

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

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.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

СЕКЦИЯ 7 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

7.1: ҚАНЫШ САТПАЕВТЫҢ ҒЫЛЫМИ АШЫЛЫМДАРЫНЫҢ ҚАЗАҚСТАН ЭКОНОМИКАСЫН ДАМУДАҒЫ РОЛІ 7.1: РОЛЬ НАУЧНЫХ ОТКРЫТИЙ КАНЫША САТПАЕВА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА 7.1: THE ROLE OF KANYSH SATPAYEV'S SCIENTIFIC DISCOVERIES IN THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN

УДК 339.35

ОСОБЕННОСТИ ЛОГИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В КАЗАХСТАНЕ: АКЦЕНТ НА E-COMMERCE И E-GROCERY

**Абдымалик Жанель Серіккқызы
Ибрагимова Дайана Ибрагимовна**

a.zhanel48@gmail.com, iday13bra@mail.ru

Студенты 3 курса специальности 6В04102-Экономика

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, г. Астана, Казахстан

Научный руководитель – Раимбеков Ж.С.

Актуальность статьи заключается в том, что в последние годы интернет-торговля в Казахстане демонстрирует значительный рост, стимулированный не только увеличением доступности интернета, но и изменением покупательских предпочтений населения, особенно в свете глобальных вызовов, таких как пандемия COVID-19. E-commerce и e-grocery, как два важных сегмента рынка, особенно выделяются, поскольку потребители все чаще предпочитают делать покупки онлайн, избегая посещения физических магазинов. В этом контексте анализ особенностей логистики интернет-торговли в Казахстане, с особым акцентом на e-commerce и e-grocery, является высоко актуальным для понимания текущих и будущих тенденций в отрасли, а также для выработки эффективных подходов к управлению логистическими потоками и улучшению качества обслуживания клиентов.

Целью статьи является всесторонний анализ рынка e-commerce и e-grocery в Казахстане, включая изучение текущего состояния и перспектив развития, а также динамики роста, ключевых игроков и потребительских предпочтений. Статья направлена на выявление особенностей и вызовов логистики в сфере интернет-торговли, освещая вопросы управления цепочками поставок и особенности доставки. Завершает статью разработка рекомендаций для компаний отрасли по оптимизации логистических процессов, улучшению обслуживания клиентов и увеличению конкурентоспособности на рынке.

Методы анализа включают сравнительный анализ показателей электронной коммерции, сбор и анализ данных о доходах от онлайн-продаж и числе активных пользователей.

Особое внимание будет уделяться сегменту e-grocery, который является наиболее динамично развивающимся сектором электронной торговли в стране. Прогнозируемый рост до 1,5 миллиарда долларов к 2027 году свидетельствует о его потенциале. Предпочтение пользователей в пользу онлайн-заказов продуктов обусловлено экономией времени, удобством выбора, быстрой доставкой и другими преимуществами, которые предоставляет электронная торговля [1].

В последние годы в Казахстане наблюдается стремительное развитие e-commerce. Объем продаж на рынке e-commerce вырос на 30%, превысив 300 млрд тенге и достигнув

отметки в 1,3 трлн тенге. Маркетплейсы играют ключевую роль, совершая 89% всех онлайн-заказов, а годовой рост продаж составляет 33%. Этот рост обусловлен мобильной коммерцией, трансграничными операциями, и интеграцией функций покупок в социальных сетях.

Потенциал Казахстана заключается в его стратегическом расположении в центре Евразии, что делает его мостом между Востоком и Западом. Это привлекает компании, стремящиеся достичь широкой аудитории потребителей в регионе. Благоприятная среда для онлайн-покупок обусловлена высоким уровнем цифровых платежей, ростом среднего класса и широким распространением интернета и смартфонов. Казахстан также оказывает влияние на трансграничную электронную коммерцию, открывая доступ к более широкому региону Евразии. В последние годы сектор электронной коммерции в Казахстане демонстрирует впечатляющий рост, приближая объем рынка к 2 трлн тенге (\$4,2 млрд) в 2022 году.

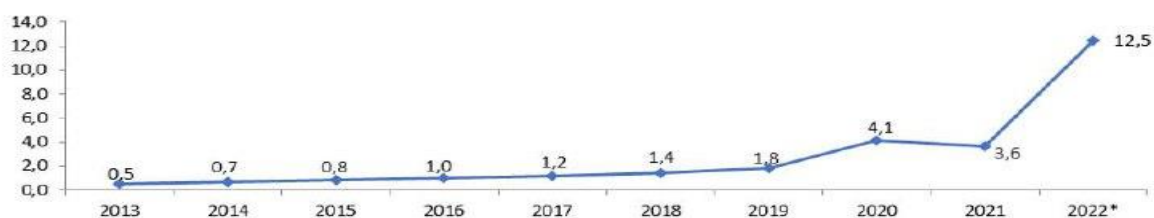
Таблица 1. Основные показатели электронной коммерции в Казахстане (внутренний рынок)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Объем электронной коммерции (розничная торговля), МЛН.ТГ.	50919,9	78500,5	106918,1	144606,0	206253,9	476651,5	481978,7	1963493,2
Объем электронной коммерции (услуги), МЛН.ТГ.	39156,4	80198,4	70356,2	136123,0	121153,7	209164,7	349933,7	1186536,7

Примечание - составлено авторами на основе источника [5]

Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли

в процентах



*Данные за 2022г. сформированы с учетом маркетплейсов

Рисунок - 1. Доля рынка электронной торговли в общем объеме розничной торговли в Казахстане за 2013-2022 гг.

Примечание - составлено авторами на основе источника [5]

ТОП-10 стран мира и их доля на рынке e-commerce в 2022 г.



Рисунок – 2. Топ-10 стран мира и их доля на рынке e-commerce в 2022 г.

Примечание - составлено авторами на основе источника [5]

На данном рисунке показано, что Казахстан входит в топ-10 стран по их доле на рынке электронной коммерции и одним из крупных маркетплейсов в Казахстане является Kaspi Магазин.

Kaspi.kz является главной экосистемой в Казахстане, объединяющей платежную систему, финтех-платформу и маркетплейс, и занимающей ключевые позиции на рынке во всех бизнес-направлениях. Компания работает через свое популярное приложение, которое используют практически все взрослые жители страны, с ежемесячным числом активных пользователей в 12,2 млн человек.

Kaspi.kz активно развивает электронную коммерцию в Казахстане, удерживая лидирующие позиции на рынке. Платформа предлагает широкий выбор товаров и услуг, обеспечивая доступ к современным технологиям, онлайн-продажам, большой клиентской базе, а также возможностям доставки и рекламы для малого и среднего бизнеса.

Помимо Kaspi и Wildberries, важными маркетплейсами в Казахстане являются Jmart, SATU, ForteMarket, Omarket, OLX, ХалыкМаркет и Яндекс Маркет. Каждая из этих платформ способствует развитию электронной коммерции в стране, предлагая широкий ассортимент товаров и услуг, а также удобные методы оплаты и доставки. Эти маркетплейсы играют ключевую роль в расширении возможностей как для потребителей, так и для продавцов, способствуя росту электронной коммерции в Казахстане [2].

Маркетплейс	Посещаемость в месяц	Количество выполненных заказов в месяц	Средний чек, в долларах
Kaspi.kz	6 900 000	1 700 000	103,3
Wildberries.kz *	нет данных	нет данных	нет данных
Jmart.kz	218 776	13 761	735,6
Halykmarket.kz	1 080 732	19 933	186,4
Olx.kz	17 367 179	нет данных	нет данных
Shop.kz	1 389 247	15 753	207,6
Ozon Global	нет данных	нет данных	7
Lamoda.kz	нет данных	20 624	91
ForteMarket	415 000	2153	610
Satu.kz	6 900 000	нет данных	нет данных
Clevermarket.kz	40 960	10 700	32,6

Число постаматов в Казахстане в сентябре 2023 года

Рисунок 7. Число постаматов в Казахстане в сентябре 2023

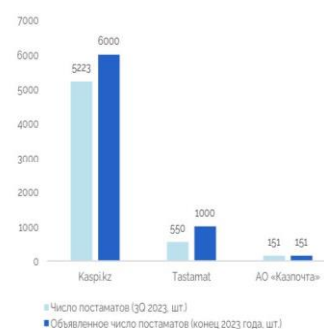


Таблица 1. Число постаматов в Казахстане в сентябре 2023

Товарная категория	Число постаматов (Q3 2023, шт.)	Объявленное число постаматов (конец 2023 года, шт.)
Kaspi.kz	5223	6000
Tasmamat	550	1000
АО «Казпочта»	151	151

Рисунок – 3. Сравнительная таблица и график крупных маркетплейсов в Казахстане за 2022-2023 гг.

Примечание - составлено авторами на основе источника [5]

Kaspi.kz – определяет стандарты интернет-торговли и логистики для нее в Казахстане. Действия Kaspi.kz формируют будущее логистической отрасли. В настоящее время маркетплейс использует услуги основного подрядчика для выполнения заказов и грузоперевозок, в то время как доставку на последнем этапе доверяет сети конкурирующих исполнителей и своим автоматизированным почтовым терминалам. Приложение предлагает унифицированное пространство для взаимодействия клиентов с бизнесом и самой компанией, объединяя электронную коммерцию, платежные и другие цифровые финансовые услуги. Это позволяет пользователям выполнять разнообразные операции, включая покупки, переводы средств, оплату счетов и госуслуг, а также управление сбережениями и кредитами через мобильное приложение.

Kaspi.kz успешно решила ключевые проблемы, связанные с неудовлетворенностью клиентов и сложностью продуктового ассортимента, сократив его и сфокусировавшись на потребностях клиентов. Непопулярные продукты, такие как кредитные карты с низким NetPromoterScore (NPS), были закрыты. Компания улучшила удобство для клиентов и упростила свою продуктовую линейку, что помогло ей адаптироваться к вызовам и утвердиться как ключевой игрок в цифровом и финансовом секторе Казахстана, внося значительный вклад

в цифровую трансформацию страны.

Доставка пищевых товаров является наиболее динамично развивающимся сектором электронной торговли в Казахстане. Пользователи предпочитают заказывать продукты онлайн из-за экономии времени, удобства выбора, акций и бонусов, быстрой доставки, сравнения цен, широкого ассортимента и возможности получить заказ в удобное время. Почти половина (48%) интернет-покупателей предпочитает заказывать продовольственные товары в сети. Доходы от онлайн-продаж в сегменте продуктов питания в 2023 году составят 2,4% по данным Go Mobile [3].

Рынок e-grocery в Казахстане в 2022 году достиг величины в 508,5 миллиона долларов, что на 21% превышает показатели 2021 года, а число активных пользователей рынка составило 1,5 миллиона.

Рынок онлайн-продаж продуктов питания в Казахстане разделен на две категории: онлайн-супермаркеты и магазины с собственной доставкой (Magnum Go, AirbaFresh, Arbuz.kz) и агрегаторы доставки и маркетплейсы (Wolt, Glovo, Яндекс Еда, Kaspi.kz, ChocoFood, Jusan). Прогнозируется, что к 2027 году рынок e-grocery в Казахстане достигнет 1,5 миллиарда долларов, с учетом ежегодного прироста числа пользователей на 200 тысяч.

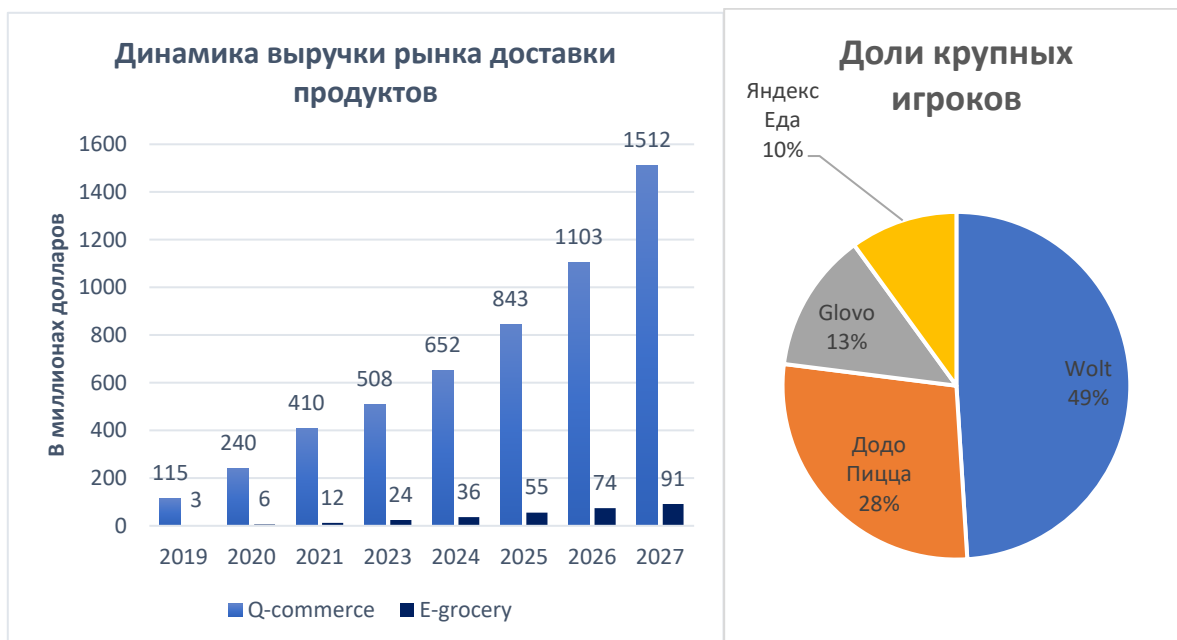


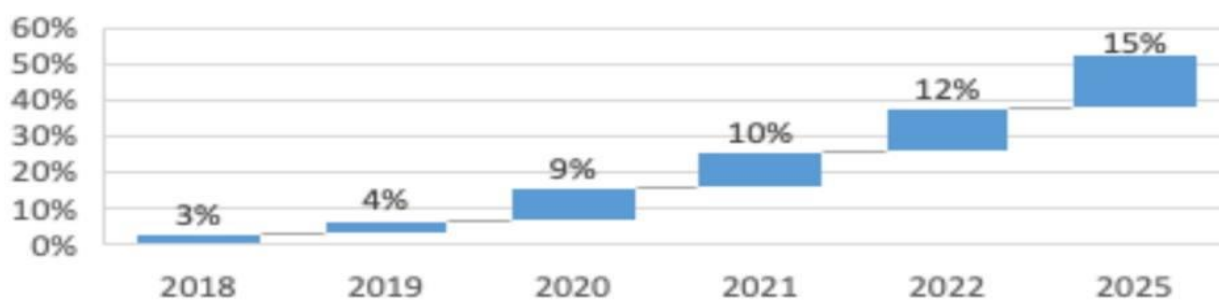
Рисунок - 4. Динамика выручки рынка доставки продуктов в Казахстане с 2019 по 2027 гг., доля крупных игроков рынка e-grocery

Примечание – составлено авторами на основе источника [5]

Среди новых участников рынка, европейские агрегаторы уже заняли лидирующие позиции: Wolt с 49% долей рынка доставки готовых блюд и Glovo с 13%. Российская Додо Пицца, предпочитающая доставлять сама, занимает 28% рынка. Среди других игроков отмечается Яндекс Еда, которая, вероятно, улучшит свою позицию в 2023 году.

Основная проблема при онлайн-покупках продуктов - невозможность проверки качества. Сервисы должны установить прозрачную систему отбора заказов и сообщить об этом пользователям. Проблема в e-grocery заключается в том, что это отрасль с низкой маржинальностью, требующая значительных инвестиций в инфраструктуру, такую как холодильные зоны на складе для хранения продуктов. Это делает развитие и эффективную работу в этой сфере сложными. Magnum и Kaspi.kz решили эту проблему, создав совместное предприятие и вложив значительные средства в развитие инфраструктуры e-grocery. Такой подход позволит быстро расширить сервис и обеспечить максимальное количество потребителей доступом к услугам e-grocery, как это сделал Magnum [4].

Доля электронной торговли в общем розничной торговли в Казахстане (%)



На основе данных Министерства торговли и интеграции РК

Рисунок – 5. Прогноз доли электронной торговли в общем розничной торговли в Казахстане с 2019 по 2025 гг.

Примечание – составлено авторами на основе источника [5]

Использование автоматизации и инноваций, таких как машинное обучение и нейросети, в e-grocery увеличивает маржинальность и улучшает обслуживание, а супераппы, объединяющие несколько сервисов, упрощают жизнь клиентов. При конкуренции между сервисами потребители могут использовать несколько приложений, удовлетворяя различные потребности.

По прогнозным данным Министерства торговли и интеграции РК (МТИ), в прошлом году доля онлайн-продаж в рознице достиг 12%. Через три года электронная торговля сможет достигать доли в 15% от общего рынка ритейла.

Развитие рынков e-commerce и e-grocery в Казахстане представляет собой важное направление, которое имеет стремительный рост. Результаты исследования подтверждают значительный рост объема продаж в электронной коммерции и увеличение доли этого сектора в общем объеме розничной торговли, что отражается в популяризации ключевых электронных платформ и сервисов, таких как Kaspi.

Фактором роста является изменяющаяся с началом пандемии Covid-19 модель поведения потребителей. Люди все чаще делают покупки онлайн. Маркетплейсы стали играть ключевую роль в этом развитии, обеспечивая широкий ассортимент товаров и услуг, удобные методы оплаты и доставки, а также поддерживая рост малого и среднего бизнеса.

Однако, для эффективного развития логистики в сфере интернет-торговли, необходимо решить ряд проблем, таких как неудовлетворенность клиентов и сложность ассортимента. Компании могут улучшить свои продукты, упростив их и сосредотачиваясь на потребностях клиентов. Кроме того, инвестиции в инфраструктуру, использование инновационных технологий и установка прозрачной системы отбора заказов могут значительно улучшить качество обслуживания и увеличить удовлетворенность пользователей.

Список использованных источников

1. Ж.С.Раимбеков, Ж.А.Дулатбекова, С.Н.Большаков. Инновационные подходы к развитию электронной коммерции в Казахстане. 2020. Получено из https://scholar.google.com/citationsview_op=view_citation&hl=ru&user=PFaz2RsAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=PFaz2RsAAAAJ:cFHS6HbyZ2cC
2. Калужский М.Л. Сетевая логистика. -М.: ДиректмедиаПублишинг, 2020. -108с.
3. Панкина Т.В., Никишин А.Ф., Брагин Л.А. Электронная коммерция. -М.: Форум, 2022. -192с.
4. Ж.С. Раимбеков, Б.У. Сыздыкбаева, А.С. Бактымбет. Тенденции развития электронной

коммерции в странах Центральной Азии. 2019. Получено из https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=PFaz2RsAAAAJ&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=PFaz2RsAAAAJ:uWQEDVKXjbEC

5. Stat.gov.kz. (2022). Электронная коммерция в Казахстане. Получено из 2022г. - Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан

УДК: 379.85

СОВРЕМЕННОЕ СОДЕРЖАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В ЭКОНОМИКЕ КАЗАХСТАНА

Абылкасимова Лариса Оралбаевна

Bokeihan_alo@mail.ru

Докторант УО «Alikhan Bokeikhan University», Семей, Казахстан

Научный руководитель - Молдажанов М.Б.

Современное понимание экотуризма, ориентация на достижение устойчивости как конечного результата во многом заставляют пересмотреть традиционные представления о том, *какие виды путешествий являются экотуризмом*. При этом традиционные критерии — мотивация путешественников и объемы туристических потоков — безусловно, важны, но сами по себе не играют определяющей роли. Основной вопрос, который задают организаторы путешествий в природу: *какое воздействие на природную и культурную среду оказывают эти путешествия, к каким последствиям они приводят?*

Общая дегуманизация сознания, связанная с хищническим потреблением природных ресурсов, охватившая в настоящее время многие сферы человеческой деятельности, неизбежно ведет (и в ряде районов уже привела!) к потере многообразия биологических форм и оскудению природы, которая является источником интеллектуального, нравственного развития и основой нашего материального благополучия [1].

Феномен так называемого экологического туризма с начала 80-х годов прошлого века стал приоритетным видом путешествий, который по некоторым оценкам охватывает более 10% всего туристического рынка, а темпы его роста в два-три раза превышают темпы роста во всей индустрии туризма.

Что же является причиной такой актуальности у любителей путешествовать? Основные причины, на мой взгляд, это осознание людьми важности сохранения первозданности природы и окружающей среды. Так же и люди по причине урбанизации стали испытывать потребность единения с природой. Все это дает экологический туризм.

Так что же включает в себя понятие экологический туризм, и что говорят об этом ученые и исследователи современности?

Экотуризм сегодня – это комплексное, междисциплинарное направление, обеспечивающее взаимосвязь интересов туризма, охраны природы и культуры, и его роль может быть весьма существенна. Поистине, экотуризм становится явлением, характеризующим конец двадцатого столетия, и, по всей видимости, также двадцать первое...

По определению А.Бабкина экологический туризм – это путешествия к относительно неискаженным или незагрязненным областям с уникальными природными объектами. Экотуризм - это природный туризм, который включает изучение окружающей природной среды и служит для улучшения обстановки в этой среде. В основе экотуризма лежит забота об окружающей среде.

Из множества определений экотуризма наибольшее распространение в литературе получили следующие.

Термин *экологический туризм* или экотуризм представляет собой буквальный перевод английских ecological tourism и ecotourism. Эпитет экологический – не единственный,