



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ТҰҢҒЫШ ПРЕЗИДЕНТІ - ЕЛБАСЫНЫҢ ҚОРЫ

«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ – 2017»

студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ – 2017»

PROCEEDINGS

of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2017»



14th April 2017, Astana



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

**«Ғылым және білім - 2017»
студенттер мен жас ғалымдардың
XII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2017»**

**PROCEEDINGS
of the XII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2017»**

2017 жыл 14 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2017» студенттер мен жас ғалымдардың XII Халықаралық ғылыми конференциясы = The XII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2017» = XII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2017». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2017. – 7466 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-827-6

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 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-827-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2017

Технические комитеты (ТК) Госстандарта составляют на основе создания условий для обеспечения свободного перемещения товаров по территории Республики Казахстан, а также для осуществления, межгосударственного, международного экономического, научно-технического сотрудничества и международной торговли.

Важнейшей задачей МГС видится вовлечение в процессы интеграции бизнес-структур. Чтобы повысить конкурентоспособность продукции, расширить рынки ее сбыта и преодолеть барьеры в торговле, необходимо изменить действующую нормативно-техническую базу. Для успешного товарообмена необходимо, чтобы для стран СНГ действовали единые нормативно-технические документы, которые обязательно должны быть гармонизированы с международными.

Во всем мире бизнес активно участвует в разработке стандартов, инициирует и финансирует эти работы. Это дает ему несомненные конкурентные преимущества. В СНГ соотношение финансирования работ в области стандартизации существенно отличается от европейского и американского. Пока основная нагрузка в вопросах финансирования стандартизации лежит на плечах налогоплательщиков. При этом во всем мире стандартизация обеспечивает бизнесу экономию средств за счет применения апробированных решений и сокращения необоснованного разнообразия на основе унификации и типизации. Вопрос привлечения бизнес-сектора в сертификацию на территории СНГ пока не нашёл своего отражения в принимаемых документах. Для этого должны быть созданы как необходимая нормативная база, так и проведена соответствующая PR-компания. Только тогда сертификация получит признание в бизнес-среде и станет действенным инструментом реализации экономической политики Единого государства.

Список использованных источников

1. Международное научно-техническое сотрудничество в области стандартизации, <http://xreferat.ru/59/1213-1-mezhdunarodnoe-nauchno-tehnicheskoe-sotrudnichestvo-v-oblasti-standartizacii.html>.
2. Соглашение Содружества Независимых Государств от 13.03.1992 г. «О проведении согласованной политики в области стандартизации, метрологии и сертификации».
3. Закон РК от 9 ноября 2004 года № 603-ІІ. «О техническом регулировании».

УДК 637.5

«ХАЛЯЛЬ» - ЗНАК КАЧЕСТВА ИЛИ «БРЕНД»

Достанова Салтанат Аманбаевна

dostanova_s@mail.ru

Студент Евразийского национального университета им. Л.Н.Гумилева,
Астана, Казахстан

Научный руководитель – А.Т.Абылгазинова

Халяль в переводе с арабского означает дозволенные поступки в шариате, лежащие между обязательным (фард) и запретным (харам).

Для того чтобы продукт был сертифицирован стандартом «халяль», производителю необходимо выполнить ряд требований. Он не должен содержать ингредиентов, запрещенных в исламе, это же касается и сырья. Пищевая продукция должна быть изготовлена из мяса «разрешенных» религиозными нормами животных, забой которых производился по правилам шариата. Обязательным требованием являются особые нормы использования и очистки оборудования, посуды и техники.

К разряду запрещенных (харам) мясных продуктов относятся:

- мертвечина, к которой относятся все животные, которые умерли своей естественной

смертью, или те, что были убиты через удушение или другим животным, умершие в результате несчастного случая, или были убиты не по мусульманским христианским, иудейским традициям;

- кровь, которая выливается самопроизвольно при перерезании основных шейных артерий животного. Та, что остается в теле животного, зарезанного в соответствии с исламской традицией, не является запретной;

- свинина. Все компоненты свиньи (мясо, кости, кожа, волосяной покров) не могут использоваться в производстве продуктов «Халал»;

- мясо хищных животных (волк, лев, тигр, др.) и птиц (сокол, ястреб, орел, др.);

- мясо собак, ослов и мулов;

- гениталии, железы внутренней секреции, желчный пузырь и мочевой пузырь любых животных.

Эти запреты, касающиеся основного сырья, относятся и к вспомогательному сырью и материалам, к таким как добавки, наполнители, специи, натуральные колбасные оболочки, желатиновые загустители и т.д.

Кроме того, мусульманам нельзя употреблять в пищу продукты, содержащие алкоголь, ядовитые и наркотические вещества.

То есть, значок " халяль " может быть повешен на разрешенный шариатом продукт. И если речь идёт о мясе, то животное должно быть ещё и забито определенным образом, по правилам.

Рынок халяль индустрии – это самый динамично развивающийся на сегодняшний день рынок в мире. Уже сейчас эксперты оценивают оборот только европейского рынка халяльных продуктов приблизительно в 66 млрд. долларов, а в следующее десятилетие, как ожидают, он увеличится еще на 20—25 процентов. В некотором смысле производство халяльных пищевых продуктов уже стало господствующей тенденцией на Западе, поскольку их предлагают крупнейшие транснациональные корпорации: Nestle, McDonald's, KFC, TESCO и другие. Вообще же одно из важнейших направлений индустрии халяль — пищевая промышленность. Любопытно отметить, что крупнейшими поставщиками халяльного мяса в арабские страны являются Бразилия и Новая Зеландия.

Сегодня в Казахстане всё больше предприятий становятся заинтересованными в том, чтобы получить сертификат «халяль». Однако, утверждают эксперты, многие компании идут на хитрость и ставят на свою продукцию альтернативные названия. Например, «Мусульманская колбаса». Далеко не факт, что организация имеет сертификат и изготавливает продукцию по «халяль»-технологии.

В настоящее время наш казахстанский «Халяль» имеет два характерных отличительных признака: первый это – хорошо скопированная эмблема малайзийского «Халяль», часто встречающаяся на упаковках, этикетках и других видах товарной информации, и второй признак – это не менее часто употребляемые (на тех же носителях информации), однотипные надписи – «Халяль», «Мусульманская» (Рис.1).

Относительно первого признака, если обратиться к малайзийскому стандарту «Халяль», то выясняется, что за внешним сходством товарных знаков-эмблем «Халяль» Казахстана и Малайзии есть существенное различие: во-первых, предприятие в Малайзии, удостоенное знака «Халяль» становится под полный и строгий контроль, так называемого «Жакима», – уполномоченного представителя «Халяль» Малайзии. И этот же контролирующий представитель является первым «ответственным» перед потребителями за выпуск Халяльной продукции в стране. Если же обратиться к казахстанскому варианту, то на предприятии, получившем знак «Халяль», контрольные функции над производством «Халяль» не могут быть регламентированы только на основании того, что Казахстан является светским государством (в отличие от Исламской Малайзии), и государственные контрольные органы отделены от религии и, поэтому, не могут осуществлять надзор над производством по ритуальным канонам.



Рисунок 1 – Товарные знаки-эмблем «Халяль»

Во-вторых, в Малайзии есть четкий механизм ответственности предприятий за выпуск такой продукции. А в Казахстане – при полном отсутствии контроля над производством, который получил знак «Халяль», не может быть и какой-то ответственности перед потребителями. Если предположить, что производство «Халяль» «добровольно-самостоятельно» устанавливает нормы контроля по ритуальным канонам или договаривается на осуществление данной деятельности с третьей стороной, то становится неясным, кто же устанавливает эти нормы контроля над ритуальной продукцией, если даже Духовное управление мусульман Казахстана к «Халяль» в стране не имеет ни какого отношения.

Одним из типичных примеров может служить такой закономерный факт, когда на оптовых точках южной столицы регулярно обнаруживается подмена этикеток с надписью «Халяль». Фальшивые этикетки наклеиваются, положим, на колбасу в зависимости от спроса покупателей. Если требуется продукция «Халяль», то наклеиваются этикетки «Халяль», если возникает спрос на другой вид колбасы, то в дело идут другие этикетки. И, что уже неудивительно, когда поинтересовались о происхождении колбас со «сменными» этикетками, то она оказалась контрабандой из Киргизии. И это не касаясь главного вопроса о составе и качестве данной колбасы?! Здесь закон рынка «спрос – рождает предложение», работает натурально. То есть, если спрос идет на «Халяль», то покупатель получает продукт с этикеткой «Халяль», если же возник спрос на другую торговую марку, то «вывеску» и поменять не долго.

Если на всё это смотреть с точки зрения международного права, то отсутствие контроля над производством, выпускающим ритуальную продукцию, противоречит стандартам Комиссии «Кодекс Алиментариус» – где вся продукция религиозного характера должна выпускаться только с разрешения соответствующих религиозных организаций.

Исходя из вышеизложенного, по второму признаку можно сказать следующее: если для продажи прородукции с надписью «Халяль» достаточно написать и заказать этикеток или упаковок там, где никто не спросит о наличии «Свидетельства Халяль» или разрешения каких-либо компетентных органов, то все казахстанские потребители являются заложниками не только чьей-то некомпетентности в оформлении продукции «Халяль», но и его сомнительного качества.

Получается, что соблюдение прав потребителя контролируется только государственными структурами и частично нерелигиозными обществами защиты прав потребителей. То есть, стандартизированная ритуальная продукция «Халяль» подвергается только одностороннему контролю со стороны светских институтов, которые в целом отчуждены от глубоких религиозных знаний и представлений и, поэтому, не обязаны придерживаться канонических требований.

Список использованных источников

1. Узakov Я.М. Переработка мяса и производство мясопродуктов по технологии Халяль. Учебное пособие. — Алматы: АТУ, 2008. — 116 с.

2. Религия в Казахстане Религиозно-познавательная газета. «Халал» или не «Халал» Вот в чем вопрос! Новости Халаль индустрия - 15.11.2011
3. Наш Костанай газета №73 от 12-09-2013

УДК 338.242.4: 001.895 (574)

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ КАЙДЗЕН В СТРАНАХ ТРЕТЬЕГО МИРА: АФРИКАНСКИЕ СТРАНЫ

Достанова Салтанат Аманбаевна¹, Исамидинов Алишер Пархатович²

dostanova_s@mail.ru, fxnorstad@mail.com

Студент¹ и магистрант² Евразийского национального университета им. Л.Н.Гумилева,
Астана, Казахстан

Научный руководитель – А.Т.Абылгазинова

Кайдзен – это японская философия непрерывного улучшения не только производства, но и всех жизненных аспектов в целом. В международной практике, Кайдзен, это метод повышения качества и производительности, позволяющий превратить малые усилия в огромный результат. Как правило, ключевыми моментами данной философии являются качество, правильная организация рабочего места, вовлечение всей рабочей силы, устранение всех возможных потерь и повышение производительности труда. Эта система помогла Японии не только реабилитироваться в послевоенные годы, но и стать одной из ведущих стран путем усовершенствования процессов производства, приведших к уникальным японским идеям контроля качества как 5S и Total Quality Control (TQC). К 80-м годам Кайдзен был широко распространен во всех отраслях японской промышленности. Именно в это время ведущие страны обратили свое внимание на TQS, Toyota Way и систему Кайдзен. Обладая достаточным багажом знаний и научной базой Япония начала активно передовать свои знания, путем обучения. Таким образом, Кайдзен стал всемирно известным и крупным японским "брендом" и ее внедрение осуществляется во всех видах промышленности.

Одной из ведущих организаций занимающейся подобной деятельностью является Японское агентство по международному сотрудничеству JICA (*Japan International Cooperation Agency*). В 90-е годы JICA, в рамках различных программ начала работу по развитию промышленности и распространению японских практик менеджмента в странах третьего мира, с целью исследования возможности их трансформирования и внедрения в неприспособленных к производству странах, а также с целью развития этих стран. Так, к примеру, агентство JICA поспособствовало разведению лосося в Чили, в стране в которой никогда не водился лосось, и выращиванию сои в Бразилии, посреди тропической саванны серрадо, считавшейся бесплодной. Учитывая прежний опыт, JICA в 2000-х годах отправляет своих ведущих специалистов исследовать Африканские страны, преследуя эту же цель. Казалось бы, где внедрять Кайдзен в Африке? Удивительно, но факт, что Африка, помимо сырьевой, пищевой и текстильной промышленности, на протяжении последних 20 лет активно формирует собственную автомобильную отрасль. Их заводы являются поставщиками автокомпонентов таких крупных автомобильных гигантов как: Toyota, BMW, Volkswagen, General Motors, NISSAN и др. Поэтому Африканские страны вызвали интерес не только Японии, но и ведущих Европейских стран.

Первым Африканским государством, в котором впервые внедрялись японские стандарты менеджмента являлся Тунис. Тунис, будучи подписантом соглашения о сотрудничестве с ЕС, стремился к укреплению международной конкурентоспособности отраслей отечественной промышленности. Поэтому власти Туниса понимали, что внедрение международных стандартов ИСО 9000, помимо выхода на европейские рынки, не смогут помочь сократить потери и затраты производства и, увидев альтернативу в японских