

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯЛЫҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

Ж.А. Бабажанова

«АҚПАРАТТЫҚ ЭКОНОМИКА»
оқу-әдістемелік құралы

Астана 2011

УДК 330(075.8)

ББК 65.01я73

Б12

Пікір берушілер:

Садықов Т.У. – экономика ғылымдарының докторы, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Экономикалық теория кафедрасының меңгерушісі

Исмаилова Р.А. – экономика ғылымдарының докторы, ҚазЭҚжХСУ Экономика және бизнес кафедрасының профессоры

Бабажанова Ж.А.

Б12 Ақпараттық экономика. Оқу- әдістемелік құралы. –Астана: ЕҰУ АББ, 2011. – 127 б.

ISBN 978-601-7321-85-7

«Ақпараттық экономика» жоғары оқу орындарының экономика факультетінің барлық мамандықтары үшін оқытылатын арнайы тандап оқитын пәні. Қазақстан бүгінгі таңда әлеуметтік-экономикалық жаңару мен саяси демократияландырудың жаңа кезеңіне қадам басқалы тұр. Индустриалдық-инновациялық стратегияны іске асыру үшін қазіргі кезеңде Қазақстан экономикасы үшін білікті мамандар қажет. Ақпараттық экономика пәнін оқытудағы ең басты бағыты ол студенттердің кәсіби деңгейі жоғары болуын қамтамасыз ету, нарықтық экономиканың тетіктерін терең түсіндіру, оны іс жүзінде қолдана білуге үйрету. «Ақпараттық экономика» курсының үйретудің мақсаты студент-экономистердің экономика саласындағы білімін тереңдетіп, түсінік аппаратын тәжірибеде институционалдық талдауды жүзеге асыру тәлімін қалыптастыратын жаңа экономиканың теориялық бағытын шолу.

ISBN 978-601-7321-85-7

УДК 330(075.8)

ББК 65.01я73

©Бабажанова Ж.А. 2011

МАЗМҰНЫ

КІРІСПЕ	3
ҚЫСҚАРТЫЛҒАН СӨЗДЕР МЕН АББРЕВИАТУРАЛАР ТІЗІМІ	5
ТАҚЫРЫП 1. АҚПАРАТТЫҚ ЭКОНОМИКАҒА ЖАЛПЫ ТҮСІНІК	7
ТАҚЫРЫП 2. АҚПАРАТТЫҚ ТАУАРЛАР МЕН ҚЫЗМЕТТЕР ТҮРЛЕРІ	13
ТАҚЫРЫП 3. АҚПАРАТТЫҚ ҚЫЗМЕТТЕРДІҢ НЕГІЗГІ КАТЕГОРИЯЛАРЫ	17
ТАҚЫРЫП 4. АҚПАРАТТЫҚ БИЗНЕС КЕҢІСТІГІ	33
ТАҚЫРЫП 5. ЭЛЕКТРОНДЫҚ ХАТТЫҢ ҚҰРЫЛЫМЫ. ЭЛЕКТРОНДЫҚ ҚОЛТАҢБА	38
ТАҚЫРЫП 6. ЖЕЛІ ӨНІМДЕРДІҢ КОНЦЕПЦИЯСЫ	45
ТАҚЫРЫП 7. ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯ ЖӘНЕ ЖЕЛІ ЭКОНОМИКАСЫ	50
ТАҚЫРЫП 8. КІТАПХАНАНЫҢ ЖАҢА РӨЛІ	56
ТАҚЫРЫП 9. ЭЛЕКТРОНДЫҚ ҮКІМЕТ	64
ТАҚЫРЫП 10. ИНТЕРНЕТТІК ТЕХНОЛОГИЯЛАР ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІҢ САЛЫҚ САЯСАТЫ	76
ТАҚЫРЫП 11. ЖАҢА ЭКОНОМИКА КОНЦЕПЦИЯСЫ	82
ТАҚЫРЫП 12. ҚАЗАҚСТАННЫҢ АҚПАРАТТЫҚ ЭКОНОМИКАСЫН ДАМУЫ ЖӘНЕ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ШАРУАШЫЛЫҚТЫ ЖАҒАНДАНДЫРУ	88
ТАҚЫРЫП 13. АҚПАРАТТЫҚ ҚАУІПСІЗДІК САЛАСЫНДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІҢ САЯСАТЫ	93
ТАҚЫРЫП 14. ЕУРОПАЛЫҚ СТАНДАРТТАР ЖҮЙЕСІ	97
ӨЗ БЕТІНШЕ ЖҰМЫС ЖАСАУҒА АРНАЛҒАН ТАҚЫРЫПТАР ТІЗІМІ	101
ТЕСТІЛЕР ЖИНАҒЫ	102
ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ	117
ГЛОССАРИЙ	122

КІРІСПЕ

Ақпараттық экономиканың қоғам дамуындағы өзектілігі күннен күнге артуда. Оның экономика саласына кеңінен таратылуы жаңа ақпараттық тауарлар мен қызметтерді енгізумен байланысты. Соған орай Қазақстан Республикасының Президентті Н.Назарбаевтың 2010 жылғы «Жаңа онжылдық жаңа экономикалық өрлеу Қазақстанның жаңа мүмкіндіктері» атты халқына Жолдауында қоғамды ақпараттандырудағы интернет технологиялармен қамтамасыз етілу мәселесіне тоқталып кетті. Біріншіден, өзіміздің бәсекелестік артықшылықтарымызды негізге ала отырып, технологиялар трансфертін белсенді әрі байыпты жүргізуіміз керек. Сырттан жаңа технологиялар әкеліп, оларды жетілдіруді жүзеге асыратын, сондай-ақ отандық ғылыми әзірлемелерді өндіріске енгізумен шұғылданатын конструкторлық бюролар мен жобалау ұйымдарының желілерін құруға жәрдемдесу қажет. Екіншіден, жоғары технологиялар саласындағы жобаларды қаржыландыруды, соның ішінде венчурлық негізде қаржыландыруды қолдайтын құрылымдар жасақтау керек. Қазақстан ғалымдарының үздік әзірлемелерінің “сыртқа” кетуіне жол беруге болмайды. Үшіншіден, Қазақстан бизнесінің инновациялық белсенділігін көтермелеу шарт. Ғылыми-зерттеу және конструкторлық қызметтегі зор күш-жігер жеке меншік сектордың еншісіне тигені жөн. Төртіншіден, зерттеу жұмыстарына мемлекеттік тапсырыстар жасауды бір жүйеге келтіру қажет, сонда ғана бұл жұмыстардың нәтижесіне экономиканың нақтылы секторында сұраныс туатын болады. Бесіншіден, зияткерлік меншік пен сауда белгілерінің қорғалуын нығайтып, технологиялық сектордың дамуына ықпал ету керек. Танысу мен қаржыландыру үшін ашық болатын инновациялар мен патенттер банкін құру қажет. Елбасымыз әрдайым инновация мен жоғарғы технологияларды енгізуді қолдап отырады, осыдан ақпараттық технологияның Қазақстанның дамуында қаншалықты маңызды орын алып отырғанын көруге болады. Еліміз халықаралық деңгейге бет алып, дамудың жаңа сатысына көшу барысында Елбасы Жолдаулары мен «Әлемдегі 50 бәсекеге барынша қабілетті елдер қатарына кіру» Бағдарламасында атап өткендей, алдымызға қойған мақсаттарға жету үшін барлық мүмкіндігімізді және әлеуетімізді пайдалануымыз қажет. Солардың бірі ақпараттану арқылы даму мүмкіндігі. Ақпарат саласы әлеуеті көп сала, сол әлеуетті қолдану арқылы бизнесті және тұтастай экономиканы да бір саты жеделдетуге мүмкіндік бар. Қазақстанда елді ақпараттандыру процесін жеделдету үшін құқықтық негіз жасалды. Біртұтас ақпараттық кеңістік қалыптастыру туралы жарлық, ұлттық ақпараттық инфрақұрылымды қалыптастыру бағдарламалары қабылданды. Елімізді ақпараттандырудың заңнамалық негіздемелерінің бастамасын 2003 жылдың мамырында "Ақпараттандыру туралы", "Электрондық құжат және электрондық қол қою туралы" заңдары құрайды. Электрондық қол қоюдың

қабылдануы және заңнамалық тұрғыда қолдану көлемі жыл сайын өсіп бара жатқан электрондық сауда-саттықтың жаңа көкжиектерін ашады. Осы заманғы қазақстандық ақпараттық саясат жаңа инновациялық-технологиялық экономиканы елеулі түрде күшейтіп, жаңа индустриялық, прогресшіл құрылымы бар экономиканы құруы керек. Бұл процеске қатысушы барлық тараптардың жиі де тиімді өзара ықпалдасуы күткен нәтижені береді. "Ғылым туралы", "Инновациялар туралы" қолданыстағы заңдармен қатар жана заңнамалық кесімдер бұл салада алға жарып шығу үшін жақсы тұғырнама жасайтынын атап өткен жөн.

ҚЫСҚАРТЫЛҒАН СӨЗДЕРМЕН АББРЕВИАТУРАЛАР ТІЗІМІ:

ALP (Average labor productivity) – еңбектің орташа өнімділігі.

ARPA (Advanced Research Projects Agency) – жобаларды одан әрі зерттеу агенттігі.

АЖ – ақпараттық жүйелер

АКТ – ақпараттық-коммуникациялық технологиялар

АТ – ақпараттық тауарлар

БАҚ – Бұқаралық ақпарат құралдары

БҰҰ – Біріккен Ұлтар Ұйымы

ВІ – бизнес ақпаратты жинау, талдау мен ұсыну АЖ

ҒТП – ғылыми техникалық прогресс

CTR (Click / Trough Ratio) – баннерге басу санының оны көрсету санына қатынасы, баннер жарнамасын тиімді бағалаудың әдістері.

DAPRA (Defence Advanced Research Projects Agency) – жобаларды одан әрі зерттеп қорғайтын агенттік.

ЕҰҰ – Еуразия Ұлттық Университеті

ECN (Electronic Communication Network) – электрондық коммуникациялық желілер.

EDE (Electronic Data Exchange) – әр түрлі компаниядағы компьютерлік бағдарлама арасындағы құжаттарды электрондық алмастыру.

EFT (Electronic Funds Transfer) – электрондық төлемдерді оптимизациялау жүйесі.

ERP – кәсіпорынның ресурстарын басқару АЖ

ЕСМ – кәсіпорында ақпарат пен құжаттарды басқару АЖ

HTML (Hyper Text Markup Language) – Веб-құжаттарды құруға қолданатын кодтың стандартты жинағы.

HRM – персоналды басқару АЖ

HTTP (Hyper Text Transfer Protocol) – HTML файлы ретінде серверден WWW клиентіне берілетінді анықтайтын хаттама.

ЖЦТХ – жерүсті цифрлық теледидар хабарларын

ЖТС – жалпы төлем салық

ЖІӨ – Жалпы ішкі өнім

ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) – тіркелген тұлғаларға арналған интернет-корпорация.

IP (Internet Protocol) – желілік деңгейдегі хаттама, адрестік кеңістікті құрудағы қажеттілік пен желі бойынша пакеттің бағытталуы.

IFA (International Fiscal Association) – халықаралық салықтық ассоциация. **ISP** (Internet Service Provider) – интернет қызметінің провайдері.

LAN (Local – area - network) – локальдық желі.

ИАСЖ – Интеграцияланған ақпараттық салық жүйесі

ҚҚС – қосымша құн салығы

ҚР ҚМ СК – Қазақстан Республикасының Қаржы министрлігінің Салық комитеті

ҚазҰЭК – Қазақстандық Ұлттық электрондық кітапхана

МЭА – мәліметтерді электронды алмасу

МЭКҚ – Мемлекеттік Электронды Кітапханалық Қор

MFP (multi – factor productivity) – көп факторлы өнімділік.

MIME (Multimedia Internet Mail Extensions) – әр түрлі бөліктен тұратын және графиктер, аудио, видеоклиптар мен басқа да ақпараттың түрінен құралатын электрондық поштаның хаттамасын ауыстыру стандарты.

MIPS (Mega Instruction Per Second) – секундына миллион операцияларды анықтайтын компьютерлік өнімділікті өлшеу бірлігі.

NAIRU (Non-accelerating inflation rate of unemployment) – инфляцияның күшеюіне жол бермеудегі жұмыссыздық нормасының көрсеткіштері.

NASDAQ (Nation Association of Securities Dealers Automated Quotation) – бағалы қағаздар бойынша Ұлттық ассоциация дилерлерін автоматтық котировкалау.

S.W.I.F.T. (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications) – бүкіләлемдік банкаралық қаржылық телекоммуникациялар қоғамы.

SCM – жеткізімдер тізімін басқару АЖ

СЕН – Салық есептіліктері нысандары

СТ кабинеті – Салық төлеуші кабинеті

СТ мен ССО – Салық төлеушілер мен салық салушылар объектілері

СЕӨС – Салық есептілігін өңдеу сервистері

СЕӨЖ – бұл Салық Есептеуліктерін Өңдеу Жүйесі

CRM – клиенттермен өзара әрекеттестікті басқару АЖ

ТМД – Тәуелсіз мемлекеттер достығы

TCP (Transmission Control Protocol) – мәліметтерді жіберетін пакеттер өлшемін анықтайтын және жіберілу параметрін қалыптастыруды жүзеге асыратын хаттама.

TFP (Total factor productivity) – өндіріс факторының жалпы өнімділігі.

TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) – мәліметтердің пакеттерге бөлінуін және қосымшалардың файлдарды қайта жіберуін басқаратын хаттамалар жиынтығы.

UDRP (United Dispute Resolution Policy) – домендік атау саласындағы дауды реттейтін біртұтас саясат.

WAP (Wireless Applications Protocol) – мобильдік терминал арқылы интернет желісіне кіруді қамтамасыз ететін желісіз қосымшалар хаттамасы.

WWW (World Wide Web) – интернет арқылы кіруге мүмкіндігі бар ақпараттық технология, желі, бүкіләлемдік өрмекші шырғауы.

ХКЖЖ – Хабарламаларды Кепілді Жеткізу Жүйесі

ХТРА – Халықаралық телерадио арнасы

XML (Extensible Markup Language) – сәйкестендіру тілінің кеңдігі (стандарты).

Тақырып №1 Ақпараттық экономикаға жалпы түсінік

Тақырыптың мақсаты: Ақпараттық экономиканың негізгі категориялары мен анықтамаларын түсіндіру

Тақырыптың жоспары:

1. Ақпараттық экономиканың негізгі анықтамалары
2. Ақпараттық экономиканың қалыптасу тарихы
3. Қазіргі заманға сай ақпараттық экономика саласының даму қарқыны, перспективалары

Ақпараттық экономика екі ұғымды түсіндіру үшін қолданылатын термин. Біріншіден, ақпараттық экономика шығармашылық еңбек пен ақпараттық өнімдердің басым ролімен сипатталатын өркениеттің қазіргі заманғы даму сатысы. Екіншіден, ақпараттық экономика- ақпараттық қоғамның экономикалық теориясы.

Ақпараттық экономиканың *қызметтері*. Қазір ақпараттық экономика ұғымының әр түрлі анықтамалары қолданылады. Ал ол өз кезегінде ақпараттық экономиканың мақсаттары мен тапсырмаларының қалыптасуына табиғи түрде әсер етеді. Батыста ақпараттық экономиканы жалпы экономиканың ақпараттық жұмысына және компьютерлік индустрияға қатысты бір бөлігі ретінде қарастырады. Бірақ бұл негізінде индустриялы экономиканы аграрлық құрылыстың бір бөлігі ретінде қарастырумен бірдей болғаны. Нәтижесінде компьютерлік индустрияның барлық күші көңіл көтеру саласына және дәстүрлі индустриалды құрылыстың экономикалық процестерінің автоматтандырылуына бағытталған. Іс жүзінде бұл бүгінгі күнгі барлық салада, әсіресе халықтың жұмысбастылық саласында экономикалық әсердің азғантай болып отырғанын көрсетеді. Сонымен бірге, 6-7 технологиялық құрылысына көшу концепциясы нақты өндіріспен байланысы аз және ақпарат пен білімге байланысы көп жаңа жұмыс орындарының пайда болуын қарастырады. Сондықтан ақпараттық экономика терминін еңбек пен өндіріс күштерінің өзгеру сипатымен айқындалатын қоғамдық қарым-қатынастардың бір деңгейінен басқа деңгейіне өзгеруі ретінде қабылдау қажет.

Ақпараттық экономика(постиндустриалды қоғамда шаруашылық жүргізудің ережелері)- қоғамдық өндіріс, қоғамдық игіліктерді бөлу мен тұтыну процестерінде электрондық технологиялардың кеңінен қолданылуын қамтитын адамның шаруашылық қызметін зерттейтін ғылым. Көпшілікке бағытталу және шаруашылық қатынастарының ғаламдық сипатына ие болу және де өндірілген өнімнің тұтынушылар арасында ғаламдық деңгейде бөлінуі ақпараттық экономиканың ерекшелігі болып табылады. Менеджмент пен бизнесті жүргізудің нарықтық моделіне негізделген жалпы қабылданған дәстүрлі экономикаға қарағанда ақпараттық экономика менеджментте, инновациялық кәсіпкерлікте, ақпараттық инжинирингте және экономикалық процестердің автоформализациясына негізделген.

Ақпараттық экономиканың басты қызметтері:

- макродеңгейде- қоғамның шаруашылық энергиясының жаңа сыртқы ресурстар мен өзінің құрылысының сапалы трансформациясына қарай бағытталу қабілетімен айқындалатын ғаламдық процестер көлемінде шаруашылықтың даму бағыты.

- микродеңгейде- сыртқы ортадан шаруашылық энергияны және жаңа жұмыс орындарының пайда болуы түріндегі трансформацияны алуға бағытталған шаруашылық жүргізудің алгоритмін кәсіпкерлік субъектілердің құруы.

Ақпараттық экономика жүйесі. Ақпараттық экономика жүйесі ретінде өзара бір ретті және үзіліссіз кәсіпкерлік қарым- қатынастары іске асырылған шаруашылық қызметтердің жүйесі түсіндіріледі. Өзара бірреттілік, үзіліссіздік және кері қызметтердің болуы элементтердің, процесстердің және олардың арбитражының құқықтық идентификациясын қамтамасыз етеді. Бұндай жүйелердің аналогтарына қазіргі кезде Visa/MasterCard, Интернет-трейдинг төлем жүйелері болып табылады. Бұл жүйе Интернетті қоса есептегенде телекоммуникациялық жүйелер негізінде қалыптасады. Ақпараттық экономика жүйесі динамикалық түрде өзгеріп отыратын байланыстармен сипатталады. Және де бұнда құқықтық толыққандылықтың қамтамасыз етілуі үшін элементтер мен типтер арасындағы мирасқорлықтың сақталуы шарты сақталынады.

Ақпараттық экономиканың қандай да болмасын жүйесі процестерге тәуелді бола отырып үш параметрмен сипатталады:

- элементтердің құрамының ерекшеліктері бойынша
- олардың саны бойынша
- құрылымы бойынша, яғни элементтерді біріктіретін байланыс түрі.

Элемент ретінде бұл жерде шаруашылық жүргізуші субъектімен байланысты және оның ерекшеліктерін сипаттайтын, электронды экономикалық қарым-қатынастың жүргізілуіне мүмкіндік жасайтын электронды бірлік түсіндіріледі. Ақпараттық экономика жүйесі нақты шаруашылық жүйесімен тығызбайланысты.

Ақпараттанудың дамуы АҚШ-та 60 жж, Жапонияда 70 жж-дың соңынан Батыс Еуропада басталды. Қазіргі материалдық өндіріс және басқа да қызмет салалары ақпараттық қызмет ету мен үлкен ақпарат көлемін өндеуді қажет етеді. Қоғамды ақпараттандыру қазіргі әлеуметтік прогрестің заңдылықтарының бірі. Бұл термин осы уақытқа дейін кең қолданған «қоғамның компьютеризациясы» терминін ысыруда. Бұл екі түсінік ұқсас болғанымен олардың едәуір айырмашылығы бар. «Қоғамды ақпараттандыру» қажеттілікті қанағаттандыруға арналған ақпаратты тездетіп игеруге бағытталған және онда әлеуметтік-техникалық прогрестің мәні мен мақсаттарына көңіл аудару керек. Компьютерлер қоғамды ақпараттандыру процесінің негізгі техникалық құраушысы болып табылады. Компьютерлік және телекоммуникациялық технологияларды енгізу негізіндегі ақпараттандыру қоғамдық өндірістің ақпараттық секторында еңбек

өнімділігінің артуы қажеттілігіне қоғамның іс-әрекеті болып табылады, онда жұмысқа қабілетті халықтың жартысынан астамы қамтылған. Біз өмір сүретін уақытта, яғни 21 ғасырда «ақпарат» ұғымы күнделікті қолданысқа енген, сондықтан «ақпарат» ұғымына анықтама берудің қажеті жоқ. Біздің қоғам «ақпараттық экономикаға» қадам басқан, біршама ақпараттанған қоғам. Ақпараттық экономиканың бизнеске әсерін және бизнестің ақпараттық ортасын, оны кім және қалай қалыптастыратынын қарастыру маңызды. Алдымен «ақпараттық экономика» ұғымына анықтама берейік. Ақпараттық экономика – ЖІӨ–нің көп бөлігі білім мен ақпаратты тарату, алмастыру, өңдеу, сақтау қызметімен қамтамасыз етілетін және жұмысбастылардың көп бөлігі осы салада қызмет ететін экономика түрі. Ақпараттық экономика - экономиканың барлық негізгі салаларының дамуы электрондық – ақпараттық техника құралдарымен байланысты болатын жаңа ақпараттық қоғамның келе жатқанын баяндайтын концепция. Бұл концепцияда ақпарат тауар ретінде қарастырылады және статистикалық әдістермен зерттеледі. 1980-1990 жылдардан бастап ақпараттық технологиялар саласы дами бастады. Әуел баста ол баяу дамыса, 1990 жылдар ортасынан қарқынды дами бастады. Өртүрлі ақпараттық техника мен технологияның пайда болуы, ақпарат саласының, соның ішінде БАҚ, интернет желісі, телекоммуникация және телевизия, радио, т.б. құралдардың дамуы біздің қоғамның, соның ішінде экономика саласының дамуын да жеделдетті. Осыған байланысты ақпараттық экономиканың даму сатыларын келесідей көрсетуге болады:

1. Өндіріске ақпараттық технологиялардың енуі .
2. Ақпараттық технологиялардың жаппай енгізілуі және стандартталған технологиялардың басым болуы.
3. Ақпаратты және ақпараттық технологияларды өндіру саласының өнімділігінің басқа салалардан асып түсуі.
4. Ақпарат пен білімді өндіруге басым түрде көшу.

Глобальдық жүйелер, интернеттің пайда болуы экономика, бизнесті ұйымдастыру саласында үлкен төңкеріс жасады десек артық болмайды. Бизнесті жүргізудің жаңа бағыттары пайда болып қана қоймай, ескі бағыттары да ақпараттық технологияларға бейімделіп өзгерді. Соңғы жылдары бұл тенденциялар неғұрлым басым болуда. «Intel» тәуелсіз зерттеу компаниясының мамандары жасаған зерттеулерге сүйенсек, 2006 жылдың аяғы қорытындысы бойынша бизнесті ұйымдастыру саласында ақпараттық технологияларды қолданушылар саны 18 576 287 ірілі – ұсақты компания болған, әлем бойынша Интернет желісін қолданушылар саны миллиардқа жеткен, ал электронды коммерцияның қаржылық айналымы триллион долларға жетті. Осы зерттеу нәтижесінен жасайтын қорытынды: бизнесті жүргізуде ақпараттық технологияларды, сауданың электрондық әдістерін, Интернет желісінің потенциалын ескермей, қолданбайтын компаниялар, керісінше, осыларды қолданатын және жеңіл игеретін алдыңғы қатарлы компаниялардың бәсекелік қабілетіне шыдамай, нарықтың көптеген позицияларында өз үлестерін жоғалтуы әбден мүмкін. Мысалы: ірі бизнеспен айналысатын кез-келген

компанияның өзінің жеке ақпараттар базасының болуы қосымша клиенттерді көптеп тартуға мүмкіндік береді. Желіге кіріп компания тарихы, қызметі, өнімдері, сапалық белгілері, кәсіби жетістіктерімен, т.б. танысқан кез-келген адам алған ақпараты ұнаған жағдайда компанияның болашақ клиентіне айналуы мүмкін. Ал желіге байланысты емес мысал келтірсек, әуелі телевизия мен радио, пошта қызметін, яғни БАҚ – ты айтқан жөн. Белгілі болғандай, қазіргі кезде көптеген телекомпаниялардың өз бюджеттері жарнама ақысы есебінен құралады, теледидарды қарау арқылы әртүрлі тауарлар мен қызметтер, олардың сапалық қасиеттері, бағасы туралы, оның өндірушілер туралы көп ақпарат ала аламыз, теледидардың көмегімен қызықты әрі бейнелі, мән-мағыналы видеороликтер көрсету арқылы бизнес иелері бізді біршама ақпарат иесі етеді және мұндай жарнама арзан болмағанымен, ол тұтынушы мен өндіруші арасындағы берік ақпарат каналы болып табылады. Радио жайлы да осыны айта аламыз. Біз теледидар мен радиодан алған ақпараттың дұрыстығына толығымен сенімді бола аламыз. Бірақ, бизнесті ұйымдастыру мен жүзеге асыруда басқа ақпарат құралдарынан гөрі Интернет желісінің алатын орны ерекше. Бұған дәлел келтірсек, біріншіден, Интернет желісіне кез-келген адам әлемнің әр аймағынан қол жеткізіп, ақпаратқа ие бола алады, екіншіден, БАҚ, теледидар, радио, т.с.с. ақпарат көздерінен өзімізге қажет ақпаратты белгілі бір уақыт аралығында ғана ала алсақ, Интернеттен кез-келген уақытта ала аламыз, үшіншіден, жоғарыда айтып кеткенімдей, Интернет желісін қолданушылар уақыт өткен сайын көбейіп келеді. Сол себептен, бизнестің статусын қалыптастыруда, компанияның ақпараттық ортасын қалыптастыруда, компания мен клиент арасындағы байланысты нығайтуда Интернет желісінің маңызы зор. IBM компаниясы мамандарының зерттеу нәтижелері бойынша бизнес – процестерді Интернет технологиялары арқылы ақпараттандыру қарқыны жыл сайын орташа 2-3 есеге өсіп жатады. Бизнесіте, яғни іскерлік белсенділік танытуда глобалды технологияларды қолдану арқылы ішкі және сыртқы байланыстарды өзгерту мен күшейту арқылы компания өз пайдасын бірнеше есе ұлғайта алады. Компанияның ішкі ұйымдастырылуы ортақ ақпараттық желі (ақпараттық ғылым тілінде «интранет») арқылы жүзеге асырылуы компания қызметкерлері арасындағы қарым – қатынасты тиімді етеді және компанияның ішкі жоспарлау және басқару процестерін неғұрлым нәтижелі етеді. Ал компанияның сыртқы байланыстарында ақпараттық желіні қолдану (экстранет) әріптестермен, клиенттермен, жабдықтаушылармен байланыс орнатуда зор қызмет атқарады. Бизнесітегі ақпараттық ресурстардың Қазақстандық және шетелдік тәжірибесін салыстырсақ, әрине, елімізде ақпараттық технологиялар саласы әлі де көп жұмысты, инновацияны, жеделдікті қажет етеді. Осыған қатысты негізгі мәселелер мыналар:

Бизнесті ақпараттандырумен айналысатын арнайы бағдарламалардың аз болуы;

Кейбір ақпараттық технологиялардың халықаралық стандарттарға сай болмауы;

Интернет – бизнесіте заңсыз, алдамшы іс – әрекеттің болуы;

Елімізде бизнесті ақпараттандыруға қатысты заңнамалық негіздің әлсіздігі. Аталған мәселелерге қатысты ұсыныстар жасауға болады:

Ең алдымен осы салада заңдық базаны күшейту, ақпараттық технологияларды қолдану туралы заң қабылдау;

Ақпараттық ресурстарға қолжетімділікті көбейту, мысалы кез – келген ірілі- ұсақты фирмалар интернет желісінде тіркелуі тегін болса немесе бастапқы жеңілдіктер көп болса.

Жүзеге асырылып жатқан жобалардың ауқымын үлкейту, мысалы, Қазақстандық тауарлар мен қызметтерді жарнамалаушы сайттарды көбейту арқылы еліміздің халықаралық нарыққа шығуын жеделдету;

Жас фирмаларға ақпараттандыру саласында мемлекет тарапынан қайтарымсыз көмектер көрсету;

Желідегі заңсыз іс – әрекеттерден қорғану, ақпараттық қауіпсіздікті күшейту.

Қазіргі нарықтық экономика жағдайында кез–келген бизнес-процестер ақпараттық қамсыздандырусыз жүзеге аспайды. Кез – келген бизнес – процесс адам қолымен жасағанда тиімді бола бермейді, бұл әдетте, жұмысы көп, ауыр, көп деңгейлі жұмыс. Бұл мәселені шешу үшін бизнестің ақпараттық ортасын қалыптастыру және оптималдандыру, автоматизациялау жүзеге асырылады. Жоғарыда баяндағанымды қорытындылай, айтарым қазіргі таңда бұл іспен айналысатын арнайы ұйымдар, фирмалар, т.б. көп, әрқайсысының қызмет бағыты әртүрлі. Барлығының ортақ белгісі – ақпараттандыру арқылы, жоғарғы технологияларды қолдану арқылы клиенттің бизнес – процестерін оптималдандыру, олардың уақытын және қаржысын үнемдеу. Бұл істі жоғары білімді кәсіби мамандар жүзеге асырады. Нәтижесінде клиент орнықты, тұрақты жұмыс істейтін бизнес-процестер жүйесіне ие болады.

Ақпараттандырылған бизнес фирманы іштей және сырттай дамытады. Сыртқы ортада жабдықтаушылармен, клиенттермен, бәсекелестермен қарым – қатынасты оптималдандырса, фирма ішінде ішкі құрылымды, персонал байланысын жақсартады және трансакциондық шығындардың төмендеуіне әсер етеді.

Жалпы айтқанда, экономиканы, соның ішінде бизнесті ақпараттандыру өте табысты іс болып қана қоймай, жалпы адамзат қоғамының алға жылжуын қамтамасыз етеді, іс жүзінде қоғамның, экономиканың, еңбек, капитал нарықтарында, тауар мен қызметтер өндірісінде әлеуметтік салада геоэкономикалық жағдай өзгереді, нәтижесінде бизнес еларалық, ғаламдық сипатқа ие болады. Сол себептен, ақпараттық технологияларды бизнесте қолдану арқылы тұтастай қоғамды, соның ішінде экономиканы да жедел дамытуға болады.

Өзін- өзі тексеру сұрақтары:

1. «Ақпараттық экономика» термині алғаш рет қай мемлекеттерде қолданыла бастады?

2. ҒТП-тің дамуы не үшін керек?

Тест сұрақтары:

1. Жаңалықтың әр түрлі теориясын зерттейтін ғылым облысы не деп аталады?

- A) Инноватика
- B) Инновациялық қызмет
- C) Инновация
- D) Инновациялық сфера
- E) Инновациялық инфрақұрылым

2. Ақпаратты өңдеумен және сақтаумен айналысатын адамдар еңбегін тиімді ұйымдастыру әдістерін зерттейтін өзара байланысты ғылыми, технологиялық, инженерлік пәндердің кешені?

- A) Ақпараттық ресурс
- B) Ақпараттық технология
- C) Ақпарат
- D) Инновация
- E) Ғылыми-техникалық прогресс

3. Ақпараттық экономика терминіне тән анықтаманы көрсетіңіз?

- A) Ақпаратты өңдеумен және сақтаумен айналысатын адамдар еңбегін тиімді ұйымдастыру әдістерін зерттейтін өзара байланысты ғылыми, технологиялық, инженерлік пәндердің кешені
- B) Жаңа технология мен жаңа техниканы енгізудің үздіксіздік процесі, яғни бүкіл ғылыми потенциалды еңбек пен өндірісті жетілдіруге бағыттандыру
- C) ЖІӨ – нің көп бөлігі білім мен ақпаратты тарату, алмастыру, өңдеу, сақтау қызметімен қамтамасыз етілетін және жұмысбастылардың көп бөлігі осы салада қызмет ететін экономика түрі
- D) Мақсаттары, шешілу жолдары, объекті, территориялардың біріккен және ресурстары бойынша келісімді инновациялық жобалары мен іс-шаралардың кешені
- E) Бұл нарыққа бір н/е бірнеше тауарлар мен қызметтер ұсыну арқылы оның меншік иелеріне пайда әкелу мақсатында мекеменің біртұтас басқаруындағы ұйым

4. Ақпараттық технологиялардың тікелей әсері деген не?

- A) Демократиялық үрдіс барысында цифрлік ақпарат алмасу
- B) Микропроцессоры бар банктік пластикалық карта
- C) Өндіріс салаларында МҒР көрсеткішінің өсуі
- D) Жіберушінің жеке кілтімен хаттарды шифрлеу нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба
- E) Банктер шығаратын және жабатын биттер шынжыры

Тақырып №2 Ақпараттық тауарлар мен қызметтер түрлері

Тақырыптың мақсаты: Ақпараттық тауарлар мен қызметтерге жалпы түсінікті қалыптастыру

Тақырыптың жоспары:

1. Тауарлар мен қызметтердің аумағының ақпараттық кеңістігі
2. Ақпараттық нарық секторлары

Ақпараттық ресурстар – ақпараттық экономиканың негізгі категорияларының бірі, қоғамдағы жинақталған білім және оның мақсатты түрде қолданылуы.

Ақпараттық ресурстар – бұл бөлек құжаттар мен құжаттардың бөлек массивтері, ақпараттық жүйелердегі (кітапханалардағы, мұрағаттардағы, қорлардағы, мәліметтер банктеріндегі, басқа ақпараттық жүйелердегі) құжаттардың құжаттары мен массивтері.

Құжаттар мен массивтер өз бетімен пайда бола алмайды. Оларда әр түрлі нысандарда оларды жасаған адамдар ие болған білім ұсынылған. Осылайша, ақпараттық ресурстар бұл қоғамда әлеуметтік қолданыс үшін адамдармен дайындалған және материалдық тасымалдаушыда бекітілген білім болып табылады.

Мемлекеттің, аймақтың, ұйымның ақпараттық ресурстары маңызы бойынша шикізат, энергия, жер қойнауы және басқа да ресурстарға тең, стратегиялық ресурстар сияқты қарастырылуы тиіс.

Әлемдік ақпараттық ресурстардың дамуы мүмкіндік берді:

- ақпараттық қызметтер көрсетуді жаһандық адамзаттық қызметке айналдыруға;

- әлемдік және ішкі мемлекеттік ақпараттық қызметтер нарығын жасауға;

- салыстырмалы түрде қымбат емес қолжетімді, мемлекет пен аймақтар ресурстарының түрлі мәліметтер базасын құрастыруға;

- қажет ақпараттарды қолдану есесінен фирмаларда, банктерде, биржаларда, өнеркәсіпте, саудада және басқаларда қабылданатын шешімдердің негізділігі мен жеделдігін жоғарылатуға.

Ақпараттық ресурстар ақпараттық өнімді құрастыруға негіз болып табылады. Ары қарай тарату үшін, оларды өндірушілермен құрастырылған, мәліметтердің жиынтығы, заттық та, заттық емес нысанда да өмір сүре алатын, ақпараттық өнім немесе ақпараттық қызметтің өнімі болып табылады.

Ақпараттық өнімнің қолданушыларға құндылығы және сонымен қатар оның коммерциялық сәттілігі оның қолданушылардың сұранысын қаншалықты қанағаттандыра алатындығына байланысты болады.

Дәстүрліге қарағанда, жаңа ақпараттық технологиялар қолданушыға тек ақпараттық өнімді ұсынуды ғана емес, сонымен қатар оған қол жеткізу құралдарын да (іздеу, өңдеу, ұсыну және т.б. құралдарды) ұсынуды

болжамдайды. Осындай мүмкіндік дәстүрлі түрде ақпараттық қызмет ұғымымен байланыстырылады.

Ақпараттық тауарлар мен қызметтердің пайда болуы ақпараттық өнімге сұранысты кеңейте түсті.

Ақпараттық тауарлар мен қызметтер нарығының секторлары:

1- сектор – іскерлік ақпарат, келесі бөлімдерден тұрады:

– биржалық және қаржылық ақпарат – бағалы қағаздардың баға белгілеулері, валюта курстары, есептік мөлшерлемелер, тауарлар мен капиталдар нарығы, инвестициялар, бағалар. Жабдықтаушылар биржалық және қаржылық ақпараттардың арнайы қызметтері, брокерлік компаниялар, банктер болып табылады;

– статистикалық ақпарат – динамика қатарлары, болжамдық модельдер мен экономикалық, әлеуметтік, демографиялық салалар бойынша бағалаулар. Жабдықтаушылар мемлекеттік қызметтер, компаниялар, консалтингтік фирмалар болып табылады;

– компаниялар, фирмалар, корпорациялар, олардың қызметтерінің бағыттары мен өнімдері, бағалары бойынша коммерциялық ақпарат; қаржылық жағдайлары, байланыстары, келісім шарттары, басшылары, экономика және бизнес саласындағы іскерлік жаңалықтары туралы ақпарат. Жабдықтаушылар арнайы ақпараттық қызметтер

2- сектор мамандар үшін ақпарат, келесі бөлімдерді қамтиды:

– мамандандырылған ақпарат – заңгерлер, дәрігерлер, фармацевттер, оқытушылар, инженерлер, геологтар, метеорологтар үшін арнайы ақпарат;

– ғылыми - техникалық ақпарат – деректі, библиографиялық, рефераттық, жаратылыс, техникалық, қоғамдық ғылымдар саласындағы анықтамалық ақпарат, өндіріс салалары мен адам қызметтерінің сфералары бойынша;

– түпдерек рұқсаты – кітапханалар мен арнайы қызметтер арқылы ақпарат көздеріне қолжетімділігін ұйымдастыру, түпдеректерді иелену мүмкіндігі, оларды кітапханааралық абонемент арқылы түрлі нысандарда алу.

3- сектор тұтынушылық ақпарат, келесі бөлімдері бар:

– жаңалықтар мен әдебиет – жаңалықтар қызметтері мен пресс агенттіктерінің, электрондық журналдардың, анықтамалардың, энциклопедиялардың ақпараттары;

– тұтынушылық ақпарат – көлік кестесі, билеттер мен қонақ үйлерде орындарды резервтеу, тауарлар мен қызметтерге тапсырыс беру, банктік операциялар және т.б.;

– ойын-сауық ақпаратты ойындар, телемәтін, видеомәтін.

Сектор білім беру қызметтері, білім берудің барлық сатылары мен нысандарын қамтиды: мектеп алды, мектеп, мамандандырылған, орта мамандандырылған, жоғарғы, мамандықты жоғарылату мен қайта дайындалу. Ақпараттық өнім компьютерлік және компьютерлік емес түрде берілуі мүмкін: оқулықтар, әдістемелік жасалымдар, практикумдар, дамытатын компьютерлік

ойындар, компьютерлік оқытатын және бақылайтын жүйелер, оқыту әдістемелері және т.б.

4- сектор қамтамасыз ететін ақпараттық жүйелер мен құралдар, құрамы келесідей:

– бағдарламалық өнімдер – әр түрлі бағыттағы бағдарламалық кешендер, маманнан тәжірибесі жоқ компьютерді қолданушыға дейін: жүйелік бағдарламалық қамтамасыз ету, жалпы бағыттағы бағдарламалар, нақты қолдану аясындағы функцияларды жүзеге асыру бойынша қолданбалы бағдарламалық қамтамасыз ету;

– техникалық құралдар – компьютерлер, телекоммуникациялық жабдықтар, оргтехника, серіктес материалдар мен комплектілеушілер;

– ақпараттық индустрияның әр түрлі аспектілері бойынша кеңес беру – қандай ақпараттық техниканы алу керек, мамандық қызметті жүзеге асыру үшін қандай бағдарламалық қамтамасыз ету қажет, ақпараттық жүйе керек па және қандай, т.б.;

– ақпараттар көздерін дайындау – берілген тақырып, сала, құбылыс және т.б. бойынша мәліметтер қорын құру.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Ақпараттық өнім деген не?
2. Басылымдардың көшірмесінің электрондық түріне келтірілген ақпаратты қамтитын желілік ресурс?
3. Ақпараттық ресурстар –...?
4. Активті ақпараттық ресурстар дегеніміз не?

Тест сұрақтары:

1. Ақпараттың сапалық сипаттамасына не жатады?

- A) Көлемі, сақтау ортасы
- B) Нақтылығы, шынайылығы, құрылымдылығы
- C) Жеткіліктілігі, актуалдылығы
- D) Оптималдылығы, актуалдылығы
- E) Синтаксис, орфография

2. Өндіріс пен жаңа тауарлар мен қызмет көрсетуге бағытталған инновация қандай инновация түріне жатады?

- A) Процестік инновация
- B) Кешендік инновация
- C) Өнімдік инновация
- D) Нарықтық инновация
- E) Әлеуметтік инновация

3. Мақсаты шешім қабылдауға қатысы бар фирма қызметкерлерінің ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандыру болып табылатын ақпараттық технология?

- A) Қазіргі заманғы ақпараттық технология
- B) Мәліметтерді өңдейтін ақпараттық технология
- C) Шешім қабылдауды қолдаудың ақпараттық технологиясы
- D) Басқарушылық ақпараттық технология
- E) Эксперттік (сарапшы) жүйе ақпараттық технологиясы

4. Ақпараттық ресурстар –

- A) шектеулі сферада қолданылатын сипаттамасы бар өнім
- B) интеллектуалды іс-әрекеттің өнімі
- C) зат немесе іс-әрекет (өнім және қызмет)
- D) бұл ақпараттық экономика теориясындағы ең негізгі категорияларының бірі
- E) заттай алып жүретін тетікке салынған ресурстар

Тақырып №3 Ақпараттық қызметтердің негізгі категориялары

Тақырыптың мақсаты: Ақпараттық технологияларды пайдаланудағы негізгі категорияларды ашып анықтап беру

Тақырыптың жоспары:

1. Ақпараттық нарықтағы сұраныс пен ұсыныс және баға қалыптасудағы негізгі түсініктер.
2. Ақпараттық технологиянарығындағы бәсекеге қабілеттілікті дамыту жолдары.
3. Ақпараттық технологияларды өндеудегі ерекшеліктер мен құраушы элементтер.

Нарықтық шаруашылық тұтынушылық игіліктердің келесідей төрт секторын қарастырады: тұтыну игіліктері, өндірістік құрылымдар, еңбек және ақша мен бағалы қағаздар. Ал қазіргі кезеңдегі өндіріс бесінші сектор, яғни ақпараттар нарығынсыз қызмет етуі мүмкін емес. Бүгінгі күні экономикалық және әлеуметтік даму деңгейіне тәуелсіз экономиканың ақпараттық саласының дамуына байланысты қоғамдағы әлеуметтік, саяси және мәдени өзгерістерден көптеген мемлекеттердің құрылымы қайта құрылуда. Оның дәлелі ақпараттық қызметтегі қызметкерлер санының өсуі, яғни ақпаратты өндіру, өндеу, сақтау мен тарату қызметтері. Өз кезегінде ақпараттық қызметтер мен тауарлар нарығы бүгін ең қарқынды дамушы нарық болып табылады. Ақпараттық бизнес нарыққа жаңа көптеген кәсіпкерлерді тартуда. Әр түрлі деңгейлердің ақпараттық қажеттіліктері шапшаң қарқынмен өсуде. Ол өз кезегінде ақпараттық айналым мүмкіндіктерін кеңейтеді, жаңа ақпараттық өнімдердің пайда болуына алып келеді, ақпарат қызметтерінің барлық түрлерінің дамуын ынталандырады. Қазақстан Республикасының экономикасына келсек, біздің еліміздегі ақпараттық нарық әлі де болса қалыптасуда. Мемлекетіміздің ақпараттық нарығының даму келешегі осы саладағы мемлекеттің ойластырылып, өлшенген саясатына байланысты. Ақпараттық сала тауарлар мен қызметтердің кең ауқымын алады. Ақпарат нарығы келесідей секторларды қарастырады: коммуникация, білім, ғылыми-техникалық зерттеулер, басылым, кино, жарнама, басқару қызметтері және тағы басқалары. Әлі күнге дейін ақпараттық тауарлар мен қызметтер нарығының жалпы қабылданған нақты классификациясы жоқ. Ф.Махлуп ақпарат саласын бес топқа бөліп қарастырған: білім, ғылыми зерттеу мен әзірлеулер, бұқаралық ақпарат құралдары мен байланыс, ақпараттық машиналар мен құрал-жабдықтар, ақпараттық қызметтер. Ал В.Томбовцев ақпараттық нарықтың мынадай бес топқа бөлген: ғылыми-техникалық өнімдер, көркем әдебиет объектілері, басқарушылық мәліметтер мен хабарламалар, тұрмыстық ақпараттар, қызметтер мен білім. Экономиканың ақпараттық инфрақұрылымын ақпаратты талдау мен өндеудің орталық ұйымдары, ақпараттық айналым каналдары, коммуникациялар мен байланыс желілері, сондай-ақ ақпарат

құралдары қалыптастырады. Қолданып жүрген технологиялардың ішіндегі маңыздысы қазіргі жаңа ақпараттық технологиялар. Формальды түрде ақпараттық технологияларды негізгі екі ірі өзара байланысты класқа бөлуге болады: қазіргі жаңа ақпараттық технологияларды жобалауға бағытталған ақпараттандырудың бағдарлама-математикалық аспаптық құралдары мен шешімдерді қабылдау мен қолдауды қамтамасыз ететін қолданбалы ақпараттық технологиялар. Аспаптық ақпараттық технологияны құрушы топтағы көптеген технологиялар ЭВМ құрылуымен бір уақытта арнайы және жалпы бағдарламалық қамсыздандыру түрінде, әр түрлі кластар мен белгілеулердің операциялық жүйелер мен қолданбалы бағдарламалар жиыны ретінде пайда болды. Ал жаңа ақпараттық технологиялар қатарына есептеуіш техника құралдарының жаңа техникалық мүмкіндіктеріне байланысты гипертекстік технологиялар, машиналық графика, қол жетерлік телекоммуникациялық әдістер, CASE-технологиялары, жасанды интеллект жүйелері, мультимедиа жатады. Гипертекст – өзара байланыс типін белгілеу арқылы бір фрагменттен келесі бір фрагментке өтуіне мүмкіндік беретін, ақпараттық ұйымдастыру формасы. Берілген технологияның пайдалылығы жаңа әлеуметтік-экономикалық концепцияларды құрастырған кезде оның нормативті-құқықтық құжаттармен дәл сәйкестілігіне сенімді болу. Телекоммуникациялар. Соңғы уақытта аспаптық технология құрамына нарықтық экономикада белсенді түрде қоғамдық компьютерлік жүйелер енгізілуде, олар: тақырыптық сипаттағы берілгендердің коммерциялық негіздері, электронды биржа мен жарнама тақталарының жүйесі, хабарламалар, ақпараттық, қаржылық және тағы да басқа қызмет түрлерін ұсынушы құрылғылар. CASE-технологиялар – бүтіндей экономикалық кешеннің күрделі логико-аналитикалық моделдерін өңдеу процесін қарастыра алады. Олар жүйелік талаптарды суреттеу үшін мәтін не диаграмма түрінде қолданылатын жобалау мен бағдарламалаудың құрылымдық немесе объективті бағытталған әдістемелеріне, жүйенің модельдері арасындағы байланыстар, жүйе сипаттамасының қарқыны мен бағдарламалық құралдардың архитектурасы. Жасанды интеллект жүйелері. Информатикадағы ғылыми-тәжірибелік талпыныс интеллектуалды жүйелер индустриясының қалыптасуына алып келді. Осы саладағы неғұрлым маңыздысы мен қарқынды дамушы бағыты білімге негізделген технологияларды өңдеу. Ақпараттық іздеу, логикалық және эксперттік жүйелерді қолдану арқылы қолданушы берілген тапсырмаларды шапшаң және толықтай орындай алады. Интеллектуалды ақпараттық іздеу жүйелері білім базасынан қажетті мәліметтерді тауып, басқарушылық және экономикалық мәселелерді шеше алады. Мультимедиа – бұл интерактивті жүйе тек суреттер мен мәтіндерді ғана емес, сонымен бірге видео, анимациялық компьютерлік графикамен, жоғары сапалы дауыспен қамтамасыз етеді. Мультимедиа жүйесінің пайда болуы әлемдік нарықтағы жеке сұраныстарын іздестіруге, сатылатын өнімдердің видеокаталогтарын жасауға, коммерциялық базаларға, анықтамаларға, іскерлік видеоконференцияларды өткізуге бизнес, білім салаларындағы түбегейлі өзгерістерге алып келеді. Жаңа шаруашылық механизмдерін қолдау үшін

нарықтық қатынастарға барабар жаңа ақпараттық технологиялар дайындау керек. Қазіргі кезеңде банктік және инвестициялық қызметтер өзгерістерге ұшырауда, салық салу жетілдірілуде, басқарушылық қызмет пен нарық субъектілерінің жаңа түрлері пайда болуда. Банктік жүйе. Банктік құрылымдардың дамуы мен жетілдірілуі қаржы мекемелерінің жаңа қызметтерге қажеттілігін тудырады. Банктік жүйелердің орталықтандырылуы жеке бөлімдердің қызмет етуінің тиімділігін арттыру мақсатында кешенді ақпараттандыру тұжырымдарын өңдеуін талап ететін жаңа ұйымдарды қалыптастырады. Банктік ақпараттық технологиялар төлемдерді ұйымдастыру кезінде жеткілікті оперативтілікті қамтамасыз етуі керек. Биржалық технологиялар. Тәжірибе бойынша биржалық компьютерлік кешенді жобалау логикалық күрделі, уақыты бойынша ұзақ болатын және де оны орындау үшін жоғары мамандандырылған мамандарды қажет ететін жұмыс болып табылады. Менеджмент технологиялары. Нарықтық жағдайда өндірістік менеджменттің барлық процедурасы ішкі және сыртқы ақпараттар ағымына байланысты. Шешім қабылдау үшін менеджерге келіп түсетін көптеген ақпараттардың ішінен тек негізгілерін анықтауы керек, ал қалғандары ақпараттық шу деп аталады. Коммуникация мәселелерін шешуде кәсіпорынның тиімді жұмысын ақпараттың түсу жылдамдығы, оның уақыттылығына байланысты. Мысал ретінде оған қазір мемлекетіміздегі электронды үкіметті айта аламыз. Маркетинг технологиялары. Маркетингтің ақпараттық ағынын кешенді зерттеу коммерциялық және статистикалық сипаттағы ірі массивті мәліметтерді талдауды талап етеді. Маркетингтік ақпараттық технологиялар – келешек және ағымдағы маркетингтік зерттеулерді ұйымдастыруға негізделген әдістер мен процедуралардың жиынтығы. Салықтық ақпараттық жүйелер. Салықтық жүйенің өзгеруі өзімен бірге сәйкесінше ақпараттық технологияларының жаңаруын қажет етеді. Ресми нарықтық саясатты жүзеге асыру үшін қажетті ақпаратты жинау мен өңдеудің тиімді технологиялар жасалуда. Оларға салықтық қызметтер үшін кешенді ақпараттық аналитикалық жүйені құру, жүйедегі ақпараттық айналымды қамтамасыз ететін қазіргі коммуникациялық жүйені құру, жаңа ақпараттық нарықта сәйкес кадрларды дайындау жатады. Инвестициялық жобаларды басқару технологиялары. Қазіргі ақпараттық технологияда инвестициялық жобаларды басқаруды құру автоматтандырылған түрде тапсырыс беруші, инвесторлар, жобалық және эксплуатациялық кәсіпорындар арасындағы ақпараттық айналымды ұйымдастыруға негізделген. Бұл мәселе бүкіл шешілетін міндеттерді байланыстыруға мүмкіндік беретін әмбебап ақпараттық базаны талап етеді. Сонымен қатар ақпараттың құрылымына, көрсеткіштердің идентификациясына, техникалық экономикалық мәліметтерді кодтаудың классификациясына бірыңғай жол. Инвестициялық жобаларды басқарушы жаңа ақпараттық технологиялардың негізін мамандандырылған бағдарламалар кешені құрады. Қолданылатын технологиялардың бағдарламалық қамсыздандыру есеп формасының санымен, құжаттардың сапасымен, мәліметтерді алмастыру ыңғайлылығымен, графикалық интерфейстің болуымен, сыртқы құрал жабдықтарды қолданумен

сияқты сипаттамаларымен ерекшеленеді. Жаңа ақпараттық технологияларды енгізу экономикалық ақпаратты өңдеу жүйесін толық өзгеруін талап етеді.

Мемлекетте күрделі экономикалық мәселелерді бағаламау мен маңыздылығын елемеу, сәйкес ақпараттық технологияларды қолдамау күтілетін нәтижеден теріс мәнге әкеледі. Сондықтан да экономикалық талдауды жүргізгенде, экономикалық, басқарушылық, ғылыми - техникалық, заңнамалық, коммерциялық және басқа да ақпарат түрлерін өңдеудің тиімді жүйелерін құрудың кешенді мәселесі шешілу қажет. Қазақстан Республикасы ақпараттық нарығын бәсекеге қабілеттілігін дамыту Қазақстан Республикасы Президентінің 2006 жылғы 1 наурыздағы Қазақстан халқына Жолдауында белгіленген әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті елу елдің қатарына кіру стратегиясына сәйкес. Онда ғаламдық ақпараттық кеңістікті және Қазақстан Республикасының ақпарат нарығын дамытудың негізгі үрдістері, қазіргі заманғы ақпарат нарығындағы бәсекеге қабілеттіліктің өзекті проблемалары талданады. Мемлекеттік саясаттың ақпарат саласындағы негізгі қағидаттары, стратегиялық мақсаттары мен міндеттері, сондай-ақ оларды іске асыру тетіктері айқындалды. Бәсеке қазіргі заманғы ақпарат нарығының аса маңызды сипаттамасы болып табылады. Бәсекеге қабілеттілік - күрделі экономикалық санат, ол мынадай бірнеше деңгейде: тауардың немесе көрсетілетін қызметтің бәсекеге қабілеттілігі; тауар өндірушінің немесе қызмет көрсетушінің бәсекеге қабілеттілігі; салалық бәсекеге қабілеттілік; ақпарат нарығының бәсекеге қабілеттілігі; елдердің бәсекеге қабілеттілігі ретінде қарастырылуы мүмкін. Бүкіл осы деңгейлердің арасында тығыз ішкі және сыртқы тәуелділік бар. Елдегі және саладағы бәсекеге қабілеттілік түптеп келгенде нақты тауар өндірушінің немесе қызмет көрсетушінің бәсекеге қабілетті тауар шығарудағы немесе қызмет көрсетудегі қабілетіне байланысты. Әлемдік тәжірибеде дамыған бәсекеге қабілетті ақпарат кеңістігінде мынадай ұғымдар пайдаланылады: бәсекелестік артықшылық – бәсекелес шаруашылық субъектілерінің тиісті көрсеткіштерімен салыстыру арқылы нарықта анықталатын артықшылық және шаруашылық жүргізуші субъектінің бәсекеге қабілеттілігін айқындайды. Маңызды бәсекелестік артықшылыққа: өндірістің табыстылығы, инновациялық қызметтің сипаты, еңбек өнімділігінің деңгейі, стратегиялық жоспарлау мен менеджмент тиімділігі, нарықтық өзгермелі талаптары мен жағдайларына жылдам бейімделу қабілеті жатқызылады. Шаруашылық субъектісінде (фирмада), оның ішінде қазіргі ақпарат өрісінде бәсекелестік артықшылықтары жиынтығы мен олардың сапалық сипаттамалары жоғары болған сайын, оның нарықта жемісті қызмет істеуі үшін неғұрлым қолайлы алғышарттар мен жекелеген нарықтық сегменттерде барынша орнықты тұғырларды иеленеді; ақпарат өнімінің бәсекеге қабілеттілігі – ақпараттық өнімнің ішкі, сондай-ақ сыртқы нарықта табысы ретінде анықталатын тұтынушылық, бағалық және сапалық сипаттамаларының кешені. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін ұқсас тауарлармен салыстыру арқылы ғана анықтауға болады; салыстырмалы артықшылық тұжырымдамасы – экономикалық ілім тұжырымдамасы, оған сәйкес елдің нақты қоғамдық және

экономикалық өмірі салаларындағы табысы өндірістік факторлардың барынша тиімді пайдаланылуымен түсіндіріледі, оның үстіне нарықтық күштердің өздері елдің ресурстарын олар барынша тиімділікпен қолданылуы мүмкін тұстарға тоғыстырады; еңбек өнімділігі – ақпараттық тауардың нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін айқындайтын негізгі көрсеткіштердің бірі, өйткені бәсекенің материалдық негіздері нақ өндіру үдерісінде қалыптасады, ол нарықта бағалар мен пайданың салыстырмалы деңгейі арқылы көрінеді; тік өсім – бір өнімді түрлі сатыда өңдеуші өндірісті кеңейтуге байланысты өсім. Мысал ретінде меншіктегі баспахана базасын, көтерме-бөлшек саудада тарату желісін құру есебінен кеңейтілетін баспалық бұқаралық ақпарат құралдарын (БАҚ) келтіруге болады. Тік өсім бір медиа-кәсіпорын шеңберінде барлық өндірістік-маркетингтік тізбектерді біріктіруді көздейді; көлбеу өсім – компанияны өз бизнесін жүргізетін салада кеңейту, өндірісті кеңейту (өндірілетін ассортименттерді жаңа ұқсас тауарлар есебінен кеңейту) арқылы немесе ұқсас компанияларды сатып алу (бәсекелес құрылымдарды сатып алу немесе басқа географиялық нарықтарға шығу) есебінен компанияның нарықтық үлесін ұлғайту; қиғаш өсім - бірдей өнімдер шығармайтын және ортақ өндірістік үдеріске қатыспайтын компаниялардың бірігуін білдіреді. Бұл қазіргі кезде барынша кең тараған стратегия болып табылады, өйткені ол баға белгілеуді бақылауға, ресурстарды құрылымдар ішінде қайта бөлуге қабілетті көпсалалы әртараптандырылған құрылымдар құруға әкеледі. Ақпарат саласында стратегия негізінде ірі медиа-кәсіпорындар құрылады, оларға: телерадио хабарларын тарату компаниялары, баспа өнімдері, баспаханалар, компьютерлік және желілік ақпараттық қызметтер ұсыну жөніндегі компаниялар, медиалық емес кәсіпорындар кіруі мүмкін. Осының нәтижесінде бір немесе көптеген мемлекеттер аумақтарында түрлі бейіндегі кәсіпорындарды иеленетін және оларға бақылауды жүзеге асыратын ұлттық конгломераттар мен трансұлттық корпорациялар құрылады; жергілікті нарық - бір елді мекеннің және сонымен іргелес аудандар нарығын білдіреді. Қазақстанда осы нарықта облыстық, қалалық және аудандық БАҚ: Алматы қаласында «Алматы ақшамы», «Вечерний Алматы» және Астанада «Астана қаласының теледидары», «Эра-ТВ» және басқалары жұмыс істейді, менің ойымша еліміздің жергілікті нарығы тек жаңалықтар аясында ғана дамыған, бағдарламалар көбінесе шетелдік бағдарламалардың көшірмесі болып келеді. Өңірлік ішкі нарық - онда бір-біріне іргелес және жақын (халқының құрамы, тарихи өткені, дүниетанымы жағынан) аумақтардағы аудиториялардың көрермендері үшін ақпарат тарататын БАҚ-тар жұмыс істейді. Мәселен, АҚШ-та солтүстік-шығыс (Жаңа Англия), оңтүстік-шығыс (Алабама, Қос Каролина, Вирджиния, Флорида, Джорджия), оңтүстік (Луизиана, Джорджия, Техас, Аризона), жартасты (Миннесота, Иллинойс, Юта, Қос Дакота), батыс (Калифорния, Орегон, Вашингтон) өңірлері болып бөлінеді. Қазақстанда осы нарықта «КТК», «31-арна», «Рахат ТД», «Астана қаласының теледидары» және басқалар жұмыс істейді; осы сала облыс көлемінде ғана тараған. жалпыұлттық нарық - жалпыұлттық аудитория үшін ақпарат таратушы БАҚ-тар жұмыс істейді. АҚШ-

та ол «US NEWS and World Report» газеті, «CNN» телекомпаниясы, Ұлыбританияда – «Independent», «Guardian» газеттері, «SKY», «BBC» компаниялары. Жалпыұлттық БАҚ-ға қатысушылар қатарына «MTV», «History», «Discovery», «ESPN», «FOX Movie Network», «MS-CNBC» (АҚШ), «RAI Utile», «RAI Sport» (Италия) сияқты мамандандырылған тақырыптық құрылымдарды (спорттық, іскер, мәдени, ғылыми, білім беру, көркем-деректі, музыкалық, басқаларын) жатқызуға болады. Осы нарықта Қазақстанда «Казахстанская правда», «Егемен Қазақстан», «Панорама» сияқты газеттер, «Континент», «Мысль» сияқты журналдар, «Қазақстан», «Хабар», «Ел арна» сияқты телеарналар, «Мир» ХТРА-сы және басқалар жұмыс істейді. Өңірлік сыртқы нарық - екі және одан да көп мемлекеттермен іргелес аумақтардың аудиториялары үшін ақпарат тарататын БАҚ-тар жұмыс істейді. БАҚ-тың осындай бағдары Батыс Еуропада таралған. Мысалы, неміс телеарналары, газеттері мен журналдары өзінің ұлттық аудиториясына ғана емес, сонымен бірге неміс тілінде сөйлейтін іргелес мемлекеттердің – Австрияның, Швейцарияның, Италияның, Польшаның, Данияның, Францияның аудиторияларына да бағдарланған. АҚШ-та белсенді ақпараттық қызмет, оның ішінде солтүстік Мексика, оңтүстік және оңтүстік-шығыс Канада, Кариб бассейнінің аралдағы мемлекеттерімен іргелес аумақтардағы франко- және испан тілдес БАҚ-тар жұмыс істейді. Осы нарықта ішінара алғанда «Қазақстан», «Хабар», «Ел арна» телеарналары сияқты отандық БАҚ-тар жұмыс істейді, «Мир» ХТРА Қазақстан Республикасының оңды бет-бейнесін жасауда 10 жылдан астам уақыт жемісті жұмыс істеп келеді. Құрлықтық нарықта - бірнеше іргелес өңірлер деңгейінде ақпарат тарататын БАҚ-тар жұмыс істейді. Мысал ретінде «Euronews», «RAI Africa» телеарналарын келтіруге болады. Қазақстан осы нарықта әзірге жалғыз «Caspionet» спутниктік арнасымен көрінуде; ғаламдық нарықта - негізінен элиталық, тиісінше элиталық сипатқа ие ғаламдық аудитория үшін ақпараттар тарататын БАҚ-тар жұмыс істейді. Олардың қатарында – америкалық баспалық БАҚ-тар: «Time», «Newsweek», «National Geographic», «CNN International» телеарналары, британдық «The Economist» журналы, «BBC One» телеарнасы бар. Ғаламдық нарықта жұмыс істейтін бұқаралық ақпарат құралдарының көпшілігі мемлекеттің шетелге хабар таратуы жөніндегі арнаулы құрылымдары ретінде әрекет етеді. Олардың қатарында жапондық «NHK», немістің «Deutsche Welle», италиялық «RAI Uno», қытайлық «CCTV», ресейлік «ОРТ-әлемдік желі», «РТР-Планета» телеарналары бар. Ғаламдық нарықта отандық БАҚ-тар жұмыс істемейді; бұқаралық ақпарат құралы (БАҚ) – мерзімді баспасөз басылымдары, радио- және телебағдарлама, киноқұжаттама, дыбыс және бейнежазба мен көпшілік ол жеткізе алатын телекоммуникациялық желілердегі (Интернет және басқалары) WEB-сайттарды қоса алғанда, бұқаралық ақпаратты мерзімді немесе үздіксіз жария таратудың басқа да нысаны; елдің бәсекеге қабілеттілігі – елдің еркін бәсеке жағдайында әлемдік нарықтың талаптарына сәйкес тауарлар шығару мен қызметтер көрсету, оларды өткізу арқылы елдің және оның жекелеген азаматтарының әл-ауқатын арттыру қабілеті. Елдің бәсекеге

қабілеттілігі тауар мен тауар өндірушінің бәсекеге қабілеттілігін біріктіретін және елдің әлемдік нарықтағы жағдайын сипаттайтын жиынтық көрсеткіш болып табылады; тауардың бәсекеге қабілеттілік факторлары – тауардың құны мен сапасына әсер ететін және тауардың бәсекеге қабілеттілігін айқындайтын өндіріс шығыны, еңбек өнімділігі мен қарқындылығы сияқты факторлар. Қазіргі уақытта әлемдік бәсекеге қабілеттілікте бағалық емес факторлар алғы шепке шығып отыр, оның ішінде тауардың сапасы, оның жаңалығы мен ғылымды қажетсінуі аса маңызды сипат алуда. Сондықтан әлемнің көптеген елдері өз тауарларының бәсекеге қабілеттілігін ғылыми-техникалық әлеуетін дамытпайынша оларды жасау мүмкін болмайтын инновацияларды пайдалану, жоғары технологиялы өнімдер әзірлеу есебінен қамтамасыз етеді. Әлемдік ақпарат нарығы өзінің мәні жағынан тауарлар мен қызметтердің дәстүрлі нарығы болып табылмайды. Оның сыры - оған стратегиялық сипаттағы саяси, идеологиялық, мәдени-дүниетанымдық себептер бойынша мазмұны әлемдік экономикалық (ақпараттық) қатынастар субъектілері арасында еңбекке мамандану және сонымен ілесе жүретін біріктіру болып табылатын классикалық халықаралық еңбек бөлінісі тән емес. Осыған байланысты ақпарат нарығында экономикалық бәсекенің классикалық формуласы барлық уақытта бірдей әрекет ете бермейді, әдеттегідей, біріншіден нарық талап ететін өнімдерді - тауар немесе қызметтерді; екіншіден, сапасы өте жоғары және үшіншіден, өткізу құны ең төмен өнімді кім шығарса, сол ұтады. Бұл ақпарат саласындағы бәсекеге қабілеттілік (ақпараттық бәсекеге қабілеттілік) ұлттық бәсекеге қабілеттілікпен ұштасып жататынын білдіреді және тұтастай алғанда сол арқылы айқындалады. Тұтас алғанда мемлекеттердің ақпарат кеңістігіндегі және атап айтқанда, ақпарат нарығына кәсіби қатысушылардың жеделдете ғаламдану мен ақпараттық қоғам құрудың қазіргі заманғы жағдайында бәсекеге қабілеттілігіне тікелей әсер ететін шешуші жаңа факторлар мыналар болып табылады: адам ойының бүкіл сана шегінен және биологиялық мүмкіндіктерінен де тысқары қолжетімді ақпараттың ұлғаюы. Ол ақпарат шоғырының үзіндісі, бір жағынан қалың жұртшылықты қамту, екінші жағынан адамдар үшін ақпараттар ақысын тез және тиімді сұрыптау мүмкіндігін жасау мақсатында ақпараттың барынша қарапайым және егжей-тегжейлі берілу үрдісін айқындайды, яғни жеке адамның саналы түрде таңдау құқығы өте нақты іске асырылады; ақпараттар ағынының трансшекарасы мезеттік және сапалы ақпарат хабарларын таратуға арналған мейлінше жетілдірілген арналар арқылы ұсынылатын ақпараттық-телекоммуникациялық технологиялар мен көрсетілетін қызметтердің арзандауы есебінен жұртшылықтың кез келген ақпаратқа шектеусіз қолжетімділігінің кеңеюі: ішкі (ұлттық) ақпараттық кеңістікпен қатар жұмыс істейтін екі – бұқаралық (тек қана жергілікті жерге тән қолжетімді және кейде кабельді теледидар; жергілікті баспалық БАҚ) және элиталық (ғаламдық спутниктік теледидар, ақпарат агенттіктері, баспа басылымдары) бөлікке біртіндеп сегменттеу. Қазірдің өзінде, әлемнің барлық елдерінде қоғамда принципті түрдегі әр түрлі екі дүниетанымның және ұстанымның - бұқаралық және элиталық ұстаным үлгілерінің бар екені анық;

ақпараттың мазмұнды бөлігін (контентті) көпшіліктің қабылдауына қолайлы ойын-сауық, оның ішінде жаңалық, саяси, әлеуметтік, мәдени шоу нысанына көшіру. Сонымен бірге контенттің ойын-сауық (әзіл, ток-шоу, танымдық бағдарламалар) форматындағы зияткерлік әсері күшейтіледі, ол саясилану үрдісіне ие болады; ағылшын-америкалық (англосаксондық) форматты тіл, ой мен таптаурындар тұрғысында, сондай-ақ пайдаланылып жүрген регламенттеу, тетіктер мен құралдар мағынасында да ғаламдық және ұлттық ақпарат кеңістігінің базалық және үстем форматы ретінде орнықтыру. Бұл факторлар жаңа қатерлер мен сын-тегеуріндердің пайда болуын білдіреді, сондай-ақ ғаламдық ақпарат кеңістігінің барлық деңгейінде де бәсекенің күшейе түсуін көрсетеді. Осыған байланысты мынадай тұстарға назар аудару қажет: мәдениетті, дүниетанымды, әлеуметтік психологияны, таптаурындарды әмбебап ету үрдістерінің пайда болуы, ол ғаламдық тұтыну қоғамын қалыптастыру үшін қолайлы жағдай жасайды; ұлттық бірегейлік қағидаттарының ара жігін ажыратпайтын сан алуан идеологиясының дамуы; ақпарат нарығын бақылап-реттейтін ақпарат кеңістігінің негізгі субъектілерінің мүмкіндігінің әлсіреуі; өз мүдделерін ілгерілету мақсатында өңірлік және ғаламдық ақпарат кеңістігіндегі өктем ақпараттық-насихаттық қызметке жетекші «әлемдік ойыншыларды» тарту; жекелеген жобалар мен бағдарламаларға тапсырыс беру мен оларды қаржыландыру, өздерінің ақпараттық бөлімшелерін құру, өз мүдделеріне орай үкіметтерге және халықаралық құрылымдарға ықпал ету мақсатында ақпарат нарығының жұмыс істейтін кәсіби қатысушыларына бақылау орнату жолымен ақпарат нарығына ғаламдық трансұлттық (салалық, оның ішінде энергетикалық және синдикаттық) компанияларды белсенді енгізу. Осы жағдайда Қазақстан Республикасының ақпарат кеңістігі ақпараттың дербестігінен айырылу баламасының алдында тұр, ол мемлекеттілік пен тәуелсіздікке төнген тікелей қауіпті білдіреді, не сыртқы тәуекелді факторларға иммунитетті қалыптастыратын (заңнамалық, материалдық-техникалық, технологиялық, мазмұндық) және тіпті әлемге өзінің бәсекеге қабілетті өнімін ұсына алатындай дәрежеге дейін дамуы мүмкін. Үшіншісі – «темір қоршау» түріндегі қатал жасанды кедергілерді құру – қазіргі заманғы жағдайларда мүмкін емес. Қазіргі уақытта ақпарат нарығының, бірінші кезекте бұқаралық ақпарат құралдарының субъектілері өз назарын мынадай аумақтық деңгейлерге (эшелондарға): жергілікті нарыққа; өңірлік ішкі нарыққа; жалпыұлттық нарыққа; өңірлік сыртқы нарыққа; құрлықтық нарыққа; ғаламдық нарыққа аударып, өзара бәсекелес күрес жүргізеді. Қазіргі заманғы әлемдік практика көрсеткендей, неғұрлым өткір бәсеке ақпарат нарығының екі «эшелонында» – жергілікті және ғаламдық нарықтарда орын алуда. Жергілікті нарықта жергілікті ақпарат пен күнделікті қолданбалы пайдалануға жарамды ақпараттық өнімдер алуға мүдделі көпшілік аудитория үшін күрес жүруде. Ғаламдық нарықта элиталық аудитория – шешімдер қабылдауға немесе бұқараға қатысты шешімдер қабылдауға ықпал ететін өкілеттіктері (саясаткерлер, шенеуніктер, кәсіпкерлер, басқалар) және мүмкіндіктері (көпшілікке белгілі тұлғалар («басқарушы

үлгілер») – спортшылар, өнер мен мәдениет, ғылым қайраткерлері, қоғам қайраткерлері, басқалар) бар адамдар топтары үшін күрес жүруде.

БАҚ қызметінің және Қазақстан Республикасы ақпараттық нарығының жұмыс істеуінің негізі Қазақстан Республикасының Конституциясы болып табылады. Қазақстан Республикасының Конституциясы сөз бостандығы мен шығармашылық еркіндікке кепілдік береді, цензураға тыйым салады, сонымен қатар әркімнің заң жүзінде тыйым салынбаған кез келген тәсілмен еркін ақпарат алуға және таратуға құқығы бар екенін айқындайды, идеологиялық және саяси әралуандылықты таниды. Қазір Қазақстанда ақпарат нарығының негізгі, елеулі элементтері қалыптасқан. Мәселен, 1990 жылға дейін республикада барлығы 10 республикалық мемлекеттік газет пен журнал басылса, эфирге 21 теле- және радиоарна шығарылса, ал 2006 жылғы 1 маусымдағы жағдай бойынша Қазақстан Республикасында 7281 бұқаралық ақпарат құралы тіркелген. Мемлекеттік емес БАҚ-тардың үлесі 78-ге жуық процентті құрайды. Тіркелген БАҚ-тың жалпы санынан 2479 бұқаралық ақпарат құралы тұрақты негізде жұмыс істейді. Елімізде БАҚ-ты кең тұрғыда тақырыптық саралау орын алып отыр. Қазіргі уақытта баспалық БАҚ-тың үлесі масс-медианың жалпы санының 50 процентін, қоғамдық-саяси – 16 процентті, ғылыми – 9 процентті, жарнамалық – 10,5 процентті, балалар, жастар, әйелдер және діни басылымдар шамамен әрқайсысы 2 процентті құрайды. Қазақстан Республикасында 212 электрондық БАҚ жұмыс істейді. Аса ірі жалпыұлттық электрондық БАҚ-тар Қазақстан Республикасы аумағының: «Хабар» телеарнасы – 95,70 процентін, «Қазақстан» - 96,25 процентін, «Ел арна» - 75,50 процентін, «Еуразия – бірінші арна» - 78,60 процентін, Қазақ радиосы – 86,99 процентін қамтиды. Орталық Азия, Орта Шығыс, Еуропа және Солтүстік Африка елдерінің аумақтарында хабар тарататын «Caspionet» спутниктік арна жұмыс істейді. Елімізде кабельдік және эфирлі-кабельдік телевидение желілерінің 80-нен астам операторы іске қосылған, ол отандық және шетелдік электрондық БАҚ арқылы хабар тарату қызметін көрсетеді. Олардың ішінен ең ірісі «Алма-ТВ» (еліміздің 13 қаласына хабар таратады), «Қазақпараттелеком», «Секател» және «Қазорталық-ТД» (5 қала бойынша), «КВК» (4 қала) болып табылады. Қазақстанның ішкі ақпарат нарығында 2309 газет пен журналды, 83 телерадио бағдарламасын қоса алғанда, 2392 шетелдік бұқаралық ақпарат құралы таратылады. Қазақстан Республикасында спутниктік телевидение және деректерді компьютермен беру жүйелер арқылы ақпарат өнімдерін қабылдауды бір мыңға дейінгі шетелдік телеарналармен, электрондық форматтағы баспалық БАҚ-тың шектеусіз саны арқылы қабылдауды жүзеге асыруға болады. Қазақстан Республикасында шетелдік бұқаралық ақпарат құралының 80-нен астам өкілі аккредиттелген. Шетелдік бұқаралық ақпарат құралдары атауларының жалпы санының 90 процентке жуығы орыс тілінде, 5 проценті – ағылшын тілінде, 5 проценті әлемнің басқа тілдерінде таратылады. Қазақстан Республикасының аумағында таратылатын шетелдік БАҚ-тың аса ірі желілері «Қазпошта» акционерлік қоғамы (АҚ), «АиФ-Қазақстан» жауапкершілігі шектеулі серіктестігі (ЖШС) біріккен кәсіпорны, «Еуразия-пресс» АҚ, «Алма-

ТД» АҚ, «Секател», «Қазорталық-ТД», «Кателко+» ЖШС болып табылады. Осы құрылымдар тарататын масс-медианың жиынтық көлемі жалпы көлемнің 70 процентін құрайды. Қазақстанда жалпыұлттық «эшелонға», көбіне басқаларға, бірінші кезекте жергілікті жердегілерге залал келтіре отырып, шектен тыс баса назар аударылады. Мұндай көзқарас жергілікті және өңірлік ақпарат нарығының және бұқаралық ақпарат құралдарының дамымауымен, сыртқы ақпарат нарығында жүйелі жұмыстың болмауымен ерекшеленеді. Қазақстан Республикасында, қоғам үшін әлеуметтік маңызы бар және аса маңызды тақырыптарды жариялауға мемлекеттік тапсырыс жүйесінің жұмыс істеуін қоса алғанда, БАҚ-ты мемлекеттік қаржылық қолдаудың бірқатар тетіктері жасалған. Ұлттық ақпарат нарығын оның бүгінгі таңдағы болмысы жағынан бәсекелес емес деп айқындауға болады, өйткені онда нарықтың экономика қағидаттары таза және толық көлемде қолданылмайды. Осыған байланысты ақпарат нарығында мынадай теріс сипаттағы құбылыстар байқалады: қазіргі заманғы ақпарат нарығының талаптарына сәйкес келетін кәсіби мамандардың жеткілікті санының – менеджерлердің, шығармашылық қызметкерлердің, журналистердің, талдаушылардың, тележүргізушілердің, стрингерлердің, технологтардың, заңгерлердің және басқалардың болмауы; ақпарат нарығы субъектілерінің, бірінші кезекте БАҚ-тың техникалық жағынан нашар жабдықталуы, ол ақпарат өнімдерін өндіру мен тарату жөніндегі материалдық-техникалық базаның әлсіздігінен, ақпараттарды тарататын телекоммуникациялар мен арналарға, әсіресе өңірлерде, қолжетімділіктің шектеулі болуынан туындап отыр; ақпарат нарығының субъектілері, бірінші кезекте БАҚ өте төмен табыстылықпен жұмыс істейді, көп жағдайларда мемлекетке және қаржы-өнеркәсіп топтарға тікелей қаржылай тәуелділікте болады және көбіне өз қызметінде олардың мүдделерін білдіреді; нарықтық ақпарат сыйымдылығының, соның ішінде жарнаманың аздығы; халықтың бір бөлігінің төлем қабілетінің аса жоғары болмауы, ол жеке және заңды тұлғалардың ақпарат өнімдеріне аз шығын жұмсауымен түсіндіріледі; жергілікті, өңірлік және жалпыұлттық телекоммуникация инфрақұрылымының және ақпараттар беру мен тарату инфрақұрылымының дамымауы, соның ішінде ақпаратты беру мен таратудың монополиялы түріне жақын жай-күйіне байланысты туындап отыр. Қол жеткізген даму деңгейіне сәйкес ішкі ақпараттық нарықтың дамуының заңнамалық базасын дер кезінде жетілдіру мәселесі ерекше байқалуда. Бұл стратегиялық мәселелерді отандық медиа-нарықты одан әрі ырықтандыру мен дамытуға жағдай жасай отырып, дәйекті түрде шешу қажет. Осы мәселені шешу мақсатымен тұжырымдама жасалынды. Тұжырымдаманың мақсаты – қазіргі әлемдік стандарттарды және олардың бәсекеге қабілеттілігінің артуын ескере отырып, отандық БАҚ жұмысының сапасын жақсартуға жағдай туғызу. Бәсекелік ортаны ынталандыру бәсекеге қабілеттіліктің маңызды шарты болады және ақпараттық саладағы мемлекеттік саясаттың басты міндеті болып табылады. Мемлекет бәсекеге қабілеттіліктің өзіндік қозғаушысы рөлін атқаруға тиіс. Мемлекеттік саясат халықаралық нарықта елдің бәсекелестігінің артықшылығын анықтайтын элементтердің екі

негізгі тобының дамуына: ақпараттық нарықтағы табысты бәсекелестік үшін қажетті факторлық жағдайларға (салықтық, инвестициялық саясат, құқықтық реттеу); ақпараттық және ақпараттық-телекоммуникациялық нарықтың қатысушылары ұсынатын өнім мен қызмет көрсетуге деген сұраныс талаптарына ерекше назар аударуы қажет. Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігі – мемлекеттік ақпараттық ресурстардың жай-күйінің, сондай-ақ ақпарат саласында жеке адамның құқықтары мен қоғам мүдделерінің қорғалуын қамтамасыз етуге; ақпарат секторы өкілдерінің құқықтық және экономикалық біліктілігі деңгейін арттыруға; шетелдік ақпараттар нарығында ұлттық мүдделер мен отандық кәсіби қатысушылар мүдделерін білдіруге негізделуге тиіс. Ұлттық ақпарат саласындағы бәсекеге қабілеттілікті арттырудың мемлекеттік саясаты мыналарды қамтуға тиіс: ақпарат саясаты саласындағы біртұтас мемлекеттік көзқарасты қалыптастыру және стратегияны әзірлеу; Қазақстан Республикасында ақпарат нарығын реттеудің кешенді нормативтік құқықтық негізін жасау; отандық ақпарат нарығы субъектілеріне қолайлы жағдай жасау; қазіргі заманғы ұлттық ақпарат және ақпараттық-телекоммуникация инфрақұрылымын дамыту; мемлекеттік БАҚ-ты тиімді дамытуды және бәсекеге қабілеттілігін арттыруды қамтамасыз ету; тәуелсіз отандық БАҚ-ты нығайту және дамыту үшін қолайлы жағдай жасау; отандық ақпарат өнімдерін өндірушілердің сыртқы нарыққа шығуын ынталандыру; Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету; Қазақстанның ұлттық мүдделерін халықаралық аренада және өңірлік, құрлықтық және ғаламдық ақпараттық кеңістікте ілгерілету. Ақпарат саласындағы елдің бәсекеге қабілеттілігін дамытуда мемлекеттік саясаттың басымдықтары: отандық БАҚ-ты жан-жақты дамыту; ішкі нарықта бәсекелестікті күшейту; инновациялар өндірісін ынталандыру болып табылады. Елдің бәсекеге қабілеттілігін қолдау және арттыру жөніндегі мемлекеттік шаралар кешеніне мыналар кіреді: ақпарат (салықтық, инвестициялық саясат, құқықтық реттеу) саласын дамытуға қолайлы ортаны жасайтын факторлық жағдайларға мемлекеттің ықпал етуі; ақпараттық өнімге сұранысты дамытуға ықпал ету: бастапқы кезеңдегі сұранысты, ішкі бәсекелестікті, инновациялар өндірісін ынталандыру мақсатында мемлекеттік сатып алу мен мемлекеттік тапсырыстар; өнімдер мен үдерістерді регламенттеу, ең алдымен сапасыз өнімді нарықтан ығыстыру үшін техникалық және технологиялық стандарттардың айқын жүйесін құру; сатып алушылар рөліндегі салалар құрылымына ықпал етуі; тікелей емес кредиттеу тетіктерін пайдалану үшін жағдай жасау; тұтынушыларға толық және сапалы ақпарат беру; техникалық стандарттарды енгізу; шетелдік кооперацияны және халықаралық, саяси байланыстарды пайдалану интернационалдандыру; ішкі нарықтағы бәсекелестікті регламенттеу; шетелдік инвестицияларды тарту. Ақпарат нарығын монополиядан қорғау қағидаттарын айқындау және енгізу бөлігінде айқын заңнаманы әзірлеу қажеттігінің ерекше маңызы бар. Бұл тұрғыдан ақпараттық компаниялардың коммерциялық мүдделері және адамның іргелі құқықтарын, сөз бостандығын қорғау мен ақпарат тарату, бәсекелестікті

қамтамасыз ету, біржақты пікірлер мен мүдделерді тануға жол бермеу жөнінде мемлекет пен қоғамның мүдделері арасында барынша оңтайлы теңгерім табу маңызды болмақ. Отандық БАҚ-тардың бәсекеге қабілеттілігін дамыту мақсатында мынадай негізгі өлшемдер бойынша бәсекелестік басымдыққа жету қажет: 1) мазмұнды бөлігі (контент) бойынша; ақпарат пен ақпараттық өнімнің даралығы; өндірілетін және таратылатын ақпараттық өнімнің сапасы; ақпараттық өнімді өндіру және тарату жеделдігі; тақырыптық қамту ауқымдылығы; мамандану; сүйемелдеу (БАҚ-ты қатар қолдайтын өнімдердің, Интернет-қолдау: Интернет портал, электрондық жіберілімнің болуы, т.б.); 2) экономикалық көрсеткіштер бойынша: табыстылық; жарнама берушілер мен демеушілерді тартуы; қызмет саласын әртараптандыруы. 3) өндіріс технологиясы, ақпарат беру мен тарату бойынша: қазіргі заманғы ақпарат беру мен тарату жүйелерін пайдалануы; 4) ұйымдастыру бөлігі бойынша: тиімді менеджмент; икемді ұйымдық құрылым; кәсіби кадрлар; икемділік, жеделдік. Тәуелсіз БАҚ-тарды дамыту және мемлекеттік БАҚ-тардың тиімді қызметін қамтамасыз ету мынадай бағыттарда: мемлекеттік БАҚ-тардың виртуалдық кеңістікке қатысуының кеңеюі және имидж саясатының жүзеге асырылуы; шет елдерде мемлекеттік БАҚ-тардың хабар таратуын одан әрі дамыту сияқты бағыттарда іс-шаралар өткізудің нәтижесінде жүзеге асырылуға тиіс. Мемлекеттік БАҚ-тар (мемлекеттік ақпарат компанияларының жүйесі) ұлттық ақпарат кеңістігі мен нарығында жүйе құрайтын рөл атқарады. Мемлекеттік БАҚ-тар жүйесінің даму сапасы мен деңгейі бүкіл ұлттық ақпарат нарығының даму деңгейі мен оның бәсекеге қабілеттілік дәрежесін айқындайды. Қазіргі уақытта Қазақстандағы мемлекеттік БАҚ-тар бірқатар проблемалық жағдайлармен бетпе-бет келуде. Олардың қатарында: стратегиялық жоспарлау қызметінің әлсіздігі мен тиімді менеджменттің жеткіліксіздігі; бюджет қаражатын жеткілікті түрде тиімді пайдаланбау; материалдық-техникалық және технологиялық базаны жаңғыртудың жеткіліксіздігі; мемлекеттік БАҚ қызметінің коммерциялық құрамдасының дамымауы; нарықтық ынталандырудың жеткіліксіз пайдалануы мемлекеттік БАҚ-тың бәсекеге қабілеттілік әлеуетін төмендетуге әкеліп соғатыны - коммерцияландыру. Цифрлық теледидарды енгізу - телекоммуникация инфрақұрылымын жаңғырту Қазақстан Республикасының, Қазақстанның қоғам мен экономиканың дамуының, елдің халықаралық қоғамдастыққа кешенді және толыққанды кіруінің, әлемдік шаруашылық байланыстар мен ғаламдық ақпарат кеңістігі жүйесіне енуінің жаңа сапалы серпілісі үшін айқын бастапқы шарт болып табылады. Қазақстанда телерадио хабарлар саласы бір жағынан, бейне-және аудиосигналды цифрлық өндеудің жаңа технологиясының пайда болуымен, екінші жағынан, спутниктік технологиялардың кеңінен таралуымен байланысты қарқынды дамуды бастан кешірді. Бұл қабылдағыштық немесе таратқыштық жұмысын таңдаулы қашықтықтан бақылаудан бастап Интернет-файлдар түріндегі компьютерлік желілер бойынша теледидар бағдарламаларын жіберетіндей жаңа сапалы мүмкіндіктер береді. Ақпараттық технологиялардың шапшаң дамуына, әсіресе, телерадио хабарларының ұқсас форматтан цифрлық

форматқа көшуіне байланысты әлемде қазіргі бар мемлекеттік телерадиоарналардың техникалық базасын күрделі жаңғырту қажеттігі туындауда. Бүгінгі күні күллі Қазақстан Республикасы бойынша жерүсті эфирлік хабарларын тарату ұқсас болып отыр. Жиілік спектрінің толықтығы республика аумағында телерадио хабарларын таратудың дамуын едәуір тежейді.

Ақпарат-телекоммуникация саласының стратегиялық проблема-ларына: деректер таратудың ұқсас жүйесінің үстемдік етуі мен цифрлық және спутниктік инфрақұрылымның дамымауы; Қазақстан Республикасының ақпарат-медиа және телекоммуникация секторларында технологиялық артта қалушылығы; ғарыш инфрақұрылымының дамымауы жатады. Телерадиокоммуникация саласын дамыту әлеуетті аудиторияны сапалық және сандық тұрғыдан ұлғайтуға мүмкіндік беретін телехабарлары мен спутниктік байланыс мүмкіндіктері саласында жаңа цифрлық технологияларды пайдалану жолымен жүруге тиіс. Радиожиілік ресурстары шектеулі болуы жағдайында жалпы әлемдік теледидар жерүсті цифрлық теледидар хабарларын (одан әрі – ЖЦТХ) жасау жолымен дамитын болады. Қолданыстағы ұқсас телеарна 8 МГц-ті (бір жиілікте – бір бағдарлама) иеленеді, ал ЖЦТХ бір жиілікте көп бағдарламалы теледидар деп аталатын бірнеше телебағдарламаларды таратуға мүмкіндік береді. Қазақстан өз өңірінде бірінші болып ЖЦТХ-ны енгізуге және одан әрі дамытуға мүмкіндігі бар, ол біздің геосаяси мәртебемізді көтереді және ақпарат саласында кейіннен арта түсуіне жағдай жасайды. Осы орайда: цифрлық телерадиохабарларын енгізудің; цифрлық технологияларды телерадиохабарлары бағдарламаларын тарату желісінде қолдануды қоса алғанда, мемлекеттік телерадиохабарлары желісіне цифрлық технологияларды енгізудің, сондай-ақ мемлекеттік телерадиохабарлары бағдарламаларын эфирде таратудың цифрлық желісін дамытудың; Қазақстан Республикасының бүкіл аумағында және тиісті шетел өңірлерінде хабар таратуды қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін спутниктік байланыс жүйесі бойынша хабар таратуды жүзеге асырудың; көпбағдарламалы теледидар қызметтерін қоса алғанда, тікелей қабылдайтын спутниктік хабарлар таратудың цифрлық желісі қызметтерін енгізудің; халықты мемлекеттік телерадио бағдарламаларымен қамтуды ұлғайту және өңірлік телерадио хабарларын дамыту мақсатында жердегі қабылдау-тарату спутниктік станциялары желілерінің құрылысына мемлекеттік жәрдем көрсетудің; кабельдік, эфирлік-кабельдік және спутниктік хабар тарату қызметтерінің пакетіне мемлекеттік телерадио хабарларын таратуды енгізу мақсатында желілердің отандық және шетелдік операторларымен өзара іс-қимыл жасаудың; республика жұртшылығының мемлекеттік телерадио бағдарламаларын эфирден қабылдауын 100% қамтуға кезең-кезеңмен қол жеткізудің; радиожиілік ресурсын бөлу және эфирде цифрлық телерадио хабарларын тарату жүйесін тәжірибелі пайдалануды ұйымдастырудың; өңірлік телерадио хабарларын тарату желілерін дамыту үшін радиожиілік спектрін бөлудің; Қазақстан Республикасының бүкіл аумағында және шетелдер аумағында мемлекеттік телерадио хабарларын спутниктік хабар таратумен

қамту аймағын кеңейту, ол үшін Қазақстандық «Kazsat» спутниктік желісін спутниктік ресурстарға көшіру қажеттігінің; Интернеттің, спутниктік хабар таратудың серпінді дамуына мүмкіндік беретін, өз кезегінде Қазақстанмен қоса, таяу шетелдерге таратылатын, Қазақстанның өз өңіріндегі көшбасшы ретіндегі шеп-тұғырын нығайтатын геостационарлық орбитада «Kazsat» байланыс және хабар тарату спутнигі сияқты спутниктер тобын орналастырудың мүмкіндіктері мен орындылығын қарау қажет. Еліміздің дамыған және бәсекеге қабілетті ақпараттық кеңістігін қалыптастыру – шынайы тәуелсіз, құқықтық, демократиялық және әлеуметтік мемлекет Қазақстан Республикасының нығайып, одан әрі дамуы үшін стратегиялық шарт болып қалады. Бүгінгі күні Қазақстанда іс-әрекетке қабілеттілігі бар ақпараттық нарық құрылды. Бұған мемлекеттік емес БАҚ-тардың басымдылық сегментінің пайда болуын, ақпараттық тематикалық құрылым дифференциациясын, айтарлықтай үлкен медиа-компаниялардың құрылуы мен жұмысын айтуға болады. Егер 1990 жылға дейін республикада бар болғаны 10 республикалық (мемлекеттік) газет-журналдар басылып, 21 теле- және радиоарналар хабарласа, 2001жылдың 1қаңтарына Қазақстанда 1827 БАҚ, соның ішінде: 1202 газеттер, 483 журналдар, 124 теле- және радиокомпаниялар, 15 ақпараттық агенттіктер қызмет істейді. Тек 2005 жылда ғана БАҚ-тардың саны 19%-ке өсті. Қазақстандағы мемлекеттік емес БАҚ-тар 80%-ті құрайды. 159 басылымдардың меншік иелері қоғамдық бірлестіктер, 11-і саяси партиялар мен қозғалыстар, 10-ы діни бірлестіктер. Сонымен медиа-нарықтың анағұрлым тематикалық дифференциациясы көз алдында. қоғамдық-саяси сипаттағы газет-журналдармен қатар, жарыққа ақпараттық-жарнамалық, көңіл көтеретін, діни, әйелдер, жастар, балалар, ғылыми, техникалық және тағы басқа көптеген арнайы басылымдар шығарылады. Интернет, эфирлік-кабельдік және кабельдік теледидар динамикалық даму үстінде. Еліміздің ақпараттық нарығы кең түрде жаңа технологияларды қолдануда: жалпыұлттық теле- және радиоарналар спутникалық теледидардық ұлттық жүйесі арқылы таратылады, Қазақстандық теледидар мен радиоарналарында кең түрде цифрлік форматтағы технологиялық кешендер қолданылады. 2002 жылы CaspioNet (оператор - Eutelsat) спутникалық арнасы жұмыс істей бастады. Елімізде BBC, Deutsche Welle, “Свобода” радиосы, поляктардың “Полония” теледидары, ресейлік БАҚ-тар бағдарламалары кең тараған; әлемнің жиырма елдерінен 80-нен жоғары шетел БАҚ-тарының өкілдері тіркелген, соның ішінде – “Би-Би-Си”, “Ассошиэйтед пресс”, “Интерфакс”, “Франс пресс”, “Синьхуа”, “Рейтер”, “ИТАР-ТАСС”, “Бридж ньюс” және тағы басқа ірі ақпараттық агенттіктер бар. Мұндай әр алуан және көп тілділік өз Қазақстандық БАҚ-тардың белсенді дамуына себепші болады. Бұл процестердің негізін либералдық және демократиялық мемлекеттік ақпарат саясаты құрайды. Оның негізгі тетіктері: сөз бостандығы, ақпаратты алу мен тарату бостандығы, цензураға тыйым салу принциптеріне заң кепілдіктері мен іс-жүзінде қамтамасыз ету; БАҚ қызметінің заң базасын тұрақты жетілдіру. БАҚ-тардың өсуіне экономикалық жағдайлар жасау. Қазақстандағы барлық басылымдар мен телеарналар қосымша құнға

салынатын салықтан босатылады. Радиожиілілік спектрді қолданғанға жыл сайын дерлік ақы төмендетілуде; БАҚ-тардың қоғамдық бірлестіктермен, ассоциациялармен, халықаралық ұйымдармен, медиа-зерттеу институттарымен даму мәселелері бойынша тұрақты және сындарлы өзара іс-қимыл жасау. Елімізде Қазақстан журналистері одағы, Қазақстанның телерадио таратушыларының ассоциациясы, халықаралық ұйымдардың өкілдері: Адам құқығы жөніндегі Халықаралық бюро, «Internet network», «Әділ сөз» және т.б. сияқты журналистер құқығын қорғау бойынша қоғамдық бірлестіктер жемісті қызмет істеу үстінде; журналист кадрларды дайындауға басыңқы назар аудару, бұл мақсатта мемлекет жыл сайын осы мамандық бойынша оқытуға гранттар бөлуде; Телевизиялық журналистік мектебі ашылды.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Ақпараттық нарық түрлері қандай?
2. Мониторинг деген не?
3. Фирманың басқа фирмаға не ұйымға жекелеген қызметтің процестерін жекелей не толықтай жіберуі қалай аталады?
4. Жарнама берушінің веб-бетінің гиперсілтемесімен байланысты жарнамалық графикалық блок?

Тест сұрақтары:

1. Жеке уникалды аты бар компьютер жүйесінің бірігуін қалай атайды?
А) корпоративті жүйе
В) трафик
С) домен
D) сайт
Е) баннер
2. Провайдер Интернет- қызмет –ол?
А) экстранет
В) электронды үкімет
С) электронды құжат
D) клиенттердің қызметінің қажеттілін қамтамасыз ететін, интернетпен қамтамасыз ететін коммерциялық фирма
Е) электронды чек
3. Өзара байланыс типін белгілеу арқылы бір фрагменттен келесі бір фрагментке өтуіне мүмкіндік беретін, ақпараттық ұйымдастыру формасы?
А) Телекоммуникациялар
В) CASE-технологиялар
С) Жасанды интеллект жүйелері

- D) Гипертекст
- E) Мультимедиа

4. Эмбосирлеу деген не?

- A) Бағдарламаны игерген қолданушының басқа бағдарламадан бас тартуы
- B) Банктік картадағы рельефтік белгілерді салу
- C) Бір саланың шығындарының басқа салаларға көшуі
- D) Ақпараттық технологиялардың компьютерлік емес салаларға әсері
- E) Алдыңғы қатарлы зерттеу жобалар агенттігі

Тақырып №4 Ақпараттық бизнес кеңістігі.

Тақырыптың мақсаты: Ақпараттық экономикадағы бизнес кеңістігінің түрлерінің жалпылама сипаттамасын беру

Тақырыптың жоспары:

1. Электронды бизнес жайлы негізгі түсініктер, оның көрсеткіштері, айналым сферасы, түрлері.
2. Электронды бизнестің экономикаға жалпы әсері.
3. Шет елдердегі электрондық бизнестің даму деңгейі, алғы шарттары.
4. Шетелдік электрондық бизнес сапасындағы тәжірибелер, оның маңызы және болашақ табыс көздері ретінде рөлі.

Электронды (желілік, сандық) экономика – субъектілері кез келген шаруашылық қызметті жүзеге асыра алатын, сандық телекоммуникациялық желілер (әлемдік ғаламтор, интернет) арқылы өмір сүретін сала, сонымен қатар электрондық бизнес пен электрондық коммерция өндіретін электрондық тауарлар мен қызметтермен қызмет ететін экономика. Электронды экономиканың тауарлары мен қызметтері үшін төлем электронды ақша арқылы жүзеге асады.

Электронды экономика концепциясы XX ғасырдың соңғы онжылдығында пайда болды. Жер тұрғындарының өсуі мен ресурстардың мобилизациялануымен электронды экономика тек электронды бизнес пен электронды коммерциямен ғана шектелмей қалмайды, сонымен қатар өмірдің әрбір аспектісін денсаулықсақтау, білім, банкинг және т.б. қозғайды.

Құжаттар мен коммуникацияларды жаппай сандық тасымалдаушыларға аударуды ескере отырып, мемлекетпен коммуникацияларды электрондық платформаға аудару дұрыс деп бағаланады. е - мемлекет пен е - Үкімет өзінің азаматтарына электронды қызметтер мен өнімдерді ұсына отырып, электронды экономиканың мардымды бөлігін құрайды.

Электрондық бизнес – бизнес-процестер, бизнес-ақпаратпен алмасу мен коммерциялық транзакциялар ақпараттық жүйелердің көмегімен автоматтандырылатын бизнес-модель. Шешімдердің көп бөлігі мәліметтерді беру мен веб-сервистерді ұсыну үшін Интернет-технологияларды қолданады.

Электронды бизнес кәсіпорынның коммерциялық қызметін автоматтандыратын ақпараттық жүйелердің (АЖ) көптеген сыныптары үшін жиынтық ұғым болып табылады. Сату саласында тұтынушымен өзара әрекеттестікке бағытталған электронды коммерциядан басқа, кәсіпорынның қосылған құн құрудың барлық тізбегін қолдау жүзеге асырылады.

Электрондық бизнестің тарихы тамырымен 1960-70 жылдардағы ақпараттық технологиялар саласындағы революцияның басына кетеді. Ақпараттық коммуникациялық технологиялардың микроэлектроника, компьютерлік техника мен телекоммуникация салаларының жинақталған атауы екпінді дамуы кәсіпорын арасындағы және ішіндегі мәлімет алмасуды

жеңілдетуге және арзандатуға мүмкіндік берді. Ірі корпорациялар, құжаттық жұмыстың ауырлығы мен шығындарын төмендету, сонымен қатар алмасудың жылдамдығын арттыру үшін мәліметтерді электронды алмасудың (EDI, әрі қарай МЭА) қағазсыз технологияларын енгізе бастады.

Электрондық бизнестің өнеркәсіптік жүйелерінің бизнесті автоматтандыру үшін кәсіпорындар қолданатын ақпараттық жүйелердің бірнеше сыныптары бар:

- ERP (англ. *Enterprise Resource Planning*) — кәсіпорынның ресурстарын басқару АЖ.
- CRM (англ. *Customer Relationship Management*) — клиенттермен өзара әрекеттестікті басқару АЖ.
- BI (англ. *Business Intelligence*) — бизнес ақпаратты жинау, талдау мен ұсыну АЖ.
- ECM (англ. *Enterprise Content Management*) — кәсіпорында ақпарат пен құжаттарды басқару АЖ.
- HRM (англ. *Human Resource Management*) — персоналды басқару АЖ.
- SCM (англ. *Supply Chain Management*) — жеткізімдер тізімін басқару АЖ.

2003 жылы бүкіл әлемде электронды бизнестің табысы 1,6 трлн долларды құрайды, және оның 1,4 трлн доллары B2B-секторына тиесілі болды.

Кез келген кәсіпорын ақпараттық технологиялар арқылы сыртқы ортамен белсенді әрекет етеді. Кәсіпорынның сыртқы ортамен белсенді әрекет етуі корпорацияның іскерлік ортаның өзгеруіне бейімделудің икемділігі мен жеделдігін жоғарылату мүмкіндігін жақсартады. Кәсіпорын әлемдік ақпараттық ресурстарға оперативтік қолжетімділікке ие бола отырып, басқа нарықтық өнімдерді (тауарлар мен қызметтерді) зерттеу негізінде өзінің тауарын оны тұтынушыға жағымды жақтан бөліп ұсына алатындай орналастыруға мүмкіндік алады.

Кәсіпкер талдау мен бақылауды жүргізу арқылы, инновацияларды тауып қолдана алатын бес саланы бөліп көрсетейк:

- жаңа тауар, қызметті жасау;
- жаңа шикізатты қолдану;
- жаңа технологияны қолдану;
- кәсіпкерлік қызметті жаңадан ұйымдастыру;
- жаңа нарықты құру.

Инновацияның көрсетілген барлық бес саласы кәсіпкерлік идеяның шексіз ақпараттық алаңын тудырады. Осы идеяларды тудыру үшін ақпараттық іздеудің маманданып қойылған міндетін қою жеткілікті. Болжамданатын инновациялық сала туралы барлық қолжетімді, маңызды және шынайы ақпарат жинақталып, жүйелендіріліп, зерттелген кезде, оны қолдану мардымды дәрежеде «техника ісі» ғана болып қалады. Жинақталған ақпарат тәжірибе,

ресурс және мақсат негізінде әр түрлі критерийлер бойынша талданады. Бұндай талдау мыналарды анықтауға мүмкіндік береді:

- нарықта бар және тұтынушымен белсенді қолданылатынды;
- жаңа әлеуметтік экономикалық әсерді алу үшін нені және қалай өзгерту қажет;
- не жоқ, бірақ нарықпен қажет етілетінді.

Дәл ақпараттардың жаһандануы инновациялық қызметті жүзеге асыруды айтарлықтай жеңілдетеді. Нарықты зерттеу кезінде тек бір ғана жақпен шектелмеу керек. Мемлекеттердің даму деңгейі әр түрлі, ұлттық және аймақтық нарықтардың ерекшеліктері де әр түрлі. Сондықтан да бір нарықта баяғыдан күнделікті болып қалған немесе бұл нарықпен белгілі бір себептермен қабылданбай қалған нәрсе, басқа нарықта сәтті түрде қолданыла алады.

АҚШ, Жапония, Германия, Тайвань және басқа да мемлекеттер қатарының табысты фирмалар қызметінің статистикасы инновациямен осындай жолдың негізінде жұмыс жасайтын олжалы фирмалардың мысалдарын көрсетеді.

Киберкорпорация (немесе eCorporation – электронды корпорация) – нарықта өзінің орнын басып алу, сақтау және ұстап тұру үшін, үнемі өмірдегі өзгерістерді зерттейтін және қызметке инновацияны енгізетін экономикалық субъект.

Электронды нақтылы ақшамен төлем жасаудың белгілі бір системасы PayPal деп аталады. Бұл система 1998 жылы АҚШ-та компьютерлермен қолданушылар бір біріне электронды почта арқылы аударымдар жасау мақсатымен ойлап шығарылған болатын. PayPal тұтынушы жасаған аударымдардан белгілі бір пайыз мөлшерінде ұстап қалып отырды. Бұл әдістің ерекшелігі – сенімділігі және қауіпсіздігі. Сонымен бірге, PayPal серіктестік қазынаның қайтаруды кепілдік беру программасын онлайн сатып алуларда оның төлеу жүйесі арқылы іске қосты. Сатып алушыларында бір мың долларға дейін өздері қалаған тауарларды сатып алуға мүмкіндік туды. PayPal сақтандыруын алған сатып алушыда тауармен қанағатты емес екендігін, оның кемістігі болса, интернет-дүкенде дұрыс таныстырылмады деп ойласа, 30 күн ішінде хабарлауы керек. Егер сатып алушының талабы қабылданған ережелерге сай болып келсе, онда барлық құнын қайтарады. Кепілдік салдағы 70 фунттан артық емес материалды тауарларға ғана беріледі.

Счет бойынша төлем – бұл сіздің сәтіңіз ашылған банкте дистанционды банк-клиент қызмет көрсету системасы болуын айтады. Бұл жағдайда сіз салып алынған тауарларыңызды үйде немесе офисте отырып төлемдер жасау арқылы аласыз.

Алдын ала төлемі бар жағдайда, клиент нақтылы номиналы бар картчканы сатып алады, осы картчканың реквизиттерін сатып алуды жүзеге асыруда көрсетеді. Сәйкесінше картчкадағы сома сатып алынған құнға азаяды. Әдетте бұл әдіс (интернет-провайдер) қызметтер провайдерлерімен қолданылады.

Ақша қаражатын on-line режимде алу техникалық көзқарас бойынша ыңғайлы екенін атап өткен жөн. Алдағы уақытта электронды төлем дәстүрлі төлем әдістерін алмастырады.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Электрондық саудада қандай электрондық бизнестің сегменті басты болып отыр?
2. Электрондық ақша деген не?
3. Электрондық бизнес деген не?
4. Цифрлық технологияға, технология артықшылықтарына негізделген пайда алу мақсатында бағытталған компанияның іс-әрекеті?
5. Банктік карта деген не?
6. ERP – бұл...?

Тест сұрақтары:

1. Виртуалдық экономика деген не?
 - A) Интернет арқылы тауарлар мен қызметтерді сату жүйесі
 - B) Сыртқы әсерлердің ерекше түрі
 - C) Ақпараттық технологиялардың әсерінен тұтас экономикалық, әлеуметтік, мәдени кеңістіктің құрылуы
 - D) Интерактивті мүмкіндіктерді қолдануға негізделген экономика
 - E) Жұмыс күші құрылымында әр түрлі мамандықтардың көбеюі
2. Виртуалдық дүкен деген не?
 - A) Жұмыс күші құрылымында әр түрлі мамандықтардың көбеюі
 - B) Ақпараттық технологиялардың әсерінен тұтас экономикалық, әлеуметтік, мәдени кеңістіктің құрылуы
 - C) Сыртқы әсерлердің ерекше түрі
 - D) Интерактивті мүмкіндіктерді қолдануға негізделген экономика
 - E) Интернет арқылы тауарлар мен қызметтерді сату жүйесі
3. Интернетте бизнесті жүргізудің артықшылығы?
 - A) Шығындардың төмендеуі, мемлекет шекарасы мен салықтарынан тәуелсіздігі
 - B) Келісімдік, қаржылық мәселелер
 - C) Интеллектуалды меншіктің қорғалмауы
 - D) Заңнамалық базаның жетілмеуі
 - E) Халықаралық деңгейде ақпараттық жүйелердің сәйкес келмеуі
4. Электрондық бизнес деген не?
 - A) Компьютерлік тасымалдаушыларға жазылған құжат
 - B) Цифрлік технологияларға негізделген пайда алуға бағытталған компаниялардың жұмысы

- C) Электронды ақша түрінде құндылығы бар кезкелген банктік карта
- D) Кезкелген компания интернет дүкенді жалға ала алатын интернет бірліктердің жиынтығы
- E) Төлеушінің банкке ақша аударымы туралы нұсқасы

Тақырып №5 Электрондық хаттың құрылымы. Электрондық қолтаңба

Тақырыптың мақсаты: Электрондық хаттар мен электрондық қолтаңбаларды іс жүзінде пайдалануды үйрету және оның нарықтық экономикадағы маңызы

Тақырыптың жоспары:

1. Жүйелік экономикадағы пошталық программалар жүйесі, құрылымы, мәні мен қолданылуы.
2. Пошталық программалардың кеңінен таралуы, электрондық құжатты жасау
3. Электрондық қолтаңбаның ролі, маңыздылығы. Оның артықшылықтары мен кемшіліктері.

Электрондық пошта туралы түсінік. Хабарламаларды таратудың техникалық құрылғыларының дамуы, поштаға да өзіндік әсерін тигізді. Осының нәтижесінде электрондық пошта деп аталатын коммуникацияның жаңа түрі дамыды. Электрондық пошта (Electronic mail немесе E-mail) — бұл компьютерлік желі арқылы хабарлама жөнелту және қабылдау тәсілі. Кәдімгі поштаның жұмыс істеу реті бәрімізге белгілі: конверттегі дайын хатты пошта жәшігіне салғаннан кейін ол жөнелтушінің пошта бөліміне жеткізіледі. Сол жерден қажетті адресаттың пошта бөлімшесіне транспорт арқылы жеткізіліп, адресаттың жеке пошталық жәшігіне салынады. Электрондық пошта да осыған ұқсас жұмыс істейді. Бұл кезде хат орнына электрондық хабарлама, пошта бөлімі — пошталық сервер, ал транспорт — компьютерлік желі болады.

Пошталық сервермен байланыстырылған әрбір абоненттің электрондық адресі, пошталық жәшігі болады. Бұл жәшік абоненттің құпия сөзімен (парольмен) қорғалған. Электрондық адресің көмегімен желідегі әрбір абонентті анықтауға болады. Абонент пен сервер хабарлама алмасу үлгісін кабельді (егер абонент жергілікті желімен пошталық сервер арқылы байланыстырылса) немесе кәдімгі телефон желісін (қашықтан қатынас құру жағдайында) қолдана алады. Поштаның серверлер арасындағы электрондық хабарламаны тасымалдаушы ретінде кез келген көлемдегі желіні пайдалануға болады. Хабарлама бір серверден келесіге жеткізілуі үшін, бір қатар аралық серверлер арқылы өтуі мүмкін. Пошталық серверлер хабарламамен автоматтық режимде алмасады, желідегі хабарламаның қозғалыс маршруты арнайы программа-маршрутизатор арқылы есептеледі.

Хабарлама тиісті орын серверіне жеткізілген соң, адресаттың сервермен кезекті байланысуы кезінде поштаның келгендігі ұстауының қажеті жоқ. Ол кез келген уақытта компьютерді қосып, хабарлама қабылдау немесе жөнелту үшін желімен байланыса алады. Мұндай режим off-line деп аталады. Электрондық пошта желі арқылы мәтіндік хабарлама алмасу үшін құрылған. Қазіргі кезде электрондық пошта құрылғылары — кез келген орындалатын, графикалық, дыбыстық, бейнелік файлдарды жөнелтуге, қабылдауға мүмкіндік береді.

E-mail қызметі кәдімгі қағаз поштаның нақты баламасы болды. Мұндай жетістікке хабарлама таратудың жоғарғы жылдамдығы мен сенімділігінің

арқасында қол жетті. Санаулы минут ішінде электрондық пошта хабарламасы сол қалада немесе мұхиттың арғы жағындағы адресатқа жеткізіледі. Хабарламаны беру жылдамдығы әдетте компьютерлер арасындағы байланыс желісінің өткізу қабілеттілігімен шектеледі. Егер компьютер желі мен модем және телефон желісі арқылы байланыстырылса, онда алмасу жылдамдығы телефон желісі құрылымының сапасына байланысты болады. Қазіргі қолданыстағы цифрлық, талшықты-оптикалық байланыстардың мүмкіндіктері өте мол.

Электрондық пошта адресі, пошталық сервер аты. Электрондық пошта хабарламасы адресатқа жетуі үшін, адресі (E-mail) дұрыс көрсету керек. Пошталық адрес @ белгісімен бөлінген екі бөліктен тұрады. Адресінің сол жақ бөлігі — пайдаланушының жергілікті аты (пошталық жәшік аты), ал оң жақ бөлігі домен аты. @ белгісі «ит» немесе «маймыл» деп аталады. Адресінің жазылуы: `pora@krok.net.ua` болса, онда жәшік пошта доменінде `krok.net.ua` деп те оқуға болады.

Домен аты жеке сөздерден — бағынышты домендерден тұрады да, олар нүкте арқылы бөлігі жазылады. Бағынышты домендер аты солдан оңға қарай иерархиялық өсу деңгейі бойынша реттеліп орналасады. Оң жағында, ең жоғарғы деңгейде елдің аты жазылады: `kz` — Қазақстан, `ua` — Украина, `ru` — Россия, `Fr` — Франция, `uk` — Ұлыбритания, `su` — бұрынғы Кеңес Одағы қалаларының коды. WWW-дегі домен атын қарастырғанда жоғарғы деңгейде әрқашан елдің коды болуы міндетті емес екендігі айтылған болатын. Жоғарғы деңгейдегі бағынышты домендер кездесуі мүмкін: `com`, `edu`, `gov` т.б. жөнінде мәлімет беріледі. Хабарлама алу үшін, пайдаланушының өз компьютерін үнемі қосулы күйінде солға қарай домендегі серверде орналасу орнын анықтай түсетін бағынышты домендер жазылуы мүмкін. Мысалы: `kiev.ua`, `msk.ru`, `spb.su`, `Odessa.ua` қалаларды көрсетеді. Оның сол жағында мекеменің бағынышты доменінің аты көрсетілуі мүмкін. Домендер атынан провайдердің пошталық серверінің атын шығаруға болады. Әдетте ол домен атына нүкте арқылы `mail` сөзін тіркеу арқылы алынады. Мысалы, `mail.stcu.kiev.ua` немесе `mail.cargo.relcom.ru`.

Пайдаланушы электрондық хабарламаны жөнелту және қабылдауы үшін оның компьютеріне электрондық пошта клиенті программасы орнатылуы қажет. Әр түрлі операциялық жүйеде жұмыс істеуге арналған мүмкіндіктері де әр түрлі пошталық программалар бар. Өте кең тараған пошталық программалар: Microsoft Exchange, Outlook Express, Microsoft Outlook, Internet Mail, Eudora, Exchange Mail т.б. Бұл программалар операциялық жүйе құрамына кіреді: Microsoft Exchange программасы Windows 95 операциялық жүйесімен, ал Outlook Express — Windows 98, Windows 2000 операциялық жүйесімен бірге орнатылады. Сондай-ақ электрондық поштамен жұмыс істейтін программалар қолданбалы программалар пакеті құрамына кіреді, оған мысалы, Microsoft Office 2000 құрамындағы әмбебап Microsoft Outlook 2000 программасын айтуға болады.

Пошталық программалардың атқаратын қызметі хабарламаны қабылдау, оқу, дайындау, жөнелту, адрестік кітапты жүргізу болып табылады. Пошталық программалар желілік уақытты үнемдеу үшін автономды режимде жұмыс істеу мүмкіндігін береді. Бұл режимде қабылданған поштаны қарап, жаңа хабарлама дайындауға болады. Егер пошталық сервер келген хабарламаға арналған нақты хаттамаға арналған болса, хабарламаны клиент компьютеріне жүктемей-ақ серверде сақтауға болады.

Электронды хабарлама – компьютерлер арасындағы желілік байланыс бойынша «электрондық почта» арқылы жіберілетін электронды нұсқадағы құжат. Электронды хабарлама электронды почта адресатынан, қызметтік ақпарат атауынан және мәтіннен тұрады. Электронды почта арқылы жөнелтілетін құжаттарға мынадай талаптар қойылады:

- құжаттар Word мәтін редакторының немесе Excel кестелік редакторы көмегімен Times New Roman, Arial шрифттерін пайдалана отырып дайындалады және графикалық бейнелерден тұрмауы тиіс;
- құжаттың жоғарғы бөлігінде «Электронды почта арқылы жіберілді» деген белгі болуы тиіс;
- файлдың атауы латын қарпімен жазылады.

Электронды құжатты жасау тәртібі.

Қазіргі кезде құжаттарды жасау үшін қолданылатын компьютер бағдарламалары жеткілікті (мысалы, Word 2006 Word 2004). Бұндай бағдарламалар мәтіндік редакторлар деп аталады.

Электрондық құжаттың ақпараттық табиғатына тән бір ерекшелік – ол қағаз құжаттарға қарағанда әлдеқайда ұзақ сақталады және одан гөрі сенімдірек. Мұнда ақпарат сақталатын негізгі емес, сол ақпараттың өзіне баса назар аударылады. Оның материалдық негізін сақтауға байланысты жұмыстар қосалқы мәнге ие болады. Әйтсе де, бұл құжаттарға қатысты нәрселердің бәрін: ақпаратты (мазмұнды), материалдық негізді, деректемелер мен құжат түзу технологиясын және оны қолдану тәсілдерін тұтас бірлікте алып қарау қажет. Ақпарат жазылатын қандай да бір негіз болмаса, құжат та болмайды. Электрондық құжат та сол сияқты. Электрондық құжаттарды сәйкестендірудің, ең бастысы түпнұсқаландырудың мәні зор. Электрондық құжаттарды сәйкестендіру мен түпнұсқаландырудың үйлесімді әдістемесін жасау – алыс болашақта да олардың түпнұсқалық қасиетін сақтауға кепіл бола алады. Әйтсе де бірыңғай баламалы технологияларды қолданбайынша электронды құжат өз негізіндегі файл күйінде қала береді. Мұндай электрондық құжаттарды мәтіні өшіп қалған қағаз құжаттармен салыстыруға болады: құжат бар болғанымен, іс жүзінде жоққа тән. Яғни электрондық құжатты файлдан шығарып, ақпаратын монитор экранынан оқуға болатын жағдайға келтіргеннен кейін ғана «құжат» деп есептеуге болады.

Қазір электрондық құжаттар бойынша жұмыс жүргізу ісінде мынадай проблемалар бар:

- электрондық құжаттар бойынша жүргізілетін жұмыстарды нормативтік-әдістемелік құралдармен қамтамасыз ету деңгейі ақпараттық-технологиялық тұрғыда қамтамасыз ету деңгейінен артта қалып келеді.

- атқарушы билік органдарындағы электрондық құжаттар бойынша жүргізілетін жұмыстарға қолданылатын техникалық жабдықтардың әр тектілігі.

- басқару органдарындағы құжаттаманы басқару ісін автоматтандыру жөнінде қолданылатын бағдарламалық құралдардың әр түрлілігі.

- құжаттарды басқарудың автоматтандырылған жүйесі мен құжаттарды мұрағаттық сақтау ісінің ұштаспауы.

Электрондық құжат айналымының құқықтық базасын қалыптастыру – істің жартысы ғана. Енді алда келесі кезең – электронды құжаттарды ұзақ мерзімдік сақтаудың сенімді жүйесін жасау кезеңі тұр. Бұл технологиялық шараларды да, ұйымдастыру шараларын да қамтиды.

Электрондық құжаттар мұрағаты – бұл іс қағаздарын жүргізу қызметі мен құжат айналымын автоматтандыруды арнайы бағдарламалармен жабдықтаушылар ойлайтындай жай ғана дербес сервер, компьютер немесе ақпаратты дерек көздерін сақтайтын орын ғана емес; бұл және пайдаланушыға керекті электрондық ақпаратты тауып беруге арналған іздестіру жүйесі де ғана емес. Жалпы, мақсат, міндеті жағынан электронды құжаттар мұрағаты (соның ішінде әсіресе мемлекеттік мұрағат) кәдімгі дәстүрлі мұрағаттан ешқандай айырмашылығы жоқ. Бұл, ең әуелі, құжаттардың құндылығын сараптаудан бастап, оларды пайдалануға дейінгі мұрағаттық сақтау ісінің бүкіл циклін қамтамасыз ететін технологиялар мен өндірістік процестер болып табылады. Ол құжаттардың есебін алу, сипаттау, сақталуын қамтамасыз ету және ғылыми-анықтамалық аппараттарын жетілдіру секілді іс-шаралар арқылы жүзеге асырылады.

Мұрағаттар атқарылған құжаттар мен жабық істерді қайта пайдалану ісін ұйымдастыру үшін құрылады. Мұндай мүмкіндікке ие болу үшін мынадай бірнеше шарттың орындалуы қажет:

- ұзақ мерзімге арналған құжаттамалық саясатты айқындау және соған сәйкес құжаттарды топтап, олардың сақталу мерзімдерін белгілеу;
- мұрағаттық сақтауға арналған құжаттарды белгіленген саясатқа сәйкес іріктеу;
- осы құжаттар бойынша тиімді анықтамалық-іздестіру жүйесінің болуы;
- құжаттардың бүкіл мұрағаттық мерзімде сақталуын қамтамасыз ету, яғни белгіленген уақытқа сәйкес жүйелі түрде олардың есебін алып отыру (түгендеу).
- құжаттарды пайдалану кезінде олардың жоғалу қаупін мейлінше азайтатын жұмыс тәсілдерін ендіру.

Электрондық құжаттарды сақтаудың ұзақ мерзімдік саясаты әзірге жоқ. Іс номенклатурасына электрондық құжаттар мен мәліметтер базасы енбейді. Электрондық құжаттар есебі ұйымдарда не бүтіндей жүргізілмейді не жеткіліксіз дәрежеде ғана жүргізіледі. Электрондық құжаттар бойынша іздестіру жүйесін жасау – ұйымда электрондық мұрағат құрудың негізгі мәні

болып табылады. Әйтсе демұрағат негізі – электрондық құжаттардың есебін жүргізу. Электрондық құжаттардың сақталу жайы туралы айту үшін ең алдымен олар жөнінде нақты мәліметтер болуы шарт. Егер электрондық құжаттар сыртта сақталатын негіздерге жазылған болса, онда олардың есебін ретке келтіру оңай.

Электрондық құжатқа байланысты мынадай терминдер мен анықтамалар қолданылады.

Электрондық құжат дегеніміз ақпараты электрондық-цифрлық нысанда (формада) беріліп, электрондық цифрлық қолтаңба арқылы куәландырылған құжат. Электрондық құжат жеке файлдың бір немесе бірнеше бөлімдерінен, бүтін бір файлдан немесе жеке-жеке бірнеше файлдан тұруы мүмкін. Мұның бәрінде де файлдардағы құжаттың түпнұсқалық сипатын куәландырып, тұтастығына кепілдік беретін деректемелер ортақ болады. Электрондық құжат деректемелері электрондық-цифрлық нысанда да (электрондық-цифрлық қолтаңба, түпнұсқаландырудың электрондық кодтары т.б.), қағаз құжаттағы куәландырылған парақ түрінде де болуы мүмкін.

Ақпараттық ресурс – қор жасаушының ақпараттық жүйесіндегі мәні мен технологиялық белгілеріне сәйкес топталған (басқару, ғылыми-техникалық, жеке құрам бойынша, мерзімді басылымдар, интернет-басылымдар т.б.) электрондық құжаттар кешені. Бағдарламалық ортаның (ОС, СУБД, қолданбалы бағдарлама немесе оның қосымшалары) өзіндік сипаттары, мәліметтер базасының немесе ақпарат жүйесінің өзіндік құрылымы, олардағы техникалық құжаттаманың саны – ақпараттық ресурстың технологиялық белгілері болып табылады.

Электрондық құжаттарды сақтау бірлігі – мұрағатта есептік нөмірі бар дербес электрондық негіз.

Электрондық құжаттарды есепке алу бірлігі – мұрағатта есептік нөмірі бар дербес көріністі файлдық объект, реляциялық немесе өзге де компьютерлік деректер (компьютерлік папка, компьютерлік файл, мәліметтер базасының кестесі, электрондық кесте парағы).

Электрондық құжаттардың көшірмеленуі – электрондық құжаттарды бір технологиялық платформадан екіншісіне ауыстыру; көшірмелеу процесінде компьютерлік файлдар форматы өзгереді, яғни қайта форматталады. Кейде мәліметтер құрылымы не формат үлгісі өзгеріске түседі (мәтіндік құжаттар графикалық құжатқа немесе керісінше ауысады).

Электрондық құжаттың қолданысқа арналған данасы – бұл құжатты пайдалануды ұйымдастыру кезінде сақтау бірлігі берілген электрондық құжаттың бір данасы.

Электрондық құжаттың резервтегі данасы – құжаттың қолданысқа арналған жаңа сақтау бірлігіндегі данасын жасау үшін немесе оны қалпына келтіру үшін әзірленген данасы.

Сақтық форматындағы электрондық құжат – бағдарламалық тұрғыдан тәуелсіз форматта немесе кең таралған компьютерлік форматта сақтаулы электрондық құжат.

Тұтыну форматындағы электрондық құжат – ағымдағы мұрағаттық ақпарат жүйесінің немесе оқу залының, болмаса аулақтағы тұтынушының қолдауында тұрған форматтағы электрондық құжат.

Сонымен, электрондық құжаттары бар және қызмет барысында оларды жасап жатқан ұйымдарда тап қазір не істеуге болады?

Ең әуелі нені, қайда және қандай көлемде сақтау керек екенін білу қажет. Яғни ақпараттық ресурстар есебін алуды ретке келтіріп алу шарт.

Электронды құжаттарды жүйеден алып тастау (папкілерді, файлдарды немесе мәліметтер базасының жазбаларын) және ақпараттық ресурстардың құрылымын өзгерту ұйым басшысының өкімдік актісі негізінде жүзеге асырылады. Электронды құжаттар санының есебін алу ісі картотека бойынша немесе құжат айналымының ақпараттық жүйесіндегі мәліметтер базасы бойынша жүргізіледі. Есептеу бірлігі ретінде құжаттың өзі алынады. Мұнда оның қосымша нұсқалары есепке алынбайды. Электронды құжаттар санының есебі электронды құжаттар айналымының көлемі туралы анықтамаларда көрсетіледі. Электрондық құжаттары бар папкілер мен файлдар есебін алу мақсатында электрондық құжаттар тізіліміне олардың (папкілер мен файлдардың) аттары, саны және кеңейтіліп, толықтырылғандығы жөніндегі мәліметтер енгізіледі.

Ұйымға келіп түскен электрондық негіздердің бәрі де есепке алынады. Олардың келіп түсуі мен шығуы арнайы журналда тіркеліп отырады. Нөмірлеу жалпы ретпен жүргізіледі. Ақпараттық ресурстарды электрондық құжаттардың резервтегі нұсқалары көмегімен қалпына келтіру мәліметтері жазылатын журнал қандай да бір себептермен жойылып кеткен ақпараттық ресурстарды орнына келтіру жөніндегі операциялар есебін жүргізуге арналған. Бұл журналды ұйымның ақпараттық жүйелерді жедел сақтау және резервтік көшірмелерін жасау ісіне жауапты салалық бөлімше (ақпараттық технологиялар қызметі, автоматтандыру бөлімі, ақпараттық қамтамасыз ету бөлімі, ақпараттық есептеу орталығы т.б.) жүргізеді.

Электрондық құжат үшін құжаттың түпнұсқа екендігін растауға мүмкіндік беретін құрал қажет. Яғни, ол электрондық құжатқа бөгде адамның қандай-да бір өзгеріс енгізбегендігін және құжатты нақты сол ұйымның жіберіп отырғанын дәлелдеуі керек. Бұл үшін электрондық қолтаңба пайдаланылады.

Электрондық құжат айналымы мен электрондық цифрлық қолтаңба жүйесінің тәртібі Қазақстан Республикасының «Электрондық құжат және электрондық цифрлық қолтаңба туралы» Заңында реттелген. Заңда электрондық цифрлық қолтаңбаға былайша анықтама берілген: «электрондық цифрлық қолтаңба - электрондық цифрлық қолтаңба құралдарымен жасалған және электрондық құжаттың дұрыстығын, оның тиесілілігін және мазмұнының өзгермейтіндігін растайтын электрондық цифрлық нышандар терімі».

Электрондық құжатты рұқсат етілмеген кіруден сақтау үшін ақпаратты криптографиялық өңдеу немесе шифрлау әдістері қолданылады.

Электрондық қолды криптографиялау екі түрге бөлінеді: симметриялық кілт және ашық кілт.

Симметриялық кілтпен криптографиялағанда электронды хабарламаны жөнелтуші де, алушы да шифрлау үшін де, ашу үшін де бірдей ортақ кілтті пайдаланады.

Ашық кілтпен криптографиялағанда екі кілт пайдаланылады: ашық кілт және өз иесіне ғана мәлім құпия кілт.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Электронды пошта дегеніміз не?
2. Электрондық пошта құрылымы неден тұрады?
3. Цифрлік қолтаңба деген не?

Тест сұрақтары:

1. Эстония мен Кореяда электрондық цифрлық қолтаңбаны алу қанша тұрады?
A) 20-30 долл
B) 60 долл
C) 100 долл
D) 50 долл
E) 10 долл
2. Цифрлік қолтаңба деген не?
A) Микропроцессоры бар банктік пластикалық карта
B) Өндіріс салаларында MFP көрсеткішінің өсуі
C) Жіберушінің жеке кілтімен хаттарды шифрлеу нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба
D) Демократиялық үрдіс барысында цифрлік ақпарат алмасу
E) Банктер шығаратын және жабатын биттер шынжыры
3. Электронды пошта ол не?
A) арнайы бағдарлама каналын ашу
B) бірыңғай жүйеде ішкі жүйемен алмасу
C) уақыт кеңістігінде ақпаратты таратудың адрестік каналы
D) ақпаратты сақтау протоколы
E) интерактивті қызмет
4. Электронды поштаның артықшылығы?
A) Нақты ақпараттың мекен-жайына жіберілгені жайында әрқашан сенімді болмауы
B) Ақпараттың көлемінің сыйымдылығы
C) Міндетті түрде электронды құрылғының болу қажеттілігі
D) Ақпараттың ашық түрде жіберілуі
E) Бәсекенің өсуі, қызмет көрсету аймағының өсуі

Тақырып № 6 Желі өнімдердің концепциясы

Тақырыптың мақсаты: Ақпараттық экономика саласындағы жүйелік концепцияның қалыптасуы, оның түрлері және қолданылуын түсіндіру.

Тақырыптың жоспары:

1. Желі концепциясының қалыптасуы, оның түрлері және қолданылуы.
2. Жаңа экономикадағы ақпараттық технологияларды пайдаланудағы шетелдік тәжірибе.
3. Нарықтағы экономикадағы ақпараттық технологиялардың экономика шеңберіндегі даму жолдары, перспективалары, тиімділігі.

Тұтынушылар үшін ақпараттық өнімнің құндылығы, және тиісінше оның коммерциялық сәттілігі оның қолданушының талабын қаншалықты қанағаттандыратына байланысты. Және де алынған ақпарат қолданушылардың ақпараттық үлгілерінің аясында қабылданғандықтан, әлі ақпарат болатын алғашқы мәлімет ретінде қабылданады.

Әрине коммерциялық ақпараттарды өндірушілер өздерінің үлгілерінде тұтынушылардың үлгілерін ескеруге тырысады. Бірақ та қолданушылар мен өндірушілердің ақпараттық үлгілері ешқашан толығымен бірдей бола алмайды, себебі

– қолданушылар әдетте оларға керек ақпарат жөніндегі түсініктерін нақты ақпараттық үлгілерге рәсімдемейді, ал бұл өнім концепциясында бұл түсініктердің есепке алынуына кедергі келтіреді;

– егер де бұл үлгілер болса да, онда, біріншіден өндіруші олар туралы білмеуі немесе оларды дұрыс қабылдамауы мүмкін, ал екіншіден бұл үлгілер әртүрлі қолданушыларда бір - бірімен сәйкес келмеуі мүмкін.

Өндірушінің және қолданушының ақпараттық үлгілерінің сәйкес келмеуі, ақпараттық өнімде жасалғанына қарағанда қолданушыға мәліметтер басқа көлемде және құрылымда керектігінде көрініс табады. Дәстүрлі ақпараттық технологияларда бұндай сәйкессіздік дағдыда.

Мәліметтер қоры ақпараттық өнім ретінде.

Ақпараттық қызметтер тек мәліметтер қоры компьютерлік немесе компьютерлік емес формада болған жағдайда ғана пайда болады.

Мәліметтер қоры тиесілі қызметтермен ақпараттық қызмет дайындалғанда дерекнама және жартылай фабрикат болып табылады. Мәліметтер қоры, бұлай аталмаса да, компьютерлік кезеңге дейін кітапханаларда, мұрағаттарда, қорларда, анықтама бюроларында және басқа да осындай ұйымдарда болатын. Оларда оқиғалар, құбылыстар, объекттер, процестер, басылымдар және т.б. туралы әр түрлі мәліметтер болады.

Компьютерлер пайда болғаннан бері сақталатын мәліметтер қорының көлемі айтарлықтай көбейді және сәйкесінше ақпараттық қызметтердің шеңбері кеңейді.

Ақпараттық тауарлар мен қызметтерді жүйелендіру үшін мәліметтер қорын қолдану позициясынан оларды библиографиялық және библиографиялық емес деп бөлуге болады.

Библиографикалық мәліметтер қоры құжаттар, рефераттар мен аннотациялар туралы екінші ретті ақпаратты құрайды.

Библиографиялық емес мәліметтер қоры көпетеген түрде болады:

- анықтамалық, әртүрлі объекттер мен құбылыстар туралы ақпаратты құрайды, мысалы, адресстер, қозғалыс кестелері, телефондар және т.б.;

- толық мәтін, алғашқы ақпаратты құрайды, мысалы, мақалалар, журналдар, брошюралар және т.б.;

- сандық, мөлшерлік сипаттамалар мен объектілер мен құбылыстардың параметрлерін құрайды, мысалы, химиялық және физикалық мәліметтер, статистика;

- мәтіндік сандық, объектілердің суреттемелері мен олардың сипаттамаларын құрайды, мысалы, өнеркәсіптік өнімдер, фирмалар, мемлекеттер бойынша және т.б.;

- қаржылық, банктермен, биржалармен, фирмалармен ұсынылатын қаржылық ақпаратты құрайды;

- заңды, салалар, аймақтар, мемлекеттер бойынша құқықтық құжаттарды құрайды.

Мәліметтер қоры негізгі ақпараттық өнім болу үшін екі шарттың орындалуы керек:

- 1) мәліметтер біршама біртұтас бүтін болу керек, яғни тұрақты сыныптамалық қағида бойынша сұрыпталу қажет;

- 2) сәйкес ақпараттық өнімдерге қолданушылардың белгілі бір санының қолжетімділігі ұйымдастырылуы керек.

Мәліметтер банктеріне қолжетімдік белгілі бір жабдық, бірақ көбінесе қолданушыға сеанстан кейін табылған ақпаратқа өндеу жүргізуге мүмкіндік беретін персоналды компьютерлер немесе басқа интеллектуалды терминалдар бола алатын, қолданушының терминалынан жүзеге асырылады.

Телекоммуникациялық желі. Локальды есептеуіш желілердің олардың айналасымен интеграциясы кезінде маңызды рөлге телефон желілері ие болады. Осындай желінің бірінші ретті құрылғысы телефон аппараты біршама интегралданған болып келе жатыр және қолданушыны жеткілікті кең мүмкіндіктер спектрімен қамтамасыз етеді.

Қазіргі кезде ақпараттық технологиялар фирмаларының ұсынатын мүмкіндіктері ақпараттық мәдениет деңгейінен немесе осы қызметтерді қолданушылардың қаржылық мүмкіндіктерінен айтарлықтай асып түседі.

Соңғы жылдары байланыс құралдарының төменгі деңгейін құрастыруда ұялы телефон аппараттарын қолданумен байланыс белгілі бір рөлге ие. Бұл аппараттар да жіберу және өндеу жүйелерімен интеграцияны қамтамасыз ететін, көпфункционалды болып келе жатыр, мысалы құрамында миникомпьютерлер және факстар бар.

Бірінші желілер магистралды арналарға бірігеді, олардың даму деңгейіне біріншіден аймақаралық, ұлттық және жаһандық ақпараттық желілер мүмкіндіктері байланысты.

Көптеген интернационалды және транснационалды компаниялар өздері үшін жаһандық ақпараттық желілер жасады, себебі бұны олардың негізгі қызметі қажет етті (банкаралық есептеулер, жүк және жүргінші тасымалдаулар, теледидар мен байланыс жүйелері, көптеген өнеркәсіптік өндірістер және т.б.). әр түрлі компаниялардың ақпараттық жүйелері бір бірімен кооперирленді. Осылай коллективті қолданыстағы ақпараттық жүйелер пайда болды.

Қазіргі кезде коллективті қолданыстағы жаһандық жүйе Интернет өте танымал және дамыған. Желі негізінде, араларындағы байланыс қолжетімді байланыс арналарымен қамтамасыз етілетін, серверлер жүйесі.

Интернет бүкіл әлемді қамтитын жаһандық компьютерлік желі. Бүгінгі таңда Интернет 150 мемлекеттен астам 15 миллионға жуық абонентке ие. Ай сайын желі көлемі 7-10% артады.

Бір немесе бірнеше мемлекеттің аумағында орналасқан желілер ғаламдық деп аталады. Internet – миллиондаған компьютерлерді бір алып желіге біріктіретін, ақпаратқа шексіз қол жеткізу және түрлі амалдармен қатынас жасау мүмкіндігін ұсынатын дүние жүзіндегі ең үлкен және ең танымал желі.

Internet сөзі тікелей мағынасында халықаралық желі дегенді білдіреді (INTERNational NETwork). Internet – бұл дүниежүзіндегі компьютерлер мен серверлер жиынтығы, ал қол жеткізуге болатын ақпарат көлемі тіпті бағалаудың өзі қиынға түседі. Internet ең соңғы жаңалықтарды оқып, ауа райы туралы мәлімет алуға, қандай да бір тауарға не ұшақ билетіне тапсырыс беруге, аз ғана уақыт аралығында электронды пошта арқылы хабарламалар алмасуға, бейнеконференциялар өткізуге және тағы да басқа көптеген мүмкіндіктер ұсынады.

Internet-тегі ақпарат веб-сайттар түрінде ұсынылады. Веб-сайт (сайт, интернет қор көзі, портал) – ортақ тақырыппен, навигациямен, ортақ URL-мекенжайымен біріктірілген, өзара еренсілтемелер көмегімен байланысып, бір серверде орналасқан веб-беттер жиынтығы. Әрбір веб-сайттың өзінің бірегей мекен жайы – URL (ағылш. Uniform Resource Locator) бар, оны желіден осы мекенжай бойынша тауып алуға болады. Веб-сайтқа арналған URL-дің көрінісі мынадай болады: <http://www.атауы.үйшік>. Веб-сайттың атауы оны сәйкестендіру үшін пайдаланылады (мысалы, ҚР Президенті Н.Ә. Назарбаевтың ресми сайтының мекен жайы – <http://www.akorda.kz>, ал ҚР Үкіметі сайтының мекенжайы – <http://www.government.kz>). Үйшік Internet желісінің ірі бөлігін белгілейді, ол мемлекетті (.kz – Қазақстан, .ru – Ресей, .ua – Украина, .uk – Ұлыбритания, .fr – Франция және т.б.) немесе қызмет саласын (.com – коммерциялық ұйымдар, .org – коммерциялық емес ұйымдар үшін, .edu – білім беру қор көздеріне арналған, т.с.с.) білдіреді.

Желі қатысушыларының ортақ пайдалануы үшін бөлінген компьютер сервер деп аталады.

Электронды пошта Интернет желісінің ең кең тараған қызметі. Қазіргі кезде электронды поштада 20 миллион адамда өзінің адресі бар. Хатты электронды пошта арқылы жіберу жай поштадан әлдеқайда арзан. Содан басқа, электронды поштамен жіберілген хат бірнеше сағатта жетеді, ал жай хат бірнеше күнде жетуі мүмкін.

Бұл қызмет қолданушылардың видеографикалық қызмет көрсетуді қамтамасыз етеді, ең қарапайым жағдайда пернетақта мен модемды қосуға арналған арнайы адаптермен телевизоры бар қолданушы алыстанған хост ЭВМ-да орналасқан ақпараттық өнімдерге интерактивті қолжетімдікке ие болады.

Видеомәтін негізінде, ақпараттық іздеу қабілеттіктері жоқ және тұтынушылық пен ойын - сауық сипаттағы ақпаратпен қызығатын, қатардағы қолданушыға бағытталған (мысалы, телефон анықтамалары, жергілікті және спорттық жаңалықтар, видеоойындар және т.б.).

Видеомәтіннің ақпараттық өнімдері қолданушылар арасында аса танымал мәтіндік мәліметтер қорлары мен әр түрлі ойындар болып келеді. Видеомәтіннің ақпараттық өнімдері қолданушыларға ақпараттық өнімдерге интерактивті қолжетімділікті қамтамасыз етеді.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Желі түйіндерін адресациялау ережесі
2. Браузер дегеніміз не?
3. Смарт- карта не үшін керек?

Тест сұрақтары:

1. Домен деген не?
 - A) Ортақ жүйеге логикалық түрде біріккен компьютерлер тобы
 - B) Өзін - өзі қолдайтын сипатқа ие болатын қоғамдағы тиімсіз тұрақты нормалар
 - C) Унифицирленген символдар жүйесі
 - D) Фирма ішінде ақпарат алмасуға арналған жүйе
 - E) Артық бұрыс ақпарат жиналған кезде пайда болатын дұрыс шешім қабылдау қиын болатын жағдай
2. Мониторинг деген не?
 - A) Сақтау, тасымалдау, өңдеу объекті болып табылатын ақпарат
 - B) Сату мақсатымен домендік есімдерді алу
 - C) Құбылысты бақылау үрдісі
 - D) Компаниялардың клиенттердің талаптарына бейімделу үрдісі
 - E) Ұялы телефон қызметтері арқылы тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу

3. Мультимедиа деген не?

A) Нақты уақыт режимі

B) Әртекті ақпаратты басқаруға мүмкіндік беретін компьютерлік технологиялар

C) Нақты емес уақыт режимі

D) Цифрлік торда тасымалдау үшін арналған топтастырылған берілгендер

E) Интернетке қол жеткізуді жүзеге асыратын корпоративтік фирмалар

4. Интернет ол?

A) ғаламдық арқылы берілген циркуляция жүзеге асады

B) компьютер арасындағы виртуалды бірігу

C) компьютер арасындағы тік бірігу

D) гипертекстік мәлімет іздеуші жүйе

E) бүкіләлемдік глобальды компьютерлік жүйе

Тақырып №7 Электрондық коммерция және желі экономикасы

Тақырыптың мақсаты: Ақпараттық экономикадағы электрондық коммерцияның алатын орнын және оның экономикадағы рөлін ашып оқыту

Тақырыптың сұрақтары:

1. Ақпараттық экономикадағы электрондық коммерцияның алатын орны.
2. Электрондық коммерцияның нарықтағы ең басты болуы, іс-әрекет етудегі бизнес ортасы.
3. Электрондық коммерцияның халықаралық экономикадағы бизнес сегменттері, пайдалану тәртіптері мен қилысатын нүктелері.

Бұрын Интернет файлдарды алмастыру, хаттар жіберу ретінде қолданылатын. Соңғы уақытта қазіргі технологиялар ақпараттық орталықты, халықаралық кітапхананы, құқықтық және ғылыми ақпараттың мәліметтерін, көптеген мемлекетті және коммерциялық ұйымдарды, биржаларды, банктерді біріктіретін дамыған инфрақұрылымға айналды. Қазір интернет үлкен нарық ретінде қарастырылады, сондықтан да ақпараттық және программалық өнімді өндірушілер, саудалық және қаржылық ұйымдар интернеттегі түрлі әдістер мен тәсілдерді қолданып, коммерциялық істі электрондық коммерция арқылы жүргізеді.

Қазіргі уақытта «электрондық коммерция» деп ғаламдық ақпараттық желі арқылы тауар мен төлемдік қызметтерді жасауды айтамыз. Сатып алушы мен жабдықтаушының арасындағы төлем электрондық құжаттар немесе төлем құралдарымен жүргізіледі. Тауарды сатып алушы ретінде жеке тұлға не ұйымдар бола алады.

Ғаламдық желі Интернет электрондық коммерцияны әртүрлі масштабтағы фирмаларға қолжетімділікке әкелді. WWW электрондық сөрмесі компанияларға бүкіл әлемнен клиенттерді тарту мүмкіншілігін береді. Осы on-line бизнесі материалдық салымдарды қажет етпейтін «виртуалдық» өткізу каналын қалыптастырады. Егер ақпарат, өнім немесе қызметтер (мысалы, программалық жабдықтау) web арқылы жеткізілсе, онда сату үдерісі on-line режимінде жүргізілуі мүмкін.

Электрондық коммерция деп біз Internetке тәуелді жүйелерді ғана айтпай, коммуникациялық орталарда қолданатын «электрондық дүкендерді», «электрондық банктерді» де жатқызамыз.

Қазіргі уақытта on-line сатып алымдағы басты төлем құралы ретінде несиелік карточкалар қолданылады. Сонымен қатар заман талабына сай жаңа төлем құралдары пайда болып жатыр: смарт-карталар, цифрлық ақшалар, микротөлемдер, электрондық чектер.

Электрондық коммерция түсінігіне тек on-line транзакцияларын ғана емес, сонымен қатар маркетинг зерттеулерін жүргізу, әріптестерді іздеу, жабдықтаушылар мен тұтынушылармен байланыс жасау қызметтерін да енгіземіз.

WEB арқылы қандай тауарларды сатып алуға болады? WWW компьютерлік технологияларға, программалық және техникалық құралдарға, соңғы кезде қаржылық пен туристік қызмет көрсетуге негізделген. Төменгі кестеде біз екі түрлі критерий арқылы электрондық коммерция нарығын сипаттаймыз.

Кесте №1 Электрондық коммерциядағы нарық секторларының бөлінуі:

Орын	ақша көлемі бойынша бөлу	сату көлемі бойынша бөлу
1	жылжымайтын мүлік	программалық жабдықтар
2	Компьютерлер	дауыс жазушы аппараттар
3	туристік қызмет көрсету	қаржылық қызметер

Электрондық коммерция жүйесі сатып алушыға сатушымен араласпау, дүкендерді аралауға уақытты өткізбеу, сонымен қатар тауарлар туралы толық ақпаратты <<http://www.wmz-shop.com.ua>> сайтынан алуына мүмкіндік береді. Сатушы сұраныстың өсуіне байланысты тез шешімдер қабылдап, сатып алушылардың мінезіне талдау жүргізуге және персоналдар мен арендаға кететін шығындарды үнемдеуіне мүмкіншілік алады. Ең көп таралған электрондық коммерция түрлеріне «электрондық дүкендерді» жатқызамыз. «Электрондық дүкен » ретінде тауар каталогы бар WEB-site елестетеміз. Тауарды жеткізу пошта немесе электронық тауарларды сатып алу кезінде (программалық жабдықтаулар) электрондық пошта каналы әйтпесе интернет желісімен WEB-site арқылы жүзеге асырылады. Электрондық коммерцияның басқа жаңа таралған түрі әртүрлі программалық жабдықтауларды арендау, яғни «микротөлемдер»-программалық компоненттерді қолданған үшін тұтынушыдан аз мөлшерде ақша алынады. Бұл бизнес түрінің дамуы Java технологиясының таралуымен байланысты. Қажетті программалық компоненттер WEB-серверден желі арқылы көшіріледі. Соңғы уақытта электрондық коммерцияның жаңа түрі электрондық банктер қарқанды даму үстінде. Электрондық банктердің ең негізгі артықшылығы: бұндай банкті ұйымдастырудың өзіндік құны төмен (ғимараттарды арендаға алмауы) және клиенттердің санының көп болуы (клиент ретінде интернет қолданатын әрбір адам бола алады). Соның арқасында электрондық банк жай банктерге қарағанда клиенттерге банктік пайыздарды төмен шамамен, қызметтерді арзандау бағамен жүзеге асырады. Әрине электрондық банктің өзіндік қауіпсіздік және ақпараттарды қорғау жүйесі бар. Олар: арнайы карточкалар-банктік сервер арқылы қойылатын кездейсоқ парольдер, тұлғалық смарт-карталар, тұтынушының биометриялық идентификация құралдары. Электрондық коммерция арқылы желілік коммерциялық қызметтер көрсетіледі. Мысалы аукциондық, қаржылық, банктік, туристік, медициналық, сақтандыру қызметтері. Соңғы уақытта аукциондық сайттар мен оларға қатысты сервис өсіп келеді. Сонымен қатар онлайндық брокерлік қызметтер де кең таралып, 2006 жылы 9,6 млн адам бұл қызметтерді пайдалаған болатын. АҚШ

банктерінің барлығы өзінің клиенттеріне шоттармен жұмыс істегенде онлайндық қызметтер көрсетеді. Ал интернетте турларды, әуебилеттерді, қонақүйлерді брондау, экскурсияларға тапсырыс беру сияқты туристік қызметтер көрсету жыл сайын өсіп келеді (Garther Group бағалауы бойынша). Сонымен электрондық коммерция дамыған қоғамның маңызды қызметтерінің бірі болып табылады. Біз ол арқылы тапсырысты оңай беріп, қажетті тауарларды, қызметтерді тез тауып, таңдағанымызды аламыз. Электрондық коммерция арқылы бизнес жүргізудің көптеген артықшылықтары бар: өндірістік процестің тиімділігін көтереді; айналым қорларының қысқаруы. Ол кіші бизнес өкілдеріне тиімді. Желі оларға ірі кәсіпорындармен бәсекелесуіне мүмкіншілік береді; делдалдар болмайды; шекара мен мемлекеттің салықтарынан тәуелсіздігі. Электрондық дүкендерді құру халықаралық масштабта бизнесті басқаруға мүмкіндік береді; аудиториялардың үлкен болуы; жеке маркетингті қолдану мүмкіндігі; тәуліктік сату; сатып алушылармен интерактивті байланыс; сұранысқа тез икемделу; тауарлар мен көрсететін қызметтер туралы толық ақпарат; тез сатып алу мүмкіндігі. Электрондық коммерцияның мүмкіншілігі қазіргі бизнеске мынадай сапалық элементтер енгізеді:

- бәсекенің өсуі;
- қызмет сферасының ғаламдануы;
- қарым-қатынастың тұлғалануы;
- шығындарды үнемдеу;
- тауарларды тарату каналдарының қысқаруы.

Бәсекенің өсуі. Қазіргі бизнес ғаламдық бәсекенің өсуі мен тапсырысберуші талаптарының деңгейінің көтерілуімен сипатталады. Көптеген компаниялар электрондық коммерцияның технологияларын пайдаланып, тауарлар туралы толық ақпаратты ұсына отырып, тапсырыс берушінің претензияларына тез икемделіп, сатуға дейінгі және кейінгі қызметтерді сапалы түрде көрсетеді.

Қызмет сферасының ғаламдануы. Интернет коммерция жүргізудің сағаттық және кеңістіктік масштабын өзгертеді. Электрондық коммерция ұсақ жабдықтаушылардың өзіне де әлемдік масштабта бизнеспен айналысу мүмкіншілігін береді, ал уақыттық масштабты айтатын болсақ, Интернет арқылы қызметтер мен ақпарат тәулік бойы қолжетімді болады. Біз тапсырысты тез беріп, оған уақыт шығындамаймыз.

Қарым қатынастың тұлғалануы. Электрондық қарым - қатынас құралдарын қолдана отырып, компаниялар әрбір тапсырыс берушінің талаптары туралы ақпаратты алып, автоматты түрде олардың жеке қажеттіліктеріне сай талаптарын орындай алады.

Тауарларды тарату каналдарының қысқаруы. Көптеген жағдайларда электрондық коммерция тауардың жабдықтаушыдан тапсырыс берушіге дейінгі жеткізу каналын қысқырта алады. Тауар жабдықтаушыдан ешқандай бөлшек және көтерме қоймалары мен сауда орындардан өтпей, тапсырыс

берушіге бірден жеткізіледі. Тағы бір ерекшелікке тоқталсақ, кейбір тауарлар мен өнімдер түрлері электрондық тәсіл арқылы жеткізіледі. Мысалы электрондық тәсіл цифрлық өнімдерді(фильмдер, видео, музыка, журналдар мен газеттер), ақпараттарды, оқыту құралдарын(программалық жабдықтаумен айналысатын компаниялар үшін)жеткізуге қолданылады.

Шығындарды үнемдеу. Электрондық коммерцияның ең үлкен жетістігі келісім жасалғаннан кейінгі қызмет жасау кезінде шығындар үнемделеді.

Енді электрондық коммерция кезіндегі кемшіліктерге келетін болсақ: әртүрлі континенттерде орналасқан компаниялардың шынымен де қызмет жасайтыны туралы қалай сенімді болуға болады? Жердің басқа бөлігінде орналасқан елдің бизнес жүргізу ережесі мен тәртібін білу мүмкіншілігі де аз.

Екі компания арасындағы контракт бекітілгені туралы сенімділік пен ол контрактінің заңдылық статусы қандай, төлем қандай тәртіпте жүргізіледі, салық пен кедендік төлемдер кімнің заңдары бойынша алынады т.с.с сұрақтар туындайды. Электрондық тәсіл бойынша таралған тауарлар оңай көшіріліп, интеллектуалдық меншікті қорғау мәселесі пайда болады. Ашық желіде жүргізілетін электрондық коммерция қатысушылардың қауіпсіздігін қамтамасыз ететін тиімді әрі сенімді механизмдерді талап етеді. Бұл механизмдер конфиденциалдықты, аутентификацияны (әрбір жақтарға келісімге тұрғанда екі жақтың заңды түрде қызмет етуі туралы сенімділікпен қамтамасыз етеді) және кепілдікті қамтамасыз ету керек;

Электрондық коммерцияның дамыған саласынаң бірі электрондық дүкен мысалында «FORMOZA» компаниясын алайық. 1996 жылы Формоза сауда үйінің жетекшілері жаңадан сатып алушылар бөлігін тарту мақсатымен Интернет дүкенді құру шараларын қарастырды. Формоза бизнесті жүргізудің ерекшелік белгісі ол арзан әрі сапалы компьютерлерді сатуы. Арзан тауарларда сатқаннан, олар тез өткізіліп, сатып алынған тауарлар қоймалардан табылмайтын.Сөйтіп, компания интернет арқылы тауарларды қарау және толық ақпарат алу және алдын ала резервация жасау мүмкіншілігін шығарды.Электрондық дүкен сатып алушыға сапалы қызмет көрсету жолы ретінде пайдаланылып, әртүрлі ынталандыру тәсілдерін қолдана отырып, қызықтыратын болған. Мысалы, «Формоза» компаниясының интернет дүкені мынадай акция жүргізуде, егерде сатып алушы интернет желісін қолданып тауарды алса, 3% жеңілдіктер береді, қосымша сыйлықтар ұсынады. Сатылатын тауарлардың жарнамасы бөлек web-сайтта орналасқан. Сату көлемі мен динамикасына талдауды арнайы Oracle Browser және Oracle құралдары арқылы жүргізіледі.

Электрондық дүкен арқылы тауарды сатып алу былай жүргізіледі:

- сатып алушы қажетті тауар туралы ақпаратты электрондық сөрмеден қарап, қосымша ақпаратты ала алады, интернет-тапсырысты бергенде, тауарға резервация жасалынады.(сатып алу командасына басамыз) Интернет тапсырыс заңды құжат болып табылады; төлемді жасау үшін төлеу тәсілі таңдалады. «Пластикалық карта» тәсілін таңдағанда, электрондық

төлеудің «жабық» мәндері шығады- шот номері, төлем сомасы, төлемдік жүйенің терминалы көрсетіледі;

- Электрондық төлем тапсырысы толтырылады. Онда пластикалық картаның реквизиттері жазылады (картаның түрі-Visa, Master, номері, қызмет мерзімі, пин - коды көрсетілмейді). Қажетті ақпарат толтырылғаннан кейін «Төлеу» командасын басамыз;

- Төлем туралы тапсырыс төлемдік жүйеге өңделуге жіберіліп, өңделгені туралы ақпарат клиентке web-формасындағы хат болып келеді. Клиент бұл номерді жазып алып төлем кезінде бұл процесті арнайы web-интерфейс арқылы бақылай алады. Электрондық төлемнің мәліметтері қауіпсіздендіріледі де, төлемдік жүйенің Internet Processing Serverіне жеткізілгеннен кейін Авто банкке авторизацияға жіберіледі. Авто банк карточкағы сәйкес авторизациялық сұрауды орындап, нәтижесі туралы Автобанкке, төлемдік жүйеге, web-интерфейске, клиентке жеткізіледі. Содан соң нәтижесі оң болса, төлем сомасы электрондық дүкенге аударылады.

Формоза компаниясына интернет дүкен қосымша сатып алушыларды тартуға, халықаралық аренаға шығуға көмектесті. Сөйтіп, олардың тауарларды өткізу көлемі 1,5 есе көбейіп, табыстарын электрондық дүкен арқылы 20% арттырды. Сонымен электрондық дүкендері бар компаниялар мынадай артықшылықтарға ие болады: сауда орындарын арендауға шығындары кетпейді, сауда жабдықтарына, жұмыскерлерді ұстауға шығындары азаяды, бизнес тапсырыстар кеңееді, тауарларды тәуліктік өткізу мүмкіншіліктеріне ие болады. Қазіргі уақытта дамыған ақпараттық қоғам интернетпен тығыз байланысты. Интернеттің маңызды құраушысының бірі болып табылатын электрондық коммерция ақпараттық экономикада елеулі орын алады. Тапсырысты беру жеңілдігі, қажетті тауар мен қызметтерді тез табу мүмкіндігі, тауарлардың көптүрлілігі электрондық сатудың артықшылықтарының аз бөлігі, бірақ электрондық коммерция сферасына қызуғышылық көп болса да, көптеген мәселелер операциялардың орындалуын қиындатады. Ол желі технологиясындағы және құқықтық кемшіліктер мәселелері. Сол мәселелерді шешу жолдарын қарастыру электрондық коммерцияның қарқынды дамуына үлесін тигізеді. Мысалы, Қазақстан Республикасының Ақпараттық талдау агенттігі осы электрондық коммерцияға байланысты мәселелерді шешу жөнінде заңнамаларды өңдеп жатыр. Ол негізінен тұтынушылардың құқықтарын қорғау мен халықаралық сатуда кедендік істерді реттеу заңнамалары. Электрондық коммерцияны қолданып жүрген компаниялар біздің елде аз, себебі елде әлі ақпараттық технологияны қолдану үдерісі төмен, мамандар аз. Сондықтан да бізге шетел тәжірибесін енгізетін білікті мамандар дайындау қажет, Интернет желісі, жоғары ақпараттық технологиялар халыққа қолжетімді болуы керек. Егер де осы электрондық коммерцияны қолдану қарқынын үлкейтсек, компанияларымыз халықаралық нарыққа шығу мүмкіншілігіне ие болып, басқа ірі шетел компанияларымен бәсекеге түсе алады.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Электрондық коммерцияның тиімділігі.
2. Электрондық коммерцияны қолдаушы ҚР қандай банк лидер болып табылады?
3. Электрондық чек деген не?
4. Электронды дүкеннің кемшілігіне не жатады?
5. Электрондық коммерцияда туындайтын мәселелер?
6. Жүйелік экономика және электрондық бизнес жайлы негізгі түсініктер.

Тест тапсырмалары:

1. Электронды коммерцияның әртүрлі технологияларының негізгі қажетті элементі не болып табылады?
А) іздеуші сервис
В) сатып алушы рейтинг
С) сатылатын жүйе
D) қоржын
Е) арнайы бекітілген консультанттар
2. ҚР электронды дүкендерінде тауарға төленетін ақының негізгі жүйесі болып не табылады:
А) кредиттік карта
В) төленетін смарт карта
С) почталық қызмет арқылы дүкеншіге ақшалай түрде ауыстыру
D) электронды жекеменшік төлеу
Е) курьерге қолма - қол ақша беру арқылы
3. Компаниялар арасында барлық байланыс деңгейін қамтитын электрондық коммерцияның категориясы (мысалы, дилер тапсырысты өзі орнықтыру және оның атқарылуын бақылау мүмкіндігіне ие болады)?
А) Бизнес-әкімшілік
В) Тұтынушы-тұтынушы
С) Тұтынушы-әкімшілік
D) Бизнес-бизнес
Е) Бизнес-тұтынушы
4. Электрондық бөлшек сауда негізін құрайтын электрондық коммерцияның категориясы?
А) Тұтынушы-тұтынушы
В) Бизнес-бизнес
С) Бизнес-әкімшілік
D) Тұтынушы-әкімшілік
Е) Бизнес-тұтынушы

Тақырып №8 Кітапхананың жаңа рөлі

Тақырыптың мақсаты: Кітапхананың электрондық пайдаланудағы ерекшеліктерін ашып түсіндіру және білім нарығындағы кітапхананың алатын орнын көрсету.

Тақырыптың жоспары:

1. Ақпараттар көзі ретінде ақпараттарды тарату және өңдеудегі кітапхананың рөлі және функциялары.
2. Электронды кітапхананы енгізудегі кедергілер, оны шешу жолдары.
3. Қазіргі кітапханалардың қызмет көрсетудегі қол жеткен табыстары мен перспективалары.

Дамыған елдерде мәдениет, экономика, т.б. салалар нәтижесіне және бағытына үлкен ықпал немесе шешуші әсер ететіндіктен тұтыну және өндіріс әрекетінде ең маңызды себеп болып табылады. Осы айтылған жекелеген ұйымдар, фирмалар, оқу орындары, әкімшілік басқару органдары физикалық әрекеттеріне тұтынушы.

Электронды кітапхана пайдалану тұтынушыға жаһандық желі арқылы жеткізілетін ақпараттық жүйе. Электрондық кітапхана тек ресми жинақталған құжаттар, сандық әдіс пен электрондық ғана емес, сонымен қатар сенімді сақталатын және қолдануда тиімді ғаламдық тор арқылы беруге немесе алуға болатын кең тараған ақпараттар жүйесі.

Ақпараттық қызмет көрсету концепциясы түрлі электрондық ақпараттың шексіз тираждалуы және ғаламдық тор арқылы уақытқа тәуелсіз және орындаушының мекен - жайына байланысты емес негізделген. Осыған орай айтарлықтай әлеуметтік институционалдық функциясы мен рөлі өзгерді. Бұндай кітапхана ақпараттарды тарату және сақтауға негізделген.

Жалпы кітапхананың қызметін үш типке бөлуге болады:

1) Аналогтық (қағаз) кітапхана, құрамында компьютерлік электрондық каталогы бар.

2) Автоматтық (гибридтық) желілік электрондық машиналароқырмандарға түрлі ресурстарды ұсыну, түрлі интерфейстер және қарапайым қызмет көрсету.

3) Электронды кітапхана (сандық), автоматтандырылған кітапхана, мұнда ақпараттар электрондық форматтарда болады, оқуға, көшіруге мүмкіндік бар.

Кітапхананың базалық сипаттамасы:

- 1) Объектілерді теру;
- 2) Мета ақпараттарды теру;
- 3) Қызметтерді жинақтау;
- 4) Қызығушылық аймағы;
- 5) Сапалы бақылау;

6) Ақпараттарды сақтау.

Дамыған елдерде ақпарат ғылым, білім, техника, мәдениет, экономика және т.б салаларда нәтижесіне және бағытына үлкен әсер немесе шешуші әсер ететіндіктен тұтыну және өндіріс әрекетінде ең маңызды объект болып табылады. Осы айтылғандар жекелеген ұйымдар, фирмалар, оқу орындары, әкімшілік-басқару органдары, физикалық әрекеттеріне тұтынушы және ақпаратты өндірушілерге де қатысты. Осыдан келіп адам қоғамының маңызды ресурсы болды және мемлекет оны стратегиялық ресурс ретінде қарайды. Осы Стратегиялық ресурсты сақтау, оңтайлы қолдану және дамыту кезкелген қоғамның және мемлекеттің ең маңызды, шешуі қажет мәселе болып табылады.

Осы ақпараттың гиганттық көлемде жиналып қалуы, оның үздіксіз өсіп отыруы қандайда бір сақтаудың, таратудың және оны пайдаланудың тиімді жолдарын қарастыруды талап етеді. Ақпараттық технология саласында сапалы даму ақпараттық ресурсты тиімді сақтау және оған қол жеткізудің жеңілдетілген жолдарын қарастыра бастады. Бұндай жолдар «цифрлік» және «электрондық библиотека» деп аталды. Дәстүрлі баспа түрінде таралатын ақпаратты электрондық формада тарату орын басты. Ол кезкелген ақпаратпен қамтамасыз етеді, тұтынушылардың санына қарамастан тиражы шексіз, тұтынушының орнынан және уақытынан тәуелсіз глобалдық желіге қосылған. Ақпараттық инфраструктураны және электрондық кітапхананы құру барлық елдерде қатты қарқынмен жүріп жатыр.

Елдігімізді нығайтып, Тәуелсіздігімізді баянды етуге сүбелі үлес қосатын негізгі саланың бірі – білім жүйесі. Жаһандану желімен ілесіп кетпей, дербестігімізді сақтап қалу үшін өскелең ұрпақтың сапалы білім алып, білікті маман болуы мен рухани мығымдығы ертеңгі болашағымыз айқын болу үшін аса қажет.

Соңғы уақыттарда еліміздің жоғары оқу орындары жаңа үлгідегі әлемдік стандарт талаптарына сай электронды коммуникациялық құралдармен жабдықталуда. Электрондық ақпарат технологияларымен қамтамасыз етілген оқу залдары мен интернет желісіне қосылған компьютерлік сыныптар және электронды материалдарын бір арнаға тоғыстырып, электронды кітапхана ашуға қарекет етіп жатыр.

Алайда бұл қайсыбір оқу орнында белгілі көрсеткішке ие болса, кейбірінде тек аты ғана. Қашықтықтан оқытуды оңтайлы жүргізуде электронды кітап пен электронды кітапхананың маңызы зор. Десек те, еліміздегі оқу орындарында электронды оқулықтар мен оқу құралдарының тапшылығы жайында айтпағанның өзінде, оқулықтарды кітап етіп жеткілікті санда шығару да – шешімін таппай жатқан мәселелердің бірі. Бүгінде электронды оқулықтың бірізді механизмі болмағандықтан, электрондық үлгісі жасалған кітап немесе оқулық болсын электронды оқулық санатына есепке алынуда. Сондай-ақ кітаптардың көшірілген электронды нұсқасы да электронды оқулық санын толықтырып отыр. Негізгі электронды оқулық – мәтіндік, графиктік, мультимедиялық құрал болуы шарт. Ал ана тіліміздегі мұндай электронды оқулықтар жоққа тән десе де болады. Еліміздің университеттері арасында

ақпарат алмасудың төмендігі мен олардағы электрондық ресурстардың жетіспеушілігі және жоғарыдағы келеңсіздіктерді ескеріп, Қазақстан Республикасы Жоғары оқу орындары қауымдастығы құрамында Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің бұйрығымен бірыңғай компьютерлік бағдарлама бойынша қолда бар электронды оқу - әдістемелік кешендердің негізінде кітапханалардың толық мәтінді базасын құру қолға алынған.

Бүгінде 45 жоғары оқу орны Республикалық жоғары оқу орындарына арналған электронды кітапхана құру жөніндегі меморандумға қол қойып, аталмыш кітапхананы құруға кірісіп те кетті. Электронды кітапхананы құрудағы техникалық жұмыстарымен «КазРЕНА» Қазақстан ғылыми-білім беру компьютерлік желісін пайдаланушылар қауымдастығы айналысып жатыр. Бұл қауымдастық бүгінгі таңда ҚР Білім және ғылым министрлігінен бастап, еліміздің 80-нен астам білім ошақтары, оның ішінде университет, институт, академия, ғылыми кітапхана, медициналық орталықтарды сапалы әрі жылдам жүретін интернет желісімен қамтамасыз етіп отыр. Сонымен бірге аталмыш кітапхананы құруда белгілі жұмыс тобы тәжірибе алмасу мақсатында Амстердамға арнайы іссапармен барып қайтты.

Кітапхана қорына республикалық білім беру стандартына сай қолданылатын оқулықтар, оқу құралдары, оқу-әдістемелік оқу құралдары, монографиялар, ғылыми мақалалар мен талдамалар, ғылыми зерттеулер топтастырылады. Ел болашағының алтын тұтқасын сеніммен ұстатар бүгінгі жастардың сапалы білім алуы мен ұстаздарымыздың біліктілігін арттыруына электронды кітапхананың пайдасы зор болмақ.

Республикалық жоғары оқу орындарына арналған ортақ электронды кітапхананы құрудағы басты мақсат – еліміздегі барлық жоғары оқу орындарының электрондық оқыту ресурстарын бір ақпараттық жүйеге енгізу арқылы ондағы профессор, оқытушылар, студенттер мен магистрларды кең әрі озық ақпарат қорымен қамту. Нәтижесінде кез келген студент немесе оқытушы тек өзі оқып жатқан университеттің ғана емес, басқа да оқу орындарының кітапхана қорын пайдалануға мүмкіндік алады. Яғни университеттер арасындағы өзара байланыс нығайып, ақпарат алмасу күшейеді. Электрондық кітапхана деп әртүрлі электрондық құжатты тиімді жинақтау, сақтау және пайдалану, және де тұтынушыларға жаһандық желі арқылы жеткізілетін ақпараттық жүйе. Электрондық кітапханамен жұмыс істеу АҚШ-та 80-жылдары, Ұлыбританияда 90-жылдардың басында басталды. Алғашында бұл жоба кейбір мамандар тобының ермегі болса, уақыт өте келе Электрондық кітапхана ұлттық бағдарлама және халықаралық жоба статусына ие болды. Мысалға айтатын болсақ, АҚШ-та электрондық кітапхана құру «DLI», Ұлыбританияда «elib», Жапонияда «XXI ғасырдың электрондық кітапханалары», Германияда «Global-info» деген бағдарламалар жұмыс істеді. Осы аталған жобалар мемлекеттің қаржылық қолдауына ие. Электрондық кітапхана құру проблемасын шешуге әртүрлі инвестициялар, қорлар, жеке компаниялар, қайырымдылық қорлар, жеке тұлғалар тартылуда.

Ресейде бұл жоба 1995 жылдан бастап мемлекеттік ғылыми-техникалық бағдарламалармен қолдау көрсетіліп жүзеге асуда. Мысалы: «Ғылым мен техниканың федералдық ақпараттық қоры» және «Россияны информатизациялау», Ғылым министрлігінің «Азаматтық техника бағытында және ғылым дамуында басым бағыттарды зертеу және өңдеу» және ведомство аралық «Жоғарғы мектеп және ғылым салаларында компьютерлік телекоммуникацияның ұлттық жүйесін құру». 1998 жылы «Фундаменталдық зерттеудің Ресейлік қоры» және «Технологиялық дамудың Ресейлік қоры» электрондық кітапхана құруда конкурс жариялап, және оның қорытындысында бірнеше жобаларды қаржыландырды.

1997 жылы Қазақстанның көптеген кітапханалары Фонд-Сорос Қазақстанның «Электрондық почта» бағдарламасы арқылы Компьютер, принтер, модем, Алматылық провайдер компания «Парсинг» арқылы интернет желілеріне қосылды. Қажетті техника, программалармен қамтамасыз етілген кітапханалар өздерінің электрондық каталогтарын жасай бастады.

2001 жылдан бастап Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ Оқу-есептеу орталығында Қазақстанның ЖОО кітапханаларының ақпараттық ресурстарына орталықтандырылған қолжетімділік жасау үшін зерттеу жұмыстары жүргізілуде.

Бұл жұмыстар «ҚР ақпараттық ғылыми-техникалық жүйесін дамыту» бағдарламасы шеңберінде жүзеге асуда. Негізгі ұйымдастырушысы Ақпараттық ғылыми-техника саласындағы Қазақ мемлекеттік ғылыми зерттеу институты. Бұл жұмысты жүргізудің себептері:

Қазіргі күнде еліміздегі ЖОО-ның өзінің Web сервисін ұстау үшін техникалық және қаржылық жағдайы жоқ. Сондықтан біріккен, яғни кітапханалардың сервер жүйесінде ортақ электрондық каталог құру тиімді. Екінші себеп - әдебиеттерді іздеуде ыңғайлылық. Тұтынушы әр ЖОО-ның каталогына интернет арқылы кіріп жатпайды, тек бір рет серверге барлық кітапханалар базасы бойынша іздейді.

Электрондық кітапхана құруда сонымен қатар басқада жобалар жүзеге асуда. Олар «Евразияшылдық. ХХІ ғасыр. Батыс-Шығыс. Кітапханалардың электрондық әріптестігі», «Шекарадағы кездесу». Бұл бағдарламалардың мақсаты электрондық базасы қалыптасқан кітапханаларды шетелдік кітапханалармен байланыстыру, электрондық кітапхана құруда тәжірибе алмасу болып табылады. Осы бағдарламаның ең алғашқы нәтижесі СҚО С.Мұқанов атындағы әмбебап ғылыми кітапхананың Омск мемлекеттік кітапханасымен желілік байланысы.

Сондай-ақ электрондық кітапхана бағдарламасында жекелеген жобаларда қарастырылуда. Мысалы: Қостанай Мемлекеттік Университетінде «Росток» студенттік бағдарламасы аясында электрондық кітапхана «п@Утина» жобасы дүниеге келді. Оның авторы Қадырхан Утин. Бұл жоба Қазақстанның барлық ЖОО-ның кітапханаларын байланыстыратын болады. Утиннің айтуы бойынша: «Ерте ме, кеш пе барлық қазақстандық ЖОО өзінің электрондық кітапханасын құрайды, ол уақыт талабы. Кітапхана жүз мыңдаған кітаптарды

сканер жасайтын болса жүздеген жылдар кетеді; ал, егер барлық ЖОО өзара келісе отырып, бір-бірінің еңбектерін қайталамай бір орталыққа жинайтын болса, бұл мақсатқа 6 жылда жетуге болады». Бұл идеяны ресейлік Softinform компаниясы қажетті іздеу программасымен қамтамасыз етуге келісті. Сондай-ақ ЖОО көбі бұл идеяны қолдауға дайын отыр. Тек қаражат керек.

Қазіргі кезде елімізде үлкен жоба Қазақстандық Ұлттық электрондық кітапхана жұмысын жасап жатыр. Бұл ауқымды электронды кітапхананың атауы Мемлекеттік Электронды Кітапханалық Қор. Бұл жоба - Қазақстан Республикасы Мәдениет және ақпарат министрлігінің серпінді жобаларының бірі. Жобаға «Ақпараттық теңсіздікті төмендету» мемлекеттік бағдарламасы аясында қолдау көрсетілген болатын.

Жоба идеясы – Астанадағы Қазақстан Республикасының Ұлттық академиялық кітапханасында Бірегей электронды сақтау қоймасын және электронды кітапхананың Ұлттық каталогын құру. Электронды сақтау қоймасына ену ҚазҰЭК порталының мекен-жайы бойынша жүзеге асырылады www.kazneb.kz.

Портал тұтынушыларына бірқатар электронды онлайндық қызмет түрлері көрсетіледі:

1. Азаматтардың географиялық қашықтықта тұрғанына қарамастан МЭКҚ-ҚазҰЭК тұтынушылық қорына тәулік бойы онлайндық қол жеткізу, МЭКҚ-ҚазҰЭК электронды каталогынан іздестіру және Қазақстанда жарық көрген кітаптардың толықмәтінді электронды көшірмелерін қарау;

2. Онлайн режиміндегі қажетті кітаптардың көшірмесіне электронды тапсырыс;

3. «Кітапханашыға сұрақ» виртуальді анықтамалық қызметі. Мұнда сұраныстар тәулік бойы қабылданады және олар келіп түсу тәртібіне қарай орындалады. Тапсырыстың күрделілігіне қарай сұраныс 2-5 жұмыс күні аралығында орындалады.

Алғашқы топтамаға мынадай кітаптардың электронды көшірмесі енді:

– Алматыдағы ҚР Ұлттық кітапханасының, Л. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті «Отырар кітапханасы» ғылыми орталығының, Л. Толстой атындағы Қостанай облыстық әмбебап ғылыми кітапханасының қорындағы жалпы мәдени әрі ғылыми мәндегі сирек басылымдар;

– Президенттік Мәдениет орталығының кітапханасы, Н. Гоголь атындағы Қарағанды облыстық әмбебап кітапханасы, Ғ. Сланов атындағы Атырау облыстық әмбебап кітапханасы және басқа да облыстық кітапханалар қорындағы өлкетану материалдары; - Астана, Павлодар қалаларындағы жоғары оқу орындары мен еліміздің басқа да ірі оқу орындарындағы ғылыми кітапханалар қорының ғылыми және әдістемелік әдебиеттері;

– «Мәдени мұра» мемлекеттік бағдарламасы аясында жарық көрген кітаптардың электронды көшірмесі.

2007 жылғы желтоқсанынан тәжірибелік пайдалануға берілген сәттен бастап МЭКҚ-ҚазҰЭК порталына Қазақстан, ТМД елдері және алыс шетелдерден 11 000 аса қатысушы тіркелген.

Сонымен қатар қазір электронды кітап деген ұғым бар. «Электронды кітап» бұл бүкіл кітапхананы оңайлықпен алмастыра алатын ыңғайлы және ықшамды құрылғы. Оны оқу жай кітапты оқығаннан гөрі ұнамды және ыңғайлы. Осындай құрылғылардың бірі М-Book портативті электронды кітап болып табылады.

М-Book – оқуға арнайы арналған портативті құрылғы. Оның экраны электронды сия (E-Ink Vizplex) технологиясын қолдану арқылы жасалған, бұл мәтінді көрсетуде аса сапаны және ұзақ уақыт пайдаланғанда көзіңізге қауіпсіздікті кепілдендіреді.

Электронды кітаптың басқа құрылғылардан басты артықшылығы –бұл:

- Қазіргі сәтте әйгілі дерліктей барлық мәтін форматтарын (FB2, TXT, PDF, HTML, DjVu, DOC, CHM, WOLF) сүйемелдейді – яғни электронды кітапқа тек қана кітаптардың өзін ғана емес, мақалаларды, құжаттарды, сонымен қатар интернеттің сақталған беттерін жүктеуге болады;

- Қолданудағы қарапайымдылық.

М-Book онымен қоса MP3-файлдарды ойната алады. Ақпаратты сақтау үшін Secure Digital (SD) немесе MMC флеш картасы қолданылады. 1ГБ көлемді жады картасында 2000 жуық кітап сақтауға болады.

Аккумулятордың бір заряды шамамен 5-8 мың парақ оқуға жетеді. Ал құрылғының стандартты аккумуляторын Nokia телефонының аккумуляторына ауыстырып және жұмыс уақытын 1,5 есе көбейтуге болады.

Дәл қазіргі күнде Қазақстанда 35 кітапхана электрондық желіге қосылып үлгерген. Олардың ішінде Қазақстанның республикалық ғылыми-техникалық кітапханасы және оның әртүрлі облыс орталықтарындағы филиалдары, Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ ғылыми кітапханасы, Е.А.Букетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университетінің ғылыми кітапханасы, Қазақстан Республикасының ұлттық кітапханасы т.б.

Бұл тізімнен мынадай бір жағдайды байқауға болады, яғни Астаналық ешқандай кітапхана кірмеген. Сол жағалаудағы Ұлттық академиялық кітапхана және бірінші президенттің кітапханасы электрондық іздеу каталогін жасаған, олар енді кітаптардың электрондық нұсқасын дайындау үстінде. Негізінен бұлардың бәрі ҚР ұлттық кітапханасының «РАБИС» программасын пайдаланады. Сондай - ақ бұл тізімнен Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Отырар кітапханасыда көрінбейді.

Электрондық кітапхананы жүзеге асыру мынадай мәселелерді шешеді:

Конституцияда айтылған Қазақстан азаматтарының ақпаратты алу құқығын қамтамасыз етеді;

Сапалы жаңа ақпараттық ортаны құру және пайдалану арқылы халық шаруашылығының салаларында тиімділікті арттырады;

Әлемдік ақпарат нарығында Қазақстанның ролін арттырады және Қазақстанда электрондық кітапхананы дамытуға шетелдік және жекелеген ұйымдардан инвестиция тартуға көмектеседі;

Еліміздің ғылыми және мәдени потенциалын сақтайды және дамытады;

Халықаралық ғылым, мәдениет және білім кеңістігінде әріптестік және интеграция процестерін активизациялайды. Қазақстанда электрондық кітапхана құруда кездесетін проблемалар:

Кітапхана саласында қызмет жасайтын, программамен қамтамасыз ететін жоғары білікті мамандардың болмауы. Электрондық каталог құруда біртекті саясаттың жоқ болуы.

Қазіргі күнде барлық кітапханалар ұлттық кітапхананың «РАБИС» бағдарламасын пайдалануда. Электрондық каталогты интернет және локалды желіге қосуда проблемалар туындайды.

ЭК құруда маңызды роль атқаратын лингвистикалық қамтамасыз ету, өйткені ол іздеу мүмкіндігін, яғни ЭК түпкі мақсатын қамтамасыз етеді. Лингвистикалық қамтамасыз ету ол іздеу құралдарының жиынтығы : әртүрлі классификациялық жүйе (УДК, ББК, ГРНТИ), сөздік, негізгі сөз және заттық рубрика базалары. Сондықтан ЭК лингвистикалық қамтамасыз етуді үнемі жаңартып отыру керек.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Кітапхананың жаңа рөлі қандай?
2. Электрондық кітапхананы іске асыру шарттары қандай?

Тест тапсырмалары:

1. Басылымдардың көшірмесінің электрондық түріне келтірілген ақпаратты қамтитын желілік ресурс?

- A) Электронды пошта
- B) Электронды дүкен
- C) Электронды кітапхана
- D) Электронды үкімет
- E) Электронды коммерция

2. Электронды кітапхана дегеніміз

A) тұтынушыға жаһандық желі арқылы жеткізілетін ақпараттық жүйе.
B) HTML-құжаттарға, тордағы сәйкес файлдарға қол жеткізу, құжаттардан құжаттарға өту үшін серверлермен байланысты жүзеге асыру үшін бағдарламалық қамсыздандыру

C) Жарнама берушінің веб-бетімен гиперсілтеме арқылы байланысқан жарнамалық графикалық блог

D) Клиенттердің төлемі үшін арналған құжаттарды құрастыруға арналған құрал

E) Фирмалардың жеке функциялар мен үрдістерді толық немесе бөлшектеп басқа тұлғалар мен ұйымдарға жіберуі

3. Автоматтандырылған кітапхана, мұнда ақпараттар электрондық форматтарда болады, оқуға, көшіруге мүмкіндік бар.

A. Аналогтық кітапхана

- В. Гибридік кітапхана
- С. Автоматтық кітапхана
- Д. Сандық кітапхана
- Е. қағаз кітапхана

4. Электронды кітап

- А) шектеулі сферада қолданылатын сипаттамасы бар өнім
- В) интеллектуалды іс-әрекеттің өнімі
- С) зат немесе іс-әрекет (өнім және қызмет)
- Д) бүкіл кітапхананы оңайлықпен алмастыра алатын ыңғайлы және ықшамды құрылғы
- Е) заттай алып жүретін тетікке салынған ресурстар

Тақырып № 9 Электрондық Үкімет

Тақырыптың мақсаты: Электрондық үкіметті құрудағы қажеттілік пен оның экономикалық саяси орнын түсіндіру.

Тақырыптың жоспары:

1. Жаңа экономикадағы мемлекетті электронды басқару қажеттілігі.
2. Электрондық үкімет. Электрондық үкіметті құрудағы алғышарттар, қалыптасуы, іске асыру жолдары.
3. Электрондық үкіметтің салық және қаржы саласындағы ролі.
4. Электрондық үкіметтің халықаралық модельдері. Электрондық үкіметтің қалыптасуындағы өзекті мәселелері мен перспективалары.

1) Қазақстанның жаңа экономика жағдайында мемлекетті басқарудың осы заманғы технологияларын ілгерілету **экономикалық өсімге бағытталған білімді трансформациялайтын** ұлттық инновациялық жүйені құру үшін қажет етерлік алғышарттарды талап етеді. Қазақстанда осы процестің басты базисі, сөзсіз, **микроэкономикалық алғышарттар** болып табылады. Оған өндірістің меншік құқығы мен салалық құрылымын өзгерту, сондай-ақ Қазақстан экономикасын жаңа әлемдік шаруашылық байланысқа жұмылдыратын геосаяси жағдайдың өзгеруін жалғастыру енеді. Дамудың тұрақты **макроэкономикалық параметрлері** және ҚР Президенті қойған ҰИС қалыптастыру міндеттері аясында республика экономикасындағы интеграциялық процестердің жоғары белсенділігі экономиканы дамыту ісінде қуатты серпін жасау үшін, сөзсіз, оңтайлы мүмкіндіктер беруде. Алдағы жылдарда Қазақстан соңғы өнімдер экспортына бағытталған өндірісті белсенді дамытып, машина жасау, металлургия, химия және агроөнеркәсіп саласында бірлестіктегі өндіріс орындарын құруы қажет. Қазақстанда жеке бизнеске қолдау көрсету үшін және оның тауарлары мен қызметтерін әлемдік нарыққа шығару үшін арнайы құрылымдар құрылуда. Сөйтіп, Қазақстанда жобаларды басқаруды дамыту үшін макроэкономикалық жағдайлар қалыптасқан, ал олардың өзектілігі алда тұрған мемлекеттік міндеттерге байланысты.

Алғышарттардың екінші тобы – дамудың басты құралы ретінде экономикада жаңа әдіс-тәсілдерді қабылдауға әлеуетті **әлеуметтік ортаның болуы**. Осы ортадан тек оқытушылар корпусын ғана қалыптастырып қоймай, өмірдің барлық салаларында жаңа білім мен тәжірибе таратушыларды қалыптастыруға болады. Осы ортаның өмір сүруі қазақстандықтардың жоғары біліміне қатысты, ЖОО-лардың профессорлық-оқытушылық білікті құрамы мен ғалымдардың болуымен шарттасады. Сонымен қатар, саны қазірдің өзінде 15000-нан асып түсетін үкіметтік емес бірлестіктер өкілдерінің ортасы осы ортаны толықтыра түседі. Ендеше, Қазақстанда заманға сай басқару технологияларын енгізу үшін қажетті зияткерлік әлеует қалыптасқан деуге болады. АҚШ, Батыс Еуропа және Жапония елдерінің экономикасына жасалған талдау ол Интернет-ресурстарды кеңінен қолдана отырып, дамыған ақпараттық-коммуникациялық технологиялар аясында жүзеге асырылғандығын

көрсетеді. Осыған байланысты дамыған **ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың болуы** елде осы заманғы жаңа экономиканың ілгерлеуінің алғышарттарының үшінші тобы болып табылады. Қазақстанда ақпараттық-коммуникациялық технологиялар (АКТ) саласында даму процесі серпінді жүруде. Алайда, бұндай жаңа экономиканы дамыту процесіне әртүрлі қатысушылардың қызметін топтастырушы интернет-ресурстар өте жеткіліксіз. Бұл тұста «Электрондық үкімет» мемлекеттік бағдарламасы үлкен роль атқаруы тиіс. Ол бизнес және азаматтық қоғам институттарымен мемлекеттік басқару органдарының өзара әрекеттерін қамтамасыз етуге әлеуетті. Егер бұл процесс мемлекеттік басқарудың жоғарғы эшелондарында қолдау таппаса, түсіністік болмаса, елде жобаларды басқарудың осы заманғы әдіснамаларын кеңінен дамыту мүмкін емес. Осыған байланысты алғышарттардың төртінші тобы **мемлекеттік қызметшілер құзыретінің деңгейі** болып табылады. Қазақстанда мемлекеттік басқарудың жоғарғы эшелонының өкілдері, әдетте, жобаларды басқару тәжірибесіне ие және нақты жобаларды қолданады. Бұған қоса, осы салада ұлттық стандарттардың болмауы салааралық бағдарламаларды жүзеге асыру барысында көптеген қиындықтарға әкеп соғады. Ал басқа жағдайда ол экономиканың барлық салаларында ілгері дамуға алып келеді.

Сөйтіп, Қазақстанда жаңа экономиканы дамыту үшін бастапқы алғышарттардың болуына жасалған талдауды қорыта отырып, мұндай алғышарттар елімізде бар деуге болады. Алайда, шындап келсек, бұл іс елді индустриализациялаудың жоспарланған қарқынынан әлдеқайда кенже қалуда.

«Қазақстан Республикасының қаржы секторын дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған тұжырымдамасы туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2006 жылғы 25 желтоқсандағы № 1284 Қаулысы бойынша 2007-2011 жылдарға арналған негізгі міндеттер

Ұлттық Банктің орта мерзімді кезеңге арналған төлем жүйелерін дамыту саласындағы негізгі мәселесі Қазақстан экономикасының түрлі субъектілері арасында төлем жүйелерінің жұмысын төлемдер мен ақша айналымын қауіпсіз және уақытылы өткізуді қамтамасыз ететін жоғары технологиялық деңгейде қолдау болып қалады. Бұл ретте, 2007 жылдан бастап 2011 жылды қоса алғандағы кезеңге Ұлттық Банк төлем жүйелерін дамытуды мынадай бағыттар бойынша жүзеге асыруды болжамдайды:

Қолданыстағы төлем жүйелерінің техникалық инфрақұрылымын одан әрі жетілдіру және жаңғырту. Осы саясат шеңберінде жаңа Төлем жүйелерінің резерв орталығын құру жөнінде жұмыс жүргізілетін болады. Ұлттық Банкінің төлем жүйелерінің жұмыс істеуін қамтамасыз ету жөніндегі негізгі мәселелерінің бірі оның үздіксіз және тиімді жұмысын қолдау болып табылады. Бұл жағдайларда, төлем жүйелерінің негізгі орталығы орналасқан ауданда төтенше жағдайдың туындауы жағдайында төлем жүйелерінің жұмыс істеуін қамтамасыз ететін жаңа Төлем жүйелерінің резерв орталығын құру мәселесі Ұлттық Банкінің олардың жұмыс істеуінің үздіксіздігін қамтамасыз ету жөніндегі мәселені тиімді орындау үшін ерекше маңызға ие.

Осылайша, бөлшек қолма-қол емес төлемдерді одан әрі кеңейту жөнінде жұмыс жалғасатын болады. Инфрақұрылымды дамытуға және тауарлар мен көрсетілетін қызметтерге есеп айырысқанда төлем карточкаларын кеңінен пайдалануға қажет жағдай жасауға аса назар аударылады. Бөлшек қолма-қол емес төлемдерді дамыту саласында басым бағыттар мыналар болуы тиіс:

- спектрді кеңейту және халыққа көрсетілетін бөлшек банк қызметтерінің сапасын арттыру;
- төлем қызметтерінің нарығын дамыту және инновациялық технологияларды енгізу үшін құқықтық тосқауылдарды жою;
- бәсекелес нарықтық жағдайды қолдау;
- қажет инфрақұрылымды дамыту және төлем карточкаларын пайдалану үшін тиісті жағдай жасау.

Бөлшек қолма-қол емес төлемдерді дамыту мақсатында қазіргі заман технологияларын – төлем карточкаларын, Интернет-банкингті, мобильдік банкингті және т.б. пайдалану негізінде қолма-қол емес төлемдерді енгізуге және кеңейтуге септігін тигізетін нормативтік базаны жетілдіру жөніндегі жұмыс жалғасын табады. Бөлшек қолма-қол емес төлемдер саласын кеңейту және банк өнімдерінің жаңа өспелі түрлерін дамыту осы бағыттағы банктің белсенді қызметіне байланысты. Осыған байланысты, бөлшек банк қызметтерін ұсынудың принципіалды жаңа деңгейіне шығу үшін банктерге төлем карточкалары нарығының дамыған инфрақұрылымын құру, төлем карточкаларын ұстаушыларға көрсетілетін қызметтер сервисін кеңейту,

банкоматтар мен ақпараттық өз-өзіне қызмет көрсету киоскілері, мобильді байланыс құралдары және басқа инновациялар негізінде инновациялық технологиялар мен алыс қол жеткізу жүйелерін енгізу және дамыту

жөніндегі күшті шоғырландыру қажет. Сонымен қатар, карточкалар нарығын одан әрі дамыту шеңберінде мынадай міндеттерді кеңейту үшін

банк жүйесінің құрылып жатқан «электрондық үкімет» жүйесімен біріктіруді қамтамасыз ететін «төлем шлюзінің» жобасын іске асыру болжамдалады:

- екінші деңгейдегі банктер шоттарында орналастырылған халықтың және заңды тұлғалардың қаражаты есебінен «электрондық үкімет» қызметтеріне қолма-қол емес on-line төлемін іске асыру;
- «электрондық үкімет» қызметтеріне қол жеткізу үшін төлем карточкаларына қызмет көрсету жөніндегі банктердің терминал желілерін пайдалану.

Қазақстанның қаржы жүйесін басқа елдердің қаржы институттарымен біріктіру жөніндегі жалпы тенденция шеңберінде нақты уақыт режимінде есеп айырысудың ұлттық жалпы жүйелеріне негізделген ЕурАзЭҚ елдері арасында жалпы төлем жүйесін құру жөніндегі жұмысқа қатысу жалғасын табады. Ұлттық Банк пайдаланушыларға SWIFT жүйесі арқылы төлем жүйесіне хабарды қабылдау және жіберудің қосымша арналарын ұсыну үшін SWIFT жүйесін Қазақстанның төлем жүйелерімен біріктірудің ықтимал жолдарын

зерттейді. Жаңа қаржы институттарын қосу арқылы SWIFT сервис бюросын одан әрі дамыту болжамдалады. Қазақстанның төлем жүйелерін танымал ету үшін төлем жүйелері және ТМД елдерінің бағалы қағаздарын есептеу жүйелері (CISPI) бойынша Дүниежүзілік Банк Бастамасы саласында халықаралық институттармен қарым-қатынасты және төлем жүйелерін құруда тәжірибемен алмасуды одан әрі дамыту болжамдалады.

1. «Интеграцияланған ақпараттық салық жүйесі» ақпараттық жүйесі (ИАСЖ-ЭКНА).

Ақпараттық жүйенің мақсаты:

Қазақстан Республикасы салық органдарының қызметін кешенді автоматтандыру.

Ақпараттық жүйенің функционалы:

Жүйенің мынадай негізгі функцияларын қамтамасыз ететін құрауыштар, модульдер мен режимдер іске асырылды және пайдалануда:

- Қазақстан Республикасы салық төлеушілерін, оның ішінде жеке кәсіпкерлерді тіркеу және тіркеу есебін жүргізу; СТН беру және ҚР салық төлеушісі куәлігін беру; Жеке кәсіпкер патенті мен куәлігін тіркеу және беру;

- әділет және статистика органдарымен өзара іс-қимыл жасау кезінде «жалғыз терезе» қағидаты бойынша заңды тұлғаларды тіркеу;

- Қазынашылықтан төлемдер қабылдау және өңдеу;

- төлемдер қабылдау және өңдеу;

- салық төлеушілердің жеке шоттарына салық есептілігінен есептелген соманы қабылдау және өңдеу;

- ҚР бюджеті алдында берешегінің жоқ және (немесе) бар екендігі туралы анықтаманы қалыптастыру;

- салықтық тексеруге іс жүргізу; салықтық тексеру нәтижелері бойынша жете есептеулерді автоматтандыру;

- салықтық тексеру нәтижелерін шағымдануды жүргізу рәсімдері;

- салық есептілігін камералдық бақылау деректерін қабылдау және өңдеу;

- салық инспекторлары-аудиторлар рейтингін анықтау;

- жеке шоттар мен тіркеу есебі деректерінің мониторингі және оларды талдау;

- талдамалы, мониторингтік және статистикалық есептілікті қалыптастыру;

- «ҚР салық төлеушілерінің тізімі» дерекқорын жүргізу;

- ҚР салық төлеушілері жеке шоттарының дерекқорын жүргізу;

- салық төлеушілердің банктік шоттарына инкассалық өкімдер беру;

- мемлекеттік органдармен жалған кәсіпкерлікке қарсы күрес жөнінде электрондық өзара іс-қимыл жасау;

- уәкілетті органдармен электрондық өзара іс-қимылды пайдалану арқылы салық және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдердің түсімін бақылау, салық төлеушілерге хабарламалар жіберу;

- нұсқамаларды тіркеу, салықтық тексеру материалдарын беру бөлігінде прокуратура және қаржы полициясы органдарымен автоматтандырылған өзара іс-қимыл жасау және оларды қарау нәтижелерін алу;
- мемлекеттік сатып алу жөніндегі конкурстарға қатысу үшін электрондық анықтамалар қалыптастыру;
- жеке шоттар деректерінің және салық төлеушілердің тіркеу деректерінің құпиялығын қамтамасыз ету.
- салықтар мен төлемдердің сомасын есептеуге (қайтаруға) өтініштерді қашықтан қабылдау;
- салықтық тексеру нәтижелерін шағымдануға өтініштерді қашықтан қабылдау;
- салықтардың барлық түрлері бойынша жеке шоттарға алыстатылған қатынауды қамтамасыз ету;
- салық төлеушінің жеке тіркеу деректерін қашықтан өзгерту.

Қол жеткізілген нәтижелер:

ҚР салық органдарының қызметі автоматтандырылды.

ИАСЖ 01.07.2010 ж. жағдай бойынша 353 693 заңды тұлға, 18 429 251 жеке тұлға, оның ішінде 1 021 066 ЖК тіркелді, олардың барлығы бойынша салық түрлері бойынша жеке шоттар жүргізіледі.

01.01.2005 жылдан бастап 01.07.2010 жылды қоса алғанда салық органдары 843 112 салықтық тексеру жүргізді, олар бойынша 1 737 106,2 млн. теңге жете есептелді.

Соңғы 3 жылдың өзінде ғана (2007-2009 ж.ж.) автоматтандырылған ИАСЖ салық берешегінің жоқ (бар) екендігі туралы 895 815 анықтама, жеке шоттан 913 172 көшірме берілді, салықтардың, бюджетке төленетін басқа да міндетте төлемдердің, өсімақының төленген сомасын есептеу және қайтару жүргізілді.

2. Салық есептілігін өңдеу сервистері (СЕӨС)

Ақпараттық жүйенің мақсаты:

Салық есептілігін қабылдау және өңдеу; ҚҚС қайтару бөлігінде салықтық әкімшілік жүргізу процестерін, ҚҚС төлеушілерді тіркеу; электрондық айналым қатысушыларын тіркеу рәсімдерін автоматтандыру.

Қол жеткізілген нәтижелер:

Салық органдарының және ҚР салық төлеушілердің қызметі автоматтандырылды.

Айталық, 2010 жылғы 27 тамыздағы жағдай бойынша СЕӨС 7 547 835 декларация, оның ішінде 2010 жылдың 1-жарты жылдығында - 1 083 253 декларация өңделді, оның ішінде 76% электрондық түрде, 2010 жылғы 2-тоқсанда - 919 630 декларация, оның 85%-ы электрондық түрде өңделді. 2-тоқсанда электрондық түрде берілген СЕН өсімі ағымдағы жылдың 1-тоқсанына қарағанда 9 %-ды құрады.

3. «Салық төлеуші кабинеті» web-қосымшасы (СТ кабинеті)

Ақпараттық жүйені тағайындау:

ҚР салық төлеушілері үшін Салық комитетінің электрондық қызметтерін ұсыну дербестелген және қорғалған рұқсат арқылы жүргізіледі. Құрауыштар, модульдер мен режимдер іске асырылды және пайдалану үстінде. Қол жетілген нәтижелер:

Республиканың салық органдарымен салық төлеушілердің өзара іс-қимылы жөнінде, оның ішінде салық есептілігі нысандарын ұсыну, әрқилы түрдегі өтініштерді беру, салық хабарламалары мен анықтамаларын және т.б. алу бойынша негізгі бизнес-процестер автоматтандырылған.

Осылай, салық есептілігін ұсыну кезеңінде 2010 жылғы 2-тоқсанда (01.07.2010 бастап 16.08.2010 қоса алғанда) «Салық төлеушілер кабинетінің» web-қосымшасына қосылудың жалпы саны - 3 782 162 сессияны құрады; криптографиялық кілттерді пайдаланумен авторландыру саны 1 644 469 сессияны құрады; СТ кабинетімен салық есептілігінің 369 556 нысанын ұсыну және Салық комитетінің электрондық қызметтеріне 3 971 375 өтініштерді дайындау үшін - 252 088 салық төлеушілер пайдаланды.

4. ҚР ҚМ СҚ web-порталы (www.salyk.kz)

Ақпараттық жүйені тағайындау:

ҚР ҚМ СК мыналарға бағытталған бірыңғай ақпараттық ортасын қалыптастыру:

- ҚР салық төлеушілеріне қызмет көрсету нысандары мен әдістерін жетілдіру;

- салықтық міндеттемелерді орындау рәсімдерін жеңілдету үшін салық төлеушілерге ұсынылатын интерактивті on-line қызметтерінің саласын кеңіту;

- салық төлеушілердің құқықтық салықтық сауаттылығы мен ақпараттандыруды арттыру;

- салықтық әкімшілендіру тетіктерінің тиімділігін, ақпараттық ашықтығы мен мөлдірлігін арттыру

Қол жетілген нәтижелер:

Тұтас алғанда ҚР ҚМ СК web-порталына 2009 жылы мынадай статистика белгіленді:

Web-портал бойынша:

Барлығы бір жылда келушілер 1 947 270;

Орташа алғанда бір күнгі келушілер 5 936;

Барлығы қаралған беттер 16 744 314;

Барлығы хиттер (беттерге және ресурстарға пайдаланушылардың жүгінуі) 81 028 942;

Форум бойынша:

Барлығы бір жылда келушілер 276 787;

Орташа алғанда бір күнгі келушілер 758;

Барлығы қаралған беттер 1 605 209;

Барлығы хиттер (беттерге және ресурстарға пайдаланушылардың жүгінуі) 3 906 224;

5. «Салық төлеушілер мен салық салушылар объектілерінің тізілімі» (СТ мен ССО) Ақпараттық жүйесі

Ақпараттық жүйені тағайындау:

Салық төлеушілер мен салық салушылар объектілерінің тізілімін құру;

Ақпараттық жүйе функционалы:

- Мемлекеттік уәкілетті органдармен өзара іс-қимыл;

- заңды тұлғаларды тіркеу;

- ҚР ҚМ СК жүйелерімен өзара іс-қимыл;

- Салық төлеушілер мен салық салушылар объектілерінің тізілімін қалыптастыру;

- Салық төлеушілер және «Салық инспекторының жұмыс орны» бағдарламалық қамтамасыз ету арқылы салық салу объектілері туралы ізденісті қамтамасыз ету және ақпаратты көрсету;

- Мүлікке, жерге, көлікке арналған салық есептеулері;

- Салық органдары есептеген (жер салығы бойынша және заңды тұлғалардың мүлігіне салынатын салық бойынша) салық сомалары туралы Хабарламаларды қалыптастыру және басып шығару;

- Есептерді қалыптастыру.

Қол жетілген нәтижелер:

- Салық төлеушілер мен салық салушылар объектілері туралы ақпаратты жинау және сақтау.

- Салық сомаларының есептелуінің дұрыстығына орталықтандырылған бақылау.

- Салық төлеушілердің жеке шотына тарату үшін есептеулерді беруді автоматтандыру.

- Салық төлеуші уәкілетті органдардың деректемелері мен ақпаратты қарай алатын «Салық төлеушілер кабинетінің» web-қосымшасына (жер салығы мен заңды тұлғалардың мүлікке салынатын салығы бойынша) салық органы есептейтін салықтардың сомалары туралы хабарламалары бойынша салық төлеушіге тіркелген салық салу объектілері туралы ақпаратты беруді автоматтандыру.

Электрондық үкімет анықтамасына мамандар әр түрлі қағидаларға сүйеніп береді. Кейбір авторлар сипаттамалық анықтаманы қалайды электронды үкіметтің енгізілуіне байланысты қоғамда және оның жеке құрылымдарында қандай өзгерістердің болуын анықтайды. Енді біреулері электрондық үкіметтің қолданбалы жағын таңдайды және жай ғана олардың әр түрлі қолданыстағы жеке құралдарын атып шығады. Техникалық анықтама да бар, бұнда технологиялық шешімдерге және арнайы бағдарламалық өнім нәтижесінің жемісіне аса көңіл аударылады. Сондай-ақ, экономикалық анықтамада мемлекетті басқарудың максималды тиімділігіне бағытталған. Біз оның толық анықтамасын, осы терминді түсіндіретін барлық түсіндірмемен танысқаннан кейін беруге тырысамыз. Әдебиеттерде «электронды үкіметті» түсіндірудің екі көзқарасын кездестіреміз. (э-үкімет) және э-үкімет ен э-демократияның арақатынасы(э-демократия).

Бірінші көзқарас электрондық демократияны электрондық үкіметтің бір бөлігі ретінде қарастырады. Мұндай көзқарасты, негізінде, ақпараттық технология жағының мамандары ұсынады. Электрондық демократия және оның қатысуы электрондық үкіметтің құрылымында толық құқылы элементі болып саналады және «заңдастырылған демократиялық жолдары немесе шешім қабылдау тәртібін электрондық іске асыру» ретінде, негізінде электрондық сайлау және электрондық дауыс беруге жатқызады.

Екінші көзқарас, гуманитарлық-әлеуметтік жақтың өкілдерінің көбі бөліседі, қарама-қарсы, электрондық үкіметті электрондық демократияның бір бөлігі ретінде қарастырады. Бұл көзқарас мынадай қорытынды жасайды, электронды үкімет «электрондық демократияның» маңызды элементі, бірақ оны түгел қамти алмайды, өйткені «электрондық демократия» азаматтардың басқару құрылымдарымен қарым- қатынастарын ғана енгізбейді, сонымен бірге барлық азаматтардың желілік жағындағы қарым-қатынастарын, ұйымдарын және институттарын электрондық коммуникациялық жүйе арқылы, яғни барлық көпшілік жағын немесе азаматтық қоғам жағын қамтиды. Осы жоспар бойынша Интернет-қауымдастықтары кейде азаматтық қоғамның бір кибержалғасы ретінде қарастырылады. Интернетті қолдану мүмкіндігіне ие болу жалпыға жеткеннен бері, ол көп елдерде ,сонымен қатар постсоветтік елдерде де нәтижелі іске асып жатыр және олардың арасындағы айырмашылық жойылып келеді.

Жоғарыдағы айтылған анықтамаларды талдай келе, біз бұл терминге өзіміздің анықтамамызды беруге тырыстық Ол мынадай:

Электрондық үкімет- ол мемлекеттік басқару ұйымы, электрондық құралдардың негізінде мемлекеттік органдардың барлық саласына, барлық категориядағы азаматтарға ақпаратты өңдейді, хабарлап жеткізеді және таратады. Осы құрал негізінде мемлекеттік органдардың жұмысы жөнінде азаматтарды ақпараттандырады.

Мемлекетті басқарудың негізгі қызметтері келесідей:

- азаматтардың барлық қажетті мемлекеттік ақпараттарға еркін қолы жеткізуін қамтамасыз ету;
- салық жинау;
- көлік құралдары мен патенттерді тіркеу;
- қажетті ақпаратты беріп отыру;
- келісім жасау және мемлекеттік аппаратқа қажетті материалды жеткізуге құжаттар жасау және жабдықтау.

Бұл салық төлеушілердің мемлекеттік аппаратты қамтамасыз етудегі экономикалық құралдарын, шығындарын және іс-әрекеттерін қаржыландыруды төмендетуі мүмкін, басқару органдарының іс-әрекеттерінің анық болуын арттырады. Басқаша айтатын болсақ, электрондық үкімет- мемлекеттің билік органдары мен қоғамның ақпараттық- телекоммуникациялық технологияны қолдана отырып, ақпараттық келісім жасау. Азаматтардың тіршілік әрекетіне және ұйымдардың қызмет етуіне байланысты электрондық үкіметтің қызметтері:

1. Салықтық және кедендік міндеттеме
2. Кәсіпкерлік және бизнес
3. Әлеуметтік қорғау және халықтың жұмысбастылығы
4. Білім, ғылым және денсаулық сақтау
5. Заңдылық және құқықтық тәртіп
6. Экономика және сауда
7. Қоршаған ортаны қолғау
8. Мәдениет, спорт, туризм және ақпараттық кеңістік
9. Дипломатия және халықаралық байланыс.

Әлемдік тәжірибеге сүйенетін болсақ, бүгінде Электронды үкімет жобасы жоғары көрсеткіштерге қол жеткізген мемлекеттерге де инфрақұрылымды қалыптастыру үшін біраз уақыт қажет болды. Мысалы, Канада мемлекеттік құрылымның ақпаратын ашық түрде ұсыну үшін жобаның іске асырылуын үш кезеңге бөліп, жүйені бес жылдың ішінде құруға жоспарлады. Бүгінде Канада, Сингапур мен АҚШ – өз азаматтарына үкіметтік веб-сервистерді ең көп ұсынатын мемлекеттер. Айта кететін бір жайт, мақсаты, міндеті ұқсас бола тұра, әр мемлекеттің электронды үкіметті құрудағы құралдары мен әдістері әр түрлі болып келеді. Бір сөзбен айтқанда, бұл салада бәріне ортақ пайдалы болатын кеңес жоқ. Отандық мамандармен е-үкіметті енгізу саласында Испания, Малайзия, Сингапур және басқа да елдердің тәжірибелері жете зерделенгені айтылды. Мысалы, Испанияда е-үкіметті құру үшін жекеменшік және мемлекеттік компаниялар бір АТ-холдингке біріктірілген, ал бес миллиондық Сингапурдың үкіметі, өз ойларын жүзеге асыру үшін, болашағы бар АТ-компанияларға 1 млрд. АҚШ долларын салады. Испания, Малайзия мен Сингапур халқы цифрлық қалаларды тұрғызып, е-медицинаны, мектептерде смарт-зертханаларын, спутниктік навигация жүйелерін, электрондық дауыс беру жүйелерін енгізуде. «Электрондық үкімет» (e-Government) термині барлық мемлекеттік органдардың басын біріктіріп, оларға интернеттің, электронды терминалдардың немесе тіпті ұялы телефондардың көмегімен тұрғындарға қызмет көрсетуге мүмкіндік беретін біртұтас жүйені білдіреді. Жеке тұлғаларға ғана емес, компания мен кәсіпкерлерге де. Мұнда мемлекет, бизнес және азаматтар арасындағы өзара қарым-қатынасты электронды үкімет ішіндегі G2C (мемлекет-азаматтар) G2B (мемлекет-бизнес) және G2G (мемлекет-мемлекет) деп аталатын негізгі модельдер атқарады. Елімізде электронды үкімет құру идеясын Мемлекет басшысы өзінің республиканы әлемдегі бәсекеге қабілетті елу елдің қатарына енгізу туралы Қазақстан халқына жыл сайынғы жолдауында білдірген болатын. 2004 жылғы 10 қарашада электронды үкіметті ендіру туралы «Қазақстан Республикасында электрондық үкіметті қалыптастырудың 2005-2007 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы Президент Жарлығымен бекітілді. Бағдарламаны іске асыру келесі міндеттерді кезең-кезеңмен шешу жоспарланған болатын:

Электрондық үкіметті қалыптастырудың бірінші кезеңінде – ақпараттарды жариялау және тарату. **Екінші кезеңі** - мемлекеттік органдар мен

азаматтардың өзара қарым-қатынасына тікелей және қайтармалы жолды интерактивті қызмет ұсынады. **Үшінші кезеңде** - қаржылық және заң операцияларын үкіметтік порталдар арқылы жүзеге асыру жолымен транзакциялық қызмет көрсету. **Төртінші кезеңде** - ақпараттық қоғамды толық қалыптастыру.

Бағдарлама 2005 жылы іске қосылып 2 жыл ішінде е-үкіметтің инфрақұрылымы қалыптастырылып, базалық құрамдас бөліктері құрылды: веб-портал және шлюз, ведомствоаралық электрондық құжат айналымы, куәландырушы орталықтары, бірыңғай көлік ортасы. Сонымен қатар, 2007 жылы бүкіл ел бойынша бірыңғай тізілімге біріктірілген жеке және заңды тұлғалардың мемлекеттік деректер қоры тұрақты пайдалануға енгізілді. Веб-портал арқылы мемлекеттік органдардың 20 интерактивтік қызметтері іске асырылды. 2007 жылы электронды үкіметті дамыту мақсатында «Қазақстан Республикасында электрондық үкіметті қалыптастырудың 2008-2010 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы қабылданды, онда электрондық үкіметтің базалық инфрақұрылымын және қол жеткізу тетіктерін кеңейту және дамыту мақсаттары алға қойылды, мемлекеттік басқарудың және әлеуметтік маңызы бар мемлекеттік қызметтерді ұсыну үдерістерінің сапасын және тиімділігін арттыру мақсатында электрондық үкіметтің құрамдас бөліктерін дамыту; Үшінші кезеңнің алғышарты транзакциялық кезеңде «Электрондық мемлекеттік сатып алулар» АЖ құру болды. Бұдан былай кәсіпкер кеңсесінен шықпай тендерлерге қатыса алады. 2010 жылдың 1 қаңтарынан бастап барлық мемлекеттік сатып алулар www.goszakup.gov.kz. мемлекеттік сатып алулар веб-порталында электрондық қалыпта баға ұсынымдары арқылы жүзеге асатын болады. 2009 жылы кәсіпорын субъектілеріне арналған «Е-лицензиялау» жобасын ендіру басталды. Бұл кәсіпорындардың лицензия алу барысындағы үдерістерді жеңілдету және лицензияланатын қызмет түрлерін жүзеге асыру. Е-лицензиялау – лицензия алуға өтінім берген адамның, оның өтінімін қарау жолындағы үдерістің барлығын бақылауға мүмкіндік береді. Мұның барысында өтінімді қарастырып жатқан адаммен өтінімді жіберген адам арасындағы қарым-қатынасқа жол берілмейді. Ол сыбайлас жемқорлық саласындағы үлкен тиімділікке ие. Мемлекеттік бағдарламаның өңірлік бағыттары қоса дамуда. Өңірлерде электрондық құжат айналымының бірыңғай жүйесі ендірілді, 2009 жылдың қыркүйек айынан бастап барлық әкімшіліктер электрондық құжат айналымының жеделдігін пайдалануда. 5 таңдалған қызметке «Электрондық әкімдік» жүйесінің түп тұлғасы әзірленіп, Павлодар облысының әкімдігіне тәжірибелі пайдалануға ендіру жүргізілді.

2009 жылдың желтоқсан айында «Бірыңғай нотариалды ақпараттық жүйе «е-нотариат» жобасының Астана қаласы бойынша пилоттық өндірістік пайдаланылуға қосылды, оның мақсаты нотариалды іс-әрекеттер туралы есептің уақытылы және нақтылы болуын және нотариустардың тиімді жұмыстарын олардың ҚР Әділет министрлігімен, республикалық және өңірлік нотариалды палаталармен өзара іс - қимылдарын қамтамасыз ету. Өз кезегінде халыққа сапалы, құқықты нотариалды қызметтер ұсынылады. Бірыңғай

нотариалды ақпараттық жүйені республиканың барлық өңірлеріне ендіру 2010-2012 жылдарға жоспарлануда. Жоғарыда баяндалғаннан еліміздегі электрондық үкіметтің қарқынды дамуын көреміз. 2010 жылы Қазақстан Республикасындағы электрондық үкіметтің дамуына Біріккен Ұлттар Ұйымымен жоғары баға берілді. БҰҰ Экономикалық және әлеуметтік даму департаментімен дайындалған, электрондық үкіметке жаһандық дайындық рейтингісінің жыл сайынғы деректеріне сәйкес, Қазақстан соңғы жыл ішінде әлемдік рейтингідегі 81 орыннан Ресейді (59 орында), Беларусь (64 орында) және Украинаны (54 орында) артта қалдырып қарқынды түрде 46 орынға көтерілгендігі айғақ. Елімізде е-үкіметтің қызметтерін пайдаланушылардың (заңды және жеке тұлғалар) саны 70 мыңға жуық тіркелген. Азаматтардың мемлекеттік электрондық жобаларға қатысуы «электрондық қатысу» (e-participation) көрсеткіштері бойынша жіктеуіште Қазақстан елі 2008 жылғы көрсеткіштермен салыстырғанда (106 орыннан) 18 орынға көтерілген.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Электрондық үкімет деген не?
2. Электрондымемлекет жүйесінің мақсаттарына не жатпайды?

Тест тапсырмалары:

1. ҚР-ның «Электронды үкімет» мемлекеттік бағдарламасына қанша қаражат бөлінген?
A) 15 млрд
B) 25 млрд
C) 5 млрд
D) 51 млрд
E) 18 млрд
2. Қазіргі заманғы ақпараттық технологияны кең қолдануды ұйғаратын мемлекеттік басқару жүйесі?
A) Электронды чек
B) Электронды коммерция
C) Электронды үкімет
D) Электронды сауда
E) Электронды ақша
3. ҚР-да электрондық үкімет қалыптастырудың мемлекеттік бағдарламасы қай жылдарды қамтиды?
A) 2000-2007 жж
B) 2004-2010 жж
C) 2001-2005 жж
D) 2003-2006 жж
E) 2005-2007 жж

4. Электрондық үкімет бағдарламасы аясында азаматтар мен мемлекеттік органдардың арасында екіжақты байланысты қажет ететін интерактивті қызметтерді ұсыну мақсатында мемлекеттік органдардың ақпараттық жүйелерімен ықпалдастық жасауы қай кезеңге сәйкес келеді?

- A) Интерактивті кезең
- B) Транзакциялық кезең
- C) Хабарландыру кезеңі
- D) Ақпараттық кезең
- E) Екі жақты байланыс орнату кезең

Тақырып №10 Интернеттік технологиялар жағдайындағы мемлекеттің салық саясаты

Тақырыптың мақсаты: Интернеттік технологиялар жағдайындағы мемлекеттің салық саясатының іс жүзіндегі рөлі және оның мүмкіндіктерін түсіндіру.

Тақырыптың жоспары:

1. Интернет сферасындағы ақпараттар жүйесі, пайдалану реттері мен оның практикалық түрде іске асуы.
2. Ақпараттарды Интернеттік құрылғыларда ұйымдастыруды қорғау қажеттілігі. Ақпараттарды сақтау, ақпараттар жүйесіндегі оның тиімділігі.
3. Интернеттік жүйелердегі ақпараттық технологиялардың рөлі.

Біртіндеп мемлекеттің көптеген қызметтері онлайндық режимде, салық алумен байланысты ауысып жатыр. Бұлай болуына мемлекеттік қызмет жасаушылар өздері ықпал жасап отыр, өйткені осындай формадағы ынтымақтастықтың бірқатар артықшылықтары бар. Мысалы, АҚШ пен Канаданың үкіметтік органдары барлық салық қайтарушыларға, екі аптаның ішінде оны алады, егер де қажетті құжаттар электронды түрде толтырылса кепілдік береді. Ұлыбританияның үкіметтік органдары, компаниялар ҚҚС бойынша қайтарылымды электронды түрде жасаса және жалақы қорына салықты электронды түрде толтырса, 50 фунт стерлинг көлемінде сыйақы ұсынады, ал жеке тұлғаларға ЖТС құжаттарын электронды түрде жіберсе 10 фунт стерлинг мөлшерінде жеңілдік алады. Әрине бұл Желінің осы аймақта қолданылуы әлеуметтік теңсіздік жөніндегі сұрақты көтереді, яғни салық жүйесіндегі дискриминация деңгейінің артуына себеп болады және бұның нәтижесін мүмкіндігінше максималды түрде қарастыру қажет.

Электрондық айырбас формасының жылдам дамуы салықтық қатынастарында және мемлекеттік салық саясатында көптеген сұрақтар тударады. Әсіресе, электрондық коммерция салық базасының бұрмалауын тудыруы мүмкін. Тұтынушыларға салық жеке елдердегі заңдарына сай қолданылады, ал электрондық коммерция ұлттық салықтық заңдылықты қолдану мүмкіндігін қиындатады. Егер біз, мысалы, ҚҚС-ты алып қарастырсақ және оны В2С сегментіне қолданатын болсақ, онда мынадай жағдай қалыптасуы мүмкін, яғни онда тұтынушыдан салық жинауға жауапкер жабдықтаушы, тұтынушының қай жерде тұратынын тура анықтауға мүмкіндігі болмайды. Жабдықтаушы сонымен бірге тұтынушылықты іске асырып жатқан жақта сол елдің фискалдық билігінің юрисдикциялық аумағында болып қалуы мүмкін. Болашақта мемлекеттік органдарға осы сұрақтарды шешумен айналысу қажет екендігі көрініп тұр, себебі интернет салық пен оларды жинауда тек қана техникалық жағынан жеңілдіктер жасайды.

Салық салуда виртуалдық секторлар оны жасаушылардың алдына бірқатар мәселелерді қояды.

Біріншіден, сатушы сатып алушының статусын білмеуі мүмкін, әсіресе сатып алушы резидент немесе резидент емес тұлға ма, заңды немесе жеке тұлға ма және т.с.с.

Екіншіден, тауарды іске асыру орны қайда және әрекет жасап жерден салықты анықтау өте қиын болып табылады. Кейде не нәрсе жеткізгенін тауар немесе қызмет (мысалы, сандық формада бағдарламалық қамтамасыз етуді жеткізуде) көрсетілгенін анықтау қиын болады, сонымен қатар бұл жерде тауарлар мен қызметтерге қатысты әр түрлі салықтар әрекет етеді.

Үшіншіден, Интернет арқылы жасалған келісімшарт заңдастырылмаған деп танылса және сатып алушы тауарды қабылдаудан бас тартса, осы жағдайларда қиын мәселе пайда болады және салық сипатындағы мәселе туындайды.

Төртіншіден, салық төлеуден жалтару үшін, компаниялар басқа мемлекеттерде орналасқан серверлерді қолданады, бірақ бұндай серверлердің іс-әрекеті тұрақты өкілеттіліктің іс-әрекеті ретінде бағалануы мүмкін және компания қажетті түрде салықты толық схема бойынша төлеуге мәжбүр болады. Осымен байланысты екі есе мәселе пайда болады, яғни мемлекет үшін компанияны барлық салықты төлетуге міндеттету, ал компания үшін өзіне нақты салықтық төлемнің көлемін елестету.

Кейде жеке игіліктерге қатысты «жаһандық салықты» енгізу туралы ұсыныстар жасалынып жатыр, яғни барлығына салынатын салық бірдей болу үшін. Өндіріс пен тұтынуға қатысты түрде біркелкі елдер мен аймақтардан алынуға тиісті. Американдық экономист Дж. Робертсон «жаһандық салықтардың» ішінен келесісін ерекше бөліп көрсетеді:

Халықаралық ресурстарды пайдаланған үшін салықтар мен алымдар, яғни мұхиттық балық аулау, материктік қайраңнан пайдалы қазба өндіру, теңіздік, ауалық кеңістіктерді және ашық ғарышты игеру, электромагниттік өрісті қолданғаны үшін;

Қоршаған ортаны ластайтын және бұзатын іс-әрекеттерге салықтар мен алымдар, әсіресе әр түрлі формадағы судың және ауаның ластанулары;

Әскери шығынға және қару-жарақ саудасына салық;

Әлемдік сауда шеңберіндегі келісімшартына қатысты унифициалданған (бірыңғайланған) салық;

Валюта айырбасы бойынша халықаралық келісімшартқа унифициалданған салықтар.

Салық саясаты мемлекеттің салық салу аясында жүргізіп отырған шараларының жүйесі.

Салық саясатының мазмұны мен мақсаты қоғамның әлеуметтік-экономикалық құрылуымен, экономикалық саясатының жалпы бағытымен, сондай-ақ қаржы саясатының нақты әдістерімен сипатталады.

Салық саясатының мақсаты мемлекет қажеттілігін қаржы ресурстармен қамтамасыз ету болып табылады.

Салық саясатын жүргізу нәтижесінде заңды және жеке тұлғалардың табысының бір бөлігі жалпы мемлекеттік шығыстарды жабуға тартылады, яғни

салық саясатын жүргізу нәтижесінде заңды және жеке тұлғалардың табысы реттеледі. Сонымен қатар салық саясаты ұдайы өндіріс процесін қамтамасыз етуге бағытталуы қажет. Бұл ұлттық табыс көлеміндегі салықтардың үлесін салық салудың шегін белгілеуді білдіреді. ҚР-да салық саясатын жүргізудің мақсаты отандық тауар өндірушілерді мемлекет тарапынан қолдау, мемлекеттің ішкі экономикалық дамуына ықпал ететін саясат жасау, жеке секторлардың жедел дамуына жағдай жасау, шетел инвестициясын тартуда кедергілерді алдын алу, яғни мемлекет пен салық төлеушілердің талап тілегін ортақтастыру.

Қазіргі кезде Қазақстанның салық қызметі өз дамуының жаңа сапалы сатысында: оның келешекте сәтті жұмыс жасауына бағытталған өзгертулер қатары жасалды. Фискалдық салымдардың көбеюі, Салық кодексін халықаралық стандарттарға сәйкестендірілуі реформалардың дұрыс бағытта жүргізілуін растайды. Ал әлемдік банк “Doing business 2009” рейтингісіне сәйкес біздің мемлекет «салық төлеу оңайлығы» көрсеткіші бойынша 49-шы орында. Бұл посткеңес мемлекеттердің арасында ең жоғарғы көрсеткіш болып табылады.

Мамандардың айтуынша, салық саясаты мен әкімшілік саласында соңғы жылдары әлдеқандай прогреске қол жеткізілді. Осылай, жеке сектордың өкілеттерінің тікелей қатысуымен құқықтық нормативтік база жетілдірілді: бірінші қаңтардан бастап жаңа Салық кодексі күшіне енді.

Инвестициялардың үлкен көлемі қазір белсенді түрде қолданылып жатқан ақпараттық технологиялардың дамуына салынды. Салық төлеушілердің 75 пайызынан көбі есептеулікті электронды түрде тапсырады. Бұл фискалдық органдар жұмысының эффективтілігі мен мөлдірлігін жоғарылатуға бағытталған шаралардың біреуі ғана.

Алайда қазір басталған өзгерулердің жалғасын қажет ететін бірнеше мәселе бар. Мемлекет пен бизнестің мүдделерінің балансын қамтамасыз етуге бизнес үшін орта мен әкімшіліктің деңгейін жақсарту қажет.

Мысалы, жоғарыда айтылған Әлемдік банктің рейтингісінде біздің салық төлеушілер өздерінің міндеттерін орындау үшін 271 сағат жұмсайтыны айтылған. Бұл жағдай біздің мемлекетімізді автоматты түрде 112 орынға түсіреді.

Осы мақсаттар үшін сағаттар саны Эстонияда – 81, Ұлыбританияда – 105, Малайзияда – 145, Германия мен Хорватияда – 196, Румынияда – 202 және Ресейде – 448. Шетелдің «фискалдық жағдайымен» салыстырмалы талдау салық қызметін кешенді модернизациялаудың арқасында орнын толтырыла алатын кемшіліктердің болуын көрсетеді.

Ал Бүкіләлемдік экономикалық форумның Жаһандық бәсекеге қабілеттілік индексінің «Салық салудың дәрежесі мен эффектісі» индикаторы бойынша (ол инвестицияларға шектеу сияқты салықтардың салмағының дәрежесін көрсетеді) Қазақстанның позициясы нашарлады: 2007 жылы – 81-орын, 2008 – 83.

Салықтық процедураларды жеңілдету мен әкімшілік барьерлерді төмендету үшін жыл басынан кіші және орта бизнес үшін корпоративтік табыс

салығы бойынша аванстық төлемдер алынып тасталынды, есептеулік оңтайландырылды: оның көлемі 37 пайызға, ал ұсынылатын қосымшалардың саны 68-ге қысқарды. Осымен қатар есептеулікті ұсыну мерзімдері ұзартылып, «ортақ күнге» әкелінді және «есептеулік қиыншылықтарды» қысқарту бойынша жұмыс жалғасуды. Осылай, мысалы, жаңа көрсеткіш кәсіпкерлік субъектілерінің ақпараттардың толықтылығымен, қолжетімдігімен және мерзімділігімен қанағаттану дәрежесі жасалынып белгіленді (бұл төлеушілерге өздерінің фискалдық міндеттерін сапалы атқаруға мүмкіндік береді). Бағалаудың осындай критерийін бизнес қауымдастығының өкілеттерінің өздері ұсынғаны ғажап емес.

Қазақстан Республикасының Қаржы Министрлігінің Салық комитеті (ары қарай ҚР ҚМ СК) «Электронды Үкіметті» дамыту аясында, мүлдем жаңа салықтық әкімшілік құралдарын жасауға бағытталған эффективті ақпараттық шешімдердің қатарын қабылдады. Жылдың наурыз айында тәжірибелік қолданысқа «Салық төлеушінің кабинеті» («Кабинет налогоплательщика») қосымшасы енгізілді, және БҚ «СОНО» тәжірибелік қолданысы бойынша жұмыс тобы құрылды.

Соңғы жылдары алдыңғы кезеңдермен салыстырғанда салық есептіліктерін электронды түрде ұсынатын салық төлеушілердің саны мен сонымен қатар жіберілетін және өңделетін ақпараттардың көлемі де өсті, және Салық есептіліктері нысандарының (СЕН) серверлерінің ағымдағы құралдары қолданушылардың тапсырыстарымен және құжаттармен дер кезінде өңдеуге шамасы келмеді. Сонымен бірге қолданыстағы Хабарламаларды Кепілді Жеткізу Жүйесі (ХКЖЖ) ҚР ҚМ СК ақпараттық жүйелерінің арасындағы тар байланыс орны болып қалды.

Сонымен қатар, ХКЖЖ кейбір кемшіліктері болатын, және олар салық есептіліктерінің нысандарын тапсыру кезінде айқын көрінетін. Есептеуліктерді тапсырудың максималды шарықтауында салық төлеуші өзінің жұмыс орнынан ХКЖЖ серверлерімен байланыса алмайтын, және де СЕН өндеудің іркілісі, мәліметтердің жоғалуы, қосымшалардың тұрақсыз жұмыс істеуі және т.б. осы жағдайлардың барлығы шешімдердің жаңа жолдарын іздеуді қажет етті.

Осымен бір уақытта ХКЖЖ арқылы алынатын мәліметтердің актуалдылығы күмән келтірді. Осы жерде ақпараттық технологиялардың өздерін ақтаса да, оларды жасауда, енгізуде және алып жүруде қымбатқа соғатыны анық. Сондықтан да ақпараттық жүйелерге өзгерулерді жедел енгізуге мүмкіндік беретін жаңа арзан дайын шешімдерді енгізу шешімі қабылданды. Олардың сапасы мен эргономикалылығы ҚР ҚМ СК да барлардан әлдеқайда жоғары. «СТ кабинеті» Салық Есептеуліктердің Нысандарын (СЕН) құруға, тапсыруға, сонымен қатар ағымдағы шоттардың көшірмесін, салыстырып тексерулердің актілерін, СЕН қабылдануы немесе қарыздары туралы хабарламаларды алу үшін арналған. Ол мына адрессте орналастырылған <http://cabinet.salyk.kz/>.

«СТ кабинет» – бұл ҚР ҚМ СК серверлерінде орналасқан салық төлеушінің жеке ақпараттық кеңістігі. Осындай кеңістік АҚ «Қазақтелеком»

«Мегалайн» жүйесінде де бар. Мегалайн жүйесімен таныс адамдар «кабинетті» қолданумен де таныс: қарапайым дизайн, қолайлы интерфейс, қолданушыда жүйе жұмысының ішкі механизмдерін түсінудің қажеттілігінің жоқтығы, өзінің кез келген мәліметтеріне қолжетімдік. Бірақ та сізде «СТ кабинетінің» барлық мүмкіндіктерін қолдану үшін ҚР ҚМ СК мен келісіңіз және істегі криптокілттіңіз болуы тиіс.

СЕӨЖ – бұл Салық Есептеуліктерін Өндеу Жүйесі, яғни нақты бағдарламалық қамтамасыз ету. Бір жағымды жағдай, мәліметтерді импорттау мен экспорттау алдыңғы жүйелерде болғандай тек қолданыстағы xml-құрылымындағы файлдар арқылы емес, PDF-форматтағы файлдармен де болуы. Бұл мүмкіндік қосымша бухгалтерлік бағдарламаларды жасаушыларға қысқа мерзімдерде «СТ кабинетіне» мәліметтерді импорту-экспорттау режимдерін жасауға жағдай жасайды.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Салық саясатын жүргізудегі интернеттік технологиялардың маңызы қаншалықты?
2. Мемлекеттің салық саясатын жүргізудің шетелдік тәжірибесі

Тест сұрақтары:

1. Салық саласында мемлекеттік құрылымдар мен тұтынушылар арасындағы қатынас электрондық коммерцияның қай категориясына тән?

- A) Бизнес-әкімшілік
- B) Тұтынушы-тұтынушы
- C) Бизнес-бизнес
- D) Тұтынушы-әкімшілік
- E) Бизнес-тұтынушы

2. Қазақстанда салық төлеушілер өздерінің міндеттерін орындау үшін қанша сағат жұмсайды?

- A.81
- B.196
- C.202
- D.271
- E. 299

3. ҚР ҚМ СК серверлерінде орналасқан салық төлеушінің жеке ақпараттық кеңістігі?

- A.СОНО
- B.ИСИД
- C.Салық төлеушінің кабинеті
- D.Мегалайн
- E. Қазақтелеком

4. Американдық экономист Дж. Робертсон ұсынған салық түрі
- A.«жаһандық салық»
 - B.Ұлттық салық
 - C.Жергілікті салық
 - D.Корпоративтік салық
 - E. Табыс салығы

Тақырып №11 Жаңа экономика концепциясы

Тақырыптың мақсаты: Жаңа экономика концепциясын жалпы сипаттама беру және оның ерекшеліктері мен маңыздылығын оқып білу

Тақырыптың жоспары:

1. Желілік экономикадағы ақпараттық технологиялардағы программалық өнімдерді өңдеу ерекшеліктері, мәні, маңызы.
2. Ақпараттық технологияларды пайдалану ерекшеліктері, құндылығы, өңдеу өзгешелілігі.
3. Желілік экономикадағы ақпараттық технологияларды пайдаланудағы халықаралық тәжірибелер.

Желі - бұл басқарудың децентрализован жүйесі. Желілік принцип бойынша фирма өзінің ішкі, сонымен қатар сыртқы байланыстарын құрады және де бұл процестер әр түрлі салаларда болады. Желілер, түрлі салалардың дамуына әсер ететін институттар ретінде қарастырылады. Бұнда Интернет-желілердің желісі әлемдік шаруашылықтың негізі болатын, біртұтас коммуникациялық жүйе. Желі барлық қатынас түрлерін қамтиды: отбасылық желілер, іскерлік желілер, иерархиялық желілер.

Желілік экономика - бұл желілік игіліктердің экономикасы. Қандай игіліктер желілік болып табылады?

Желілік игіліктер-бұл келесі қасиеттерге ие игіліктер:

- комплементарлық және стандарттық;
- өндіріс масштабына сай үнемділік;
- сыртқы желілік әсерлер;
- тұзақ әсерлері.

Комплементарлық, тұтынушылардың желілік игіліктер нарығында желідегі басқа игіліктермен қоса пайдалануға болатын игіліктерді сатып алатынын білдіреді.

Желілік игіліктердің шығын құрылымы қарапайым игіліктер шығынының құрылымынан өзгеше болады: шығындардың негізгі үлесі өндірістің бастапқы кезеңіне тиесілі болады, осыдан алғашқы нұсқаны дайындауға кеткен шығын келесі нұсқаларға қарағанда пропорционалды емес түрде жоғары болады, соған қоса өндіріс масштабына сай үнемділік әсерінен соңғы шығындардың төмендеуі байқалуы мүмкін.

Желілік игіліктерге қатысты *тұзақ әсерлері* атты (lock-in effects) әсерлер, яғни бұл шығындардың бір саладан, екінші бір салаға қозғалысына байланысты әсерлер, ол салалардың бір-бірімен технологиялық байланысынан туындайды. Мысалы, ірі мәліметтер базасына ие компаниялар, өздерінің операциялық жүйелері мен компьютерлеріне <<тұзаққа түскен>> болып шығады. Солай бағдарламалық қамтамасыз етуші американдық Computer Associates компаниясы, жүйелік деңгейде <<тұзаққа>>, яғни өзі қолданатын IBM жүйесіне тәуелді болып қалды.

Американдық экономистер К.Шапиро мен Х.Вэриен тұзақ әсерлерінің шығуының бес негізгі себептерін анықтады:

- контракттар мен келісімдер (көбінесе, тұтынушылар жүргізілген контракттардың шарттарына <<қолға түскен>> болып шығады, сосын оны бұзу қосымша шығынға әкеледі);

- оқу (кейде тұтынушыға басқа желіде жұмыс жасау үшін кері оқу қиын болады: мысалы, Windows немесе Macintosh операциялық жүйелерінде жұмыс жасау үшін оқу уақытты қажет етеді және бір жүйеден екіншісіне өту трансакциондық шығындарды көбейтеді);

- ақпаратты конверсиялау(бағдарламалық қамтамасыз ету файлдарды реттейді, файлдар белгілі бір сандық форматта сақталады, ал басқа программаға ауысу конверсиялауды қажет етеді);

- қосылу шығындары(Интернет жүйесіне қосылу, мобильдік телефон байланысына т.б белгілі бір шығындарға әкеліп соқтырады);

- лоялдылықты жоғалту шығындары(жаңа игіліктерге ауысу тұтынушыны жеңілдіктер мен преференциялардан айырады)

Желілік игіліктердің қасиеттері бір-бірімен тығыз байланысты, желілік игілікті зерттей келсек, оның барлық мүмкіншіліктерін түсіну үшін, әрбір игілік қасиетін кешенді түрде қарастыру қажет.Мысалы, желілік сыртқы әсерлер жоқ болған жағдайда, желілік игіліктерді өндірушілер олардың өнімдері сай болса, үлкен пайдаға кенеледі.

Біз, әрбір жеке игілікті желілік игілік ретінде сипаттайтын қасиеттерді қарастырдық. Қандай нарықтарды біз желілік игіліктер нарығы деп айтамыз?

Бұндай нарықтар желі бар жерде құрылады. Бұл телефон қызметтері, Интернет қызметтері, бағдарламалық қамтамасыз ету, банктік қызметтер, әуелік тасымалдау қызметі, т.б. Желілік маркетинг, желілік жарнама таратылады.Ең маңыздысы игілік емес, осы игілікті танытатын және тарататын желі болып табылады, бұл нақты түрде желілік экономиканы желілік емес экономикадан ерекшелендіреді. Желілік экономика жүйесіндегі игіліктердің ерекшелігі, олар өндіріспен айналысатын фирманың жұмысына және игіліктер нарығын реттеуші мемлекеттің рөліне ерекше көзқарасты талап етеді.

Өркениеттің ақпараттық сатысында қоғамның техникалық және әлеуметтік үдерісінің жеделдеуі нәтижесінде оның экономикалық, әлеуметтік, саяси және рухани салалары арасындағы байланыстар неғұрлым тығыз бола түсуде. Әлеуметтік басқару жүйелі сипат алып келеді. Ақпараттық ресурс ретінде көріне отырып, әлеуметтік ақпарат жинақтау сипатына ие болуда. Ақпараттық ресурс әлеуметтік басқару процесіндегі қызметтің ерекше түрі болып табылатын ақпараттық қамтамасыз етудің негізін құрайды. Ақпарат шешімдерді әзірлеп, қабылдау, оның орындалуын ұйымдастыру, реттеу, есепке алу мен бақылау үшін қажет. Ақпараттық қамтамасыз етудің мәні басқарудың әр сатысында қажетті деректерді жинақтау мен түрлендіру болып табылады. Жүйелілік және толықтылық талаптарына сай әлеуметтік ақпаратты алу түрлі белгілер бойынша ғылыми түрде негізделген ақпаратты сыныптау жолымен жүзеге асырылады. Әлеуметтік ақпарат, жоғарыда атап өткеніміздей,

қоғамды басқару, яғни экономиканы, әлеуметтік саланы, т.б. басқару барысында қажетті басты тетік болып табылады. Мәселен, бизнес, атап айтқанда шағын бизнес өндірістік қызметін негізінен алғанда ақпаратты өңдеу мен пайдалануға негіздеп құрады. Бұл ретте басты назар ақпараттық технологияларды пайдалануға аударылады.

Инновация мен іскерлікке арқа сүйей отырып, ақпараттық технология қалыптасқан басқару технологиясына үлкен өзгерістер енгізуде. Автоматты басқару жүйелерінің бүкіл әлеуетін іске қосу үшін әлемнің жетекші компаниялары қызметкерлер мен технологияларды біртұтас «әлеуметтік-технологиялық жүйелерге» кіріктіруде. Ақпараттық технологиялар мемлекеттік басқаруда, бұқаралық ақпарат құралдарының қызметін ұйымдастыруда кеңінен қолданылуда. Интернет желісінің одан әрі дамуы ғылыми-техникалық үрдістің жаңа кезеңі ақпараттық технологиялардың, ақпараттық менеджменттің өркендеуіне қатысты болатындығын көрсетсе керек. Дүниежүзілік біртұтас ақпарат кеңістігі ақиқатқа айналды. Қазақстан Республикасының жаңа ғасырдағы әлеуметтік-экономикалық дамуы ақпараттық саясатты ұтымды ұйымдастырумен, жаңа үрдістер мен тәжірибелерді өмірге батыл енгізумен байланысты болса керек.

Жаңа ақпараттық қоғамның негізін қалаушы сипаттамаларының бірі оныңғаламдық сипаты болып табылады. Жаңа ақпараттық қоғамды қалыптастыру үдерісінде біртіндеп ақпарат тарату және алмасу тәсілдері мен әдістері жаңартылады, уақыт үнемделеді, ұлттық шекаралар мен кедергілер бұзылады, әлемдік ақпараттық кеңістігінің, экономика, сауда, қаржы, адамзат өмірінің басқа салаларының құрылымы түбірімен өзгереді, адамдардың көзқарасы мен адамзат құндылықтарының интенсивті гомогенизациясы, мәдениет пен мәдени модельдердің әмбебаптығы (ықшамдау) байқалады, динамизмі жылдамдатылады, бәсекелестік күшейе түседі. Қазіргі әлемдік даму кезеңінде ғаламдық ақпараттық интернет желісі бүкіл әлемдік ақпараттық кеңістігінің ең көлемді және жаппай жайылған сегменті болып табылады. Сонымен бірге, уақыт өте, ғаламдық ақпараттық интернет желісі ақпарат алу және алмасудың, сондай-ақ жаппай пайдаланушылардың коммуникациясы үшін ең қол жетерлік құралы болғаны айдан анық. Қазіргі уақытта Интернеттің ақпараттық кеңістігінің жұмыс істеуіне сай келетін халықаралық ұйымдарға мыналар жатады:

- 1) The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (бұдан әрі - ICANN) - IP-адрестерін, протоколдардың параметрлерін бөлу, домендік атаулардың жүйесін әкімшілеу (Domain Name System, DNS), түбірлік серверлер (Root Server System) деп аталатын жүйенің жұмыс істеуін әкімшілеу және қолдау үшін құрылған коммерциялық емес ұйым;
- 2) Интернет желісінде нөмірлеуді бөлу жөніндегі уәкілетті ұйым (бұдан әрі - IANA, The Internet Assigned Numbers Authority);
- 3) Еуропалық желілік үйлестіру орталығы (бұдан әрі - RIPE NCC) - тіркеушілер үшін IP-адрестерді бөлуді және тіркеуді қамтамасыз етеді. RIPE NCC тіркеушілер үшін IP-адрестерді бөлу мен тіркеуді қамтамасыз етеді. RIPE NCC қызмет көрсету аймағында Интернеттің ғаламдық

ресурстарын әділетті бөлуге кепілдеме бере отырып, Еуропа, Таяу Шығыс, Солтүстік Африка және Азияның бөлігінің тіркеушілеріне қызмет көрсетеді;

- 4) The Internet Engineering Task Force (бұдан әрі - IETF) - Интернет сәулетін дамыту және қолданыстағы инфрақұрылымның үздіксіз қызмет етуінің біріктірілген міндеттерін дамытуға жұмыс жасайтын желілік хаттамаларын дайындаушылар, операторлар, өндірушілер және зерттеушілердің халықаралық ашық бірлестігі болып табылады;
- 5) Дүниежүзілік зияткерлік жеке меншік ұйымы (бұдан әрі - ДЗЖҰ). Жоғарғы деңгейдегі домендер (бұдан әрі - TLD, Top Level Domain) екі үлкен бөлікке бөлінеді: Біріншісі - жалпы пайдаланатын домендер (generic TLD немесе gTLD) және екіншісі - ұлттық екі әріпті домендер (country code TLD немесе ccTLD). Жалпы пайдаланатын домендерге COM, NET, ORG, INFO, BIZ, MUSEUM, NAME, AERO, COOP, PRO, INT, GOV және басқа да домендер жатады. Қазіргі сәтте ISO 3166-1 халықаралық стандартқа сәйкес елдер мен аумақтардың екі әріпті кодтар саны бойынша ұлттық домендер - 250 (RU - Ресей үшін, DE - Германия үшін, UK - Ұлыбритания үшін) Ұлттық домендерді басқару бойынша өкілеттік елдердің интернет-қауымдастықтарының келісімдері бойынша IANA ұйымымен беріледі. Ұлттық домендерді дамытудың жалпы үрдістері мынадай: біріншіден, академиялық желілерден ұлттық домендердің операторлар (провайдерлер) бірлестігіне өтуі, сондай-ақ қатар тіркеу ережелерін дайындауға елдің интернет-қауымдастығының қатысуы: нарықтың кәсіби қатысушылары, тұтынушылар, қоғамдық (кейде үкіметтік) ұйымдар; екіншіден, домендік атауларды тіркеуде операторлар қатысуының коммерциялық кестелерін дайындау; үшіншіден, домендерді тіркеудің ашық ережелеріне біртіндеп өтуі, шектеулердің алынуы. Кез-келген субъектінің Интернеттегі қызметі құқықтық проблемалардың тұтас сериясын қалыптастырады. Олар пайдаланушының қызметін, сайттың мәртебесін және оның мазмұнын реттеуге (рұқсат етілген, реттелмеген, заңсыз); авторлық және аралас құқықтардың орындалуына; «киберэкономиканы» қалыптастыру электрондық ақшалар, төлемдік жүйелер, құнды қағаздар, электрондық банктер, жарнама, маркетинг, электрондық контрактілер, салықтар); жеке және мемлекеттік мүдделердің ақпараттық қауіпсіздігіне бөлінеді. Интернет желісін құру және нормативтік негіздерінің ұтымдылығы бойынша үдеріс 80 жылдардың басынан бастап Еуропа және АҚШ-та (және бірқатар басқа да шет елдерде) басталған.

Қазіргі уақытта Интернет желісі қарым-қатынастарын құқықтық реттеудің бірнеше деңгейі қалыптасты:

- 1) халықаралық;
- 2) өңірлік (Еуропалық одақ және ТМД шеңберінде);
- 3) ұлттық.

Осы деңгейлердің әрқайсысында өкілетті заң шығарушы қарастырып отырған құқықтық қарым-қатынастар саласын реттеуге ұмтылады. Интернет желісінің трансшекаралылығы Интернет желісіндегі құқықтық қарым-қатынастарды халықаралық құқықтық реттеу, қолданыстағы ережелер мен әдеттегіліктерді біріздендіру қажеттілігін кұрайды. Біріздендірудің нормалары ЕО шеңберінде, сондай-ақ БҰҰ шеңберіндегі (УНИДРУА жеке құқықты біріздендіру институты) халықаралық деңгейде, Дүниежүзілік Зияткерлік Жеке меншік Ұйымы (ДЗЖҰ), Халықаралық сауда палатасы (ХСП), БҰҰ Еуропалық экономикалық комиссиясы, сауда және электрондық бизнеске ықпал ету БҰҰ Орталығымен жүргізіледі. ТСР/ІР желі хаттамаларының ыңғайсыз цифрлық адресстерінің жеңіл есте қалатын әріптік сөз тіркестеріне ауыстыруға мүмкіндік берген домен атаулары жүйесінің пайда болуы, интернеттің белсенді түрде коммерциализациялануы мен әйгілі болуы соңғы жылдары домен өздерінің белгілері бойынша олардың қолданыстағы түрлеріне ұқсас - тауар белгілері, фирманың атаулары бойынша материалдық емес актив белгілерін иеленді. Мазмұнында домендік атауы ғана берілген жарнамалық тақталар жиі кездеседі. Қымбат тұратын интернет-жобалар жүзеге асырылып жатыр, олар үшін домен олардың коммерциялық табыстарының едәуір бөлігін кұрайды, өйткені тұтынушылар доменді электрондық бизнес субъектісінің қандай да бір тауар, жұмыс немесе қызмет көрсетулерімен байланыстырады.

Өзін -өзі тексеру сұрақтары:

1. Жаңа экономика концепциясы дегеніміз не?
2. Технологиялық парк ұғымының анықтамасы қандай?
3. Қазіргі уақытта Интернет желісі қарым-қатынастарын құқықтық реттеудің қандай деңгейлері қалыптасты?

Тест сұрақтары:

1. Желі - бұл...
 - А) Бағдарламалық құрал түрі
 - В) Кәсіпорынды басқару стратегиясы
 - С) Бұл басқарудың децентрализован жүйесі
 - Д) Бизнес-жүйенің үлгісі
 - Е) Корпоративті ақпараттық жүйе құру үшін операциялық жүйе
2. Қазіргі кезде Интернет желісі қарым-қатынастарын құқықтық реттеудің қандай деңгейлері бар?
 - А) Бағдарламалық, жергілікті, ұлттық
 - В) халықаралық, экономикалық, әлеуметтік
 - С) жергілікті, интеграцияланған, ұлттық
 - Д) халықаралық, ұлттық, жергілікті
 - Е) Корпоративтік, ақпараттық, экономикалық

3. Жаңа ақпараттық қоғамның негізін қалаушы қандай сипаты болып табылады?

- A) Бағдарламалық
- B) халықаралық
- C) интеграцияланған
- D) ұлттық
- E) ғаламдық жауабы

4. ISO 3166-1 халықаралық стандартқа сәйкес елдер мен аумақтардың екі әріпті кодтар саны бойынша ұлттық домендер қанша?

- A) 140
- B) 250
- C) 350
- D) 100
- E) 200

Тақырып №12 Қазақстанның ақпараттық экономикасын дамыту және халықаралық шаруашылықты жаһандандыру

Тақырыптың мақсаты: Қазақстандағы ақпараттық экономиканы барынша дамыту және оны халықаралық шаруашылықта жаһандандырудағы өзекті мәселелермен таныстыру.

Тақырыптың жоспары:

1. Жүйелік экономиканы жаһандандыру мәселелері, яғни глобализациядағы алғышарттардың қалыптасуы: мақсаттары мен міндеттері
2. Бүгінгі күндегі осыған байланысты қалыптасқан өзекті мәселелерді шешу жолдары.

Соңғы бірнеше жылдардың ішінде «жаңа экономиканың» келуі жақындай түскені айқын көрінуде. «Ескі индустриалды жүйенің» орнына ақпараттық технологиялар мен Интернетпен қозғалатын экономика келуде. Жаңа экономика динамикалы, тереңғылымды және өзгерістерге өте икемді болып табылады.

Жаңа экономиканың пайда болуымен өзгерістердің дәрежесін түсіну барысында, индустриалды экономиканың өсу мен дамуын бағалау үшін қолданылатын құралдардың жаңа шарттарда жарамсыз екеніне көз ашылды. Статистикалық мәліметтерге негізделетін көрсеткіштер (мысалы, жалпы ішкі өнімнің (ЖІӨ) көлемі) ақпараттық экономиканың өсуін қамтамасыз ететін факторларды ескермейді. Сондықтан да осы факторларды айқындап, қосындысында жаһандық ақпараттық экономиканың индексі (Global New E-Economy Index) құрайтын сандық және сапалық көрсеткіштердің жиынтығын анықтауға қажеттілік туындады. Осындай жұмыстар Прогрессивті саясат институтында (Progressive Policy Institute, <http://www.ppi.org>) жүргізілетін, 1999 жылдың шілдесінде, Global New E-Economy Index индексінің негізі болып табылатын, АҚШ-тың әр штаты үшін жаңа экономиканың ұлттық индексі (New Economy Index) құрастыру бойынша проект іске қосылды. Осы екі индекс үшін бірдей категориялы көрсеткіштер қолданылса да, көрсеткіштердің өздерінде бір бірінен қатты айырмашылық бар, себебі ол нақты мәліметтердің болуына байланысты.

Жаһандық ақпараттық экономиканың индексі талдау кезінде мынадай категориялар мен оларға кіретін көрсеткіштер қарастырылған болатын:

1. Жоғары мамандықты қажет ететін жұмыс орындары. Жоғары мамандық пен білімнің үлкенірек көлемін қажет ететін жұмыс орындары жаңа экономиканың қозғалтқышы болып табылады. Бұндай қызметтер ақпараттық технологиялармен байланысты және инженерлік білімді қажет етеді. Сонымен бірге жоғары маманданған басқарушы қызметкерлерге сұраныс көбееді. Және де, еңбек күшінің мамандануына талаптардың өсуімен бірге білім деңгейін жоғарылатудың қажеттілігі де артады. Бұл категорияның құрамына келесі көрсеткіштер енеді:

- Маманданған инженерлік қызметкерлер. Әр мемлекеттің еңбек нарығындағы инженерлердің саны.

- АТ-мамандарының болуы. Әр мемлекеттің еңбек нарығындағы ақпараттық технологиялар саласындағы маманданған қызметкерлердің саны.

- Басқарушы қызметкерлердің болуы. Әр мемлекеттің еңбек нарығындағы жетік басқарушылардың саны.

- Жоғары оқу орындарының оқушылары. Мемлекеттік және жеке жоғары оқу орындардағы 17 мен 34 жас аралығындағы оқушылардың саны.

2. Экономиканың жаһандануы. Өз масштабы бойынша ұлттық болып келетін индустриалды экономикаға қарағанда жаңа экономика жаһандық сипат алады. Біршама дамыған елдер экономикалық және саудалық барьерлерді қысқартып, жаһандық капитал нарығына шығуға тырысады. Олар жана кәсіпорындарды жасау мақсатында технологиялық жаңашылдықтарды қолдап, тауарлар мен қызметтерді жаһандық нарықта сататын болады. Бұл категория мынадай көрсеткіштерді құрайды:

- Тауарлар экспорты.
- Коммерциялық қызметтердің экспорты.
- Шетелге тікелей инвестициялық ағындар.
- Шетелдегі мүлікке тікелей салымдар.
- Протекционизм. Шетел тауарлары мен қызметтерінің импортын ликвидациялау мақсатында ұлттық протекциондық шаралардың дәрежесі.

3. Экономика динамикасы мен бәсекелестік Жаңа экономика жағдайында бәсекелестік компаниялардың технологиялық жаңашылдықтарды енгізу, қысқа мерзімдерде ХХІ ғасырдың жаңа тауарлар мен қызметтерін жасау және оларды нарыққа шығару қабілетіне негізделеді. Осындай компаниялар динамикалы және әрекетшіл болып келеді, олар нарықтың тез өзгеретін жағдайына іле-шала және тәнік жауап қайтара алады. Бұл категория келесі көрсеткіштерден тұрады:

- Жалпы өнімділік. Бір жұмысшыға шаққандағы жалпы ішкі өнім.
- Жұмыскерлерді ынталандыру. Қызметкерлер компанияның мақсатымен разы және оны қолдайды.
- Процестерді басқару. Әр мемлекетте процестерге (яғни, сапасына, нарыққа өткізу уақыты және т.б.) қаншалықты көңіл бөлінеді.
- Кәсіпкерлік. Компанияның басқарушы қызметкерлерінде кәсіпкерлік қабілеттіктің болуы.
- Компанияның қаржылық әл - ауқаты. Компанияның қаржылық жағдайы оның бәсекеге қабілеттілігіне қаншалықты әсер ететіні.
- Венчурлық капитал. Бизнестің дамуы үшін венчурлық капиталдың болуы.

4. Ақпараттық экономикаға трансформация

Индустриалды экономика операцияға қатысушылардың бір бірімен тікелей байланыста болуында және операциялар нақты тауарлар мен тиесілі қағаз құжаттармен жүзеге асатындығына негізделетін. Жаңа экономика жағдайында операциялар электронды түрде жүргізіледі, ал бұл,

жаңашылдықтарды енгізуге мүмкіндік жасайтын, ертеректе мүмкін емес болатын виртуалды қарым - қатынастар мен ортаны құрастыруға әкеледі. Бұл категорияның құрамына мынадай көрсеткіштер енеді:

- Интернетке қол жетімдік. Бір мың адамға хосттардың саны.
- Электронды коммерция. Электронды коммерцияның даму дәрежесі.
- Телекоммуникацияларға салымдар. Жалпы ішкі өнімнің орташа пайыздық мөлшері.
- Қолданылатын компьютерлер. Барлық әлемдегі компьютерлер қуатының (секундына миллион операция) үлесі.

5. Технологиялық жаңашылдықтарды енгізу мүмкіндігі

Жаңа экономиканың дамуы, индустриалды экономикада әрекеттегілермен қатар, бірнеше жаңа факторлармен қамтамасыз етіледі. «Ескі экономикада» бірінші дәрежелі маңыздылыққа еңбек, ақшалай және табиғи ресурстар ие болатын. Олар жаңа экономика жағдайында өзінің мәнін сақтаса да, ертеректе жоқ болатын, ақпараттық және технологиялық жаңашылдықтарды енгізуді жылдамдату сияқты мүмкіндіктерді ескерген жөн. Бұл категория келесі көрсеткіштерді құрайды:

- Берілген патенттердің саны. Мемлекеттің тұрақты тұрғындарына берілген жылсайынғы патенттердің орташа саны.
- Зертеулер мен жасалымдарға шығындардың жалпы мөлшері.
- Зертеу мен жасалымдарда қызмет ететін елдегі қызметкерлердің жалпы саны.

Жаһандық ақпараттық экономика индексі экономиканың динамикасы мен тұрақтылығын, және әр мемлекеттің технологиялық мүмкіндіктері мен әлеуетін анықтау үшін маңызды құрал болып табылады. АТ-индустриясы әлемдегі біршама динамикалы түрде дамитын салалардың бірі болып табылады. Саланың өсуі ұйымның бизнес процестеріне, мемлекеттік басқарудың механизмдеріне және адамдардың күнделікті өміріне IT-технологиялардың жалпы енуінің кеңеюінен болды. IDC аналитикалық агенттіктің мәліметтері бойынша Қазақстанның IT-нарығының жалпы көлемі 2005 жылы 520 млн.долл., 2006ж- 680 млн. долл. және 2007 - 860 млн. долл. құрады. Осымен бірге жабдықтар үлесі 75%, IT-қызметтер 15%, қораптық БҚЕ 10% құрады және динамикада бұл көрсеткіштер мардымсыз. Қазақстандық жасаушы бұл көлемде өте мардымсыз. Жабдықтар мен қораптық БҚЕ бәрі шетелден, IT-қызметтер жергілікті отандық компаниялар мен шетел компаниялармен де көрсетіледі.

Біздің ҚР статистика Агенттігінің мәліметтері бойынша ҚР ақпараттық технологияларға жалпы шығындары 2004 жылы 20,3 млрд. тенге және 2005 - 25,9 млрд. тенге құрады. 2006 жылы Қазақстанның ЖІӨ 77,9 млрд. долл. және 2007- 100 млрд. долл. құрады.

IT-индустрияда дәстүрлі бес секторды бөліп көрсетеді:

- «темір» өндірісі, яғни компьютерлік және коммуникациялық жабдықтарды өндіру;
- бағдарламалық қамтамасыз етуді жобалау мен жасау;
- IT-қызметтерді ұсыну;

- телекоммуникация;
- микроэлектроника өнімдерін өндіру.

Көптеген мемлекеттер бір екі салада зерттеме жасайды, және тек бірнеше мемлекет қана барлық секторларда жетік жұмыс жасайды.

2007 жылдан бастап біздің Елбасымыз өз жолдауларында экономикалық ұмтылыс жасаған мемлекеттердің тәжірибесін зерттеп қолдану керектігін айтады. IT-индустрияның жылдам дамуының мысалы ретінде Үндістан мемлекетін айтуға болады. Бұл мемлекет соңғы 20-30 жылдарда әлемдік еңбек бөлінісінде бағдарламалық қамтамасыз ету секторында өз тауашасын таба алды.

Қазіргі кезде Қазақстанда IT-саласының бәсекеге қабілеттілігін құрастырудың үш негізгі проблемасы бар. Атап кететін болсақ:

Біріншіден ол ұйымдастырушылық мәселе:

- IT-саласын басқару туралы мемлекеттік саясаттың жоқтығы;
- Мемлекеттің IT нарығының жалпы құрылымында IT-қызметтердің төмен деңгейі;

- Ақпараттық инфрақұрылымның дамымауы;
- IT-мамандарының жетіспеушілігі;
- Саланың статистикасын жүргізудің төмен деңгейі.

Екіншіден экономикалық мәселелер:

- Ақпараттық технологияларға шығындарды жоспарлаудың дұрыс болмауы;
- IT-саласының жылдамдатылған дамуына экономикалық тұтқалардың болмауы;

- Тікелей шетел инвестициялар үшін қызықтырмайтын ұсыныс.

Және үшінші мәселе құқықтық нормативтік:

- Заңнамалық базаның жеткіліксіздігі мен кемдігі;
- IT-саласында стандарттарды қабылдау мен енгізу бойынша жұмыстың әлсіздігі болып табылады.

Қазақстанның ақпараттық технологиялар саласын дамытуда мынадай негізгі факторлар бар:

- Экономика мен мемлекеттік органдарда ақпараттық технологияларға шығындардың өсуімен келісілген ішкі сұраныстың артуы;

- IT қызметтер мен бағдарламалық қамтамасыз етулерге сұраныстың артуына әкелетін, Қазақстанның негізгі салаларында ірі инвестициялық проекттерді жүзеге асыру;

- IT саласының дамуы бойынша мемлекеттік саясатты құру мен жүзеге асыру.

Өзін - өзі тексеру сұрақтары:

1. Ақпараттық жаһандану дегеніміз не?
2. Қазіргі заманғы ақпараттық технологияны кең қолдануды ұйғаратын мемлекеттік басқару жүйесі?

3. Қазақстандағы ақпараттық нарықтың қалыптасуы қай жылмен сәйкес келеді?

Тест тапсырмалары:

1. ҚР-ң индустриалды-инновациялық даму стратегиясының 2 кезеңі қай жылдарды қарастырады?

- A) 2007-2009жж
- B) 2006-2010жж
- C) 2004-2006жж
- D) 2006-2008жж
- E) 2003-2004жж

2. Ақпараттық технологияның әлемдік нарығындағы жұмыспен қамту өсімшесі қанша пайызды құрайды?

- A) 11
- B) 4
- C) 15
- D) 6
- E) 9

3. Жапониядағы ақпараттық технология секторындағы жұмысшылар пайызы?

- A) 9
- B) 25
- C) 41
- D) 15
- E) 4

4. Ақпараттық жаһандану?

- A) жаңа экономика
- B) эмбоссирлеу
- C) ақпараттық технологиялардың «әсерінен әлеуметтік, мәдени, бірыңғай экономикасын құру
- D) кастомизация
- E) виртуалды экономика

Тақырып №13 Ақпараттық қауіпсіздік саласындағы мемлекеттің саясаты

Тақырыптың мақсаты: Ақпараттық нарықтағы қауіпсіздік мәселелерінің маңыздылығын аша түсу және де мемлекет тарапынан реттеу саясатын түсіндіру

Тақырыптың жоспары:

1. Интернет сферасындағы ақпараттардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету қажеттілігі.
2. Оны ұйымдастырудағы қауіпсіздік жолдары.
3. Қауіпсіздікті қамтамасыз етудегі құқықтың аспектілері, оның кемшіліктері және оны шешу жолдары, бағыттары.

Қазіргі заманда адам мен оның өмірі жыл сайын ақпаратқа, ақпараттық технологияға, ресурсқа тәуелді болып келеді. Психологтардың бағалауы бойынша, “ақылды адам” ақырындап “ақпараттық адамға” ауысады. Компьютерлік желілердің пайда болуы мен таралуы ақпараттық жүйенің дамуына әкелді. Ақпараттық кеңістікте Интернет ролінің өсуімен адамның және қоғамның құқықтары мен бостандықтарын зорлық жасау мен қатыгездікті насихаттайтын ақпараттан, оларға өтірік және жалған ақпаратты танудан, болашақ ұрпақтың мақсатты бағытталған теріс дүниетанымын қалыптастырудан қорғау қажеттілігі туындайды. Бұл ретте, сыртқы қауіп көздері Қазақстан Республикасының заңи құзыретінен тыс болуы мүмкін, бұл құқық шаралары жүйесін қолдануды елеулі қиындатады. Қазіргі заманғы қоғамның табысты жұмыс істеуі онда болып жатқан ақпараттық процестердің қаншалықты тиімді ұйымдастырылғанына және қалыптасқанына тұтастай байланысты. Осыған байланысты ҚР үшін осы процестердің мемлекет шеңберінде бірыңғай ақпараттық кеңістікке түйісуі үлкен маңызды болуда. Тарихтың жаңа этапы басталғанда, ақпарат, ақпараттық ресурспен бірге адамның өзін де қорғау керек болады. Біздің ойымызша, ақпарат қауіпсіздігі өсе келе, елдің ұлттық қауіпсіздігі жүйесінде бірінші орынға шығады. Елде толықтай ақпараттық қоғамды құруда және мемлекет пен ақпараттың қауіпсіздігін қамтамасыз етуде ақпарат стратегиялық ресурсқа айналып отыр. Бірақ сол кездің өзінде экономикалық құрылымда коммерциялық ақпаратты заңсыз қолданудың өнеркәсіптік шпионажы мен хакерлік орын алды. Жалпы ақпараттық технологияға негізделген ақпараттық экономика тез өсіп келе жатыр. Себебі, 20-шы ғасыр high-tech – ауыл шаруашылығындағы, әскерлік істегі, өнеркәсіптегі жоғарғы технологиялар ғасыры деп аталса, 21-ші ғасыр high-hume – жеке адамдар не ұжымның мүмкіндіктерін тиімді пайдалану мен дамытуға бағытталған жоғарғы гуманитарлық технология деп аталды.

Қазақстан Республикасы Президентінің халыққа 1997 жылғы "Қазақстан – 2030 барлық Қазақстандықтардың өсіп-өркендеуі, қауіпсіздігі және әлауқатының артуы" Жолдауында ұзақ мерзімді басымдық ретінде ұлттық

қауіпсіздік айқындалды, оның элементтерінің бірі ақпараттық қауіпсіздік болып табылады. “Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздік тұжырымдамасы туралы” Қазақстан Республикасының Президенті Жарлығының жобасы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2006 жылғы 21 қыркүйектегі №894 Қаулысында қабылданды. Онда қоғам мен мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық және мәдени өміріндегі ақпараттық технологиялардың маңызды ролі ақпараттық қауіпсіздік мәселелерін шешуге жоғары талаптар қояды делінген.

Ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің негізгі мақсаттары:

1. ұлттық ақпаратты қорғау жүйесін, оның ішінде мемлекеттік ақпараттық ресурстарды құру және нығайту;

2. мемлекеттік ақпараттық ресурстарды, сондай-ақ ақпарат саласында адам құқықтары мен қоғам мүдделерін қорғау;

3. Қазақстанның ақпараттық тәуелділігін, басқа мемлекеттер тарапынан ақпараттық экспансияны немесе тосқауылды, Президенттің, Парламенттің, Үкіметтің және басқа да мемлекеттік органдар мен ұйымдардың ақпараттық оқшаулануын төмендету немесе оған жол бермеу болып табылады.

Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету жөніндегі негізгі міндеттер:

1. ақпараттық қауіпсіздік саласында ұлттық заңнаманы жетілдіру;

2. ақпараттық қауіпсіздік қауіптерінің көздерін анықтау, бағалау, болжау, қорғалатын объектілердің барлауға қолжетімділік өлшемдерін айқындау,

3. ақпараттық қауіпсіздіктің мемлекеттік саясатын қамтамасыз етудің іс-шаралар кешенін және оларды іске асыру әдістерін әзірлеу;

4. ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету саласындағы мемлекеттік органдар мен ұйымдардың қызметін құқықтық реттеу және үйлестіру;

5. ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету жүйесін дамыту, оны ұйымдастыруды, нысандарын, әдістерін және ақпараттық қауіпсіздік қауіптерін бейтараптау құралдарын, оны бұзу салдарларын жоюды жетілдіру;

6. Қазақстанның жаһандық ақпараттық желілер мен жүйелерді құру және пайдалану процестеріне белсенді қатысуын қамтамасыз ету;

7. техникалық барлауларға қарсы іс-әрекет ету жөніндегі нормативтік - құқықтық және әдістемелік базаны әзірлеу және жетілдіру жолымен техникалық барлауларға қарсы іс-қимыл жасау жүйесін құру болып табылады.

Экономикалық қызметтің кейбір саласы мысалға, электрондық бизнес жоғары серпінмен мазмұндалады. Әсіресе ақпараттық жүйеге қатысты бағдарламалар жиі ауысып отырады, жаңа аппарат құралдарын енгізу мен бизнес серіктестерді үздіксіз іздеу жүріп отырады. Мысалға, мобильдік коммуникаторға бағытталған төлем жүйесі.

Мемлекеттің ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету, ақпарат алу, оны конституциялық құрылыстың беріктігін, Қазақстан Республикасының егемендігі мен аумақтық тұтастығын, саяси, экономикалық және әлеуметтік тұрақтылығын, заңдылық пен құқықтық тәртіпті қамтамасыз ету мақсатында

пайдалану, ақпараттық қауіпсіздік саласында өзара тиімді халықаралық ынтымақтастықты дамыту саласындағы адамның және азаматтың конституциялық құқықтары мен еркіндігін іске асыруға қабілетті ұйымдастырушылық, техникалық, бағдарламалық, әлеуметтік тетіктерді қамтитын кешенді көзқарасты пайдалануды талап етеді. 1999ж ISO Халықаралық стандартизация ұйымы “Ақпараттық қауіпсіздіктің жалпы критерийлері” туралы стандарт қабылдады. 2005 жылдың 15-17 маусымында 1-ші “Ауданның, ұйымның, азаматтардың ақпараттық қауіпсіздігінің” (InfoforumCity - 2005) халықаралық көрме форумы болды. Салалық көрмеден басқа пленарлық отырыс, 9 тематикалық отырыс және Microsoft пен IBM компанияларының генералды демеушісі ұйымдастырған семинары өтті. “ИНФОФОРУМ - 2005” - тің Генералды демеушісі Sun Microsystems арнайы мерекені “ИНФОФОРУМ ” комитетінің мүшелеріне және Беларусь пен Қазақстан Республикасына өткізді. Ал Ақпараттық қауіпсіздіктің ең бірінші ұлттық форумы 2006 жылдың 16-шы ақпанында ұйымдастырылды. Ал Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз етудің мемлекеттік саясаты (бұдан әрі - Мемлекеттік саясат) ашық болып табылады және қоғамның қолданыстағы заңнамада көзделген шектеулерді ескере отырып, ақпараттық қауіпсіздік саласындағы мемлекеттік органдар мен қоғамдық институттардың қызметі туралы хабардар болуын көздейді. Ол жеке және заңды тұлғалардың кез-келген заңды тәсілмен ақпаратты еркін жасауға, іздестіруге, алуға және таратуға құқықтарын қамтамасыз етуге негізделеді.

Сонымен, ақпараттық қауіпсіздік ұлттық қауіпсіздіктің бір бөлігі ретінде ақпаратпен қатысты барлық қауіпсіздікті айтамыз. Ал қауіпсіздік түрі негізінен ақпараттың конфиденциалдылығында, толықтығында және қолжетімділігіне байланысты. Жалпы мемлекеттік құпияларды құрайтын мәліметтерді қамтитын ақпаратқа қатысты барлық қатынас субъектілері үшін белгіленген құпиялық режимі жұмыс істейді. Осы ақпараттың меншік иесі мемлекет болып табылады. Мемлекет меншік иесі болып табылатын қол жеткізу шектелген ақпаратты қорғауды қамтамасыз ету үшін мемлекеттік ақпаратты қорғау жүйесі жұмыс істейді.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ететін құқықтық аспектілерқандай?
2. Интернет сферасындағы ақпараттық ұйымдастырудың қауіпсіздігі, оны іске асыру жолдары қандай?

Тест тапсырмалары:

1. Қазақстан Республикасының ақпараттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету жөніндегі негізгі міндеттерге жатпайтыны:

- A) ақпараттық қауіпсіздік саласында ұлттық заңнаманы жетілдіру;
- B) ақпараттық қауіпсіздік қауіптерінің көздерін анықтау, бағалау, болжау, қорғалатын объектілердің барлауға қолжетімділік өлшемдерін айқындау,
- C) ақпараттық қауіпсіздіктің мемлекеттік саясатын қамтамасыз етудің іс-шаралар кешенін және оларды іске асыру әдістерін әзірлеу;
- D) ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету саласындағы мемлекеттік органдар мен ұйымдардың қызметін құқықтық реттеу және үйлестіру;
- E) Қазақстанның жаһандық ақпараттық желілері мен жүйелерін құруды тоқтату және пайдалану процестеріне белсенді қатысуын болдырмау;

2. АС қауіпсіздік аудитінің процедурасына жатпайтындар:

- A) бақылау құралдарын тексеру
- B) бақылау құралын өткізудің дұрыстығын бағалау
- C) анализ және басқару тәуекелділігі
- D) бақылау құралдарының тәуекелділігінің адекватты анализі
- E) авторлық құқықты қорғау

3. Ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің негізгі мақсаты:

- A) ұлттық ақпаратты қорғау жүйесін, оның ішінде мемлекеттік ақпараттық ресурстарды құру және нығайту;
- B) ақпараттық қауіпсіздік саласында ұлттық заңнаманы жетілдіру;
- C) ақпараттық қауіпсіздік қауіптерінің көздерін анықтау, бағалау, болжау, қорғалатын объектілердің барлауға қолжетімділік өлшемдерін айқындау,
- D) авторлық құқықты қорғау
- E) Қазақстанның жаһандық ақпараттық желілері мен жүйелерін құруды тоқтату және пайдалану процестеріне белсенді қатысуын болдырмау;

4. High tech-нің ғасыры емес?

- A) ауыл шаруашылығындағы технология
- B) әскерлік істегі технология
- C) өнеркәсіптегі жоғарғы технологиялар
- D) жоғарғы гуманитарлық технология
- E) экономикадағы жаңа технологиялар

Тақырып №14 Еуропалық стандарттар жүйесі

Тақырыптың мақсаты: Халықаралық экономикадағы ақпараттар нарығындағы стандарттар жүйесімен таныстыру.

Тақырыптың жоспары:

1. Халықаралық жүйелік стандарттар түсінігі, мәні, қажеттілігі, түрлері.
2. Еуростандарттар жүйесі. Еуростандарттардың түрлерінің ерекшелігі.
3. Еуростандарттардың атқаратын қызметі. Экономика мен халықаралық жүйелік стандарттардың байланысы мен әсері.

Ақпараттық қауіпсіздік бұл ақпараттық ортаның қауіпсіздік жағдайы, ақпаратты қорғау дегеніміз қорғалған ақпараттың жайылып кетуін, қорғалатын ақпаратқа рұқсат етілмеген және байқаусыз әсер етуді болдырмау бойынша шаралар, яғни бұл жағдайға жетуге бағытталған процесс болып табылады. Ұйымның ақпараттық қауіпсіздігі оның құрастырылуын, қолданылуын және дамуын қамтамасыз ететін ұйымның ақпараттық ортасының қауіпсіздік жағдайы. Мемлекеттің ақпараттық қауіпсіздігі мемлекеттің ақпараттық ресурстарының қауіпсіздік жағдайы мен ақпараттық саладағы тұлға мен қоғамның заңды құқықтарының қорғалуы.

Қазіргі әлеуметте ақпараттық саланың екі құраушысы бар: ақпараттық техникалық (адаммен жасанды жасалған техника, технология және т.б. әлемі) және ақпараттық психологиялық (адамның өзі құрамына кіретін, тірі табиғатәлемі). Кез келген мемлекеттің ұлттық қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін ақпараттық қауіпсіздік өзекті проблема екендігін халықаралық тәжірибе растайды. Әлемдегі бір де бір мемлекетте Интернетте және электрондық төлемдерде киберқылмыстың - вирустардың таралуы, жағымсыз хабарлар (бұдан әрі - спам), ерсі ақпараттар, қарақшылық, алаяқтық негізгі түрлеріне қарсы тұрақты иммунитеті жоқ.

Ақпараттық қауіпсіздікті қорғау ұлттық заңнаманың шығарылған ақпараттың зияткерлік меншігін қорғау, Интернет арқылы таралатын компьютерлік вирустардың, қорлау және ерсі ақпараттардың, қоғамға қарсы үндеулердің, спам, ақпаратқа рұқсатсыз қолжеткізуді жібермеудің, Интернетті пайдалануға қолданылатын қорғау құралдарын пайдаланудың тәртібін белгілеу, сондай-ақ мұндай құқық бұзушылық жасаушы тұлғаларды тиімді анықтау және жазалау үшін нормативтік шарттар жасаусыз мүмкін емес.

Ақпараттық қауіпсіздік қауіптерінің көздері:

- жекелеген шетелдік саяси, экономикалық, әскери және ақпараттық құрылымдар;
- шетел мемлекеттерінің барлау және арнайы қызметтері;
- халықаралық террористік және экстремистік ұйымдар;
- құрылымға қарсы бағыттағы заңсыз саяси, діни және экономикалық құрылымдар;
- ұйымдасқан қылмыстық қоғамдастықтар мен топтар;

- жекелеген жеке және заңды тұлғалар;
- дүлей зілзалалар және апаттар болып табылады.

Сыртқыға:

• шетел мемлекеттерінің жаһандық ақпараттық мониторинг, ақпарат пен жаңа ақпараттық технологияларды тарату саласындағы сындарлы емес саясаты;

- шетелдік барлау және арнайы қызметтердің іс-әрекеттері;
- халықаралық топтардың, құрылымдар мен жеке тұлғалардың қылмыстық іс-әрекеттері, өнеркәсіптік және банктік шпионаж;
- дүлей зілзалалар және апаттар;
- халықаралық террористтік және экстремисттік ұйымдардың әрекеті;
- Қазақстан Республикасының мүдделеріне қарсы бағытталған шетелдік саяси және экономикалық құрылымдардың қызметі жатады.

Ақпараттық қауіпсіздіктің 1998 жылы қабылданған "Common Criteria" атауымен белгілі болған ISO 15408 базалық стандарты қорғалған ақпараттық кешендердің нәтижесі болып табылады. Бұл стандартты жасауда Стандарттар мен технологиялардың ұлттық институты және Ұлттық қауіпсіздік агенттігі (АҚШ), Коммуникация қауіпсіздігінің мекемесі (Канада), Ақпараттық қауіпсіздік агенттігі (Германия), Коммуникациялардың ұлттық қауіпсіздігінің агенттігі (Голландия), АТ қауіпсіздігі мен сертификациялануын жүзеге асыратын бағдарламалар органдары (Англия), жүйелер қауіпсіздігін қамтамасыз ету орталығы (Франция) қатысты.

Европалық елдердің барлығында ұлттық ақпараттық ресурстарды түрлі стандарттар мен бекітіп оны қорғау мәселесі айтарлықтай өзекті болып отыр. Сондықтан жоғарғы деңгейдегі саяси және экономикалық мақсаттарға қол жеткізуде нақты ақпараттық шабуылдар жасалып жатыр.

Ақпараттық қауіпсіздіктің Еуропалық стандарттары:

• BS 7799-1:2005 — Британдық стандарт BS 7799 бірінші бөлім. BS 7799 Part 1 — Code of Practice for Information Security Management (Ақпараттық қауіпсіздікті басқарудың практикалық ережелері) осы салада әлемдік тәжірибенің ең мықты мысалдарының (best practices) негізінде анықталған, ұйымның ақпараттық қауіпсіздігін басқару жүйесін (АҚБЖ) құрастыру үшін қажет 127 басқару механизмдерін сипаттайды. Бұл құжат АҚБЖ құрастыруда нұсқау ретінде қолданылады.

• BS 7799-2:2005 — Британдық стандарт BS 7799 екінші бөлім. BS 7799 Part 2 — Information Security management — specification for information security management systems (ақпараттық қауіпсіздікті басқару жүйелерінің спецификациясы) АҚБЖ спецификациясын анықтайды. Стандарттың екінші бөлімі ұйымның АҚБЖ сертификациялауының ресми процедурасын өткізген кезде қағидаттар ретінде қолданылады.

• BS 7799-3:2006 — Британдық стандарт BS 7799 үшінші бөлім. Ақпараттық қауіпсіздіктің тәуекелдіктерін басқару саласындағы жаңа стандарт

- ISO/IEC 17799:2005 — «Ақпараттық технологиялар — Қауіпсіздік технологиялары— Ақпараттық қауіпсіздік менеджментінің практикалық ережелері». BS 7799-1:2005 негізделетін халықаралық стандарт.

- ISO/IEC 27000 — Сөздік және анықтама.

- ISO/IEC 27001:2005 — «Ақпараттық технологиялар — Қауіпсіздікті қамтамасыз ету әдістері — Ақпараттық қауіпсіздікті басқару жүйесі — Талаптар». BS 7799-2:2005 негізделетін халықаралық стандарт.

- ISO/IEC 27002 — Қазір: ISO/IEC 17799:2005. Шығу мерзімі — 2007 жыл.

- ISO/IEC 27005 — Қазір: BS 7799-3:2006 — АҚ тәуекелдіктер менеджменті бойынша нұсқаулық.

- German Information Security Agency. IT Baseline Protection Manual — Standard security safeguards (Ақпараттық технологияларды қорғаудың базалық деңгейі бойынша нұсқаулық).

Ақпараттық қауіпсіздік стандарттарының басты міндеті өндірушілер, тұтынушылар мен АТ өнімдерін квалификациялау бойынша мамандардың арасындағы өзара әрекеттестігі үшін негіз жасау. Бұл топтардың әрқайсысында өз мүдделері және ақпараттық қауіпсіздік мәселесіне көзқарастары бар.

Тұтынушылар олардың қажеттіліктерін қанағаттандыратын және олардың мәселелерін шешетін тауарды негізделіп таңдауға мүмкіндік беретін әдіс қызықтырады, және оларға сол үшін қауіпсіздікті бағалау шкаласы қажет. Осымен бірге тұтынушыны соңғы өнімге жету жолдары мен әдістері емес, оның сипаттамалары мен қасиеттері ғана қызықтырады.

Өндірушілер стандарттарды өзінің өнімдерінің мүмкіндіктерін салыстыру құралы ретінде, сертификация процедурасын өнімдерінің қасиеттерін объективті бағалау құралы ретінде қолданылуына, және де қауіпсіздіктің белгілі бір талаптар жиынтығын стандартизациялауда қажет етеді. Өндірушінің көзқарасы бойынша қауіпсіздік талаптары барынша нақты және белгілі бір құралдарды, алгоритмдерді, механизмдерді және т.б. қолдану қажеттігін регламенттеу керек.

Квалификация мен сертификация мамандары стандарттарды АТ өнімдері қамтамасыз етілген қауіпсіздік деңгейін анықтауға мүмкіндік беретін және тұтынушыларға негізделген таңдау жасауға ұсыныс беретін құралдар ретінде қарастырады.

Осылайша, ақпараттық қауіпсіздік стандарттарының алдында оңай емес міндет тұр үш әр түрлі көзқарастарды татуластырып барлық жақтардың өзара әрекеттестігінің эффективті механизмін құру. Осы мәселені шешуде көптеген стандарттар қолданылады, сонын ішінде «Ақпараттық технологиялар қауіпсіздігінің еуропалық стандарттары» да. Бұл стандарттар ақпараттық қауіпсіздіктің негізгі құраушыларын қарастырады: қол жетімдік, бүтіндік, конфиденциалдық. Стандартта жүйе мен өнім айырылады.

Өзін-өзі тексеру сұрақтары:

1. Қамтамасыз ету стандарттары не үшін қажет?

2. Әлемдік ISO 17799 стандарты нені көрсетеді?

Тест тапсырмалары:

1. Негізгі еуропалық қамтамасыз ету стандартын атаңыз ?

- A) ISO 15408
- B) DSS 15555
- C) ISO 17799
- D) A және B жауаптары
- E) A және C жауаптары

2. Әлемдік стандарты ISO 15408- ол ?

- A) ақпараттық технологиялардың қамтамасыз етудегі жалпы критерий бағасы
- B) ақпаратты басқару ережесі
- C) ресустар классификациясының критерийі
- D) персоналды қорғауын ұйымдастыру ережесі
- E) ақпаратты дұрыс қолданбау әдістеріне ескерту жасау

3. Әлемдік стандарты ISO 17799 нені көрсетеді ?

- A) ақпараттық қауіпсіздікті басқарудың тәжірибелік ережесі
- B) ақпаратты басқару ережесі
- C) ресустар классификациясының ережесі
- D) персоналды қорғауын ұйымдастыру ережесі
- E) ақпаратты дұрыс қолданбау әдістеріне ескерту жасау

4. ISO 17799 бақылауына жатпайтындар:

- A) вирустардан қорғану құралы
- B) мағлұматтарды қорғау
- C) қорғаныс саясатын бақылау
- D) ұйым жұмысын жоспарлау
- E) вирустық бағдарламалар жасау

ӨЗ БЕТІНШЕ ЖҰМЫС ЖАСАУҒА АРНАЛҒАН ТАҚЫРЫПТАР ТІЗІМІ:

1. Ақпарат және оның түрлері
2. Қазақстандағы ақпараттық экономика
3. ҚР-ғы ақпараттық нарық
4. ҚР-ғы ақпараттық экономикасының өзекті мәселелері
5. ҚР-ғы электрондық ақшаны енгізу
6. ҚР-ғы ақпараттық бизнес
7. Ақпараттық бизнес кеңістігі
8. Ақпараттық бизнес секторлары
9. Ақпараттық экономика саясаты
10. Электрондық төлем жүйелері
11. Желі Концепциясы
12. Желі экономикасы
13. Желі экономикасының өзектілігі
14. Желі экономикасының кемшіліктері мен артықшылықтары
15. ҚР-ғы ақпараттық нарықтың қалыптасуы
16. ҚР-ғы ақпараттық қауіпсіздік
17. ҚР-ғы ақпараттық қауіпсіздіктің өзекті мәселелері
18. Қауіпсіздіктің еуропалық стандарттары
19. Ақпараттық қауіпсіздіктің құқықтық аспектілері
20. ҚР-ғы электрондық магазиндер
21. Электрондық магазиндерді пайдаланудағы ерекшеліктер
22. ҚР-ғы электрондық магазиндердің даму перспективалары
23. ҚР-ғы электрондық Үкімет
24. Қазіргі замандағы ақпараттық технологиялар
25. Банк сферасында ақпараттық технологияларды пайдалану
26. Алдыңғы қатарлы ақпараттық технологияларды ШЖС, АҚ ... қолдану
27. Электрондық коммерция
28. Электрондық ақшалар
29. Бизнесінің ақпараттық кеңістіктері
30. Білім беру сферасындағы ақпараттық технологияларды қолдану
31. ҚР-ғы Интернет магазиндерді дамыту
32. Электрондық Үкімет
33. ҚР-ғы жаңа технологияларды қолдану арқылы инвестицияларды алу
34. Қазақстандағы кіші және орта бизнестерді дамытуда ақпараттық технологиялардың әсері
35. Ақпараттық экономика жағдайындағы жобаларды талдау және басқару

ТЕСТІЛЕР ЖИНАҒЫ

1-нұсқа

1. Ақпараттың сапалық сипаттамасына не жатады?
А) Көлемі, сақтау ортасы
В) Нақтылығы, шынайылығы, құрылымдылығы
С) Жеткіліктілігі, актуалдылығы
D) Оптималдылығы, актуалдылығы
E) Синтаксис, орфография
2. ҚР-ның «Электронды үкімет» мемлекеттік бағдарламасына қанша қаражат бөлінген?
А) 15 млрд В) 25 млрд С) 5 млрд D) 51 млрд E) 18 млрд
3. Клиенттердің төлемдеріне жататын құжаттардың құраушы бөлігі ол?
А) банктік карта В) мониторинг С) экстранет D) электронды құжат E) кастомизация
4. Электронды коммерцияның әртүрлі технологияларының негізгі қажетті элементі болып не табылады?
А) іздеуші сервис В) сатып алушы рейтинг С) сатылатын жүйе D) қоржын E) арнайы бекітілген консультанттар
5. ҚР электронды дүкендерінде тауарға төленетін ақының негізгі жүйесі болып не табылады:
А) кредиттік карта В) төленетін смарт карта С) почталық қызмет арқылы дүкеншіге ақшалай түрде ауыстыру D) электронды жекеменшік төлеу E) курьерге қолма - қол ақша беру арқылы
7. Өндіріс пен жаңа тауарлар мен қызмет көрсетуге бағытталған инновация қандай инновация түріне жатады?
А) Процестік инновация В) Кешендік инновация С) Өнімдік инновация D) Нарықтық инновация E) Әлеуметтік инновация
8. ҚР-ң индустриалды-инновациялық даму стратегиясының 2 кезеңі қай жылдарды қарастырады?
А) 2007-2009жж В) 2006-2010жж С) 2004-2006жж
D) 2006-2008жж E) 2003-2004жж
9. Компаниялар арасында барлық байланыс деңгейін қамтитын электрондық коммерцияның категориясы (мысалы, дилер тапсырысты өзі орнықтыру және оның атқарылуын бақылау мүмкіндігіне ие болады)?
А) Бизнес-әкімшілік В) Тұтынушы-тұтынушы С) Тұтынушы-әкімшілік D) Бизнес-бизнес E) Бизнес-тұтынушы
10. Электрондық бөлшек сауда негізін құрайтын электрондық коммерцияның категориясы?
А) Тұтынушы-тұтынушы В) Бизнес-бизнес С) Бизнес-әкімшілік D) Тұтынушы-әкімшілік E) Бизнес-тұтынушы
11. Цифрлық технологияға, технология артықшылықтарына негізделген пайда алу мақсатында бағытталған компанияның іс-әрекеті?
А) Электронды әмиян В) Электронды бизнес С) Электронды ақша D) Электронды сауда E) Электронды үкімет
12. Мақсаты шешім қабылдауға қатысы бар фирма қызметкерлерінің ақпараттық қажеттіліктерін қанағаттандыру болып табылатын ақпараттық технология?
А) Қазіргі заманғы ақпараттық технология В) Мәліметтерді өңдейтін ақпараттық технология
С) Шешім қабылдауды қолдаудың ақпараттық технологиясы D) Басқарушылық ақпараттық технология E) Эксперттік (сарапшы) жүйе ақпараттық технологиясы
13. Мәліметтерді өңдеу бойынша барлық алгоритмдері мен стандартты істері анықталған жақсы құрылған міндеттерді шешуге арналған ақпараттық технологиялар?
А) Мәліметтерді өңдейтін ақпараттық технология В) Қазіргі заманғы ақпараттық технология
С) Эксперттік (сарапшы) жүйе ақпараттық технологиясы D) Шешім қабылдауды қолдаудың ақпараттық технологиясы E) Басқарушылық ақпараттық технология

14. Басылымдардың көшірмесінің электрондық түріне келтірілген ақпаратты қамтитын желілік ресурс?
А) Электронды пошта В) Электронды дүкен С) Электронды кітапхана D) Электронды үкімет
Е) Электронды коммерция
15. Аутсорсинг деген не?
А) Есептеудің екілік жүйесіндегі ақпарат өлшемі В) HTML-құжаттарға, тордағы сәйкес файлдарға қол жеткізу, құжаттардан құжаттарға өту үшін серверлермен байланысты жүзеге асыру үшін бағдарламалық қамсыздандыру С) Жарнама берушінің веб-бетімен гиперсілтеме арқылы байланысқан жарнамалық графикалық блог D) Клиенттердің төлемі үшін арналған құжаттарды құрастыруға арналған құрал Е) Фирмалардың жеке функциялар мен үрдістерді толық немесе бөлшектеп басқа тұлғалар мен ұйымдарға жіберуі
16. Домен деген не?
А) Ортақ жүйеге логикалық түрде біріккен компьютерлер тобы В) Өзін - өзі қолдайтын сипатқа ие болатын қоғамдағы тиімсіз тұрақты нормалар С) Унифицирленген символдар жүйесі D) Фирма ішінде ақпарат алмасуға арналған жүйе Е) Артық бұрыс ақпарат жиналған кезде пайда болатын дұрыс шешім қабылдау қиын болатын жағдай
17. Мониторинг деген не?
А) Сақтау, тасымалдау, өңдеу объекті болып табылатын ақпарат В) Сату мақсатымен домендік есімдерді алу С) Құбылысты бақылау үрдісі D) Компаниялардың клиенттердің талаптарына бейімделу үрдісі Е) Ұялы телефон қызметтері арқылы тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу
18. Мультимедиа деген не?
А) Нақты уақыт режимі В) Әртектегі ақпаратты басқаруға мүмкіндік беретін компьютерлік технологиялар С) Нақты емес уақыт режимі D) Цифрлік торда тасымалдау үшін арналған топтастырылған берілгендер Е) Интернетке қол жеткізуді жүзеге асыратын корпоративтік фирмалар
19. Цифрлік ақша деген не?
А) Демократиялық үрдіс барысында цифрлік ақпарат алмасу В) Жіберушінің жеке кілтімен хаттарды шифрлеу нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба С) Микропроцессоры бар банктік пластикалық карта D) Банктер шығаратын және жабатын биттер шынжыры Е) Өндіріс салаларында MFP көрсеткішінің өсуі
20. Экстранет деген не?
А) Ғаламдық торлық төлемдерде қолданылатын виртуалдық банктердегі компьютерлік шоттардағы қаражаттар В) Қазіргі ақпараттық технологияларды қолданатын мемлекеттік жүйе
С) Тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу және оларға интернет арқылы төлем жасау
D) Коммерциялық мақсатта интернетті қолданудың барлық мүмкін тәсілдерінің жиынтығы
Е) TCP/IP протоколдарын қолданатын бірнеше торлардың қосылуы
21. Эмбоссирлеу деген не?
А) Бағдарламаны игерген қолданушының басқа бағдарламадан бас тартуы
В) Банктік картадағы рельефтік белгілерді салу С) Бір саланың шығындарының басқа салаларға көшуі D) Ақпараттық технологиялардың компьютерлік емес салаларға әсері Е) Алдыңғы қатарлы зерттеу жобалар агенттігі
22. Ақпараттық ресурстар -
А) шектеулі сферада қолданылатын сияптамасы бар өнім В) интеллектуалды іс-әрекеттің өнімі
С) зат немесе іс-әрекет (өнім және қызмет) D) бұл ақпараттық экономика теориясындағы ең негізгі категорияларының бірі Е) заттай алып жүретін тетікке салынған ресурстар
23. Активті ақпараттық ресурстар?
А) Интеллектуалды іс-әрекеттің өнімін автоматты іздеу, сақтау, өңдеуге мүмкін болатын, яғни заттай алып жүретін тетіктерге салынған ресурстар

- В) Зат немесе іс-әрекет С) Шектеулі сферада қолданылатын сипаттамасы бар өнім D) Интеллектуалды іс-әрекеттің өнімі E) Алып жүруге мүмкіндік бермейтін өнім
24. Кripto жүйенің неше кілті болады?
A) 6 B) 8 C) 2 D) 10 E) 5
25. Алдыңғы қатарлы батыс елдерінде ақпараттық сектор қай жылдары пайда болды?
A) 1980 жж B) 1975 жж C) 1970 жж D) 1965 жж E) 1960 жж
26. АҚШ білім экономикасына ЖІӨ-ң қанша пайызын жібереді?
A) 6,6 B) 7 C) 8 D) 9,6 E) 10
27. Электрондық коммерцияны қолдаушы ҚР қандай банк лидер болып табылады?
A) Казкоммерцбанк B) Қазақстан Халық Банкі C) Туран Алем Банкі D) Каспийский Банкі E) Альянс Банк
28. Шын уақыт ішіндегі бірнеше адамның тікелей қарым қатынасы үшін белгіленген қызмет қалай аталады?
A) ICQ B) FTP C) IRC D) DNS E) конференция
29. Сеть узлдарының адресациялау ережесі:
A) НТТР-протокол B) IP- протокол C) TCP- протокол D) FTP- протокол E) қауіпсіз бірігу протоколы
30. Интернет ол?
A) ғаламдық арқылы берілген циркуляция жүзеге асады B) компьютер арасындағы виртуалды бірігу C) компьютер арасындағы тік бірігу D) гипертекстік мәлімет іздеуші жүйе E) бүкіләлемдік глобалды компьютерлік жүйе
31. Электронды-мемлекет жүйесінің максаттарына жатпайтыны?
A) Азаматтардың мемлекетпен қатынастарын жеңілдету B) Азаматтарды ақпаратпен қамту көлемін азайту C) Азаматтарды ақпаратпен қамтамасыз ету D) Азаматтардың қызметтерді пайдалануын жеңілдету E) Мемлекет шығындарын азайту
32. FTP-тің дамуы негізі не үшін керек?
A) Сапа факторының төмендеуі үшін B) Жер ресурстарын тиімді пайдалану үшін C) Капитал ресурстарын тиімді пайдалану үшін D) Еңбек ресурстарын тиімді пайдалану үшін E) Дұрыс жауап жоқ
33. Бөлініп алынған фрагмент құжаттының басқа Web құжатының адресіне сәйкес сілтемесі қалай аталады?
A) гипераймақ B) гипертекст C) гиперсілтеме D) WWW E) гиперфайл
34. Қазіргі заманғы ақпараттық технологияны кең қолдануды ұйғаратын мемлекеттік басқару жүйесі?
A) Электронды чек B) Электронды коммерция C) Электронды үкімет D) Электронды сауда E) Электронды ақша
35. Тауарлар мен қызмет көрсетулерді сату мен сатып алу және олардың интернет арқылы төленуі?
A) Электронды коммерция B) Электронды ақша C) Электронды чек D) Электронды үкімет E) Электронды сауда
36. Эстония мен Кореяда электрондық цифрлық қолтаңбаны алу қанша тұрады?
A) 20-30 долл B) 60 долл C) 100 долл D) 50 долл E) 10 долл
37. Цифрлік қолтаңба деген не?
A) Микропроцессоры бар банктік пластикалық карта B) Өндіріс салаларында MFP көрсеткішінің өсуі C) Жіберушінің жеке кілтімен хаттарды шифрлеу нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба D) Демократиялық үрдіс барысында цифрлік ақпарат алмасу E) Банктер шығаратын және жабатын биттер шынжыры
38. Электрондық чек деген не?
A) Кезкелген компания интернет дүкенді жалға ала алатын интернет бірліктердің жиынтығы B) Төлеушінің банкке ақша аударымы туралы нұсқасы C) Электронды ақша түрінде құндылығы бар кезкелген банктік карта

- D) Компьютерлік тасымалдаушыларға жазылған құжат
 E) Цифрлік технологияларға негізделген пайда алуға бағытталған компаниялардың жұмысы
39. Жеке уникалды аты бар компьютер жүйенің бірігуін қалай атайды?
 A) корпоративті жүйе B) трафик C) домен D) сайт E) баннер
40. Кибер аймақ деп
 A) мүмкін емес жағдай B) компьютерлік коммуникация жүйесі мен әртүрлі информацияның бірігіп, әлемдік жүйеде циркуляциялануы
 C) гипертекстік электрондық құжаттың жоғарғы санының бірігіп, WWW серверде қолданылуы
 D) нақты объектілердің технологиялық мүсінін компьютер көмегімен экранда құру
 E) локалды жүйе

2 нұсқа

- «Ақпараттық экономика» термині алғаш рет қай жылы пайда болды?
 A) 1976ж B) 1977ж C) 1978ж D) 1979ж E) 1980ж
- «Ақпараттық экономика» терминін алғаш рет пайдаланған кім?
 A) Ф.Перру B) И.Шумпетер C) М Порат D) Ф.Найт E) К.Рогофф
- ERP – бұл:
 A) Бағдарламалық құрал түрі B) Кәсіпорынды басқару стратегиясы
 C) Корпоративті ақпараттық жүйе құрудың принципінің бірі
 D) Бизнес-жүйенің үлгісі E) Корпоративті ақпараттық жүйе құру үшін операциялық жүйе
- Қазақстандағы ақпараттық нарықтың қалыптасуы қай жылмен сәйкес келеді?
 A) 1993 ж B) 1987 ж C) 2000 ж D) 1997 ж E) 2003 ж
- Ақпараттық ресурс дегеніміз не?
 A) Ақпараттық технологияны енгізуге қажет білім
 B) Қоғамдағы жинақталған білімді сату C) Құбылыстарды бақылау процесі
 D) Адамзаттың ойлары және оларды іске асыру бойынша нұсқаулар
 E) Зат немесе іс-әрекет
- ҚР-да электрондық үкімет қалыптастырудың мемлекеттік бағдарламасы қай жылдарды қамтиды?
 A) 2000-2007 жж B) 2004-2010 жж C) 2001-2005 жж D) 2003-2006 жж E) 2005-2007 жж
- Инновация дегеніміз не? A) Өнім сапасының көрсеткіші B) Қаржы делдалдығы C) Өнімнің жақсаруы немесе жаңаруы, қызметтің жаңа әдістерін қолдану D) Абсолюттік көрсеткіш E) Деректерді талдау
- Электрондық үкімет бағдарламасы аясында азаматтар мен мемлекеттік органдардың арасында екіжақты байланысты қажет ететін интерактивті қызметтерді ұсыну мақсатында мемлекеттік органдардың ақпараттық жүйелерімен ықпалдастық жасауы қай кезеңге сәйкес келеді? A) Интерактивті кезең B) Транзакциялық кезең C) Хабарландыру кезеңі
 D) Ақпараттық кезең E) Екі жақты байланыс орнату кезеңі
- Жеке бетке кіру мүмкіндігін алу үшін веб-порталда тіркелу рәсімін өтетін пайдаланушылар кім? A) Жалпы пайдаланушылар B) Басшылар C) Қолданушылар
 D) Тіркелген қолданушылар E) Сайтты жасаушылар
- Бұл ғылым жетістіктерін кеңінен пайдалану негізінде өндірісті, еңбек құралдарын мен заттарын жетілдіру процесі?
 A) Интенсивті факторлар B) Ғылыми-техникалық прогресс
 C) Қоғамдық экономика D) Техника E) Стратегиялық жоспарлау
- Браузер ол - A) мультимедия B) персоналды компьютер C) офистік арнайы техника
 D) құжаттан құжатқа көшетін, сервермен байланыс жасайтын, HTML-ге шығатын ақпараттық қамтамасыз ету E) офф-лайн
- Смарт- карта ол?
 A) микропроцессоры бар пластикалық банктік карта

- В) электронды қолтаңба
 С) интернет
 D) электронды ақша
 E) ақпараттық қамтамасыз ету
14. Электрондық коммерцияның категорияларына жатпайтынын көрсетіңіз?
 A) Тұтынушы-әкімшілік B) Әкімшілік-қоғам C) Тұтынушы-тұтынушы D) Бизнес-тұтынушы
 E) Бизнес-бизнес
15. Фирманың басқа фирмаға не ұйымға жекелеген қызметтің процестерін жекелей не толықтай жіберуі қалай аталады? A) Домен B) Электронды коммерция C) Электронды үкімет
 D) Аутсорсинг E) Мониторинг
16. Жарнама берушінің веб-бетінің гиперсілтемесімен байланысты жарнамалық графикалық блок? A) Мультимедиа B) Домен C) Сайт D) Мобильді сауда E) Баннер
17. Жіберушінің жеке кодымен хатты шифрлау нәтижесінде алынатын арнайы электронды қолтаңба? A) Электронды коммерция B) Цифрлық ақша C) Цифрлық қолтаңба D) Электронды үкімет E) Цифрлық демократия
18. Коммерциялық мақсатта интернетті қолданудың барлық кез келген мүмкіндіктерінің жиынтығы?
 A) Электронды коммерция B) Электронды үкімет C) Электронды сауда
 D) Электронды ақша E) Электронды чек
19. Электронды дүкеннің кемшілігіне не жатады?
 A) Барлық тауар не қызмет ассортиментін және ол бойынша толық ақпарат беру
 B) Өткізудің тәулік бойғы каналдары C) Дүкенді қысқа мерзімде ашу мүмкіндігі
 D) Тауардың сапасының стандарттар мен сертификаттарға сәйкес келмеуі
 E) Сауда құралдары мен қызметкерлерді қамтамасыз ету шығындарының азаюы
20. Электрондық коммерцияда туындайтын мәселелер?
 A) Өзарабайланыстың жекеленуі, шығындардың төмендеуі
 B) Келісімдік, қаржылық мәселелер, заңнамалық базаның жетілмеуі
 C) Бәсекенің өсуі, қызмет көрсету аймағының өсуі
 D) Тауарларды тарату каналдарының азаюы, тәулік бойғы сатулар
 E) Уақыт шығыны мен тарату шығынының жойылуы
21. Мағлұматтар пакеті ол? A) ауысым эффекті B) топталған мағлұматтарды топтық жүйеде өткізу C) жүйелік байланыс D) персоналды компьютер E) жалпы құжаттар
22. Интранет дегеніміз не?
 A) Компанияның сыртқы байланыстарында ақпараттық желіні қолдану
 B) Құбылыстарды бақылау процесі C) Фирма ішінде ақпарат алмасуға негізделген желі
 D) Бір жүйеге ұымдасып, логикалық біріккен компьютерлер тобы E) Интерактивті мүмкіндікті пайдалануға негізделген экономика
23. Банктік карта деген не?
 A) HTML-құжаттарға, тордағы сәйкес файлдарға қол жеткізу үшін бағдарламалық қамсыздандыру B) Жарнама берушінің веб-бетімен гиперсілтеме арқылы байланысқан жарнамалық графикалық блог C) Есептеудің екілік жүйесіндегі ақпарат өлшемі
 D) Фирмалардың жеке функциялар мен үрдістерді толық немесе бөлшектеп басқа тұлғалар мен ұйымдарға жіберуі E) Клиенттердің төлемі үшін арналған құжаттарды құрастыруға арналған құрал
24. Провайдер Интернет- қызмет –ол?
 A) экстранет B) электронды үкімет C) электронды құжат D) клиенттердің қызметінің қажеттілін қамтамасыз ететін, интернетпен қамтамасыз ететін коммерциялық фирма
 E) электронды чек
25. Виртуалдық экономика деген не?
 A) Интернет арқылы тауарлар мен қызметтерді сату жүйесі B) Сыртқы әсерлердің ерекше түрі C) Ақпараттық технологиялардың әсерінен тұтас экономикалық, әлеуметтік, мәдени кеңістіктің құрылуы D) Интерактивті мүмкіндіктерді қолдануға негізделген экономика

- Е) Жұмыс күші құрылымында әр түрлі мамандықтардың көбеюі
26. Виртуалдық дүкен деген не?
- А) Жұмыс күші құрылымында әр түрлі мамандықтардың көбеюі
В) Ақпараттық технологиялардың әсерінен тұтас экономикалық, әлеуметтік, мәдени кеңістіктің құрылуы
С) Сыртқы әсерлердің ерекше түрі
D) Интерактивті мүмкіндіктерді қолдануға негізделген экономика
Е) Интернет арқылы тауарлар мен қызметтерді сату жүйесі
27. Институционалды тұзақ деген не?
- А) Ортақ жүйеге логикалық түрде біріккен компьютерлер тобы
В) Унифицирленген символдар жүйесі
С) Өзін - өзі қолдайтын сипатқа ие болатын қоғамдағы тиімсіз тұрақыт нормалар
D) Фирма ішінде ақпарат алмасуға арналған жүйе
Е) Артық бұрыс ақпарат жиналған кезде пайда болатын дұрыс шешім қабылдау қиын болатын жағдай
28. Интерфейс деген не?
- А) Унифицирленген символдар жүйесі
В) Фирма ішінде ақпарат алмасуға арналған жүйе
С) Артық бұрыс ақпарат жиналған кезде пайда болатын дұрыс шешім қабылдау қиын болатын жағдай
D) Өзін өзі қолдайтын сипатқа ие болатын қоғамдағы тиімсіз тұрақыт нормалар
Е) Ортақ жүйеге логикалық түрде біріккен компьютерлер тобы
29. Ақпараттық өнім деген не?
- А) Ұялы телефон қызметтері арқылы тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу
В) Компаниялардың клиенттердің талаптарына бейімделу үрдісі
С) Сату мақсатымен домендік есімдерді алу
D) Сақтау, тасымалдау, өңдеу объекті болып табылатын ақпарат
Е) Құбылысты бақылау үрдісі
30. Мобильді сауда деген не?
- А) Құбылысты бақылау үрдісі
В) Ұялы телефон қызметтері арқылы тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу
С) Компаниялардың клиенттердің талаптарына бейімделу үрдісі
D) Сату мақсатымен домендік есімдерді алу
Е) Сақтау, тасымалдау, өңдеу объекті болып табылатын ақпарат
31. Ақпараттық нарықтың қалыптасу мерзімі:
- А) 1987ж В) 1989ж С) 2000ж D) 2005ж Е) 1997ж
32. Іс-жүзінде ақпараттық ресурстарды қолданудың қорытындысы әсіресе қандай салада көрінеді:
- А) Банктік В) Қаржылық С) Өндірістік D) Құқықтық Е) Қызмет көрсету
33. Электронды пошта ол не?
- А) арнайы бағдарлама каналын ашу
В) бірінғай жүйеде ішкі жүйемен алмасу
С) уақыт кеңістігінде ақпаратты таратудың адресілік каналы
D) ақпаратты сақтау протоколы
Е) интерактивті қызмет
34. Ақпараттық технологияның әлемдік нарығындағы жұмыспен қамту өсімшесі қанша пайызды құрайды?
- А) 11 В) 4 С) 15 D) 6 Е) 9
35. Жапониядағы ақпараттық технология секторындағы жұмысшылар пайызы?
- А) 9 В) 25 С) 41 D) 15 Е) 4
36. Ақпараттық жаһандану?
- А) жаңа экономика В) эмбоссирлеу С) ақпараттық технологиялардың «әсерінен әлеуметтік, мәдени, бірыңғай экономикасын құру
D) кастомизация
Е) виртуалды экономика
37. ... - бұл әр мамандықтарды жұмыс күші құрылымында өсіру?
- А) он-лайн В) мониторинг С) экстранет D) жұмыс орындарын дестандартизациялау
Е) ауыстыру эффектісі

38. 1995-2004 жылдары компьютерлік-ақпараттық қызметтердің экспорты қызметтердің жиынтық экспортына қарағанда неше есе жылдамырақ өсті?

A) 6 B) 8 C) 11 D) 15 E) 3

39. Ақпарат (ақпараттық өнім, интеллектуалды өнім, материалдық емес өндіріс, т.б.) дегеніміз не?

A) интеллектуалды іс-әрекеттің өнімі B) заттай алып жүретін тегіктерге салынған ресурстар
C) ақпараттық экономикадағы ең негізгі ресурс D) зат немесе іс-әрекет (өнім және қызмет)
E) дұрыс жауап жоқ

40. АҚШ-та ақпараттандырудың даму тарихы қай жылдардан басталды?

A) 80-ші B) 60-шы C) 50-ші D) 70-ші E) 75-ші

3 нұсқа

1. «Инновация» терминін алғаш енгізген кім?

A) Шуберт B) И.Шумпетер C) Гегель D) Кант E) Тейлор

2. Баннер деген не?

A) Фирмалардың жеке функциялар мен үрдістерді толық немесе бөлшектеп басқа тұлғалар мен ұйымдарға жіберуі

B) Клиенттердің төлемі үшін арналған құжаттарды құрастыруға арналған құрал

C) Есептеудің екілік жүйесіндегі ақпарат өлшемі

D) Жарнама берушінің веб-бетімен гиперсілтеме арқылы байланысқан жарнамалық графикалық блог

E) HTML-құжаттарға, тордағы сәйкес файлдарға қол жеткізу үшін бағдарламалық қамсыздандыру

3. Домен- ол

A) мультимедиа B) эмбоссирлеу C) мониторинг D) кастомизация E) бірыңғай жүйеде ұйымдасқан логикалық комплексті топ

4. Торлық сыртқы әсерлер деген не?

A) Интернет арқылы тауарлар мен қызметтерді сату жүйесі B) Жұмыс күші құрылымында әр түрлі мамандықтардың көбеюі C) Сыртқы әсерлердің ерекше түрі D) Интерактивті мүмкіндіктерді қолдануға негізделген экономика E) Ақпараттық технологиялардың әсерінен тұтас экономикалық, әлеуметтік, мәдени кеңістіктің құрылуы

5. Ақпараттық ғаламдану деген не?

A) Интерактивті мүмкіндіктерді қолдануға негізделген экономика B) Интернет арқылы тауарлар мен қызметтерді сату жүйесі C) Жұмыс күші құрылымында әр түрлі мамандықтардың көбеюі D) Сыртқы әсерлердің ерекше түрі E) Ақпараттық технологиялардың әсерінен тұтас экономикалық, әлеуметтік, мәдени кеңістіктің құрылуы

6. ... бұл унифицирленген сигналдар жүйесі, ол есептеу жүйесіндегі құралдарды бір- бірімен байланыстарды?

A) интерфейс B) мониторинг C) мультимедиа D) кастомизация E) эмбоссирлеу

7. 1995 жылға қарай ақпараттық сектор шығаратын ЖҰӨ үлесі қанша пайызға жетті?

A) 70 B) 50 C) 43 D) 65 E) 37

8. 2003 жылы ақпараттық технологиялар нарығының көлемі қанша болды?

A) 1200 млрд.долл B) 1090 млрд.долл C) 1100 млрд.долл

D) 1350 млрд.долл E) 1500 млрд.долл

9. АҚШ-та адам басына электрондық техника өндіру көлемі, долл.:

A) 14 B) 20 C) 1100 D) 1260 E) 500

10. Ресейде адам басына электрондық техника өндіру көлемі, долл.:

A) 20 B) 1260 C) 1100 D) 500 E) 14

11. Интранет деген не?

- A) Артық бұрыс ақпарат жиналған кезде пайда болатын дұрыс шешім қабылдау қиын болатын жағдай
- B) Фирма ішінде ақпарат алмасуға арналған жүйе
- C) Унифицирленген символдар жүйесі
- D) Өзін - өзі қолдайтын сипатқа ие болатын қоғамдағы тиімсіз тұрақыт нормалар
- E) Ортақ жүйеге логикалық түрде біріккен компьютерлер тобы

12. Ақпараттық шу деген не?

- A) Ортақ жүйеге логикалық түрде біріккен компьютерлер тобы
- B) Өзін өзі қолдайтын сипатқа ие болатын қоғамдағы тиімсіз тұрақыт нормалар
- C) Унифицирленген символдар жүйесі
- D) Артық бұрыс ақпарат жиналған кезде пайда болатын дұрыс шешім қабылдау қиын болатын жағдай
- E) Фирма ішінде ақпарат алмасуға арналған жүйе

13. Киберсквоттинг деген не?

- A) Сату мақсатымен домендік есімдерді алу
- B) Компаниялардың клиенттердің талаптарына бейімделу үрдісі
- C) Ұялы телефон қызметтері арқылы тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу
- D) Сақтау, тасымалдау, өңдеу объекті болып табылатын ақпарат
- E) Құбылысты бақылау үрдісі

14. Массалық кастомизация деген не?

- A) Сақтау, тасымалдау, өңдеу объекті болып табылатын ақпарат
- B) Ұялы телефон қызметтері арқылы тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу
- C) Компаниялардың клиенттердің талаптарына бейімделу үрдісі
- D) Сату мақсатымен домендік есімдерді алу
- E) Құбылысты бақылау үрдісі

15. Онлайн деген не?

- A) Нақты емес уақыт режимі
- B) Цифрлік торда тасымалдау үшін арналған топтастырылған берілгендер
- C) Әртекті ақпаратты басқаруға мүмкіндік беретін компьютерлік технологиялар
- D) Интернетке қол жеткізуді жүзеге асыратын корпоративтік фирмалар
- E) Нақты уақыт режимі

16. Оффлайн деген не? A) Нақты емес уақыт режимі B) Интернетке қол жеткізуді жүзеге асыратын корпоративтік фирмалар C) Нақты уақыт режимі D) Әртекті ақпаратты басқаруға мүмкіндік беретін компьютерлік технологиялар E) Цифрлік торда тасымалдау үшін арналған топтастырылған берілгендер

17. Ақпараттық технологиялардың тікелей әсері деген не? A) Демократиялық үрдіс барысында цифрлік ақпарат алмасу B) Микропроцессоры бар банктік пластикалық карта C) Өндіріс салаларында MFP көрсеткішінің өсуі D) Жіберушінің жеке кілтімен хаттарды шифрлеу нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба E) Банктер шығаратын және жабатын биттер шынжыры

18. Смарт карта деген не?

- A) Жіберушінің жеке кілтімен хаттарды шифрлеу нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба
- B) Микропроцессоры бар банктік пластикалық карта
- C) Демократиялық үрдіс барысында цифрлік ақпарат алмасу
- D) Банктер шығаратын және жабатын биттер шынжыры
- E) Өндіріс салаларында MFP көрсеткішінің өсуі

19. Цифрлік демократия деген не?

- A) Жіберушінің жеке кілтімен хаттарды шифрлеу нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба
- B) Банктер шығаратын және жабатын биттер шынжыры
- C) Микропроцессоры бар банктік пластикалық карта
- D) Демократиялық үрдіс барысында цифрлік ақпарат алмасу
- E) Өндіріс салаларында MFP көрсеткішінің өсуі

20. Ауысу әсері деген не? А) Бағдарламаны игерген қолданушының басқа бағдарламадан бастартуы В) Бір саланың шығындарының басқа салаларға көшуі С) Банктік картадағы рельефтік белгілерді салу D) Алдыңғы қатарлы зерттеу жобалар агенттігі Е) Ақпараттық технологиялардың компьютерлік емес салаларға әсері
21. ... - бұл ақпарат көлемінің ұлғайып өсуінің салдарынан рационалды шешімдерді қабылдай алмау, нақты емес ақпарат жағдайы?
А) мониторинг В) экстранет С) ақпараттық шулар D) кастомизация Е) киберсквоттинг
22. Ақпараттық өнім ол? А) электронды құжат В) экстражүйе С) ақпаратпен қамтамасыз ету D) сақтауды, өңдеуді және беруді тексеру Е) жүйелік қосылулар
23. - домендік аттарды қайта сату мақсатында жаулап алу?
А) кастомизация В) электронды сауда С) экстранет D) мониторинг Е) киберсквоттинг
24. Мемлекеттік инновациялық саясатқа қайсысы жатқызылмайды?
А) Инновациялық инфрақұрылымды қалыптастыру В) Әдістерін айқындау С) Талаптарға сай нормативтік құқықтық базаның болмауы D) Жаңа жоғары технологиялық секторды қалыптастыру Е) Өндірісті жаңғырту
25.-электронды түрде көрсетілетін қағазда ақша аналогы ретінде банкте шығарылатын және өткізілетін БИТ тізбегі
А) банктік қызмет В) заемщиктің несие төлеу қабілеті С) алтын слиткасы D) есептік электронды ақша Е) әлемдік ақша
26. Батыс елдерінде мемлекетті электрондық ортаның көмегімен басқару қай жылдардан басталған? А) 1990-шы В) 1980-ші С) 2000-шы D) 1975 ж Е) 1985 ж
27. БҰҰ-ның мемлекеттерді электронды басқару потенциалы бойынша бөлген 4 тобының ең төменгі деңгейіндегі мемлекеттер қатарына жататыны?
А) Норвегия В) АҚШ С) Қазақстан D) Ресей Е) Белорусия
28. Біздегі кейбір мекемелер мен ұйымдардың вебсайттарының кемшіліктері қатарына жатпайтыны? А) Уақытылы жаңартылмауы В) Салық декларацияларын толтыру және тағы да басқа іс-әрекеттерді дер кезінде, нақтылықпен жүзеге асыру С) Ағылшын тілінде баламасының болмауы D) Танымдық-ақпараттық сипаттағы қызметтерді ұсынуы Е) Азаматтардың операциялар жасауына мейлінше мүмкіндік берілмеуі
29. Инновацияның қандай түрпаты ажыратылады?
А) Реформалық, қорғаныс, экономикалық В) Технологиялық, әлеуметтік, саяси С) Экономикалық, қаржылық, техникалық D) Үдерістік, өнімділік Е) Ресурстық, әлеуметтік, техникалық
30.- жеке клиенттердің талаптарына компанияның бейімделу үрдісі? А) жаппай кастомизация В) экстранет С) экстражүйе D) жаңа экономика Е) электронды құжат
31. Мобильді сауда ол?
А) электронды ақша В) мобильді байланыс арқылы тауарлар мен қызметтерді сату және сатып алу С) электронды коммерция D) электронды бизнес Е) электронды сауда
32.-бұл бақылау үрдісі?
А) баннер В) бит С) мониторинг D) электронды құжат Е) жаһандану жүйесі
33. Жаңалықтың әр түрлі теориясын зерттейтін ғылым облысы не деп аталады?
А) Инноватика В) Инновациялық қызмет С) Инновация D) Инновациялық сфера Е) Инновациялық инфрақұрылым
34. Қазір Қазақстанда әрбір тұрғынның үлесіне келетін ІЖӨ қанша долларды құрайды?
А) 8000 В) 5000 С) 6600 D) 9386 Е) 7600
35. Мультимедия- ол? А) экстра жүйе В) ақпаратпен қамтамасыз ету С) жаңа экономика D) электронды құжат Е) әр түрлі ақпараттарды басқару мүмкіндігін беретін компьютерлік технология
36. Жеке макроэкономикалық параметрлерді өзгертуге әкелетін жоғарғы технологиялардың экономикалық ортаға әсері? А) ақпараттық өнім В) аутсорсинг С) баннер D) көп факторлы өнімділік Е) жаңа экономика

37. Он -лайн ол? А) офф –лайн В) электронды үкімет С) эмбоссирлеу D) электронды демократия Е) дұрыс уақыт режимі
38. Еліміздің ақпараттық кеңістігін, телекоммуникация нарығын дамыту ісі қандай ұйымға жүктелген?
А) «Самғау» В) ҚР-ның Ақпараттандыру және байланыс агенттігі
С) «Ұлттық ақпараттық технологиялар» D) «Самұрық» Е) «Қазына»
39. Елімізде ұялы телефон мен интернет қызметінің арзандауына септігін тигізетін шараларға жатпайтыны?
А) Бұрыннан қалыптасқан монополияны бәсеңдету
В) Рынокке соңынан қосылған компаниялардың жұмысына қолайлы жағдай туғызу
С) Заңдық базаны реттеу
D) Компаниялардың көрсететін қызмет түрлерін шектеу
Е) Бәсекелестікті нығайту
40. Университет, жоғары оқу орындары мен ғылыми зерттеу институты жатқызылатын қазіргі заманғы ірі ғылыми-өндірістік кешен?
А) мультипликатор В) венчурлік фирмалар С) технопарктер
D) бизнес-инкубатор Е) технополистер

4 нұсқа

1. Мағлұматтар пакеті ол?
А) ауысым эффекті В) топталған мағлұматтарды топтық жүйеде өткізу
С) жүйелік байланыс D) персоналды компьютер Е) жалпы құжаттар
2.-дұрыс емес уақыт режим? А) офф –лайн В) экстранет С) электронды құжат D) ақпараттық қамтамасыз ету Е) экстра жүйе
3. Провайдер Интернет- қызмет –ол?
А) экстранет В) электронды үкімет С) электронды құжат D) клиенттердің қызметінің қажеттілін қамтамасыз ететін, интернетпен қамтамасыз ететін коммерциялық фирма
Е) электронды чек
4. 2007 жылдың 2 шілдесінен басталған халықты электрондық ағарту шарасы аясында қанша компьютерлік сынып жұмысқа қамтылған?
А) 1150 В) 2512 С) 3000 D) 2900 Е) 1900
5. Халықаралық ұйымдардың Интернетті тауарлар мен қызметтерді сатып алу мақсатында қолдануы электрондық коммерцияның қай категориясына тән?
А) Бизнес-тұтынушы В) Тұтынушы-әкімшілік С) Тұтынушы-тұтынушы
D) Бизнес-әкімшілік Е) Бизнес-бизнес
6. Салық саласында мемлекеттік құрылымдар мен тұтынушылар арасындағы қатынас электрондық коммерцияның қай категориясына тән?
А) Бизнес-әкімшілік В) Тұтынушы-тұтынушы С) Бизнес-бизнес
D) Тұтынушы-әкімшілік Е) Бизнес-тұтынушы
7. Тұтынушылар арасында коммерциялық ақпаратты айырбастау мүмкіндігі негізін құрайтын электрондық коммерцияның категориясы?
А) Бизнес-әкімшілік В) Бизнес-тұтынушы С) Тұтынушы-тұтынушы
D) Бизнес-бизнес Е) Тұтынушы-әкімшілік
8. Иесі алдын-ала төлеп қойған, электрондық ақша формасында нақты бағалылықты құрайтын кез келген банкілік карта? А) Электронды әмиян В) Электронды сауда С) Электронды үкімет D) Электронды ақша Е) Электронды коммерция
9. Компьютерлік желі арқылы ақша алу үшін ақша сомасын аудару жөніндегі төлеуші тұлғаның өз банкісіне деген бұйрығы?
А) Электронды коммерция В) Электронды сауда С) Электронды ақша
D) Электронды чек Е) Электронды үкімет

10. Ақпаратты өңдеумен және сақтаумен айналысатын адамдар еңбегін тиімді ұйымдастыру әдістерін зерттейтін өзара байланысты ғылыми, технологиялық, инженерлік пәндердің кешені?
 А) Ақпараттық ресурс В) Ақпараттық технология
 С) Ақпарат D) Инновация E) Ғылыми-техникалық прогрес
11. Интернетте бизнесті жүргізудің артықшылығы?
 А) Шығындардың төмендеуі, мемлекет шекарасы мен салықтарынан тәуелсіздігі
 В) Келісімдік, қаржылық мәселелер С) Интеллектуалды меншіктің қорғалмауы
 D) Заңнамалық базаның жетілмеуі E) Халықаралық деңгейде ақпараттық жүйелердің сәйкес келмеуі
12. Интернет арқылы кіруге мүмкіндігі бар ақпараттық технология, желі, бүкіләлемдік өрмекші шырмауы? А) WAP В) HTML С) WWW D) TCP E) XML
13. Мобильдік терминал арқылы интернет желісіне кіруді қамтамасыз ететін желісіз қосымшалар хаттамасы? А) XML В) HTML С) WWW D) TCP E) WAP
14. Маманға кез келген мәселе бойынша кеңес алу мүмкіндігін туғызатын жүйе?
 А) Шешім қабылдауды қолдаудың ақпараттық технологиясы В) Эксперттік (сарапшы) жүйе ақпараттық технологиясы
 С) Басқарушылық ақпараттық технология D) Мәліметтерді өңдейтін ақпараттық технология E) Қазіргі заманғы ақпараттық технология
15. Басқарушылық ақпараттық технология жасауға бағытталған белгілі бір уақыт бойынша жасалатын есеп түрі? А) төтенше есеп В) салыстырмалы есеп С) жиынтық есеп D) жүйелі түрдегі есеп E) арнайы есеп
16.жіберушінің арнайы электронды қолтаңбалық ақпаратты?
 А) экстранет В) есептік(электронды) қолтаңба С) экстра жүйе D) электронды ақша
 E) электронды үкімет
17. Ақпараттық экономика терминіне тән анықтаманы көрсетіңіз?
 А) Ақпаратты өңдеумен және сақтаумен айналысатын адамдар еңбегін тиімді ұйымдастыру әдістерін зерттейтін өзара байланысты ғылыми, технологиялық, инженерлік пәндердің кешені
 В) Жаңа технология мен жаңа техниканы енгізудің үздіксіздік процесі, яғни бүкіл ғылыми потенциалды еңбек пен өндірісті жетілдіруге бағыттандыру
 С) ЖІӨ – нің көп бөлігі білім мен ақпаратты тарату, алмастыру, өңдеу, сақтау қызметімен қамтамасыз етілетін және жұмысбастылардың көп бөлігі осы салада қызмет ететін экономика түрі
 D) Мақсаттары, шешілу жолдары, объекті, территориялардың біріккен және ресурстары бойынша келісімді инновациялық жобалары мен іс-шаралардың комплексі
 E) Бұл нарыққа бір н/е бірнеше тауарлар мен қызметтер ұсыну арқылы оның меншік иелеріне пайда әкелу мақсатында мекеменің біртұтас басқаруындағы ұйым
18. Бүтіндей экономикалық кешеннің күрделі логико–аналитикалық моделдерін өңдеу процесін қарастыра алатын технология? А) CASE-технологиялар
 В) Телекоммуникациялар С) Жасанды интеллект жүйелері D) Мультимедиа E) Гипертекст
19. Өзара байланыс типін белгілеу арқылы бір фрагменттен келесі бір фрагментке өтуіне мүмкіндік беретін, ақпараттық ұйымдастыру формасы?
 А) Телекоммуникациялар В) CASE-технологиялар С) Жасанды интеллект жүйелері
 D) Гипертекст E) Мультимедиа
20. Электронды поштаның артықшылығы? А) Нақты ақпараттың мекен-жайына жіберілгені жайында әрқашан сенімді болмауы В) Ақпараттың көлемінің сыйымдылығы С) Міндетті түрде электронды құрылғының болу қажеттілігі D) Ақпараттың ашық түрде жіберілуі E) Бәсекенің өсуі, қызмет көрсету аймағының өсуі
21. БҰҰ-ның мемлекеттерді электронды басқару потенциалы жағынан Қазақстан нешінші орында тұр? А) 80-ші В) 63-ші С) 78-ші D) 55-ші E) 30-шы
22. Цифрлық (электрондық) демократия ол?

- А) жаһандану жүйесі В) электронды үкімет С) демократиялық үрдісте ақпараттық алмасудың кез келген түрі D) банктік карта Е) экстра жүйе
23.-электронды түрде көрсетілетін қағазда ақша аналогы ретінде банкте шығарылатын және өткізілетін БИТ тізбегі ? А) банктік қызмет В) заемщиктің несие төлеу қабілеті С) алтын слиткасы D) цифрлық электронды ақша Е) әлемдік ақша
24. Бір уақытта 1000-нан астам қолданушыларға қызмет көрсете алатын ірі ақпараттық ресурс? А) Сервер В) Портал С) Сайт D) Интернет Е) Файлдік архив
25. Экстранет (экстра жүйе) бұл?
- А) персоналды компьютер В) офистік арнайы ұйымдастыру техникасы С) қызметтік бағдарламалар D) жүйелік байланыстар Е) TCP/IP протоколын қолданатын екі немесе одан көп жүйелердің қосылуы
26. «ҚазТрансОйл» АҚ ҰК-ның филиалын көрсетіңіз?
- А) «ҚазТрансОйл-Сервис» АҚ В) «Қазақстан Халық Банкі жинақтаушы зейнетақы қоры» АҚ С) «Қазақстан-Қытай құбыры» ЖШС D) «МұнайТас» Солтүстік Батыс құбыр компаниясы Е) «ҚазТрансОйл» АҚ «Ұжымдық пайдалану есептеу орталығы»
27.-коммерциялық мақсатта интернетті қолданудың барлық мүмкін әдістерінің жиынтығы? А) электронды коммерция В) интернет С) жаһандану жүйесі D) веб байламы Е) ақпаратпен қамтамасыз ету
28. Инновация сөзінің аудармасы?
- А) жаңалық В) тауар С) өндіріс D) техника Е) өнеркәсіп
29. Браузер ол? А) мультимедия В) персоналды компьютер С) офистік арнайы техника D) құжаттан құжатқа көшетін,сервермен байланыс жасайтын, HTML-ге шығатын ақпараттық қамтамасыз ету Е) офф-лайн
30. Негізгі еуропалық қамтамасыз ету стандартын атаңыз ?
- А) ISO 15408 В) DSS 15555 С) ISO 17799 D) А және В жауаптары Е) А және С жауаптары
31. Әлемдік стандарты ISO 15408- ол ?
- А) ақпараттық технологиялардың қамтамасыз етудегі жалпы критерий бағасы В) ақпаратты басқару ережесі С) классификация ресурстарының критерийі D) персоналды қорғауын ұйымдастыру ережесі Е) ақпаратты дұрыс қолданбау әдістеріне ескерту жасау
32. Әлемдік стандарты ISO 17799 нені көрсетеді ?
- А) ақпараттық қауіпсіздікті басқарудың тәжірбиелік ережесі В) ақпаратты басқару ережесі С) классификация ресурстарының ережесі D) персоналды қорғауын ұйымдастыру ережесі Е) ақпаратты дұрыс қолданбау әдістеріне ескерту жасау
- 33.ISO 17799 бақылауына жатпайтындар:
- А) вирустардан қорғану құралы В) мағлұматтарды қорғау С) қорғаныс саясатын бақылау D) ұйым жұмысын жоспарлау Е) вирустық бағдарламалар жасау
34. Технологиялық парк - ?
- А) инновациялық фирма В) күрделі қызметтік құрылым бар ғылыми-өндірістік комплекс С) өнеркәсіптік аймақ D) ұйым Е) дұрыс жауап жоқ
35. Технологиялық парктің құрылымдық бірлігіне кіреді?
- А) зерттеу орталығы В) ғылыми-техникалық комплекс С) инкубатор D) барлығы Е) өнеркәсіптік аймақ, маркетингтік орталық
36. Технополис - ? А) жеке аймақ В) ғылыми-технологиялық комплекс С) өнеркәсіптік орталық D) дұрыс жауап жоқ Е) жеке қала негізінде құрылған ғылыми-өндірістік құрылым
37. Электрондық саудада қандай электрондық бизнестің сегменті басты болып отыр?
- А) G2B В) B2B С) B2C D) C2G E)B2G
38. Электрондық үкімет деген не?
- А) Қазіргі ақпараттық технологияларды қолданатын мемлекеттік жүйе В) TCP/IP протоколдарын қолданатын бірнеше торлардың қосылуы С)Коммерциялық мақсатта интернетті қолданудың барлық мүмкін тәсілдерінің жиынтығы

- D) Тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу және оларға интернет арқылы төлем жасау
- E) Ғаламдық торлық төлемдерде қолданылатын виртуалдық банктердегі компьютерлік шоттардағы қаражаттар

39. Электрондық ақша деген не?

- A) TCP/IP протоколдарын қолданатын бірнеше торлардың қосылуы
- B) Коммерциялық мақсатта интернетті қолданудың барлық мүмкін тәсілдерінің жиынтығы
- C) Тауарлар мен қызметтерді сату, сатып алу және оларға интернет арқылы төлем жасау
- D) Ғаламдық торлық төлемдерде қолданылатын виртуалдық банктердегі компьютерлік шоттардағы қаражаттар
- E) Қазіргі ақпараттық технологияларды қолданатын мемлекеттік жүйе

40. Электрондық бизнес деген не?

- A) Компьютерлік тасымалдаушыларға жазылған құжат
- B) Цифрлік технологияларға негізделген пайда алуға бағытталған компаниялардың жұмысы
- C) Электронды ақша түрінде құндылығы бар кезкелген банктік карта
- D) Кезкелген компания интернет дүкенді жалға ала алатын интернет бірліктердің жиынтығы
- E) Төлеушінің банкке ақша аударымы туралы нұсқасы

Тестер жинағының кілті

1 нұсқа				2 нұсқа				3 нұсқа				4 нұсқа			
1	B	21	B	1	A	21	B	1	B	21	C	1	B	21	A
2	D	22	D	2	C	22	C	2	D	22	D	2	A	22	C
3	A	23	A	3	E	23	E	3	E	23	E	3	D	23	D
4	C	24	C	4	B	24	D	4	C	24	C	4	B	24	B
5	E	25	E	5	D	25	D	5	E	25	E	5	D	25	E
6	A	26	A	6	E	26	E	6	A	26	A	6	E	26	E
7	C	27	A	7	C	27	C	7	C	27	C	7	C	27	A
8	B	28	C	8	A	28	A	8	B	28	B	8	A	28	A
9	D	29	B	9	D	29	D	9	D	29	D	9	D	29	D
10	E	30	E	10	B	30	B	10	E	30	A	10	B	30	E
11	B	31	B	11	D	31	A	11	B	31	B	11	A	31	A
12	D	32	D	12	A	32	C	12	D	32	C	12	C	32	A
13	A	33	C	13	E	33	C	13	A	33	A	13	E	33	E
14	C	34	C	14	B	34	B	14	C	34	C	14	B	34	B
15	E	35	E	15	D	35	D	15	E	35	D	15	D	35	D
16	A	36	A	16	E	36	C	16	A	36	E	16	B	36	E
17	C	37	C	17	C	37	D	17	C	37	E	17	C	37	B
18	B	38	B	18	A	38	A	18	B	38	B	18	A	38	A
19	D	39	C	19	D	39	D	19	D	39	D	19	D	39	D
20	E	40	B	20	B	40	B	20	E	40	E	20	B	40	B

Тақырыптар бойынша тест жауаптары:

- 1 тақырып: С В С С
- 2 тақырып: В С Д Д
- 3 тақырып: С Д Д В
- 4 тақырып: Д Е А В
- 5 тақырып: А С С В
- 6 тақырып: А С В Е
- 7 тақырып: С Е Д Е
- 8 тақырып: С А Д Д
- 9 тақырып: Д Д Е А
- 10 тақырып: Е Д С А
- 11 тақырып: С Д Е В
- 12 тақырып: В В Д С
- 13 тақырып: Е Е А Д
- 14 тақырып: Е А А Е

Әдебиеттер тізімі

1. Арский Ю.М. Информационный рынок в России / Ю.М. Арский, Р.С. Гиляревский, В.С. Егоров и др. – М.: ВИНТИ, 1996. – 293 с.
2. Афоина С.В. Электронные деньги / С.В. Афоина. – Спб.: Питер, 2001. – 128 с.
3. Балабанов И.Т. Электронная коммерция / И.Т. Балабанов. – Спб.: Питер, 2001. – 336 с.
4. Гейтс Б. Дорога в будущее / Б. Гейтс. – М.: Изд.отдел «Русская редакция» ТОО «Channel Trading Ltd», 1996. – 312 с.
5. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций / Л.М. Землянова. – М.: Издательство МГУ, 1999. – 301
6. Иноземцев В.Л. Пределы «догоняющего развития» / В.Л. Иноземцев. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2000. – 295 с.
7. Иноземцев В.Л. Расколота цивилизация / В.Л. Иноземцев. – М.: Академия - Наука, 1999. – 724 с.
8. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы / В.Л. Иноземцев. – М.: Логос, 2000. – 304 с.
9. Информационное общество и Россия / под ред. В.П. Колесова, М.Н. Осьмовой. – М.: Экономический факультет, ТЕИС, 2002. – 196 с.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; под. ред. О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
11. Кравченко С.А. Социология: парадигмы и темы / С.А. Кравченко, М.О. Мнацаканян, Н.Е. Покровский. – М.: АНКЛ, 1998. – 507 с.
12. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития / И.С. Мелюхин. – М.: ГУ, 1999. – 208 с.
13. Минаев С.В. Глобальная экономика: 2000 год: Аналитический обзор / С.В. Минаев. – М.: РАН ЮНИОН, 2001. – 62 с.
14. Мировая экономика: тенденции 90-х годов / Отв.ред. И.С. Королев. – М.: Наука, 1999. – 304с.
15. Михеев В.В. Глобализация и азиатский регионализм: вызовы для России / В.В. Михеев. – М.: РАН. Институт Дальнего Востока, 2001. – 224 с.
16. Модестов С.А. Информационное противоборство как фактор геополитической конкуренции / С.А. Модестов. – М.: Московский общественный научный фонд, Издательский центр научных и учебных программ, 1999. – 64 с.
17. Наумов В.Б. право и Интернет: очерки теории и практики / В.Б. Наумов. – М.: Книжный Дом «Университет», 2002. – 432 с.
18. Попов В.М. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации / В.М. Попов, Р.А. Маршавин, С.И. Ляпунов/ под ред. В.М. Попова – М.: Финансы и статистика, 2001. – 272 с.
19. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи / Под ред. М.И. Делягина. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 344 с.

20. Рудакова О.С. Банковские электронные услуги: Практикум. Учебное пособие для вузов / О.С.Рудакова, И.В. Рудаков – М.: ЮНИТИ, 2000. - 111 с.
21. Сапир Ж.К. К экономической теории неоднородных систем: Опыт исследования децентрализованной экономики / Ж.К. Сапир; под. ред. Н.А. Макашевой. – М.: ГУ ВШЭ, 2001. - 248 с.
22. Сорос Дж. Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности / под ред. А.И. Колганова. – М.: Экономический факультет ТЕИС, 1998. - 279с.
23. Социум 21 века: рынок, фирма, человек в информационном обществе / под ред. А.И. Колганова. – М.: Экономический факультет ТЕИС, 1998 – 279 с.
24. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество / Д. Тапскотт. – К.: «ИНТ-пресс»; М.: «Релф-бук», 1999. - 432 с.
25. Трансакционные издержки, связанные с созданием и использованием прав на товарные знаки в России / Э. Вальцескини, Р.А. Кокорев, О.А. Пороховская и др.; под ред. А.Е. Шаститко. – М.: ТЕИС, 2000. - 160 с.
26. Урсул А.Д. Информатика, кибернетика, интеллект: Философские очерки / А.Д.Урсул. – Кишинев.: Штиинца, 1989. - 295 с.
27. Экономика / под ред. А.И.Архипова, А.Н. Нестеренко. – М.: ПБОЮЛ М.А. Захаров, 2001. - 784
28. Юрьева Т.В. Интеллектуальная сфера и предпринимательство. Неприбыльный сектор. (Альтернатива бизнесу и государству) / Т.В. Юрьева. – М.: АНК ИЛ, 1994. - 56 с.
29. Тамбовцев В.Л. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации». М.: Издательство МГУ. 1993
30. Родионов И.И. Основные характеристики рынка информационных услуг развитых капиталистических стран. – М.: Международный центр научной и технической информации, 1990.
31. Афанасьев В.Г. Социальная информация. – М.: Наука, 1994.
32. Информационный сектор и его местов экономике США. – М.: Российская академия наук, 1990.
33. Елепов Б.С., Чистяков В. М. Управление процессами использования информационных ресурсов – Новосибирск: Наука. Сиб. отделение, 1989.
34. Перспективы информатизации общества. – М.: Российская академия наук. Серия: Информация, наука, общество, 1989.
35. Майоров С.И. Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 1993.
36. Страссман С. Информация в век электроники. – М.: 1997.
37. Шрейдер Ю. О феномене информационного продукта. – НТИ Серия 1, 1989.
38. Чирченко О. Информационные аспекты информатизации. – М.:1989.
39. Деловые люди. 1993. №12. Прил. X.
40. Лившиц А. На пути к информационной экономике: насколько полезен опыт капитализма? – Экономические науки , 1990, №9.
41. Багриновский К. А., Хрусталева Е.Ю. Новые информационные технологии. – М.: ЭКО, 1996.

1. Вольский А. Инновационный фактор обеспечения устойчивого экономического развития / Вольский. Вопросы экономики. – 1999. - №1
2. Иванов Н. Глобализация и проблемы оптимальной стратегии развития / Н. Иванов. Мировая экономика и международные отношения. – 2000. - №3. – с.12-18
3. Иноземцев В. Парадоксы постиндустриальной экономики / В. Иноземцев. Мировая экономика и международные отношения. – 2000. - №3. – с.3-11
4. Иноземцев В. К истории становления постиндустриальной хозяйственной системы (1973 - 2000) / В. Иноземцев. Свободная мысль. – 1999. - №7. – с.3-27; №8. – с.19-42
5. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс. Новая индустриальная волна на Западе. Антология; Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Академия – 1999. – с.494-505
6. Колодко Т. «Новая экономика» и старые проблемы / Г. Колодко. Проблемы теории и практики управления. – 2002. - №4. – с.32-38
7. Куренков Ю. Конкурентоспособность России в мировой экономике / Ю.Куренков, В Попов. Вопросы экономики. – 2001. - №6. – с.36-49
8. Ланкастер К. Перемены и новаторство в технологии потребления / К. Ланкастер. Теория потребительского поведения и спроса. Вехи экономической мысли. Том 1; Под ред. В.М. Гальперина. – Спб.: Экономическая школа, 1999. – с.326-336
9. Мамчиц Р. Электронная коммерция в ближнем и дальнем зарубежье. / Р. Мамчиц. Политэконом. – 2001. - №3 (16). – с.74-77
10. Мельвиль А. Евразийский миф / А. Мельвиль. // Эксперт. – 1998. - №16. – с.71
11. Мельянцев В. Информационная революция – феномен «новой экономики» / В. Мельянцев. Мировая экономика и международные отношения. – 2001. - №2. – с.3-10
12. Пороховский А. «Новая экономика» активизирует роль общества и государства в общенациональном развитии / А. Пороховский. Проблемы теории и практики управления. – 2002. - №4. – с.46-51
13. Сакайя Т. Стоимость, создаваемая знанием, или История будущего / Т. Сакайя. Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология; Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Академия, 1999. – с.340-371
14. Салавец А. Значение «новой экономики» в постсоциалистических странах: структурный и региональный аспекты / А. Салавец. Проблемы теории и практики управления. – 2002. - №4. – с.39-45
15. Стиглер Дж. Экономическая теория информации / Дж. Стиглер. Теория фирмы. Вехи экономической мысли. Вып.2. – Спб.: Экономическая школа, 1995. – с.507-529

16. Стоуньер Т. Информационное богатство: профиль постиндустриальной экономики / Т. Стоуньер. Новая технократическая волна на Западе. – М.: Прогресс, 1986. – с.392-409
17. Ходжсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности / Дж. Ходжсон. Вопросы экономики. – 2001. - №8. – с.32-45
18. Паршенцев А.А. Проблема и перспективы развития электронных магазинов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - №3. – с.84-89
19. Нагапетьянц Н., Гуреев С. Интернет-маркетинг // Маркетинг. – 1998. - №5. – с.99-110
20. Земсков А.И. Доступ к электронным ресурсам от Бонна до Владивостока // Научные и технические библиотеки. – 2000. - №7. – с.25-37
21. Поваляев А. Цель определяет средства // Эксперт. – 2001. - №6. – с.94-96
22. Степаненко Е. Электронная коммерция в России. Основные вопросы // Хозяйство и право. – 2000. - №12. – с.23-37
23. Мамыкин А.А. Стратегия и тактика в интернет // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - №2. – с.63-66
24. Моисеев С. С Интернет-авоськой по магазинам // Научный парк. – 1998. - №6. – с.54-58
25. Чупалов А. Как зарабатывать деньги в Интернет. – М., 1998. с.88-109; 125-129
26. Имери В. Как сделать бизнес в Интернет. – К.; М.; СПб., 1998. – с.191-203; 319-336
27. Шпагина М. Иное измерение // Эксперт. – 2000. - №8. – с.6-10
28. Расстегаев А. Клонирование технологий // Эксперт. – 2000. - №24. – с.1-4
29. Лидеры российского виртуального шоппинга // Эксперт. – 2000. - №16. – с.77-82

Интернет-ресурстар тізімі

1. <http://www.e-gov.com/egovjournal>
2. <http://www.globalcrossing.com>
3. http://www.gov_affairs.senate.gov/egov
4. <http://www.intel.com/research/silicon/mooreslaw/htm>
5. <http://www.ipso.cec.be/Ecommerce>
6. <http://www.level3.com>
7. <http://www.mid.ru/mid/inform.htm>
8. <http://www.monitoring.ru>
9. <http://www.nasdaq.com>
10. http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index/html
11. <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec/act/sacher.htm/>
12. <http://www.ogit.gov.au/ica/icaindex.html>
13. <http://www.policyworks.gov/intergov>
14. <http://www.open.gov.uk/citu/gdirect/itndl/html>
15. <http://www.scrt.gov.ru/Documents/Decree/2000/09-09.html>
16. <http://www.usinfo.state.gov/journals/itgic/1100/ijgr/ijgr1100.html>

17. <http://www.wto.org/wto/ecom/ecom.htm>
18. <http://www.rcc.ru/Rus/IT>

Глоссарий

1. **Аутсорсинг** - фирманың басқа фирмаға не ұйымға жекелеген қызметтің процестерін жекелей не толықтай беру.
2. **Банкілік карта** – клиент төлеуге жататын құжаттарды дайындау құралы.
3. **Баннер** – жарнама берушінің веб- бетінің гиперсілтемесімен байланысты жарнамалық графикалық блок.
4. **Битт** – екілік жүйе санауындағы ақпараттық өлшем бірлігі.
5. **Браузер** – HTML-ға еркін кіруге және сервермен байланысты орнатуға мүмкіндік беретін бағдарламалық қамтамасыз ету. HTML – интернет сайттағы w.w.w. файлына сәйкес құжаттар немесе желіден, құжаттан – құжатқа өту.
6. **Вертуалды экономика** – интерактивті мүмкіндіктерді пайдалануға негізделген экономика.
7. **Вертуалды (электронды) дүкен** – сатушы мен тұтынушы арасында болатын интернет құралы арқылы тауар мен қызмет көрсетуді сату жүйесі.
8. **Желілік сыртқы әсерлер** – бұл сыртқы әсердің ерекше түрі. Ол бір индивидтің тұтынатын тауарының пайдалылығын өсіміне алып келеді, дәл сол тауарды тұтынған бірнеше индивидтің санын көбейтеді.
9. **Ақпараттық ғаламдану** – ақпараттық технология әсерінен бір кешенді экономикалық, әлеуметтік және мәдени кеңістікті құру болып табылады.
10. **Жұмысшы орнын стандарттау** – жұмысшы күші құрылымында әр түрлі мамандықтарды ұлғайту.
11. **Домен** – бір жүйеге ұйымдасып, логикалық біріккен компьютерлер тобы.
12. **Институционалдық қақпандар** - өзін-өзі көтеру мазмұнына не қоғамдағы тұрақты, бірақ тиімді емес нормалар.
13. **Интерфейс** – есептеу жүйесінің құрылымдарына бір-біріне бірлесуге мүмкіндік беретін унификацияланған сигналдар жүйесі.
14. **Иртранет(интрасеть)** - TCP/IP хаттамасын қолданатын, фирма ішінде ақпарат алмасуға негізделген желі.
15. **Ақпараттық дау** – бұл қиын жағдайда тиімді шешімдерді қабылдауға ынталандырады және ақпараттың нақтылығын білуге көмектеседі.
16. **Ақпараттық өнім** – сақтауға, беруге, өңдеуге болатын өнім.
17. **Киберсквоттинг** – қайта сату мақсатында домендік атауларды жаулап алу.
18. **Жалпы кастомизация** – клиенттің нақты талабына компанияның адаптация (үйрену) процесі.
19. **Мобильдік сауда** – мобильдік телефон қызметі арқылы тауарларды сату – сатып алу.
20. **Мониторинг** – құбылыстарды бақылау процесі.
21. **Мультимедиа** – әр түрлі ақпараттар ағымын икемді басқаруға мүмкіндік беретін компьютерлік технология.
22. **Он–лайн** – бір жүйеге ұйымдасып, логикалық біріккен компьютерлер тобы.
23. **Офф-лайн** – уақытқа қатысты емес режим.
24. **Мәліметтер сайманы** – топталған мәліметтерді сандық желіде беру.

25. **Өнімділік парадоксы** – ақпараттық технологиядағы инвестиция арсындағы оң байланыстың болмауы және нақты сектордағы іскерлік белсенділік саласындағы алға шығу
26. **Провайдер ”Интернет-қызметі“** – интернетке кіруге мүмкіндік беруді қамтамасыз ететін, нақты анықталған сыйақыға көмек беретін және де клиенттердің кейбір талабына қызмет көрсетумен жауап беретін коммерциялық фирма.
27. **Ақпараттық технологияның тікелей әсері** – компьютермен тікелей байланысты өндіріс саласындағы MFP(TFP) көрсеткіштерінің ұлғаюы.
28. **Смат карта** – арнайы микропроцессормен кіргізілген пластикалық банкілік карта.
29. **Цифрлық қолтаңба** - жіберушінің жеке кодымен хатты шифрлау нәтижесінде алынатын арнайы электрондық қолтаңба.
30. **Цифрлық демократия** – ақпараттың цифрлық айырбасының кез келген формасы демократиялық процесске жатады.
31. **Цифрлық ақшалар** – бұл электрондық түрде көрсетілген қағаз ақша аналогтарының банкпен өтейтін, биттпен шығаратын шынжырлар.
32. **Экстранет (Экстрасеть)** – TCP/IP хаттамасын қолданатын екі немесе одан да көп жүйелердің бірігуі.
33. **Электрондық коммерция** – коммерциялық мақсатта интернетті қолданудың барлық кез келген мүмкіндіктерінің жиынтығы.
34. **Электрондық сауда** – тауарлар мен қызмет көрсетулерді сату мен сатып алу және олардың интернет арқылы төленуі.
35. **Электрондық үкімет** – қазіргі заманғы ақпараттық технологияны кең қолдануды ұйғаратын мемлекеттік басқару жүйесі.
36. **Электрондық ақша** – ғаламдық желінің төлемінде қолданылатын компьютер есебіндегі құралдар.
37. **Электрондық бизнес** – цифрлық технологияға, технология артықшылықтарына негізделген, пайда алу мақсатында бағытталған компанияның іс-әрекеті.
38. **Электрондық құжат** – физикалық мазмұнмен анықталатын, компьютерлік тасымалдаушыларда жазылған, мәлімет түрінде көрсетілген құжат.
39. **Электрондық әмиян** – иесі алдын-ала төлеп қойған, электрондық ақша формасында нақты бағалылықты құрайтын кез келген банкілік карта.
40. **Электрондық сауда қатары** – кез келген компания институт дүкендерді жалдауға мүмкіндігі бар институт дүкендердің жиынтығы.
41. **Электрондық чек** – компьютерлік желі арқылы ақша алу үшін ақша сомасын аудару жөніндегі төлеуші тұлғаның өз банкісіне деген бұйрығы.
42. **Электрондық саудалық аудан** – әр түрлі саладағы кәсіпорынның электрондық кеңістігі.
43. **Эмбоссирлеу** – рельеф белгісі түрінде банкілік картаға мәліметтерді енгізу.
44. **Жаулап алу әсері** – бағдарламаны жақсы игерген пайдаланушының басқа бағдарламаға өтуге бас тартуы.

45. **Қақпан әсері** – бір - біріне тәуелді технологиялық саламен байланысты бір саладан басқа салаға шығындарды ауыстырудың әсері.
46. **”Құйылым әсері “** – ақпараттық технологиялардың экономикадағы компьютер саласына әсері емес, MFP(TFP)саласындағы өсімнің тездетілуі.

Ж. А. Бабажанова

«АҚПАРАТТЫҚ ЭКОНОМИКА»
оқу-әдістемелік құралы

Көлемі 7,81 б.т. Таралымы 200 дана
Пішіні 60x80/16 Тапсырыс 296. Қағаз офсеттік.Офсеттік басылыс.
Басуға 25.11.2011 ж. қол қойылды.
Басуға 25. 11.2011 ж. жіберілді.

Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Ақпараттық баспа бөлімі
010008, Астана қ., Қажымұқан к., 13.