

Key words: introduction of digital technologies, digital transformation, digital Kazakhstan, economy of Kazakhstan, digital security.

Хамраева Р.А., Сыздыкбаева К.Г.

Ғылыми жетекші: Омаров Г.Б.

Сандық технологиялардың Қазақстан экономикасына әсері

Түйіндеме. Бұл мақалада Қазақстан экономикасына цифрлық технологияларды енгізудің перспективалары мен мәселелері, экономика салаларын цифрландыру қарастырылған.

Түйін сөздер: сандық технологияларды енгізу, сандық трансформация, Сандық Қазақстан, Қазақстан экономикасы, сандық қауіпсіздік.

Сведения об авторах:

Хамраева Рано Абдымажитовна, студент кафедры экономики и бизнеса Международного университета информационных технологий.

Сыздыкбаева Камила Галымовна, студент кафедры экономики и бизнеса Международного университета информационных технологий.

Омаров Галым Буркитбаевич, научный руководитель, ассоциированный профессор кафедры экономики и бизнеса Международного университета информационных технологий.

УДК 37.07

Сугуров А.Р., Чанов А.Д.

Международный университет информационных технологий

Алматы, Казахстан

Научный руководитель: Омаров Г.Б.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА – ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО ДЛЯ РОСТА КОМПАНИИ

***Аннотация.** Это исследование направлено на изучение важности использования инструментов проектного менеджмента в небольших компаниях. Для примера используется компания, предоставляющая услуги продвижения в интернете. Ниша является высоко конкурентной, и ее клиенты имеют очень специфические потребности и ожидания. Данные были собраны с помощью интервью с менеджерами по маркетингу и руководителями проектов, а также методом обзора статей и методической литературы. Рассматриваемая тема будет интересна специалистам в области интернет рекламы с точки зрения организации работы над проектами и увеличения лояльности клиентов, получения конкурентного преимущества.*

***Ключевые слова:** управление проектами, Agile, Scrum, интернет-маркетинг, digital маркетинг, реклама.*

В современном мире любая компания, вне зависимости от рода деятельности и размеров, обязана иметь присутствие на цифровых информационных источниках. По данным министерства цифрового развития, инноваций и аэрокосмической промышленности, в Казахстане количество пользователей интернета в 2019 году составило 82,5%. Также с каждым годом растет количество зарегистрированных доменных имен под доменной зоной. KZ и ҚАЗ. Впервые домен. KZ был официально зарегистрирован 19 сентября 1994 года. С тех пор, на конец 2019 года, официально зарегистрировано 149 029 доменов. Нельзя утверждать, что каждый домен активен на данный момент и проводится работа по продвижению сайтов, но

можно выделить динамику роста. Помимо этого, нельзя забывать, что существует множество иностранных сайтов и платформ, которые рекламируются в Казахстане.

Комиссия экспертов ОЮЛ "Центрально-Азиатская рекламная ассоциация" завершила работу по оценке рекламного рынка Казахстана за 5-летний период. Объем рынка с 2014 по 2018 года в пяти основных медиа-сегментах, это телевизионная, радио, печатная, наружная и интернет-реклама составил порядка 50 млрд. тенге с учетом НДС. Из них интернет-реклама составляет 16%, это 8 млрд. тенге.



Рисунок 1

Рекламные возможности социальных сетей, поисковых систем и других онлайн – площадок, при правильном использовании являются серьезным инструментом для открытия новых рынков, увеличения доли рынка, повышения узнаваемости компании, бренда, товара или услуги.

Не каждая организация может позволить себе держать в штате грамотного диджитал маркетолога или разработчика сайта по ряду причин. В таких случаях компании “отдают” на аутсорсинг все маркетинговые активности.

Существует множество фирм, предоставляющих подобные услуги. Список услуг очень обширен, начиная с создания профиля в социальной сети, заканчивая созданием интернет-магазина с приложением на мобильные платформы. Клиент, который обращается в подобную компанию, в подавляющем большинстве случаев не имеет никакого представления о принципе работы тех или иных рекламных инструментов. Однако, требует мгновенного результата в виде шквала релевантных заявок при минимальном рекламном бюджете. На фоне этого начинаются губительные для взаимовыгодного сотрудничества недопонимания, конфликты, недоверие и, в итоге, потеря клиента.

В мире гибкие методологии управления проектами (Agile) развиваются очень быстрыми темпами. Сама она является сравнительно новой методологией, берущей свое начало с начала девяностых годов двадцатого века. Применяется в основном для работы с проектами в сфере информационных технологий. Agile очень широко используется в высокотехнологичных компаниях России для проектной работы («Яндекс», Rambler, «Сбербанк», «Альфа-Банк», «М-Видео»).

Что касается Казахстана, по данным компании ScrumTec (Россия), в Казахстане всего 1-2% компаний используют гибкие методологии в своей проектной работе. Примером может послужить АО “Казахтелеком”.

Мониторинг и контроль над командой проекта сложно осуществлять вручную или по памяти. Менеджер проекта должен быть постоянно в курсе происходящего, а также распределять задания, контролировать своевременность их исполнения [2].

После создания сайта, происходит первоначальная настройка и тестовый запуск рекламной компании. Рассматривая эту работу с профессиональной точки зрения, явно видна матричная организационная структура работ. У специалистов по контекстной рекламе как правило не полная загруженность по одному проекту. То есть он настраивает рекламу параллельно для нескольких проектов. Здесь четко проявляется расфокусирование внимания специалиста. Чтобы использовать его ресурс максимально эффективно, проектный менеджер должен распределять его задачи, определять его загруженность и контролировать ход работы по каждому из проектов, в которых он задействован [3].

Для решения этой задачи, используется такой инструмент как лог-файл.

Любое изменение параметров приводит к увеличению или уменьшению эффективности контекстной рекламы. С целью эффективного управления всеми изменениями для каждого клиента используется лог-файл. В целом, это очень удобный и полезный инструмент, который помогает менеджеру не только отслеживать работу исполнителей и рационально распределять нагрузку между ними, а также следить за изменениями, которые влияют на эффективность рекламных кампаний.

Внедрение инструментов проектного управления в деятельность малых предприятий может сыграть ключевую роль. К сожалению, в Казахстане не так много предпринимателей, которые предоставляют ценность своим клиентам. И в первую очередь сосредоточены на получении сверхприбыли при минимально выполненной работе. Опыт зарубежных компаний показывает, что изменение бизнеса в пользу удовлетворения потребностей клиента в первую очередь в долгосрочной перспективе дает гораздо больше плодов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Jeff Sutherland, et al. Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time. – 2014. – С. 262-267.
2. Frederic Laloux , et al. Reinventing Organizations – 2015. – С. 125-140.
3. F. Drucker, "The Essential Drucker: In One Volume the Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management". – 2008. – С. 206-239.
4. Craig Larman, et al. Scaling Agile/Lean Development. – 2015. – С. 56-66.
5. David Anderson, et al. Kanban. – 2010. – С. 101-114.

Сугуров А.Р., Чанов А.Д.

Ғылыми жетекші: Омаров Г.Б.

Жобаны басқару құралдарын шағын бизнеске пайдалану – компанияның өсуі үшін неге маңызды?

Аңдатпа. Бұл зерттеу шағын компанияларда жобаларды басқару құралдарын қолданудың маңыздылығына назар аударады. Мысалы, біз интернетте жарнамалық қызмет көрсететін компанияны қарастырамыз. Тауаш бәсекеге қабілетті және оның клиенттері ерекше қажеттіліктер мен үміттерге ие.

Деректер маркетинг менеджерлерімен және жоба менеджерлерімен сұхбаттасу, сондай-ақ мақалалар мен әдістемелік әдебиеттерге шолу арқылы жиналды. Ұқсас компаниялардың клиенттері арасында сауалнама жүргізілді, бұл арқылы жарнама берушілердің қажеттіліктері мен басымдықтары анықталды. Талқыланып жатқан тақырып, жоба бойынша жұмысты ұйымдастыру және тұтынушылардың адалдығын арттыру, минималды шығындармен бәсекелестік артықшылыққа ие болу тұрғысынан онлайн-жарнама саласындағы мамандарды қызықтырады.

Кілт сөздер: Жобаларды басқару, Agile, Scrum, Интернет-маркетинг, сандық маркетинг, жарнама, шағын бизнес, орта бизнес, адалдық, жобалық топты басқару, Jira, Asana, Google Disc, жабдықтаушыларды таңдау

Sugurov A.R., Chanov A.D.

Scientific supervisor: Omarov G.B.

**Use of project management tools for small business –
why is it important for company growth?**

Abstract. This study focuses on the importance of using project management tools in small companies. For example, we use a company that provides online promotion services. The niche is highly competitive, and its customers have very specific needs and expectations. Data was collected through interviews with marketing managers and project managers, as well as through a review of articles and methodological literature. The subject under discussion will be of interest to specialists in the field of online advertising in terms of organizing work on projects and increasing customer loyalty, gaining a competitive advantage.

Key words: Project Management, Agile, Scrum, Internet Marketing, Digital Marketing, Advertising

Сведения об авторах:

Чанов Андрей Дмитриевич, магистрант кафедры экономики и бизнеса Международного университета информационных технологий.

Сугуров Алан Русланович, магистрант кафедры экономики и бизнеса Международного университета информационных технологий.

Омаров Галым Буркитбаевич, научный руководитель, ассоциированный профессор кафедры экономики и бизнеса Международного университета информационных технологий.

УДК 004

Nagmetulla A., Yeleukhan A.

International Information Technology University

Almaty, Kazakhstan

Scientific supervisor: Mohamed Ahmed Hamada

THE IMPACT OF BLOKCHAIN IN ACCOUNTING

Abstract. This research paper consists of information about blockchain and its impact on accounting profession. The method that we use in research paper is quantitative method. We analyzed all problems and impact of Blockchain in different spheres, exactly accounting. After analyzing we made own hypothesis. All these problems collected from the several review and website.

Keywords: Blockchain in Accounting, types of Blockchain system

What is the Blockchain?

Blockchain is a distributed decentralized encrypted database in which each committed transaction is recorded and becomes known to all participants of the network.

Types of Blockchain system

Blockchain systems are divided into two types: private and public. In private blockchains, blocks are created centrally, and all rights to conduct operations belong to one organization. External participants can only monitor transactions, while only trusted nodes manage the registry.

The impact of Blockchain

Blockchain has impact on medical institutions, construction company, oil industry, banks, payments and remittances, public sector.

For medical institutions was create blockchain system at the end of January 2019.