

жағдаймен қамтамасыз ету керек. Екіншіден, журналистика дамуында ықпалы зор. Әсіресе, фотожурналистика саласы мен журналистік зерттеу үшін таптырмас құрал.

Егер мемлекетте журналистика саласы дамымаса жаңалықтарды лезде жеткізу, оны оқу процесстері баяулайды. Бұл тиісінше дамыған мемлекет қатарына қосылуға ықтималдылықты төмендетеді. Өйткені адамдар өміріне тікелей қатысты ақпаратты білу маңызды. Сондықтан дрон журналистиканың қолданысын арттыру керек деп тұжырымдаймын.

Қолданылған әдебиеттер:

1. Лукашевич, К. П. : [Дрон-журналистика как метод сбора информации | Статья в журнале «Молодой ученый» \(moluch.ru\)](#) Жас ғалым №26 (160) маусым 2017 ж. (18.01.2024)
2. Global Investigative Journalism Network мақаласы: [Использование дронов в журналистике: Путеводитель – Global Investigative Journalism Network \(gijn.org\)](#) Моника Сенгул-Джонс, 23 тамыз 2021 ж. (27.01.2024)
3. Internews Kazakhstan мақаласы: [Дрон-журналистика и расследования | Internews Kazakhstan \(intranews.kz\)](#) Қазақстан, 7 қазан 2016 (30.01.2024)
4. Нэлли Блай: [Нелли Блай — история, сумасшедший дом, побег, психбольница, биография, журналистка, разоблачения, кругосветное путешествие - 24СМИ \(24smi.org\)](#) 12 қаңтар 2023ж. (31.01.2024)
5. Жоғарыдан қарау: Дрон журналистикасының этикалық және құқықтық аспектілері: [9818bf92738dbce83c5ad5b12a7c9632.pdf \(msu.ru\)](#) Кумылганова И. А., 2020 ж. (03.02.2024)
6. Қазіргі журналистикада дрондарды қолдану: [Использование дронов в современной журналистике \(nauchkor.ru\)](#) Карпенко.И.И., 2018 ж. (08.02.2024)
7. Белоруссия медиасы: [Hradziushka_dron.pdf \(bsu.by\)](#) 2019 ж., (10.02.2024)
8. Журналист өлімдері: [В 2023 году в мире было убито 94 журналиста – Коммерсантъ \(kommersant.ru\)](#) 8 желтоқсан 2023, (17.02.2024)

ӘОЖ 659.441

ҚАЗАҚСТАННЫҢ КӘСІПКЕРЛІК ОРТАДАҒЫ PR-ДЫҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Мырзағалиева Аружан
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
2 курс студенті,
Ғылыми жетекшісі, аға оқытушы Алғалиева Г.С.

Аңдатпа. Қазақстандағы кәсіпкерлердің өз бизнесін дамытудағы қолайлы әдістері мен географиялық ерекшеліктері. Кәсіпкерлердің тұтынушымен байлынысқа түсуінің маңыздылығы мен мәні. Мақала кәсіпкерлік ортада БАҚ өкілдері мен әлеуметтік желідегі PR жарнаманың оң және теріс тұстарын көрсетеді.

Түйін сөздер: кәсіпкерлік, PR, БАҚ, әлеуметтік желі, нарық, тұтынушы, мақсатты аудитория, сандық көрсеткіштер, әлеуметтік жауапкершілік, байланыс.

Abstract. Suitable methods and geographical features of entrepreneurs in Kazakhstan in developing their business. The importance and value of businessmen's contact with customers.

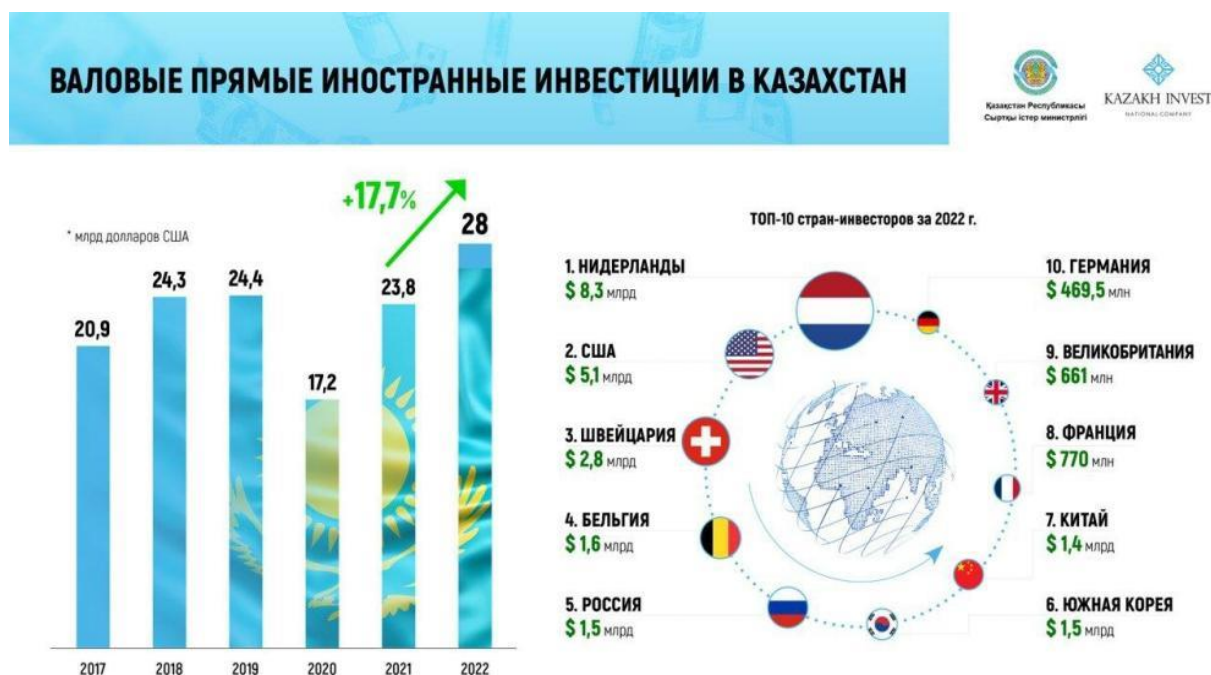
The article shows the positive and negative aspects of media representatives and social network PR advertising in the business environment.

Keywords: entrepreneurship, PR, media, social network, market, customer, target audience, quantitative indicators, social responsibility, communication.

Паблик рилейшнз (public relations – жұртшылықпен қарым-қатынас) – кәсіпорын мен мақсатты топ арасындағы қарым-қатынас жүйесі, белгілі бір үдерістерді алдын ала болжауға мүмкіндіктер беретін қызмет түрі. PR тәжірибесінің бай, әрі ұзақ тарихына қарамастан, қазіргі қоғамда оның қызметтері мен анықтамалары зерттеушілер арасында көптеген пікірталастардың туындауына әсер етеді.

Қазақстанның бизнес саласында PR белсенді дамып келеді, соңғы 30 жылда Орталық Азиядағы экономикалық өсу бойынша көшбасшыға айналды. Қазақстан Республикасының Сыртқы істер министрлігінің 2022 жылдың қорытындысы бойынша Қазақстанға тікелей шетелдік инвестициялардың жалпы ағыны 28 млрд АҚШ долларын құрады, бұл 2021 жылдан 17,7% - ға артық (23,8 млрд доллар). Бұл соңғы 10 жылда ең жоғарғы көрсеткіш (2012 жылы-28,9 млрд доллар).

Елдік бөліністе инвестициялардың ең көп көлемі Нидерландыдан – 8,3 млрд доллар, АҚШ-тан – 5,1 млрд доллар, Швейцариядан – 2,8 млрд доллар, Бельгиядан – 1,6 млрд доллар, Ресейден – 1,5 млрд доллар, Оңтүстік Кореядан – 1,5 млрд доллар, Қытайдан – 1,4 млрд доллар, Франциядан – 770 млн доллар, Ұлыбританиядан – 661 миллион доллар, Германиядан – 469,5 миллион доллар түсті [1].



1-сурет. Қазақстандағы тікелей шетелдік инвестициялар көлемі

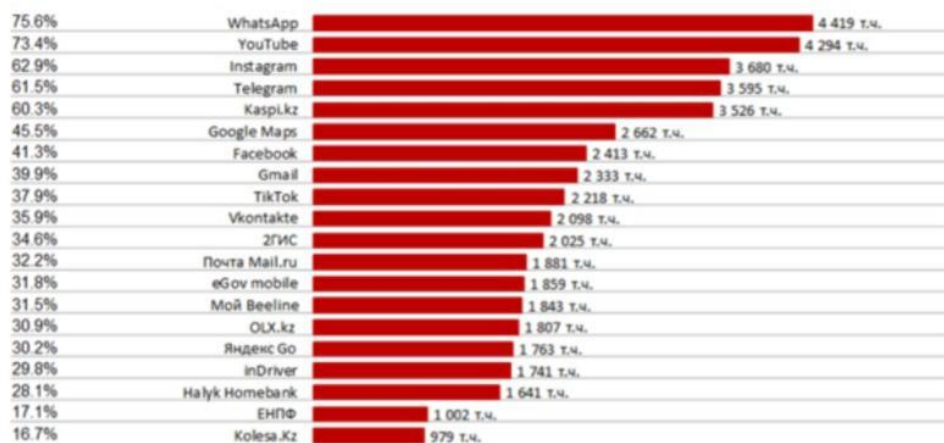
Мемлекет кәсіпкерлікті қолдаудың түрлі бағдарламаларына бастамашылық жасап, экономиканың жекелеген салаларын дамытудың PR стратегияларын әзірледі:

- Мәдени алуантүрлілік: табысты PR мақсатты аудиториялардың қажеттіліктерін ескере отырып, мемлекеттің мәдениеттері мен тілдердің әртүрлілігіне бейімделе алады.
- Инновацияларға ұмтылу: Қазақстан инновациялар мен технологияларды дамытуға белсенді ұмтылады, бұл қазіргі заманғы PR-тәсілдерін пайдалану үшін тиімді.

- Экономикалық динамика: кәсіпорынның оң имиджі мен дұрыс PR стратегиясын ұйымдастыру арқылы мемлекеттің тұрақты экономикасын қамтамасыз ету.
- Халықаралық байланыстар: Қазақстанда PR-ды дамыту, халықаралық әріптестермен байланыстарды нығайтып, жаһандық бәсекеге қабілеттілікті қалыптастыру үшін маңызды.
- Мемлекетті қолдау: мемлекеттік институттармен байланыс жасай отырып қолайлы бизнес ортаны құруға ықпал етеді.

Әлеуметтік желілер. Маркетингтің тиімді арналарын, тұтынушылар мен өндіруші арасындағы өзара қарым-қатынасты және брендтің танымалдылығын арттыруды қамтамасыз ете отырып, Қазақстанда бизнесті дамытуда шешуші рөл атқарады. Олар аудиторияны кеңейтуге, коммуникацияны жақсартуға және нарықты талдауға мүмкіндік береді. Қазақстандық цифрлық нарықта ең кең тараған әлеуметтік желі WhatsApp – 75,6%, деп хабарлайды TNS Central Asia (Kantar) аналитикалық компаниясы [2]. Бұл ретте WhatsApp Қазақстандағы ең көп жүктелген қосымша болды. Қазақстанда WhatsApp желісі арқылы тұтынушылармен байланыс орнатылады.

Топ-20 APP (приложений): Казахстан 100 000+, Reach



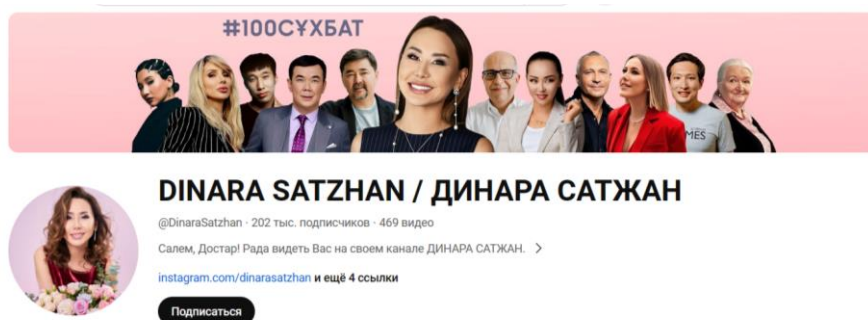
KANTAR

Источник: Web Index Mobile, Казахстан 100 000+, Февраль-Апрель 2022, 15-64
Статистика: Monthly Reach, тыс. чел. и % от пользователей мобильного Интернета

2-сурет. Қазақстандағы әлеуметтік желілер қолданысының статистикасы

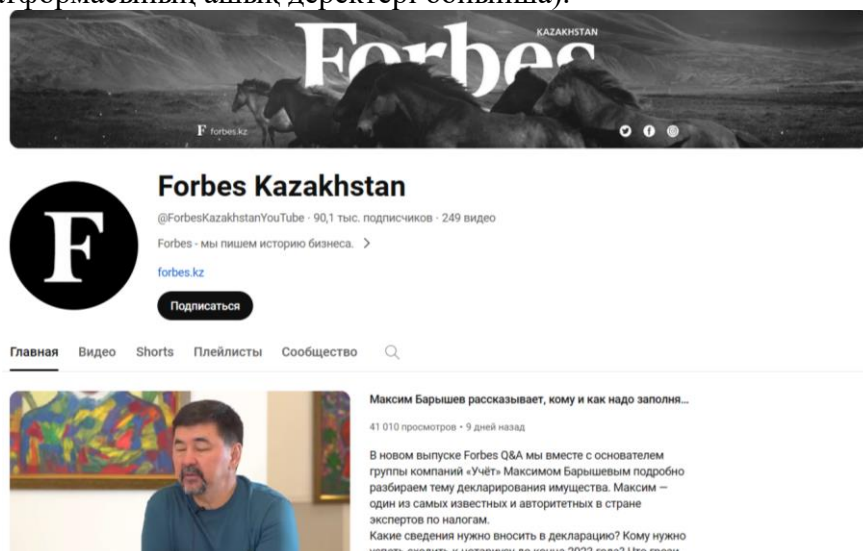
Сонымен қатар, Қазақстанда Telegram желісі қарқынды даму үстінде. Көптеген бұқаралық ақпарат құралдарының өз арналары бар (ҚазАқпарат, Tengrinews, ORDA, Atameken Business), бизнес (Бизнес-Штаб Алматы), қаржы және қор нарығы (Finance.kz), IT (Цифрлық Орда) салаларында қауымдастықтары бар.

YouTube ең танымал интернет платформаларының бірі болып қала береді. 2022 жылы оны апта сайын 12 миллион қазақстандық пайдаланады. YouTube-тағы блогерлердің жарнамалары бизнестің танылуына өз септігін тигізеді. Олар YouTube (Forbes Kazakhstan, Kyrgyzstan Online, Pazl Life, Stupidmadworld), TikTok (Khomyak, Vip.house, Kagiristwins, Batyr white) платформаларында және т.б. Бұл әлі де жаңа нарық, бірақ ірі брендтер блогерлерді іс-шараларға шақыруды, оларды әлеуметтік желілерге арналған жарнамалық интеграцияларда көрсетуді және шолулар үшін өнімдерін жіберуді ұнатады. Динара Сатжан, Тимур Балымбетов, Александра АлиАрт бизнесмендерді жиі сұхбаттасуға шақырады.



3-сурет. Динара Сатжан YouTube арнасының оқырмандар саны

Журналистермен байланыс жасау. Кейбір PR мамандары бұқаралық ақпарат құралдарындағы жаңалықтар тек ақылы болуы мүмкін деп санайды. Бірақ, журналистер қызықты ақпараттарды іздейді, олар PR мамандарымен қарым-қатынасқа ашық. Мысалы, Forbes Kazakhstan айына 1,1 миллионға жуық оқырманға ие болса, Esquire веб-сайты 500 мыңнан аспайды, Cosmopolitan және Harper's Bazaar 300 мыңға жуық оқырманға ие (Simgeweb платформасының ашық деректері бойынша).



4-сурет. Forbes Kazakhstan YouTube арнасының оқырмандар саны

Қазақстандағы барлық БАҚ-тың 90%-ы орыс тілді, журналистер орыс тілде сөйлеп, жазады, сондықтан олар үшін пресс-релиздерді орыс тілінде жариялау ыңғайлы. Қазақстанда екі бизнес орталықтары бар: Алматы және Астана. Алматы бизнестің мекені, мұнда көптеген журналдардың редакциялары орналасқан. Астана – саяси орталық, сондықтан еліміздің қоғамдық-саяси жағдайларын жариялайтын жаңалықтар редакцияларының көпшілігі сонда. PR жұмысы Алматыда да, Астанада да жүргізіледі. Бірақ, екі аймақтың PR мамандарының жұмыс істеу тәсілдері бір-бірінен ерекшеленеді. Астанада саяси PR барлық қатал заңдарға сәйкес жүргізіледі, Алматыда технологиялық стартаптар мен бизнесмен байланысты жобалар іске асырылады.

Оффлайн әрекеттер. Баспасөз конференциялары, кәсіпорындарға экспедициялар, офлайн-байланыстың басқа да форматтары Қазақстанда ерекше танымал. Сол арқылы журналистер мен кәсіпкерлер бір-бірімен қарым-қатынас жасай алады.

Сандық-құралдар мен блогерлер. Қазақстанда интернет шынымен де үлкен күшке ие. Әлеуметтік желілер БАҚ ретінде әрекет етеді, кейде әлеуметтік желілер ресми БАҚ-тағы мақаладан қарағанда компанияға көбірек пайда әкеледі. Әлеуметтік желілер мен digital-құралдар және блогерлермен жұмыс әртүрлі тапсырмалар аясында және әртүрлі тәсілдермен жүзеге асырылуы мүмкін. Мысалы, танымал блогерлермен бірлесіп видео

жинақтарын жасауға немесе көпшілікке белгілі бір блогермен серіктес болуын жариялау арқылы компанияның белсенділігіне назар аударуға болады. Кез келген оқиға оң немесе теріс реакцияны береді, бірақ оның нақты қандай әсер әкелетінін болжау мүмкін емес. Кәсіпорынның тұтынушыға жеткізетін ойы оның танымал болуына әсер етеді. Әлеуетті тұтынушыға жеткізілетін ақпараттың шынайлығы, кәсіпорынның тәжірибесі, нарықтағы орны туралы аудиторияға түсінікті жеткізу табысқа әкеледі. Әрине, науқан нәтижелі болуы керек, ол жасалған посттардың санын ғана емес, «аудиторияны әрекетке итермеледі ме?, оларды өнім сатып алуға, инвесторлардың ақшалай салымына әсері болды ма?» - деген сұрақтарға жауап алу керек. Сондай-ақ PR ұйымның басқа субъектілермен: қызметкерлермен, акционерлермен, басқа ұйымдармен, оның тұтынушылармен қарым-қатынастарын басқару маңызды. Ол қарым-қатынасты – тек іскерлікпен ғана байланыстырмай, артылған жауапкершілікті толықтай түсіне білуі міндетті.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік. Соңғы жылдары Қазақстанда корпоративтік әлеуметтік жауапкершілікке назар айтарлықтай өсті. Жергілікті әлеуметтік және экологиялық мәселелерді шешуге бағытталған КӘЖ саласындағы маңызды бастамаларға қатысуға көңіл бөлу қажет. Қазақстандықтардың өзекті мәселелеріне қолдауыңызды көрсету үшін жергілікті ұйымдармен немесе қайырымдылық қорларымен бірлесіп жұмыс жасау маңызды. Пол Холмс: «Сіздің айтқаныңыз емес, істегеніңіз маңызды», - дейді [3]. Мексика шығанағындағы British Petroleum (BP) бұрғылау платформасында мұнай теңізге төгілгендегі апат орын алған кезде, адамдар «компанияға мұнай төгілгені үшін емес, орындалмаған уәделері үшін ашуланды», өйткені BP қоршаған ортаны қорғау туралы көп айтты, тіпті логотипті жасыл түске (табиғаттың түсі) өзгертті, апат салдарынан компания беделіне елеулі нұқсан келді.

Қорытындылай келе, Қазақстанның кәсіпкерлік ортадағы PR-дың даму ерекшеліктері БАҚ өкілдерімен тығыз байланысты. Қазақстанда технологиялар мен стартаптар нарығы белсенді дамып келеді, сондықтан осы салалардағы жобалар ерекше танымалдылыққа ие. Жобаңыз туралы айта отырып, оның жергілікті нарықпен байланысын атап өткен жөн, тұтынушылармен байланыс жасау маңызды. Шетел кәсіпкерлерге өз бизнесін жүргізудегі бір артықшылығы – БАҚ қазақ тілінде, орыс тілінде, ағылшын тілінде де жұмыс істейді және тиімді стратегияны ойластырып, жұмысты құрылымдай алады.

Әдебиеттер тізімі

1. Иностранные инвестиции в Казахстан в 2022 году стали рекордными за десятилетие, 3 сәуір 2023 ж. [Электронды ресурс] URL: <https://factum.kz/2023/114532/?amp=1> (Қаралу күні: 2.12.2023).
2. Мобильный интернет в Казахстане: количество аудитории, самые популярные сайты и приложения [Электронды ресурс] URL: <https://tribune.kz/mobilnyj-internet-v-kazahstane-kolichestvo-auditorii-samye-populyarnye-sajty-i-prilozheniya/> (Қаралу күні: 2.12.2023).
3. Динара Сатжан YouTube арнасы [Электронды ресурс] URL: [DINARA SATZHAN / ДИНАРА САТЖАН - YouTube](https://www.youtube.com/@DinaraSatzhan) (Қаралу күні: 7.12.2023).
4. Forbes Kazakhstan YouTube арнасы [Электронды ресурс] URL: <https://www.youtube.com/@ForbesKazakhstanYouTube> (Қаралу күні: 7.12.2023).
5. Пол Холмс: социальные медиа поменяли принципы PR, 12 сәуір 2012 ж. [Электронды ресурс] URL: <https://ria.ru/20120412/624510539.html> (Қаралу күні: 10.12.2023).