

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



ЖАС ҒАЛЫМДАР КЕҢЕСІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016» атты
XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»

PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»

2016 жыл 14 сәуір
Астана

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2016»
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір

Астана

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

Ғ 96

Ғ96 «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2016. – б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-764-4

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

ISBN 978-9965-31-764-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2016

рынке иностранные турпродукты. Рассмотреть на государственном уровне развитие «социального» туризма. Государство, по сути дела, может финансировать отдых своих граждан, выпуская для этого специальные ценные бумаги - туристские сертификаты. Государство должно активно сотрудничать с работодателями, а те, внося свой вклад, предлагать такие сертификаты своим служащим. Человеку это выгодно, поскольку снижаются его расходы на отдых. Эта мера, за счет государственной доли в финансировании, активизирует внутренний туризм. Для развития социального туризма необходимо развивать свою систему казахстанских туристских сертификатов. **Главной целью государственной политики в области туризма, на сегодняшний день, является создание в стране высокоэффективного и конкурентоспособного туристского кластера.** Индустрия туризма оказывает большое положительное влияние, чем ряд других экономических секторов. Разобщенность участников туристического рынка, неразвитость инфраструктуры, недостаток инвестиций, дефицит квалифицированных кадров, низкий уровень сервиса, высокие цены на рынке туристских услуг, поэтому, просто необходимо улучшение материально-технической базы, где **особое внимание следует уделять:**

- развитию материально-технической базы туризма, путем привлечения отечественных и иностранных инвестиций, для реконструкции существующих и строительства новых туристских объектов;
- повышению конкурентоспособности на рынке услуг авиаперевозок, развитию пассажирских перевозок на автомобильном и железнодорожном транспорте;
- разработке схемы перспективного размещения туристских объектов и развитию инфраструктуры рынка туристских услуг на территории Казахстана;
- контролю за землепользованием и соблюдением норм застройки в районах развития туристского бизнеса;
- созданию, соответствующего международным стандартам, гостинично - сервисного комплекса, а также сети туристских комплексов, этнографических музеев и зон отдыха;
- развитию в туристских зонах соответствующей инфраструктуры: телекоммуникаций, водо- и электроснабжения, канализации.

Список использованных источников:

1. Щеглов Г. П. Альтернативный туризм в России
2. Буйленко В. Ф. Туризм. — Ростов н/Д: Феникс, 2008.
3. [The International Ecotourism Society](#)
4. Гумилев Л. Н. История народа хунну. Москва, 2004.

УДК 339:004.738.5

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Даниярова Аруна
d.k.a_96@mail.ru

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан
студентка группы ТТТиТ – 21 Транспорт, транспортная техника и технологии
Научный руководитель – Нурбаева А.Т.

Интернет - самая перспективная часть информационного пространства— и с технологической точки зрения, и как самая мощная платформа для реализации прав человека на доступ к информации и свободы выражения, в том числе и способ приобретения товаров не выходя из дома. Все что нас окружает в сфере техники это и есть электронная коммерция.

Электронная коммерция- это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей и

бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакции.

К электронной коммерции относятся:

- Электронный обмен информацией
- Электронное движение капитала
- Электронная торговля
- Электронные деньги
- Электронный маркетинг
- Электронный банкинг
- Электронные страховые услуги

Начало этой системы произошло в Америке. В первые американские компании

American Airlines и IBM приступили к созданию системы автоматизации процедуры резервирования мест на авиарейсы. Таким образом, система делает перелёты более доступным и для рядовых пассажиров. Это является собой самый первый опыт создания системы электронной коммерции.

Наиболее динамичный рынок электронной коммерции развивается в течении последних 20 лет, что обусловлено стремительным ростом количества интернет-пользователей.[1]

Современная тенденция показывает, что сегодня электронная коммерция достаточно серьёзный бизнес, где отлаженные процессы, правильное позиционирование, вопросы доверия гораздо важнее чем в офлайн-магазине. Там где это осознали рынок идёт вверх в разы опережая тренд роста офлайновой-торговли: - «в 2012 г. рынок электронной коммерции России превысил 15 млрд. \$ (2% от оборота) и к 2015 вырастет до 32 млрд.долларов (3,5%). Средний рост 21,37%. 85% рынка товары и 15% услуги.» - «...годовой оборот интернет-магазинов Китая в 2011 превысил 74 млрд долл. США. Средний потребитель Китая в год на e-commerce 500\$, американец - 980\$» - «... продажи только в розничных онлайн-магазинах США в 2011 году выросли до 5,5% (\$230 млрд) и к 2015 достигнет 350 млрд. (7,5%)». - «... одним из немногих сегментов рынка стран BRIC (как впрочем и более развитых индустриальных держав), на которые не оказал влияния кризис, оказалась онлайн-торговля». Сан-Франциско, США, 8 февраля 2013 года. – Согласно результатам исследования, проведенного для Visa ведущим независимым аналитическим агентством Moody's Analytics, рост использования электронных платежных инструментов, таких как кредитные и дебетовые платежные карты, добавил 983 млрд. долл. США к объему ВВП 56 стран, принявших участие в исследовании с 2008 по 2012 гг.

Исследование охватывает 56 стран мира, на долю которых приходится в общей сложности 93% мирового ВВП (Валовой внутренний продукт). В ходе исследования эксперты пришли к выводу: использование платежных карт способствует повышению эффективности экономики, заметно стимулируя ее рост, благодаря множеству факторов, среди которых эффективность транзакций, доступность кредитных ресурсов для потребителя, а также доверие потребителя к платежным системам в целом.

Согласно результатам исследования, увеличение использования карт способствовало дополнительному росту ВВП в среднем на 0,17% в год в течение пяти лет. На протяжении данного периода ВВП этих стран вырос в среднем на 1,8 процентных пункта. [2]

В настоящий момент рынок e-коммерции в Казахстане занимает около 0,45 процента общего рынка. Весь рынок электронной коммерции за 2014 год составил свыше 133 млн. долларов. В основном, его формирует 'AirAstana' и другие компании по продаже авиа и ж/д билетов. Лидирующие позиции по выручке заняли следующие интернет-магазины:

1. Flip.kz. Интернет-магазин Flip.kz начал свое существование 20 ноября 2007 года. Стоит отметить, что изначально Flip.kz продавал только книги. Сейчас здесь можно купить книги, игрушки, товары для дома, компьютерные игры, программное обеспечение и видеопродукцию на DVD-дисках.

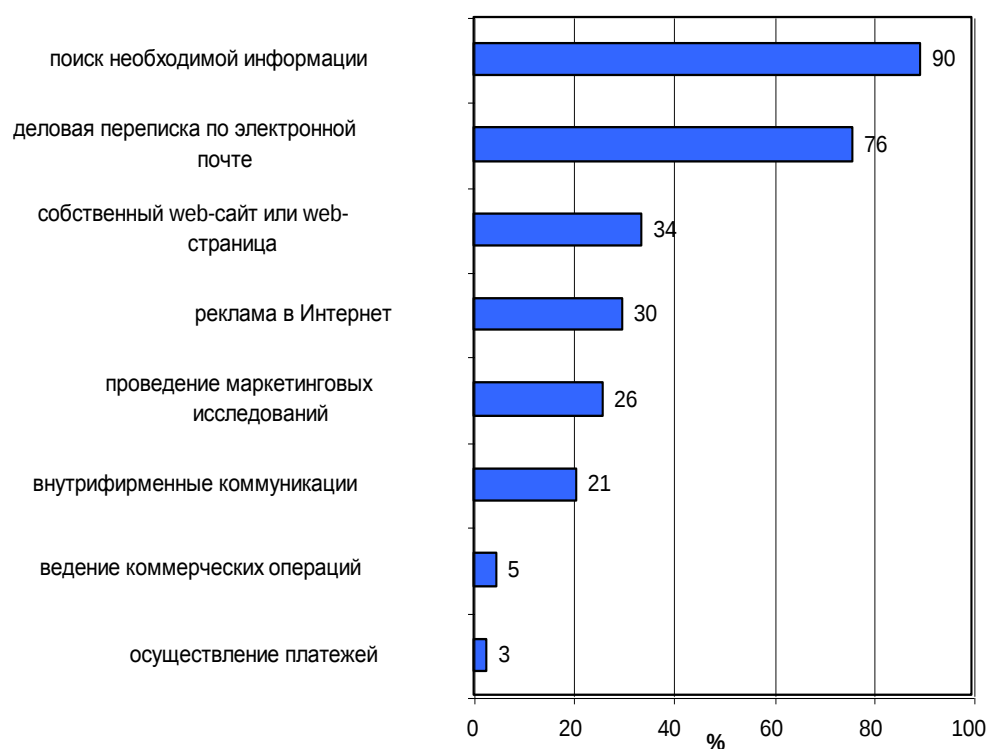


Рисунок 1 - Основные направления использования Интернет в глобальном масштабе на 2014 год:

2. Alser. Интернет-магазин у компании Алсер появился в 2014 году. В продаже имеются все товары, которые присутствуют в розничных магазинах торговой сети, а также те, что находятся на складе.

3. Компания **Sulpak** решила на открытие своего интернет-магазина в 2009 году. Сейчас его можно назвать интернет-гипермаркетом, в котором собрано большое количество разнообразного товара. (Электроника, Компьютеры, Бытовая техника, Фото и видео товары, Офисная техника, Телефоны и связь. Игры и программное обеспечение)

4. Hit.kz. Интернет-магазин Hit.kz является примером работы с нуля. Открылся он в апреле 2004 года и уже 8 лет обслуживает своих покупателей отличным сервисом.

5. Alsi-online.kz. Интернет-магазин Alsi-online.kz был открыт компанией ALSI в 2009 году. Кстати, скоро ALSi будет праздновать свое двадцатилетие на казахстанском рынке IT-технологий, немного странно, что интернет-магазин открылся только три года назад. В основном занимаются продажей оргтехники.

6. Intermarket.kz. Интернет-магазин Intermarket.kz был открыт в 2008 году. На сегодняшний день магазин имеет в наличии более 4000 товаров и готов расширять свой ассортимент, привлекая новых поставщиков. В основном, это всевозможная техника для дома и офиса. (Помимо поставщиков, компания привлекает и инвесторов). *Оплата товара принимается наличными при доставке курьером, банковским переводом, электронной платежной системой WebMoney, депозитным счетом и электронными пластиковыми картами Master card, Visa и Maestro.*

7. technodom.kz. Интернет-магазин technodom.kz является частью большой торговой сети магазинов бытовой и компьютерной техники. Компания была образована в 2002 году и за десятилетие добилась больших результатов, открыв розничные магазины во всех городах Казахстана.

8. «Планета электроники». Еще один интернет-магазин, созданный известной компанией, давно имеющей свою сеть розничных магазинов. «Планета электроники» предоставила возможность онлайн-покупок еще в 2006 году. По сравнению с другими казахстанскими интернет-магазинами, информационные обновления на сайте случаются не

часто. В основном, это сообщения о проводимых акциях..

9. Arbuz.kz. Вот мы и подошли к продовольственному интернет-магазину Arbuz.kz. Существует «Arbuz.kz» с 2007 года. Идея продажи продуктов через интернет оказалась отличной. На данный момент это удобно не только для людей с ограниченным временем, но и для людей с ограниченными возможностями.

10. Disti.kz. Интернет-магазин Disti.kz существует с 2008 года. В основном, магазин продает компьютерную и бытовую технику. Сайт довольно удобен в использовании и при первом знакомстве никаких затруднений не выявлено. Вся информация разложена по полочкам.

В данное время большинство интернет-магазинов расположено на территории города Алматы (около 60%). В Астане находится около 20%, а остальные 20% принадлежат другим городам. Годовой оборот в Казахстане в 2012 году приблизился к 400 млн \$ (0,7% от рынка). При этом в зарубежных интернет-магазинах наши граждане потратили более 1,3 млрд\$.» .Гос.сектор (отчасти монополии):

Крупнейший мерчант (название для широкой категории финансовых услуг, предназначенных для использования в бизнесе.) - Air-Astana (оборот приближается к 35 млн\$) – Казахстан-ТемирЖолы – сообщил в ноябре о 1 млн проданных билетов онлайн и 6-кратном росте за год - Электронное правительство Казахстана www.e-gov.kz – в 7 раз увеличили прием налогов и штрафов – до 942 тыс \$ в Казахстане крупными офлайн-магазинами являются:

- 1.Технодом,
- 2.Sulpak,
- 3.планета электроники,
- 4.Меломан, Мечта,
- 5.Алсер, Книжный дом и пр.
- 6.Белый ветер

В сети и активно торгуют мобильные операторы:

- K-Cell
- Beeline
- Tele2

Данные компании принимают платежи на своих сайтах без комиссии. Казахтелеком поработал над юзабилити («возможность использования», «способность быть использованным», «полезность»). Несколько проектов автопополнения. В 2013 старт мобильной коммерции и MTopUp Новая экономика: Купонаторы взрывают рынок. Более 15 сервисов. Лидеры (Chokolife.kz и BeSmart.kz доводят в ноябре-декабре месячный оборот до 1 млн долларов)._BeSmart (besmart.kz).

Для покупки нужно приобрести купон на выбранную услугу: посещение ресторана, салоны красоты, картинга, спа, боулинга, кинотеатров и многое другое.Купоны BeSmart можно оплатить с помощью платежных терминалов Quickpay.[4]

Стартапы: например *Мурау.kz (сервис мобильных платежей) и Ticketon.kz (билеты в кино и на концерты) за год приходят к оборотам на уровне 3-5% от всего рынка транзакций в e-commerce* *Возможность оплатить своей банковской картой за товары и услуги в режиме реального времени, в любом месте, в любое время при помощи мобильного телефона*

На Западе e-commerce стал естественным продолжением торговли по каталогам и культурой использованием платёжных карт вместо наличных. У нас нет не того не другого поэтому ключевая задача – это работа над уровнем доверия населения к онлайн-торговле. Основные драйверы:

1. Visa
2. MasterCard
3. Интернет-магазины, Казконтент, Казкоммерцбанк, Processing.kz.

МСИ – PR-компания на государственных телеканалах может способствовать

созданию эффективного саморегулирующегося рынка онлайн-торговли, где покупатели и продавцы доверяют друг другу ("Всё начинается с доверия" StartWithTrust). Увеличение доверия покупателей к электронным продажам. Принципы принятия в члены: Бальная система (100 баллов - Надёжный магазин, 150 баллов - Идеальный магазин, 50 баллов - Магазин проходит аккредитацию, ниже 50 баллов - Не рекомендованный магазин) Баллы имеют следующие весовые показатели - 50% после аудита Ассоциации, 20% голосование магазинов-членов, 30% оценка покупателей. Бальность постоянно меняется, так как голосование в онлайн и в любой момент времени. Бальность отражается на эмблеме на интернет-магазине. Сама эмблема также подкачивается с сайта Ассоциации и динамически меняется. Подписание Стандартов Ассоциации. Предоставление документов, необходимых для аудита ассоциации. Согласие на выставление баллов на сайте ассоциации от покупателей.[4]

Несмотря на все сложности в глобальной экономике, рост уровня проникновения платежных карт позволяет увеличить потребление и способствует росту ВВП", – отметил Марк Занди (MarkZandi), главный экономист Moody'sAnalytics. "Особенно это касается стран, которые развиваются. Рост потребления происходит параллельно с увеличением популярности и доступности электронных платежей для потребителей во всем мире. В то же время, результаты исследования указывают на то, что правительствам необходимо поддерживать и стимулировать переход к эффективным и безопасным электронным формам платежей".

В будущем переход к электронным платежам повысит экономическую эффективность и способствует росту мировой экономики. Примечательно, что электронные платежи помогли снизить риск более медленного выхода из глобального кризиса, поскольку проникновение и использование платежных карт придало важный и ощутимый стимул развитию экономики.[5]

Электронная коммерция обладает невероятной притягательностью. Если для малого бизнеса – это порой реальный и единственный войти в мир торговли, минуя ужасающие расходы на организацию реальной торговой точки, то для крупных сетей, это само собой разумеющееся дополнение к традиционной деятельности. И все-таки, несоизмеримые перспективы электронной коммерции, на мой взгляд, наблюдаются именно в малом бизнесе. Мы находимся только в первой половине бума электронной коммерции в Казахстане, мы должны достичь как минимум уровня расходов в онлайн-сервисах до уровня 60-70 долларов на жителя в ближайшие годы.

Ожидания на 2014 год объем рынка электронной коммерции достигнет порядка 1,2 миллиарда долларов, а интернет-реклама вырастет практически вдвое. По сведениям Аскара Жумагалиева, вице-министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан, в ходе международной конференции Digital Communications Kazakhstan 2011, в настоящее время ежегодный оборот электронной коммерции в Казахстане составляет порядка 300 миллионов долларов, объем интернет-рекламы - порядка 6 миллионов долларов.

Продолжение этой работы требует от нас утверждения еще некоторых нормативных документов, которые мы разрабатываем с учетом мнения неправительственных организаций, предполагается внедрение нескольких систем (электронной коммерции) для того, чтобы и в этой сфере была здоровая конкуренция».[6]

В данное время нужно развивать онлайн торговли через интернет. Сейчас это совершенно возможное явление. Однако, покупатели редко пользуются онлайн-магазинами и больше предпочитают покупать на рынке, в бутиках или магазинах. Хочу привести 5 фактов того, что приводит к отказу от покупки онлайн:

- негативные отклики о мерчанте,
- несоответствие цены на сайте цене в чеке,
- высокие цены,
- время доставки и неудобства, связанные с ней,
- недовольство работой службы продаж.

Уверена, мы находимся только в первой волне бума электронной коммерции в Казахстане, мы должны достичь как минимум уровня расходов в онлайн-сервисах (с учетом корреляции средних зарплат в России и Казахстане) до уровня 60-70 долларов на 1 жителя в ближайшие годы. А это примерно 11 млрд. долларов США.

Российских компаний, имеют больше опыта, отработавших на рынке «фактор ошибки» и готовые к «походу» на региональные рынки. Это создает конкуренцию отечественным интернет продажам. [6]

Можно сделать следующие выводы:

1. Казахстану нужно время и средства для повышения финансового обеспечения электронной коммерции.

2. Необходимо развивать малый бизнес с использованием электронной коммерции, с учетом прямых способов оплаты через интернет счета (киви)

3. Усовершенствовать контроль и анализ транзакций (Транзакция (англ. transaction) — группа последовательных операций с базой данных, которая представляет собой логическую единицу работы с данными. Транзакция может быть выполнена либо целиком и успешно, соблюдая целостность данных и независимо от параллельно идущих других транзакций, либо не выполнена вообще и тогда она не должна произвести никакого эффекта.

4. Отечественному бизнесу необходимо быстро научиться подходу с точки зрения пользователя, предоставлению качественного и удобного сервиса. Для этого потребуются год или два, за которые коммерческие банки отстроят системы онлайн-банкинга в соответствии с международными стандартами. Казахстан молодая и развивающаяся страна, впереди ее ждет множество открытий и начинаний.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт <http://www.computerworld.kz>
2. “Основы электронной коммерции”, Юрасова А.В., Горячая линия-Телеком, Москва, 2007 год
3. Официальный сайт - www.osp.ru/cio/2013/09/13037522/
4. [Netology.ru/blog/403-rif-2014-rynok-elektronnoy-komercii-v-rossii](http://netology.ru/blog/403-rif-2014-rynok-elektronnoy-komercii-v-rossii)
5. www.perspectivy-kazneta «Проблемы информационного обеспечения и использования Интернет коммерции в сфере малого бизнеса», 2000.
6. http://www.mobievent.kz/upload/presentations_mobievent/1.1.2%20Bakhtiyar%20Mukhammediev_MobiEvent_AKIB.pdf

ӘОЖ 373.1.013

ЖАСТАР ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ:ИННОВАЦИЯЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР ДАМУЫНЫҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Дәулет Мәдина Жүсіпқызы
madindaulet@gmail.com

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
Қ-23, 2 курс, мамандық «Қаржы»
Ғылыми жетекшісі – Нурбаева А.Т.

«Қазақстанның жас азаматтары, білімді, еңбекқор, бастамашыл, белсенді болуға қазірден бастап дағдыланыңдар. Жұмыс пен сұраныс бар өңірге батыл барыңдар. Шеберліктің шыңына жете білсеңдер мамандықтың бәрі жақсы. Қазір техникалық мамандықтардың, ғылым мен инновацияның күні туған заман. Ерінбей еңбек еткен, талмай ғылым іздеген, жалықпай техника меңгерген адам озады. Тұрмысы жақсы, абыройы асқақ болады. Біз жүзеге асырып жатқан түбегейлі реформалар мен атқарып жатқан