органдардың жұмысының ашықтық қағидаты, «электронды үкіметті» дамыту қолға алынып отыр.

Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы (ЭЫДҰ) анықтамасы бойынша, «электронды үкімет» ең жақсы басқаруға («better government», «good governance») қол жеткізу құралы ретінде ақпараттық-коммуникациялық технологиялар, оның ішінде Интернет желісін пайдалану түсініледі[2].

Ал Қазақстан Республикасында электрондық үкімет деп ақпараттық технологиялар көмегімен ішінара келісушілікті қамтамасыз ететін, мемлекет пен азаматтар арасындағы, сондай-ақ, мемлекеттік органдардың өзара әрекеттестігінің бірыңғай механизмі түсініледі. Электрондық Үкімет жүйесінде электронды нұсқада мемлекеттік көрсетілетін қызметтер маңызды роль атқарады.

Қазақстанда мемлекеттік көрсетілетін қызметтер:

1) көрсетілетін қызметті берушілер арқылы;

2) Мемлекеттік корпорация арқылы;

3) "электрондық үкіметтің" веб-порталы және жылжымалы желінің абоненттік құрылғысы арқылы көрсетіледі[3].

Мемлекеттік көрсетілетін қызметтің төмендегідей сипаттамалары бар:

ол жалпы маңызы бар бағыттағы қызметті қамтамасыз етеді;

оны пайдаланатын субъектілердің шексіз шеңбері бар;

мемлекеттік билік органымен немесе басқа субъектімен жүзеге асырылады;

жария және жеке меншікке негізделеді.

Қазақстанда мемлекеттік қызметтер көрсету үшін арнайы регламенттер мен стандарттар әзірленіп бекітіледі. Қазақстан Республикасы Үкіметімен бекітілген реестрде қағаз және электронды нысанда көрсетілуі мүмкін 709 мемлекеттік қызмет тізімі бар [4].

Азаматтардың қажеттіліктерін толықтай қанағаттандыратын мемлекеттік қызмет көрсетудің тиімді жүйесі үш фактормен: біріншіден, қызмет алуға тәжірибенің болуы, қызмет алушының әлеуметтік белсенділігі; екіншіден, қызмет көрсетудің ұсынушы ұйым каналдары бойынша ақпараттық қол жетімділігі; үшіншіден, қызметті ұсыну процесінің инфрақұрылымы сипатталады.

Тікелей мемлекеттік қызмет алушылардың қанағаттану дәрежесіне қызметті ұсынушының қызметкерлер құзыреттілігі, олардың қызмет алушылармен қарым-қатынасындағы сыпайылығы және шешім қабылдаудың айқын параметрлері де әсер етеді.

Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарының «Мемлекеттік сектор өзгерістер көшбасшысы ретінде» 7-реформасына сәйкес мемлекеттік көрсетілетін қызметтерді, әсіресе жергілікті деңгейде жедел және сапалы көрсету клиентке бағдарлану қағидаттарына негізделетін болады. Бизнес-практиканың нәтижелілік, бейімділік сияқты басқа да маңызды белгілері де мемлекеттік қызмет саласында дамитын болады делінген[5]. Мемлекеттік қызмет көрсету сапасын жақсарту - Ел Президентінің жолдауында айқындалған тапсырмаларының бірі. Елімізде «Цифрлы Қазақстан» бағдарламасы жүзеге асырылып отыр. Осыған орай электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді қазіргі заманғы жарнамалық коммуникация құралдарын пайдалана отырып жарнамалау қажет және өзекті болып табылады. Қазіргі заманғы жағдайда жарнамалық коммуникация тек мекеме үшін ғана емес, оның тұтынушылары үшін де маңызды болып табылады.

Қазақстан Республикасында жаңа мемлекеттік менеджмент (New Public Management)- қоғамдық басқаруды реформалаудың қазіргі заманғы үлгісін, оның негізгі идеясы – азаматтарды тұтынушыдан клиентке айналдыру қағидаттарының енгізілуіне байланысты мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалау маңызды.

Қазақстанның цифрлық қоғамға өтуі жағдайында электронды мемлекеттік қызмет алуды насихаттауда жарнаманың ролі жоғары болады. Жарнамалық индустрия электронды қызмет көрсетуді жылжыту үшін бұқаралық коммуникация құралдарын қолдануды көздейді. Жарнама тұтынушының мотивациялық-мінез-құлықтық саласына әсер етеді.

Әлемдік тәжірибеде мемлекет әлеуметтік жарнама түрлері ретінде мемлекеттік жарнама және қоғамдық жарнаманы қолданады. Мұндай жарнама мемлекеттік институттардың жарнамасы және олардың мүдделерін жылжытуды көздейді. Мемлекеттік қызмет көрсету жарнамасының мақсаты мемлекеттік мүдделерді жылжыту болып табылады. Мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалау арқылы әлеуметтік маңызды құндылықтар туралы ақпараттандырылады және беделін арттыру, беделін көтеру сияқты «коммерциялық» мақсаттар да көзделеді.

Ұлыбритания Үкіметінде 1946 жылдан бастап Орталық ақпарат офисі (COI) – тәуелсіз маркетингтік орталық әрекет етеді. Бұл орталықтың мақсаты коммуникация саласында үкіметтік құрылымдар қызметін үйлестіру және жарнамалық агенттіктермен өзара әрекеттесу болып табылады. Жарнамаға Үкіметпен тапсырыс беріледі және үкімет бюджетінен қаржыландырылады[6].



АҚШ-та әлеуметтік жарнама мәселесімен айналысатын Жарнама жөніндегі Кеңес (Ad Council) жұмыс жасайды. Ол II дүниежүзілік соғыс кезінде пайда болды. Жарнама жөніндегі Кеңестің анықтамасы бойынша қоғам игілігіне қызмет ететін жарнама әлеуметтік деп аталады. Мемлекеттік органдармен орналастырылатын жарнама тұрақты түрде қайталанып тұрады.

Германияның ішкі істерді мемлекеттік басқарудың оннан астам бөлімшелерінде мемлекеттік әлеуметтік маркетингпен айналысады. Италияда жалпы мемлекеттік әлеуметтік компанияларға елдің премьер-министрі қатысады.

Қазақстан Республикасында мемлекеттік қызмет көрсету сапасы мен қол жетімділігі көрсеткіштерінің жақсаруына қарамастан оны жетілдіруді қажет ететін мәселелер де бар. Мемлекеттік қызмет көрсетуді дамытуды тежеуші негізгі мәселелер мемлекеттік қызмет алудағы ақпараттық-коммуникациялық технологияларды жоғары жылдамдықты Интернет желісінің болмауынан пайдаланудың төмен деңгейі, мемлекеттік қызмет көрсету стандарттарынан тыс құжаттардың талап етілуі, кейбір қызмет көрсету мерзімінің ұзақтығы, қызмет көрсетуші маманның төмен біліктілігі болып отыр. Жоғарыда аталған мәселелерді шешудегі ең тиімді бағыт Қазақстанда электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді тұтынушылар арасында кеңінен ақпараттандыру және дамыту болып табылады[7].

Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар дамыған заманда электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалаудың ең тиімді тәсілі Интернет болып табылады. Электронды қызмет алуға сұранысты арттыру үшін электронды түрде қызмет көрсету туралы ақпарат құрамы мен мазмұны, қызмет алушыларды авторизациялау механизмі туралы бірыңғай мәліметтер базасын құру қажет.

Электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалау үрдісін төмендегідей кезеңде қарастыруға болады:

ақпараттандыру кезеңі – мемлекеттік қызметтер мен функциялар туралы толық және өзекті ақпаратпен пайдаланушыны қамтамасыз ету. Бұл кезеңде мемлекеттік органның ресми сайтында мемлекеттік қызметтер, мемлекеттік функциялар, әкімшілік ресімдер туралы ақпарат ұсынылады.

мемлекеттік органның ресми сайтында орналастырылған ақпараттың «жеке қол жетімділігі» кезеңі – қызмет тұтынушының қолайлылығын қамтамасыз ету.

**Нәтижелер.** Электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді сауатты жарнамалау үшін оның жарнамалалық кампаниясына төмендегідей негізгі элементтер кіруі тиіс:

негіздеме – халық арасында электронды мемлекеттік қызмет алуды насихаттау;

өзгерістер агенті - электронды мемлекеттік қызмет алуды жарнамалайтын Ақтөбе өңіріндегі танымал жеке тұлға, кәсіпорын немесе мемлекеттік мекеме, жарнамалық агенттік;

мақсатты аудитория – өзгерістер агенті тарапынан өзгертін тұтастай халық;

тарату арналары – мақсатты топ тарапынан жауап реакциясы алынатын және әсер етілетін жарнаманы орналастыру арналары мен өзара әрекет ету жолдары (теледидар, радио, БАҚ, сыртқы жарнама, тарату материалдары);

өзгерістер стратегиясы – өзгерістер агенттерімен мақсатты топ қатынасына немесе мінез-құлқына өзгерістер енгізу үшін әрекет ету үшін қабылданатын бағыт немесе бағдарлама.

Ақтөбе облысында электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалауда бірнеше міндеттер де шешіледі:

электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді тиімді насихаттау;

электронды мемлекеттік қызмет көрсету туралы жан-жақты ақпараттандыру;

қоғамдық пікір қалыптастыру;

мемлекеттің өзекті бағыттарына көңіл аударту;

жалпы цифрландыру бойынша мемлекеттік саясатты қолдау;

азаматтардың қоғамдық белсенділігін жандандыру;

қоғамдағы мінез-құлық үлгілерін өзгерту.

Ақтөбе облысында электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалауда Ақтөбенің халық көп жүретін орындарында (саябақ, қоғамдық көліктер, автовокзал, теміржол вокзалы, үлкен көшелер, мейрамхана, Керуенсити СОО, т.б.) видеомониторларда жарнамалық кампания жүргізу жоспарланады. Сонымен қатар халықтың, әсіресе жастардың көп қолданатын әлеуметтік желі жүйесі арқылы да жарнамалау жоспарда. Әлеуметтік желіде жылжыту – SMM (Social Media Marketing) маркетингтің ең танымал және тиімді құралдарының бірі. Facebook, Вконтакте, Twitter, Одноклассники және Instagram – адамдардың сөйлесу, өзі туралы материалдар жариялау, қызық ақпарат оқу үшін кіретін ресурстары болып табылады. Электронды мемлекеттік қызмет көрсету жарнамасын әлеуметтік желі ресурстары арқылы максималды жеңіл және көңіл көтеретін сипатта ұсыну көзделеді.



Электронды мемлекеттік қызмет көрсетудің артықшылықтарын «Каспий банк» жарнамасы сияқты уақыт шығындарын қысқарту, кез-келген уақытта, кез-келген жерде Интернет желісі арқылы қызметті алу мүмкіндігі, жемқорлық тәуекелдерін төмендету, т.б. аргументтерді келтіре отырып жарнамалау қажет.

Электронды мемлекеттік қызмет көрсету жарнамасының тиімділігін «кері байланыс» қағидасы бойынша тұтынушылармен коммуникация арқылы – олардың қажеттіліктері мен күтулерін ескере отырып мемлекеттік қызметті одан әрі жетілдіру бойынша бағалауға болады. Е-қызметті танымал ету үшін әртүрлі акцияларды жүргізуге болады.

Цифрлық қызметтер мобильді интернет пайдаланушыларының қажеттіліктеріне тез бейімделуі керек. Тұтынушылар цифрлық қызметтер пайдалануда жылдамдық, пайдаланудағы түсініктілік пен қарапайымдылық, және қолайлық қағидаттарына басымдық береді.

Электронды мемлекеттік қызметке сұранысты арттыру үшін әртүрлі құралдар мен тәсілдер қолдануға ұсынылады:

- қаржылық және қаржылық емес ынталандырулар;
- жекелендіру және кастомизация;
- маркетингтік кампания;
- қызметтер ұсынудың көп арналығы[8].

Интернет танымалдығының артуына байланысты әлеуметтік желілер пайдаланушыларымен өзара әрекет маңызды мәнге ие болып отыр. Әлеуметтік сервистер арқылы электронды үкіметті белсенді жылжытуға болады. Facebook, Вконтакте, Twitter, Одноклассники, Instagram және WhatsApp әлеуметтік желілері арқылы портал туралы ақпараттандырып отыру тиімді.

Электронды үкімет қызметіне сұранысты арттыру бойынша стратегиялардың маңызды бағыттарының бірі оларды ұсыну бойынша әртүрлі тәсілдерді пайдалану болып табылады. Қызметтерді алудың мұндай құралдары екі нұсқада ұсынылуы мүмкін: дәстүрлі және цифрлық арналар. Дәстүрлі тәсілдер жеке хабарлау, телефондық немесе пошталық сұрауды қамтиды. Цифрлық құралдар веб-сайттар, мобильді қосымшалар және жалпыға қол жетімді нүктелерді (киоск) қамтиды. Қоғамдық орындарда қызметтер алу арналарын таратуда Сингапурды мысалға алуға болады. Бұл жерлерде азаматтарға сауда нүктелерінде, білім беру және ойын-сауық мекемелерінде орналасқан компьютерлік бөлмелер арқылы электронды нысанда мемлекеттік қызметтер алуға мүмкіндік беріледі. Аталған компьютерлік бөлмелерде электронды мемлекеттік қызметтер ұсынуда азаматтарға «The Volunteer e-Filing Service» тегін бағдарлама жұмыс жасайды. Сонымен қатар салық декларацияларын толтыруда халыққа кеңес беру үшін қала бойынша «E-Filing coach» - Интернет желісіне қол жетімділігі бар 10 компьютермен жабдықталған және білікті қызметкерлері бар автобус бастамашылдығы әрекет етеді.

**Қорытынды.** Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, электронды мемлекеттік қызметке сұранысты арттыру үшін әртүрлі құралдар мен тәсілдерді бірге қолдануға болады. Бұл бағытта үкіметпен қолға алынған барлық шаралар барлық бастамалар тұтынушылардың сәйкес сұраныс факторларын ескере отырып тұтынушыға бағдарланған (user-focused approach) жағдайда ғана тиімді болады[9].

Жоғарыда келтірілген шетелдік тәжірибе үлгілері басшылыққа алынады, соның ішінде маркетингтік кампанияны күшейту қолданылатын болады.

Ақтөбе қаласында электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалау бойынша төмендегідей шаралар жүргізу жоспарланады:

Ақтөбенің мемлекеттік қызмет көрсету нарығында жарнама қажеттігі, оның әрекеттілігі туралы электронды сұрау жүргізу;

сұрау нәтижесінде қажет салаларда жарнама жүргізу нұсқаларын қарастыру;

жарнамалық нұсқалардың тиімділігі туралы «байқап көру» маркетингін жүргізу;

электронды мемлекеттік қызмет көрсету жарнамасын әлеуметтік желілер арқылы (paper-free)

тарату;

электронды мемлекеттік қызмет көрсету жарнамасының әлеуметтік-экономикалық тиімділігін бағалау.

Жобаның материалдары мен нәтижелері «Қазақстан-2050», «Қазақстан-2025» Стратегиялары мен «Цифрлы Қазақстан» бағдарламасы аясында Қазақстанның цифрлық дамуына мәнді үлес қосады.

Ақтөбе облысындағы электронды көрсетілетін мемлекеттік қызметтерді жарнамалауға ғылыми негіз қалыптасады.

Жобаның жаңа идеясы мен нәтижелерін жүзеге асырудан басты әлеуметтік және экономикалық эффект цифрландыру жағдайында

халықтың цифрлық сауаттылығын арттыру;



электронды мемлекеттік қызмет көрсетуді жарнамалау тетіктері анықталады;  
электронды форматта мемлекеттік қызмет алушылар саны артады;  
жаңа мемлекеттік менеджмент қағидаттары тиімді жүзеге асырылады;  
«назар аударатын» мемлекет қағидасы қолға алынады.

Жобада алынған ғылыми нәтижелер оқу-әдістемелік құралдар әзірлеуде, цифрлы мемлекеттік басқару бойынша элективті курстарды даярлауда, Ақтөбе облысында мемлекеттік қызмет көрсету сапасын арттыру жөніндегі стратегиялық жоспарды әзірлеуде қолданылуы мүмкін. Жобаның ғылыми нәтижелерінің мақсатты тұтынушылары мемлекеттік қызмет көрсететін мекемелер, тұрғындар т.б. болып табылады.

---

#### Әдебиеттер тізімі:

1 Назарбаев Н. «Қазақстандықтардың әл-ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» Қазақстан Республикасы Президентінің 2018 жылғы 5 қазандағы халыққа арнаған Жолдауы, [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://www.akorda.kz>

2 Голобуцкий А., Шевчук О. Электронное правительство. – М.: Знание, 2007 – 166 б.

3 Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер туралы Қазақстан Республикасының 2013 жылғы 15 сәуірдегі №88-V Заңы. [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1300000088>

4 Мемлекеттік көрсетілетін қызметтер тізілімін бекіту туралы ҚР Үкіметінің 2013 жылғы 18 қыркүйектегі №983 Қаулысы. [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1300000983>

5 «Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспары» Қазақстан Республикасы Президентінің 2018 жылғы 15 ақпандағы №636 Жарлығы. [ЭР]. Қолжетімділік тәртібі: <http://www.akorda.kz>

6 Bertot, J.C.; Jaeger, P.T.; Grimes, J.M. Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Gov. Inf. Q.* 2010, 27, 264–271

7 Magro, M.J.: A review of social media use in e-government. *Adm. Sci.* 2(2), 148–161 (2012). <http://www.mdpi.com/2076-3387/2/2/148>

8 Dadashzadeh, M. Social media in government: From eGovernment to eGovernance. *J. Bus. Econ. Res.* 2010, 8, 81–86.

9 Сидорова А.А. Электронное правительство. М.: Издательство Юрайт, 2017. — 165 с.

#### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ ЭЛЕКТРОННЫХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В КАЗАХСТАНЕ

*Р.А.Есберген<sup>1</sup>, С.Б.Байбосынов<sup>2</sup>, Д.Б.Кулумбетова<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Филиал Академии государственного управления при Президенте РК по Актюбинской области, Актөбе, Казахстан

<sup>2</sup>Филиал Академии государственного управления при Президенте РК по <sup>3</sup>Карагандинской области, Караганда, Казахстан

<sup>3</sup>Казахско-Русский Международный Университет, Актөбе, Казахстан  
*e-mail: rau01021980@mail.ru*

**Резюме.** В статье рассматриваются вопросы необходимости рекламы электронных государственных услуг в городе Актөбе Республики Казахстан. Целью научной статьи является научное обоснование эффективности применения рекламы в качестве средства продвижения для стимулирования населения в получении электронных государственных услуг в условиях цифровизации. В научной статье проанализированы направления административной реформы по обеспечению качества и доступности государственных услуг и особенности развития электронных государственных услуг. Сделан обзор зарубежного опыта повышения спроса населения на электронные государственные услуги. Основные выводы и предложения научной статьи базируются на законах Республики Казахстан о развитии электронного правительства и повышения качества оказания государственных услуг, на Ежегодных Посланиях Президента Республики Казахстан и государственной программе «Цифровой Казахстан».

**Ключевые слова:** цифровизация, государственная услуга, стандарт, регламент, качество государственных услуг, государственная корпорация, электронное правительство, электронные государственные услуги, слышащее государство, ориентация на потребителя, реклама



## PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC PUBLIC SERVICES IN KAZAKHSTAN

*R. Yesbergen*<sup>\*1</sup>, *S. Baibosynov*<sup>2</sup>, *DK Kulumbetova*<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Branch of the Academy of the state administration in Aktobe region of the Republic of Kazakhstan, Aktobe, Kazakhstan

<sup>2</sup>Branch of the Academy of the state administration in Karaganda region of the Republic of Kazakhstan, Karaganda, Kazakhstan

<sup>3</sup>Kazakh-Russian International University, Aktobe, Kazakhstan  
e-mail: [rau01021980@mail.ru](mailto:rau01021980@mail.ru)

**Summary.** The article discusses the need for advertising of electronic public services in the city of Aktobe of the Republic of Kazakhstan. The purpose of the scientific article is the scientific substantiation of the effectiveness of the use of advertising as a means of promotion to stimulate the population in obtaining electronic public services in terms of digitalization. The scientific article analyzes the directions of the administrative reform to ensure the quality and availability of public services and features of the development of electronic public services. A review of foreign experience of increasing public demand for e-government services was made. The main conclusions and proposals of the scientific article are based on the laws of the Republic of Kazakhstan on the development of electronic government and improving the quality of public services, on the Annual Messages of the President of the Republic of Kazakhstan and on the state program Digital Kazakhstan.

**Key words:** digitalization, state service, standard, regulation, quality of state services, public corporation, electronic government, electronic public services, hearing state, consumer orientation, advertising.

МРНТИ 06.61.33  
УДК332.1

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ АЙМАҚТАРДЫҢ ДАМУЫН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУ

*К.М.Жумаксанова*<sup>\*1</sup>, *Р.Ж.Дүйсеннова*<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Л.Б.Гончаров атындағы Қазақ автомобиль-жол институты, Алматы қ., Қазақстан

<sup>2</sup>Қазақ инновациялық гуманитарлық-заң университеті, Семей қ., Қазақстан

e-mail: [kmuratovna2019@mail.ru](mailto:kmuratovna2019@mail.ru)

**Түйін.** Мақалада еліміздегі аймақтардың дамуын мемлекет тұрғысынан реттеудің негіздемелері, жергілікті басқару органдарының қатынастары, кәсіпорындардың негізгі мүдделері, тараптар бойынша реттелуі толықтай қарастырылған. Шаруашылықты жүргізудің шарттарына байланысты қаржы-несиелік және салық саясатының, амортизациялық саясаттың, бюджеттен тыс қорлардың көмегімен аймақтық дамытуда жанама реттеудің рөлі де ашып көрсетілген. Аймақтарды дамытуда мемлекеттік реттеудің маңызды формасы, басқару шешімдерінің алатын орны мен аймақты дамыту бойынша кешенді әлеуметтік-экономикалық қамтамасыз ету мақсаты жазылған. Автормен әлеуметтік саланың дамуында еңбек ресурстарын жаңғырту және пайдаланудың аймақтық негіздегі мәні мен мағынасы ашылған. Қорытындысында аталған тұжырымдарды басты бағыт ретінде ала отырып, экономикалық қарым-қатынастың жаңа жүйесін және халық шаруашылығының құрылымын қайта құру негізінде әлеуметтік-экономикалық жағдайлар және экономикалық өсу тұрақтылығын қарастырудың экономикамызға оң әсер беретіндігі және маңыздылығы қарастырылған.

**Түйінді сөздер:** аймақ, сфера, мемлекеттік реттеу, кәсіпорын, нарық, өсу, тұрақтылық.

**Кіріспе.** Елбасының Қазақстан халқына арнаған Жолдауындағы басымдықтардың бірі-экономиканың жеделдетілген технологиялық жаңғыртылуы. Саяси құжаттағы бұл міндет экономиканы алға жылжытуға мүмкіндік береді. Әрі жаңа индустрия өркендей түспек. Жүйе қазірдің өзінде дамыған елдер экономикаларының құрылымын өзгерткен. Әлемдік тәжірибе - соның айғағы іспеттес.

Үкіметке жүктелген тапсырмалар негізінде «Цифрлы Қазақстан» деген жеке бағдарлама әзірлеу міндеттелді. Аталмышжоба экономикаменқоса, өзге де салалардыңдамуынасерпінбереді. Мамандардың айтуынша, бұл бағыттағы жұмыстарды алға жылжыту қажет. Себебі, технология бір орында тұрмайды.

«Цифрлы Қазақстан» бағдарламасы тек экономиканы дамытып қана қоймай, адами капитал сапасын да жақсартатүседі.

Цифрландыруға күш салу адами капитал белсенді түрде дамитын - болашақтың білімі мен дағдылары ерте жастан бастап тәрбиеленетін, автоматтандыру және басқа да жаңа технологиялар есебінен бизнес жұмысының тиімділігі мен жылдамдығы артатын, ал азаматтардың өз мемлекеттерімен