

ҚАЗАҚСТАН ҒАЛАМТОРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАДАҒЫ ОРНЫ**Оспанова Г.Ж.***Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті, Астана*

Ғылыми жетекші – Омарова Г.

Қазақстанда Kaznet-ке көптен бері байыпты зерттеу жасалып, бағалау жүргізілмеді. Әрине, оған деген әлеуетті қызығушылық төмендемей отыр. Еліміздегі Интернетке экономикалық тұрғыдағы операцияларды жүргізу үшін қатынаушылардың деңгейі жөнінде дәл көрсеткіш жоқ: түрлі статистикалық деректер бойынша бар болғаны 11-12 пайыз шамасын құрайды. Kaznet-тің серпінді дамуы үшін не қажет? Бірінші кезекте, әрине, интернет-ресурстар қажет. Өкінішке орай, осының салдарынан трафиктің 90 пайызы Runet-ке кетіп отыр. Контенттің жеткілікті түрде танымал болмай отырғаны және тар сегменттелуі туралы мына факті – қазақстандық өлшем бойынша айтарлықтай беделді сайттар 1-1,5 мың шамасында өздеріне қатынағандарды тіркегені айғақ бола алады. Runet үшін бұл көрсеткіш теңізге тамған тамшыдай ғана, күлкі туғызатын жағдай.

Kz доменіне шығу – өсіп отырған экономика үшін толығымен табиғи үдеріс. Өзін беделді санайтын кез келген компания үшін онда өз сайтының болуы кәдімгі қажеттілік. Алайда көптеген бизнесмендер әзірге Интернетті өз клиенттерімен байланысатын коммуникацияның маңызды арнасы деп санамайды және бизнесті жүргізу мен дамыту үшін оны нашар пайдалануда.

Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің 2011 жылдың қорытындысы бойынша Қазақстанда интернет қолданушыларының саны 4,3 млн халықты құраған, бұл дегеніңіз ел халқының 26,5 пайыз үлесі?! Бұл көрсеткіш 2010 жылмен салыстырғанда елімізде интернет қолданушылар санының 30 пайызға артқанын көрсетеді. Ең қызығы, ел азаматтарының 94 пайызы интернетті айына бірнеше рет, не одан да жиірек қолданатын көрінеді. Бұл зерттеулерді «ICT-Marketing» тәуелсіз зерттеу компаниясы (www.ictm.kz) жүргізіпті. Интернет үлкен идеологиялық құрал болғандықтан, оны дұрыс пайдалана білген жөн. Ең алдымен, ол үшін интернет тілін мемлекеттік тілге бұру қажет. Өкінішке қарай, бүгінде қазақша интернетті қалыптастырып, дамытуға жекелеген адамдар немесе кейбір ұлттық-патриоттық ұйымдар ғана атсалысып жүр, ал билік пен бизнес тарапынан салаға қолдау жоқ десе де болады.

Таяуда «Қазақстан интернет қауымдастығының» басшысы Шауқат Сабиров бір сұхбатында: «2012 жылы Мәдениет министрлігімен бірлесіп, қазақша интернет-жобаларымен дүмпу жасаймыз» депті. Кім біледі, мүмкін дүмпу болатын да шығар. Әйтсе де, қазіргі таңда қазақша интернет бірен-саран сайтты айтпағанда, негізінен блогтар арқылы ғана дамуда. Соған қарағанда, негізінен қазақтілді аудитория қалыптасқан, тек оларға ұсынатын сайттар мен порталдарымыз болмай тұр.

Қазіргі еліміздің білім беру саласына талап етіліп отырған негізгі міндеттер ретінде: ол ұлттың бәсекелестік қабілеті бірінші кезекте оның білімділік деңгейімен айқындалатынын және әлемдік білім кеңістігіне толығымен ену білім беру жүйесін халықаралық деңгейге көтеруде білім беру үрдісіне ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың жетістіктерін енгізу, электрондық оқулықтар мен мультимедиялық бағдарламаларды тиімді және кеңінен қолдану, елдегі ақпараттық инфрақұрылымды әлемдік білім берумен ықпалдастыру, білім беру ұйымдарының байланыстарын нығайту, т.б. негізгі бағыттарды көрсеткен болатын. Әрбір елдің технологиялық даму дәрежесіне оның экономикалық қуаты мен халқының тұрмыс деңгейі ғана емес, сонымен қатар, әлдебір елде қазіргі технологияның дамуы мен қолданылуының деңгейі, оның материалдық базасының дамуымен ғана емес, негізінен қоғамды парасаттандыру

деңгейімен, оның жаңа білімді туындату, игеру және қолдана білу қабілетімен де анықталады. Мұның барлығы елде білім беру ісін дамыту деңгейімен және білімді ақпараттандыру мәселелерімен байланысты.

Экономикалық тұрғыдан озық елдердің дамуына жасалған талдау – білім беру жүйесін ақпараттандыру кейін олардың экономикасының, ғылымы мен мәдениетінің жедел дамуының басты шарттарының бірі болғанын көрсетеді.

Еліміздің қазіргі әлеуметтік-экономикалық даму жағдайы компьютерлік технологияны жаппай пайдаланумен сипатталады. Бәсекеге қабілетті болу тікелей білімге байланысты. Біз жаңа технологияға, жаңа өркениетті дамуға байланысты басқа өркенді елдердің көптен бері пайдаланып келе жатқан интерактивті құралдарды қолданып отырмыз. Бұл – біздің Қазақстанның алға қарай жылжуының нышаны болып табылады.

Біз бейбіт елде, мемлекеттік білімді жетілдіруге аса мән берген елде тұрамыз. Жалпы, білім берудің мақсаты – терең білімнің, кәсіби дағдылардың негізінде еркін бағдарлай білуге, өзін-өзі дамытуға, адамгершілік тұрғысынан жауапты шешімдерді қабылдауға қабілетті жеке тұлғаны қалыптастыру, яғни жеке тұлғаны қалыптастыруға негізделген, ақпаратты технологияны терең меңгерген, жылдам өзгеріп жататын бүгінгі заманға лайықты, жаңашыл тұлғаны қалыптастыру. Тәжірибе көрсеткендей, Ақпараттық коммуникациялық технологияларды қолданудың бір шарты - сабақтарды педагогикалық бағдарламалық құралдарды пайдалану арқылы өткізу үшін онымен жұмыс жасау жөніндегі нұсқаулықтардың болуы. Үйретушінің уақыты жеткілікті және жұмысты орындауға деген тілегі болған жағдайда, ол үйретуші бағдарламаның мазмұнымен тереңірек танысып, мұндай нұсқаулықтарды өзі де құра алады.

Қазақстандағы интернет маркетинг тарихы әлі де болса дами алмай жатыр. Оның бірнеше себептері бар. Ең басты себепті дәл анықтау қиын болса, негізгі мәселе оқулықтарда ақпараттық жүйелердің нақты осы саласы туралы тараудың, ең болмағанда тақырыптардың болмауында сияқты. Алайда, ғаламтордың экономикалық маңызы туралы білім ордаларына арналған кітаптарды қолға алу, оларды оқулық түрінде шығару ісі жайлы баспасөз бетінде жиі-жиі айтылып жүргені қуантады.

Қазіргі таңда дамыған елдердің экономикасының басым бөлігі ақпараттық сектор, дәлірек айтқанда ғаламтор экономикасы. Интернет маркетинг арқылы экономикалық қандай білім, экономикалық қандай біліктілік және қандай табыстарға жетуге болатынын талдайық:

- Интернет маркетинг: Онлайн сауда, онлайн дүкендер. Онлайн сауданың артықшылықтарын білетін елдер оны баяғыда-ақ жүзеге асырған болатын. Қазақстанның да іскер азаматтары, оның ішінде өздерінің жеке онлайн дүкендерін ашқан студенттер де бар. Көптеген ірі онлайн сауда объектілерінің жылдық табыстары миллиондаған долларды құрап отыр.

- Интернет маркетинг: аукциондар. Қазақстанда қазіргі таңда www.allegro.kz сайты аукциондық жүйені жасап, ғаламтор экономикасының көшін бастап отыр.

- Интернет маркетинг: жеке сайттар. Жеке сайттарды ашу көп білімді талап етпейді, десе де оны дамыту, жариялау экономикалық білімдермен тығыз байланысты.

Қазақстан білім кеңістігі шектеулерден шығып, елімізге білімді, кәсіпкер, жан жақты азаматтар дайындау жолында еңбек етуі тиіс. Ол үшін ақпараттық технологиялардың күшін кеңінен пайдалану керек. Ғаламтор бар жерлерде шәкірттерді барынша оны тиімді, пайдалы жақтарымен таныстырып, мүмкіндіктерін арттыра беруіміз шарт.

Елімізде интернет жобаларды жүзеге асыратын мамандардың тәжірибесі аз болғаны салдарынан осы салаға инвесторлар келмей жатыр. Ал жалпы елімізде интернет индустрияның қызметіне сұраныс бар. Көптеген кәсіпкерлерге жұмысын тиімді жүргізу үшін ғаламторды пайдалану керек-ақ.

Ғаламтордың барлық потенциалын пайдалана білу қабілеті жас қазақстандықтардың бойына міндетті түрде ендірілуі тиіс. Оның табыстарын тез арада

көруге болады, бұл ғаалмтордың тағы да бір ерекше мүмкіндігі. Жылдамдық, тиімділік, инновациялық шешімдерге қолжетімділігі интернет маркетингі ірі ақпараттық құрал ретінде пайдалануға мүмкіндік береді. Алдағы уақытта әрбір қазақстандық ақпараттық ғасырдың толық мүшесі болсын десек, бұл саланы толық дамыту керек.

Әдебиеттер

1. Кутуков В. Как победить в Интернет через эффективный маркетинг. Краткий справочник руководителя. - М., 2003. - 30 с.
2. Шеденов У.К., Романов А.С. Формирование современного рынка рекламы в Республике Казахстан.// "Экономика Казахстана", № 1, 1997.
3. Интернет: информационно-аналитические понятия: Учебно-метод. пособие / Авторы-сост.: З.Н. Бетина, Д.А. Бетин. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. - 96 с.
4. Государственная программа развития образования в Республике Казахстан на 2005-2010 годы. – Астана, 2004. – 46 с.
5. Джимми Д. Браун. Лестница к Интернет-успеху / Пер. П.В. Берестнёва. 2003.
6. Вишал Рао. Секреты электронного бизнеса / Пер. П.В. Берестнёва. 2004.
7. Маркетинг в Интернете. Как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов: Брайан Халлиган, Дхармеш Шах — Санкт-Петербург, Диалектика, 2011 г.- 256 с.
8. Л. Доллинер. Ақпараттық коммуникациялық оқыту технологияларының мәселелері және болашағы Информатика негіздері ғылыми-әдістемелік журналы 2008 жыл №1 2-4 б.