

«Сейфуллин окулары – 12: Ғылым жолындағы жастар-болашақтың инновациялық әлеуеті» атты Республикалық ғылыми-теориялық конференция материалдары = Материалы Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения-12: Молодежь в науке - инновационный потенциал будущего" . – 2016. – Т.1, ч.3 – С.326-329

АНАЛИЗ СТАТИСТИКИ АКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

Камшибаева Г.К.

Развитие экономики Казахстана в настоящее время характеризуется как динамично развивающаяся отрасль, с последовательным продвижением в мировую экономическую систему, обеспечивающая конкурентоспособность производимой продукции, товаров и услуг. На сегодня производство страны ориентировано на строительство постиндустриального общества, характеризующееся опережающим развитием и ростом доли сферы информационно-коммуникационных товаров и услуг. Концепция постиндустриального общества ориентирована на развитие цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания. Её отличительная особенность создание глобального информационного пространства, обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение потребностей в информационных продуктах и услугах [1].

На сегодня внедрение и развитие информационных технологий в Республике Казахстан осуществляется в рамках Стратегии развития Казахстана до 2020 года, Государственной программы форсированного индустриально-инновационного развития на 2010–2014 годы [2].

В сферу этих услуг традиционно входят услуги сотовой связи, услуги фиксированной телефонной линия связи и услуги доступа к сети интернет, услуги и средства почтовой и курьерской деятельности и связи, а также сфера электронной коммерции. Рассмотрим последнее подробнее сфокусировавшись на деятельности интернет-магазинов [6].

Интернет-магазин (англ. onlineshop или e-shop) — сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ.

Идея продавать что-то "через Интернет" по возрасту сравнима с самим Интернетом. Однако период интенсивного развития онлайн-магазинов связан с появлением Web. Интернет-магазин может быть создан и торговой фирмой, уже имеющей большой опыт продаж "в офлайне", и коллективом энтузиастов, решивших сразу начать с онлайн. Онлайн-торговля имеет целый ряд отличительных особенностей, требующих особенного подхода. Так

например можно перечислить преимущества электронной коммерции для потребителей, организаций и общества в целом[5].

Согласно официальной статистической информации Министерства Национальной Экономики Республики Казахстан и Комитету по Статистике основными целями использования сети Интернет домашними хозяйствами являются[4], [6]:

- Ø коммуникация;
- Ø поиск информации и онлайн услуги;
- Ø покупка и продажа товаров и услуг;
- Ø контакт с общественными и государственными организациями;
- Ø занятие, образование и повышение квалификации.

Изучив эти данные, удалось составить общую таблицу 1, по покупкам и продажам товаров и услуг в Республике Казахстан с помощью Интернета.

Таблица 1. Покупка и продажа товаров и услуг посредством использования сети Интернет домашними хозяйствами в период 2007 по 2014 гг.

Покупка и продажа товаров и услуг посредством использования сети Интернет домашними хозяйствами (2007-2014) в процентах								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Республика Казахстан	4,7	6,0	2,0	1,9	1,6	1,6	1,7	4,4
Акмолинская	14,3	15,6	2,0	0,2	0,8	1,5	1,8	3,2
Актюбинская	1,2		0,1	1,2	1,7	0,8	1,2	3,3
Алматинская	4,7	4,6	2,4	1,8	1,9	1,2	0,8	2,3
Атырауская	1,3	11,9	8,2	2,1	1,6	0,8	2,6	4,0
Восточно-Казахстанская	5,7	10,5	0,5	1,2	0,6	1,1	1,2	2,4
Жамбылская	1,3	0,6	0,7	0,4	2,0	0,8	2,5	2,2
Западно-Казахстанская	4,7	6,0	1,3	0,8	2,7	1,1	2,2	4,3
Карагандинская	0,8	2,5	1,0	1,6	2,1	1,4	3,6	6,3
Костанайская	6,9	5,1	3,8	1,6	1,7	2,8	1,1	11,4
Кызылординская	2,3	2,0	1,5	4,3	2,2	0,7	2,9	7,7
Мангистауская	0,3	9,9	1,2	0,9	0,6	0,3	0,5	2,1
Павлодарская	0,8	2,3	1,5	1,8	2,4	0,7	1,9	2,9
Северо-Казахстанская	4,1	10,6	1,1	1,3	1,5	1,6	1,6	2,6
Южно-Казахстанская	4,2	2,8	2,0	1,2	0,6	0,6	0,6	4,8
г.Астана	3,5	0,5	0,5	0,2	0,1	1,4	0,6	10,3
г.Алматы	10,9	8,2	3,7	4,8	3,3	5,4	3,5	7,1

Примечание: Составлено автором на основе статистических данных[4]

Как видно из Таблицы 1, активность покупки и продажи товаров и услуг с 2007 года упала в 2009 году, достигнув низшей точки в 2011 (в один из периодов девальвации в РК), после, начиная с 2012 года снова повышается. В виду разнообразности ассортиментов и направленностей различных интернет магазинов и в целом отсутствия каких-либо географических границ, возьмем за основу интернет-магазины специализирующиеся на компьютерной технике и имеющих свои точки сбыта в Астане.

Согласно сервису интернет-статистики Zero.kz имеющему в своем списке 6156 сайтов созданных и работающих для Республики Казахстан, на территории нашей страны действует 420 интернет-магазинов, а фирм специализирующихся на технике и электронике 232. Таким образом мною была составлена сводная таблица первых 15 интернет-магазинов техники и электроники, на основе информации предоставленной сайтом Zero.kz.

Таблица 2. Статистика активности интернет-пользователей в интернет-магазинах электроники и техники (данные на 14.01.2016-14.02.2016)[5]

№	Название	Хосты	Посетители	Просмотры
1	<u>Интернет-магазин электроники ALSER</u>	310 369	366 421	2 486 375
2	<u>Белый Ветер - Интернет-магазин</u>	242 896	254 959	2 715 183
3	<u>Мечта - сеть магазинов бытовой техники и электроники</u>	197 068	222 684	3 026 444
4	<u>DISTI - интернет-магазин компьютерной техники</u>	62 249	62 067	282 194
5	<u>Logusom - Интернет-магазин электроники</u>	49 435	51 331	771 095
6	<u>Планета электроники</u>	44 250	43 371	295 864
7	<u>Интернет-магазин Store7</u>	16 324	15 362	71 493
8	<u>SATEL.KZ - Гипермаркет товаров для связи</u>	13 782	5 029	138 300
9	<u>KAZ-SHOP.NET - интернет-супермаркет</u>	12 671	8 841	36 445
10	<u>DIGIS- аудио /видео /интерактив /обучение</u>	11 559	11 503	35 312
11	<u>Goodgame.kz</u>	10 147	7 181	109 403
12	<u>Интернет-магазин мобильной техники «Smobile»</u>	8 429	7 616	26 739
13	<u>RadioMart.org - Магазин радиодеталей в Казахстане</u>	6 607	3 831	114 610
14	<u>Интернет-магазин Larek.kz</u>	5 067	4 870	15 512

Из приведенной выше таблицы можно проследить активность интернет-пользователей можно выделить 5 интернет-магазинов, которые наиболее известны на рынке г. Астана.

«Просмотры» в счетчиках статистики – количество полных загрузок страниц посетителями ресурса за определенный период времени. **«Посетители»** в счетчиках статистики – количество пользователей, посетивших сайт хотя бы один раз и загрузивших хотя бы одну страницу за определенный отчетный период.

Чем больше число посещенных одним пользователем страниц, тем лучше для сайта. И если полная загрузка страницы учитывается в любом случае, то количество посетителей за определенный период не зависит от того, сколько раз пользователь зашел на ресурс, сколько там пробыл и чем в это время на этом ресурсе занимался. Действия для учета посетителей не имеют значения. Для простоты: если например, «Гульжана Н», зашла на сайт и посмотрела 5 страниц, то счетчик записывает +1 к посетителям и +5 к просмотрам.

Отличие просмотров от посетителей[4]:

1. Показатели счетчика посетителей не зависят от действий пользователя на сайте.
2. Показатели счетчика просмотров не связаны с физическим пользователем.
3. Просмотры считаются по обращению к серверу при загрузке каждой страницы.
4. Посетители учитываются согласно информации о браузере и компьютере пользователя.

Основываясь на информации рисунка 1 можно сказать, что доля посетителей интернет-магазинов от просмотров составляет для магазина «Logusom» - Интернет-магазин электроники 6,66%; для сети магазинов бытовой техники и электроники «Мечта» - 7,36%; для «Белого Ветра» - 9,39%; «Планета электроники» - 14,66%; для интернет-магазина «ALSER» эта цифра составляет 14,74%. Таким образом, к примеру, мы можем грубо подсчитать, что 1 посетитель магазина «Белый Ветер» открывает 9,34% от всех просмотров в целом.

Таким образом, интернет-магазин является перспективным направлением бизнеса. Однако данный рынок отличается высокой степенью конкуренции и далеко не все проекты могут выжить. Это происходит из-за того, что зачастую предприниматели, которые начинают свое интернет-дело, не имеют четкого представления об интернет-рынке и о тех трудностях, с которыми они столкнутся в будущем. Как показывают исследования, пока ещё не сформированы общепринятые методы и техника управления интернет-магазином.

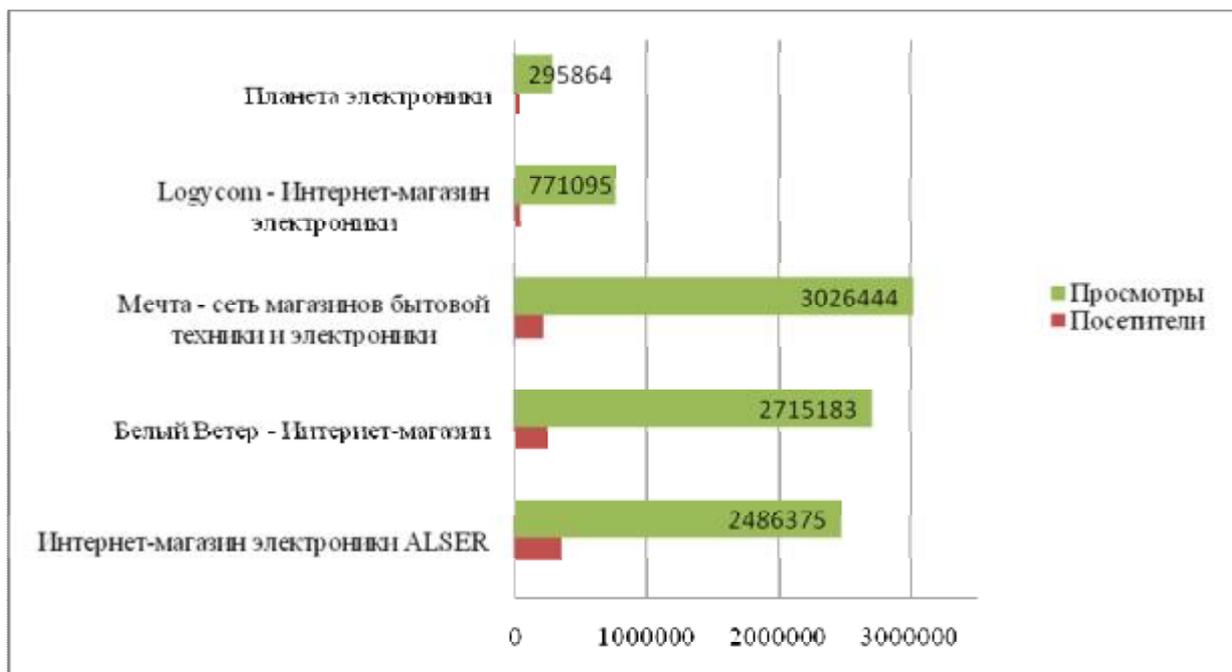


Рисунок 1. Статистика активности интернет-пользователей в интернет-магазинах электроники и техники г.Астаны[5]

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что активность посетителей интернет-магазина «Белый Ветер» позволяет ему держаться в первой десятке. А количество, в данном случае, также может обуславливать и качество, то есть часть посетителей становятся потребителями товаров и услуг «Белого Ветра».

Список литературы

1. Рустембаев Б.Е., Нурмаганбетов К.К., Каскатаев Н.М., Асилов Б.У. Развитие информационно-коммуникационных технологий в Республике Казахстан// *Фундаментальные исследования*.–2013.–№4-4.–С.950-954;Электронный ресурс: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=31304>
2. Электронный ресурс: https://strategy2050.kz/ru/page/message_text20142/
3. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции = Учебник для вузов. — М.: Горячая линия (издательство). Телеком, 2008. — С. 480. — ISBN 978-5-9912-0013-4.
4. Электронный ресурс: <http://stat.gov.kz/>
5. Электронный ресурс: <http://site.nic.ru/content/view/206/38>
- 6.Kaskataev N.M., Zholmukhanova A. Scientific and methodological basis for the competition of information and advisory support to agriculture. Actual Problems of Economics. (135),2012 – Thomson Reuters (2012) – 0.039. ISSN 1993-6788.

*Научный руководитель к.э.н., доцент К.К.Нурмаганбетов
Казахский агротехнический университет им. С.Сейфуллина, г. Астана*