

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
КӨЛІК – ЭНЕРГЕТИКА ФАКУЛЬТЕТІ



***«КӨЛІК ЖӘНЕ ЭНЕРГЕТИКАНЫҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ:
ИННОВАЦИЯЛЫҚ ШЕШУ ТӘСІЛДЕРІ» XI ХАЛЫҚАРАЛЫҚ
ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ БАЯНДАМАЛАР
ЖИНАҒЫ***

***СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО – ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ: «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТРАНСПОРТА И
ЭНЕРГЕТИКИ: ПУТИ ИХ ИННОВАЦИОННОГО РЕШЕНИЯ»***

***PROCEEDINGS OF THE XI INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICE
CONFERENCE «ACTUAL PROBLEMS OF TRANSPORT AND ENERGY:
THE WAYS OF ITS INNOVATIVE SOLUTIONS»***

Астана, 2023

УДК 656+620.9
ББК 39+31
А43

Редакционная коллегия:

Председатель – Курмангалиева Ж.Д. Член Правления – Проректор по науке, коммерциализации и интернационализации; Заместитель председателя – Кокаев У.Ш. декан транспортно-энергетического факультета, к.т.н., доцент; Султанов Т.Т. – заместитель декана по научной работе, к.т.н., доцент; Арпабеков М.И. – заведующий кафедрой «Организация перевозок, движения и эксплуатация транспорта», д.т.н., профессор; Тогизбаева Б.Б. – заведующий кафедрой «Транспорт, транспортная техника и технологии», д.т.н., профессор; Байхожаева Б.У. – заведующий кафедрой «Стандартизация, сертификация и метрология», д.т.н., профессор; Сакипов К.Е. – заведующий кафедрой «Теплоэнергетика», к.т.н., доцент; Жакишев Б.А. – заведующий кафедрой «Электроэнергетика», к.т.н., доцент.

А43 Актуальные проблемы транспорта и энергетики: пути их инновационного решения: XI Международная научно – практическая конференция, г. Астана, 16 марта 2023/Подгот. Ж.Д. Курмангалиева, У.Ш. Кокаев, Т.Т. Султанов – Астана, 2023. – 709с.

ISBN 978-601-337-844-2

В сборник включены материалы XI Международной научно – практической конференции на тему: «Актуальные проблемы транспорта и энергетики: пути их инновационного решения», проходившей в г. Астана 16 марта 2023 года.

Тематика статей и докладов участников конференции посвящена актуальным вопросам организации перевозок, движения и эксплуатации транспорта, стандартизации, метрологии и сертификации, транспорту, транспортной техники и технологии, теплоэнергетики и электроэнергетики.

Материалы конференции дают отражение научной деятельности ведущих ученых дальнего и ближнего зарубежья, Республики Казахстан и могут быть полезными для докторантов, магистрантов и студентов.



ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯНЫ ДАМУ ТУРАЛЫ МӘСЕЛЕСІ

Мештбекова Айнұр Базарханқызы

meshtbekova@mail.ru

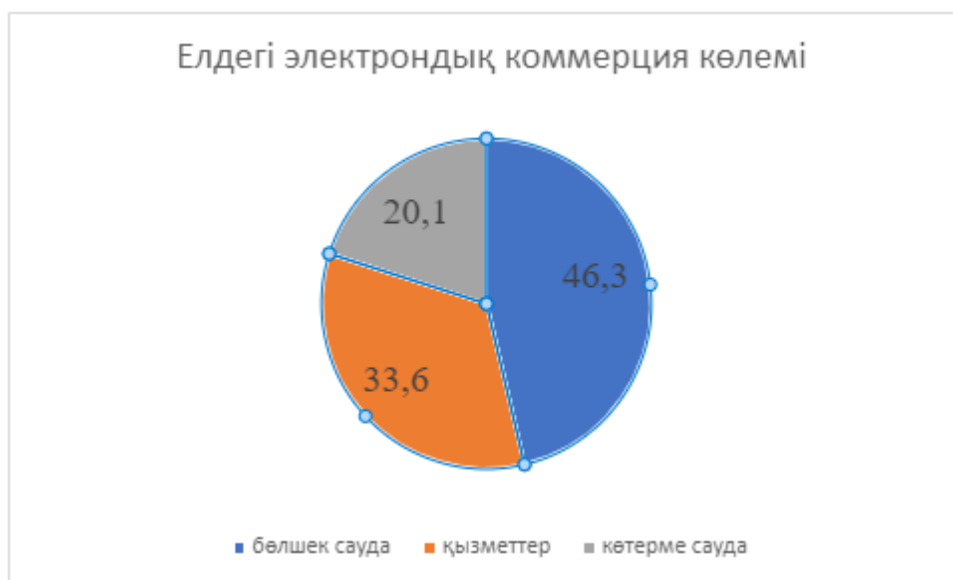
«Көлікті пайдалану және жүк қозғалысы мен тасымалды ұйымдастыру» кафедрасының магистранты Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекші: Мухаметжанова А.В.

Қазіргі әлемде өмірдің әртүрлі салаларына, соның ішінде бизнеске енетін ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың қарқынды дамуы байқалады. Бұл үрдіс бизнесті жүргізудің нысандары мен әдістеріне әсер етті және қазіргі уақытта электрондық коммерция белсенді дамып келеді, бұл транзакциялық шығындарды үнемдеу және жергілікті өкілдікке ие болмай-ақ әлемдік нарыққа шығу мүмкіндігі сияқты жаңа бизнес мүмкіндіктерін ашады.

Қазақстан Республикасында электрондық коммерция нарығының дамуына кедергі келтіретін кедергілерді анықтау және оларды жою жөнінде ұсыныстар әзірлеу қажет.

Электрондық коммерция нарығының ағымдағы жай-күйін және оның өсу қарқынына әсер ететін негізгі факторларды талдау арқылы зерттеулер Қазақстанда электрондық коммерцияның жеткіліксіз дамуының проблемалары мен себептерін көрсетеді.

Адам өмірінің барлық салаларын цифрландыру адамдардың, бизнестің және мемлекеттің өзара әрекеттесу тәсілін түбегейлі өзгертеді. Жаһандық дамудың жаңа кезеңі деректердің ұлттық шекаралар арқылы қозғалуымен сипатталады, нәтижесінде халықаралық сауданың сипаты мен модельдері өзгереді. Көптеген жылдар бойы электрондық сауданың болғанына қарамастан, бұл операциялардың қазіргі ауқымы бұрынғыға сәйкес келмейді. Сонымен бірге, онлайн платформалардың пайда болуы ойын ережелерін түбегейлі өзгертті, бұл сауда процесстерінің өзгеруіне әкелді. Электрондық коммерция нарығында географиялық шекаралар жоқ және оның субъектілері бірдей жағдайларда жұмыс істеуге міндетті. Сонымен қатар, Қазақстанда электрондық коммерция нарығы субъектілерін ірілендірудің жүріп жатқан процестері жаңа отандық компаниялардың, әсіресе шағын компаниялардың нарыққа кіруі үшін күрделене түсуде. «Қазпошта» АҚ ҚР-дағы электрондық коммерция нарығының ірі қатысушыларының бірі болып табылады және бірнеше жылдан бері ел ішінде интернет-тапсырыстарды біріктіруге тырысып келеді. ҚР Үкіметі «Цифрлық Қазақстан» жобасы шеңберінде ақпараттық-коммуникациялық технологиялар инфрақұрылымын дамыту жөнінде шаралар қабылдауда, бұл электрондық коммерция қызметтері мен тауарларына сұраныстың артуына ықпал етеді.[1] Айта келе, қазақстандықтар тауарларды шетелдік интернет-жеткізушілерден сатып ала бастады. Осыған байланысты Қазақстанға отандық компаниялардың электрондық коммерция секторындағы белсенділігін ынталандыру және олардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттыру үшін жағдайлар жасау қажет. Осыған байланысты мемлекеттің рөлі маңызды.



1-сурет. Электрондық коммерция тауар айналымының үлесі

2021 жылы елдегі электрондық коммерция көлемі рекордтық 1,04 трлн теңгеге жетті, бұл өткен жылмен салыстырғанда 8,4% - ға артық. Оның 46,3% – ы немесе 482 млрд теңгесі бөлшек саудаға, 33,6% – ы немесе 349,9 млрд-ы қызметтерге, 20,1% - ы немесе 209,8 млрд-ы көтерме саудаға тиесілі. Бұл ретте қызметтерді онлайн-сату бір жылда 67,3% – ға, бөлшек сауда 1,1% - ға өсті, ал көтерме сауда 23,8% - ға қысқарды.

2022 жылы онлайн-сатылымның көшбасшысы өткен жылы екінші орында тұрған ұялы телефондар санаты болды. "Мобильниктерді" сату 91,6 млрд теңгені немесе сатудың барлық көлемінің 19% - ы құрады. Сату көлемі 60,9 млрд теңге немесе 12,6% болатын екінші орында бір жыл бұрын бесінші орында тұрған электр тұрмыстық аспаптар болды. Үшінші жолда алдыңғы төртінші жолдан көтеріліп, сатылымы 54,6 млрд теңгені немесе 11,3%-і құрайтын косметикалық тауарлар мен дәретхана керек-жарақтары орналастырылды.

Ресми ақпаратқа сәйкес, Kaspi.kz миссиясы - инновациялық өнімдер мен қызметтерді құру. Инновация орталығында суперқолданба Kaspi.kz орналасқан, оның көмегімен төлемдер мен аударымдар жасауға, "Kaspi дүкенінен" сатып алуға және жеке қаржыны басқаруға болады.

2021 жылы "Kaspi дүкенінің" ассортименті 3 есеге, 1,5 млн тауарға дейін өсті. Маркетплейстегі сатушылар саны 5 еседен астам өсті, негізінен ШОБ компаниялары. Үш сағат ішінде жедел жеткізу қызметі іске қосылды. Magnum жетекші азық-түлік желісімен бірлесіп, Алматыда азық-түлік өнімдерін онлайн-сату ұйымдастырылды.

2022 жылы маркетплейс ассортименті 2 млн тауарға дейін кеңейтілді. Kaspi postomat құрылғылары іске қосылды. Енді пайдаланушылар курьерді күтпей, Kaspi Postomat-қа жеткізуге тапсырыс беріп, ыңғайлы уақытта сатып алған тауарды өз бетінше ала алады. Бүкіл ел бойынша 2000-ға жуық құрылғы орнатылып, Magnum желісімен бірлесіп Астанада Азық-түлік өнімдерін онлайн-сату іске қосылды. Шілде айында "Kaspi жұма" акциясы өтті. Алдыңғы акциямен салыстырғанда сатылымның өсуі 130% - ы құрады, "Kaspi жұмаға" бүкіл ел бойынша 70 мың дүкен қатысты.



2-сурет. Интернет желісінде бөлшектеме сауда жасалатын тауар түрлері.
Сату көлемі (млрд теңге) / Жалпы айналымдағы үлесі(%)

Wildberries-Ресейдегі ең ірі онлайн сатушы, нарықта 17 жыл жұмыс істейді. Компанияның географиясы Ресейдің барлық аймақтарын, сондай-ақ бірқатар шет елдерді қамтиды. 2021 жылы Wildberries айналымы 93% - ға өсіп, 844 миллиард рубльге жетті. Күн сайын Wildberries – те 4 миллионнан астам тапсырыс ресімделеді, күнделікті аудитория-113 миллионнан астам пайдаланушы. 2022 жылдың маусым айындағы жағдай бойынша wildberries арқылы өз тауарларын 760 000-нан астам кәсіпкер сатады. Ассортимент 300 000 ресейлік және шетелдік брендтерден шамамен 28 миллион SKU тауарларын қамтиды.[2]

2021 жылы компания Қазақстанда жергілікті бизнестен тікелей жеткізілімдерді іске қосты. Мұнда тапсырыс беру пункттерінің меншікті және серіктестік желісі 323 нүктеге дейін өсті. 2022 жылы онлайн-платформа Халықаралық бизнес өкілдерімен олардың ұлттық валюталарында есеп айырысуға көшті. Жаңа қаржы саясаты валюта бағамдарының ауытқуына және оларды айырбастау қажеттілігіне байланысты ықтимал шығындарды азайтуға көмектеседі, ол тауар сатушыларға және серіктестік тапсырыс беру пункттерінің иелеріне, сондай-ақ серіктестік сұрыптау орталықтарына қолданылады. Wildberries қазақстандық бизнес өкілдерімен бірлесе отырып, тапсырыстар берудің серіктестік нүктелері мен логистикалық объектілерді аша бастады. Енді кәсіпкерлер, әсіресе ШОБ өкілдері өз тауарларын онлайн-ағанда сатумен қатар, тапсырыстарды беру және өңдеу үшін комиссиядан кіріс ала алады. Компания Өзбекстанда сатылымдар бастады, Қырғызстан мен Арменияда жаңа логистикалық нысандарын ашты.

Сонымен қатар, Wildberries Нұр-Сұлтан қаласындағы логистикалық орталықтың аумағын 2,5 есеге, 10 000 шаршы метрге дейін кеңейтті. Бұл жергілікті кәсіпкерлерге өз өнімдерінің ассортиментін қоймада, ал болашақта – маркетплейсте сатуды ұлғайтуға мүмкіндік береді. 2022 жылғы қаңтар – мамырда жергілікті өндірілген өнім айналымы жылына 584% - ға өсті.[3]

2022 жылдың бірінші жартыжылдығын талдай отырып, орташа чек сомасының 1% - ға шамалы төмендеуі байқалады. 2022 жылдың бірінші жартыжылдығында сату көлемі транзакциялар санына қарағанда баяу қарқынмен өсті.

Осылайша, 6A2022 кезеңінде транзакциялардың жылдық өсуі нарықтың алдыңғы тенденцияларына қайшы келетін сату көлемінің өсуіне қол жеткізді және асып түсті. Адамдар аз мөлшерде онлайн сатып алуды жиі жасай бастады, оны бірқатар факторлармен негіздеуге болады: инфляцияның жоғары өсуіне байланысты сатып алу қабілетінің төмендеуі, тауарлардың арзан аналогтарын сатып алу, тегін жеткізу үшін себеттің ең аз мөлшерін азайту, тауарлар ассортиментін кеңейту және т.б.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Гредасова Е.Е. Состояние и перспективы развития интернет-торговли // Экономические исследования и разработки : электрон. науч. журн. – 2022. – № 1. – С. 30-33.
2. Резник А. 40 крупнейших торговых интернет-площадок // Электронный журнал Forbes Kazakhstan – 2022. №133.
3. Пузанова И.А. Развитие онлайн-площадок B2B для формирования эффективной деловой среды / И.А. Пузанова, П.А. Аверьянова // E-Management. – 2022. – Т. 5, № 3. – С. 136-144. – Электрон. копия доступна в науч. электрон. б-ке Киберленинка.

ӘОЖ 870

ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯДАҒЫ МӘСЕЛЕЛЕР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ШЕШУ ЖОЛДАРЫ

Мештбекова Айнұр Базарханқызы

meshtbekova@mail.ru

«Көлікті пайдалану және жүк қозғалысы мен тасымалды ұйымдастыру» кафедрасының магистранты Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекші: Мухаметжанова А.В.

Электрондық коммерция логистикасы клиенттер интернет-дүкенде орналастырған тапсырыстарды орындаудың толық процесімен айналысады. Ол жеке кезеңдерді өңдеуден тұрады; тапсырысты аяқтау, орау, жөнелту және пакетті соңғы сатып алушыға жеткізу. Бұл жерде қайтарулар мен жарнамаларды өңдеу де маңызды элемент болып табылады. Сатып алушының сатып алуға деген жалпы қанағаттануы осы қадамдардың әрқайсысының сәттілігіне байланысты.

Дәстүрлі логистикадан айырмашылығы, ол жеке тапсырыстарды, үлкен партияларды және әдетте шағын пакеттерді өңдеумен сипатталады. Орындалған тапсырыстар әдетте түпкілікті сатып алушыға тікелей келеді және жеткізілімдер әртүрлі тасымалдаушылардың көмегімен таратылады. Электрондық коммерция логистикасының ерекшелігі-жөнелту көлемінің болжамдылығы мен құбылмалылығының болмауы.

Электрондық коммерция арнасының ашылуы логистиканы өз процестерін өзгертуге және қиындатуға мәжбүр етеді. Трансформация қойма ішіндегі және жеткізу қызметіндегі операцияларға әсер етеді.

Қойма ішінде тауар бірлігі деңгейінде операцияларды жүзеге асыру қажеттілігі туындайды. Бұл ретте тапсырысты дайындау мерзімдері бойынша күту жоғары және сыни болады. Жалпы жағдайда тапсырыс жеткізу қызметіне 12 сағаттан аз уақыт ішінде жіберуге дайын болуы керек, ал fresh азық-түлік санаты үшін бұл мерзім тасымалдау шарттарына байланысты 2-ден 5 сағатқа дейін. Уақыттың жоғары талаптарын ескере отырып, e-commerce-те маусымдық шыңдардағы жүктеменің ауытқуы кезінде логистиканың икемділігі де маңызды.[1]

Интернет-дүкен үшін дүкен алаңы, ашық кассалар саны, автотұрақ алаңы немесе арбалар мен себеттердің болуы сияқты физикалық шектеуші факторлар жоқ. Сайтта бірдей жеңілдікпен жүз және мың адам сатып ала алады. Олардың әрқайсысы қажетті тауарларды сатып алып, оларды уақытында алғанына сенімді болады. Ірі интернет-сайттар тапсырысты автоматты түрде өңдеу және логистикалық БЭК-офисті ұйымдастыру үшін тапсырысты басқару жүйелерін (OMS) пайдаланады. OMS Genetix әрқашан тарату желісінің қай нүктесінде қанша өнім бар екенін біледі және тапсырыс беруге болады, сонымен қатар жеткізу қызметінің мүмкіндіктері мен тасымалдаушылармен келісімдерді ескере отырып, жеткізу мерзімін есептей алады.