



Казахстанская
Ассоциация
Маркетинга



**TURAN
UNIVERSITY**

**Международная научно-практическая конференция
«Маркетинг и логистика: современные вызовы и тенденции
в эпоху информационных технологий»**

Алматы 2018

УДК 339.138 (063)

ББК 62.290-2

М 27

ОТВЕТСТВЕННЫЕ РЕДАКТОРЫ:

РАЗАКОВА Д.И. – доктор PhD, кандидат экономических наук, зав. кафедрой «Маркетинг и логистика» Университета «Туран»

ЕСБОСЫНОВА А.К. – магистр экономических наук, Университет «Туран»

М 27 **Маркетинг и логистика: современные вызовы и тенденции в эпоху информационных технологий:** сборник статей международной научно-практической конференции

Маркетинг и логистика: современные вызовы и тенденции в эпоху информационных технологий: сб. статей межд. науч. конф. (г. Алматы, 11 мая 2018 г.). – Алматы, 2018. – 459 с. – каз., рус., англ.

Маркетинг и логистика: инновационные стратегии, технологии и решения. – 459 с.
ISBN

ISBN 978-601-214-509-9

В настоящий сборник вошли материалы Международной научно-практической конференции «Маркетинг и логистика: современные вызовы и тенденции в эпоху информационных технологий» (г.Алматы, 11 мая 2018 г.).

Материалы предназначены для молодых ученых, исследователей, преподавателей, студентов, магистрантов, докторантов, интересующихся проблемами развития современного общества в области маркетинга и логистики.

УДК 339.138 (063)

ББК 62.290-2

ISBN 978-601-214-509-9

© «Университет «Туран», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

| | Стр. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1. Alshynbay A.M. WORLD EXPERIENCE IN COMBATING BRAND FALSIFICATION | 8 |
| 2. Mustayev D.A. ORGANIZATION OF MARKETING IN THE ENTERPRISE | 14 |
| 3. Абдунурова А.А. АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ВНЕДРЕНИЯ CRM-СИСТЕМ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИЙ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ПРОЧИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В Г.АЛМАТЫ | 20 |
| 4. Абдунурова А.А. КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ, ONLINE И OFFLINE ТЕЛЕЙ | 24 |
| 5. Абдунурова А.А. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ МЕДИА РЫНКА И ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЧИТАТЕЛЕЙ НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА «HARPER'S VAZAAR» В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН | 29 |
| 6. Алмагамбетова С.Т. ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ | 31 |
| 7. Аманжол А. КӘСІПОРЫНДА САТЫП АЛУ ЛОГИСТИКАСЫН БАСҚАРУДЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ: ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ ШЕТЕЛ ТӘЖІРИБЕСІ | 36 |
| 8. Аноприева Е. В. РАЗВИТИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА РОССИИ И КАЗАХСТАНА, КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЙ | 39 |
| 9. Асанова Т.А. ҚР-ҒЫ ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПКЕРЛІКТІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ | 45 |
| 10. Асанова Т.А. ОТАНДЫҚ КӘСІПОРЫНДАРЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГ КЕШЕНІ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ДАМУ БАҒЫТТАРЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ | 49 |
| 11. Аскарова К. АВТОМОБИЛЬНЫЙ ТРАНСПОРТ И ЕГО РОЛЬ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ | 55 |
| 12. Асылхан А. - ТАУАРДЫҢ ӨМІРЛІК ЦИКІЛІН БАСҚАРУ | 58 |
| 13. Базашева А. Е. ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ ЖӘНЕ ДАМУЫ | 65 |
| 14. Баймолдаева С.А. - РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ: ҒЫЛЫМҒА БЕТБҰРЫС. ҮШТІЛДІЛІК БАҒДАР | 68 |
| 15. Балабин Р. - ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ | 71 |
| 16. Бекжанова Ж.Ж. ҮШТІЛДЕ БІЛІМ БЕРУ - ЗАМАН ТАЛАБЫ | 75 |
| 17. Бекова К. Б. КӘСІПОРЫННЫҢ МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТІН ҰЙЫМДАСТЫРУ | 82 |
| 18. Бекова К. Б. КӘСІПОРЫННЫҢ МАРКЕТИНГТІК ҚЫЗМЕТІНДЕ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕНІ ҚОЛДАНУ | 86 |

| | | |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 19. | Бексултан Д. ПСИХОЛОГИЯ УСПЕШНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ | 89 |
| 20. | Биболова А. ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯНЫҢ ТАБЫСТЫЛЫҒЫНЫҢ 5 КОМПОНЕНТІ | 91 |
| 21. | Богомазова И.В. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА | 95 |
| 22. | Бородин П.В. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ РЫНОЧНЫХ ИННОВАЦИЙ. | 98 |
| 23. | Гаитова С. СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК ПОДСИСТЕМЫ ГОСТИНИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТА | 103 |
| 24. | Глумова Я.Г. ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА | 107 |
| 25. | Давыдкова Л. ЗНАЧЕНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ РК | 113 |
| 26. | Дадабаева Д.М. ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ | 118 |
| 27. | Дадабаева Д. М. СУЩНОСТЬ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ | 122 |
| 28. | Ердибаева Г.С. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА | 126 |
| 29. | Есбосынова А.К. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КӨРМЕ ЖҰМЫСТАРЫНЫҢ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ | 131 |
| 30. | Жакупбекова А.Б. НЕЙРОМАРКЕТИНГ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ КАЗАХСТАНА | 137 |
| 31. | Жумабек С. Н. КОНТРОЛЛИНГ ҚАҒИДАЛАРЫ НЕГІЗІНДЕ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ БАҒЫТТАРЫ | 142 |
| 32. | Жұмақан А.Ж. - АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫ ӨНДІРІСІН МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУДЫҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ | 145 |
| 33. | Зенкова В.А. ЗЕРНОВОЙ РЫНОК РК: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА. | 149 |
| 34. | Ибрагимова Г. А. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ «УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»» | 153 |
| 35. | Ильяс А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ | 156 |
| 36. | Ильясова Қ. И. МАРКЕТИНГТІК АҚПАРАТ ЖҮЙЕСІНІҢ ҚАЛЫПТАСУ ЕРЕКШЕЛІГІ. | 161 |
| 37. | Исаков С. Б. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МИНИМИЗАЦИЯ РИСКОВ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ | 164 |

| | | |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 38. | Кабылова И.К. ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГ | 169 |
| 39. | Капчикур Ш. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР ТРАНСПОРТА ДЛЯ ПЕРЕВОЗКИ | 174 |
| 40. | Ким В. СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ И СТРУКТУРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА КАК СУБЪЕКТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ | 179 |
| 41. | Козина Е.С. - МАРКЕТИНГ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ | 184 |
| 42. | Құрманбаева Н. Н. - ИНТЕГРАЦИЯЛЫҚ ТІЗБЕКТЕРДІ ЖЕТКІЗУДІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҢЫЗЫ | 189 |
| 43. | Малгаждаров Е. С. - РАЗВИТИЕ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО СЕКТОРА В ЭПОХУ ИНДУСТРИИ | 193 |
| 44. | Маткеримова А. С. МЕЙРАМХАНАНЫ БАСҚАРУ ҚҰРЫЛЫМЫ ҚАҒИДАЛАРЫ МЕН ҚЫЗМЕТКЕРЛЕРДІ БАСҚАРУДАҒЫ ШЕТЕЛДІК ӘДІСТЕР | 196 |
| 45. | Мелдебекова А. А. ЖАСЫЛ ЭКОНОМИКА ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫНЫҢ ЖАҢА БАҒЫТЫ | 200 |
| 46. | Молдабекова А.Т. ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ | 203 |
| 47. | Музапбарова А. АНАЛИЗ УРОВНЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН | 208 |
| 48. | Мырзараимова.А.А. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ В ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ | 214 |
| 49. | Мырзараимова.А.А. РЕКЛАМА, КАК ЭЛЕМЕНТ В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ КОМПАНИИ | 219 |
| 50. | Нам В. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ В РК | 225 |
| 51. | Нестерова А. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ МОРСКИХ ПЕРЕВОЗОК. | 230 |
| 52. | Нурпеисова А.А. ЖАРНАМАДАҒЫ ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒА САЙ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ТӘСІЛДЕРДІҢ АЛАТЫН РОЛІ | 235 |
| 53. | Нуртаева Ж.Ш. АҚМОЛА ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА СҮТ НАРЫҒЫН ДАМУЫҒА КЕДЕРГІ КЕЛТІРЕТІН ФАКТОРЛАР | 238 |
| 54. | Омиров Х.А. ЛИЧНОСТНЫЕ И БЕЗЛИЧНОСТНЫЕ ПРОДАЖИ В СФЕРЕ ДЕЛОВЫХ УСЛУГ НА РЫНКЕ В2В | 240 |
| 55. | Паймуллина Ю.А СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ | 245 |
| 56. | Пантелеев В.И. ГОД ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПЕРЕЛОМА | 250 |
| 57. | Перналы Ж. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЛОГИСТИКИ В РК | 254 |

ҚР-ҒЫ ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА КӘСІПКЕРЛІКТІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫН ТАЛДАУ

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына арналған «Қазақстан-2050» Стратегиясы – қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» Жолдауында айқындалған бірінші кезектегі мақсаттардың бірі ұлттық экономиканың жетекші күші – кәсіпкерлікке жан-жақты қолдау көрсету болатын [1]. Көптеген дамыған елдердің тәжірибелері көрсетіп отырғанындай, кәсіпкерліктің барлық уақытта елдің экономикалық дамуының негізгі факторы екені дәлелдеуді қажет етпейді. Сондықтан да, шағын және орта кәсіпкерліктің даму жағдайын талдаудың маңызы зор.

1-ші кестеден шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері қызметінің көрсеткіштерін көруге болады.

Кесте 1. Шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері қызметінің көрсеткіштері (2016 жыл)

| Облыстар | Жұмыс істеп тұрған ШОК субъектілерінің саны, бірлік | Жұмыспен қамтылғандар саны, адам | Өнім (тауарлар, қызмет көрсетулер) шығарылымы, млн. теңге |
|---------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Ақмола | 44 872 | 132 431 | 587 262 |
| Ақтөбе | 50 794 | 134 834 | 660 197 |
| Алматы | 119 002 | 257 976 | 976 529 |
| Атырау | 44 235 | 123 507 | 967 674 |
| Батыс Қазақстан | 40 448 | 106 883 | 1 281 766 |
| Жамбыл | 56 913 | 117 418 | 381 622 |
| Қарағанды | 85 034 | 230 790 | 820 338 |
| Қостанай | 53 206 | 151 172 | 573 086 |
| Қызылорда | 38 307 | 81 611 | 266 435 |
| Маңғыстау | 46 648 | 112 022 | 878 499 |
| Оңтүстік Қазақстан | 173 791 | 326 337 | 1 035 100 |
| Павлодар | 43 872 | 131 253 | 524 121 |
| Солтүстік Қазақстан | 28 789 | 102 476 | 374 662 |
| Шығыс Қазақстан | 99 603 | 234 714 | 826 040 |
| Астана қаласы | 100 270 | 325 182 | 4 297 809 |
| Алматы қаласы | 160 845 | 598 186 | 5 157 870 |

| | | | |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|------------|
| Қазақстан Республикасы | 1 186 629 | 3 166 792 | 19 609 010 |
| Е с к е р т у – Статистикалық мәліметтер негізінде автормен әзірленген | | | |

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, 2016 жылы Қазақстан Республикасы бойынша жұмыс істеп тұрған шағын және орта кәсіпкерлік субъектілер 1 186 629 бірлікті, жұмыспен қамтылғандар 3 166 791 адамды, өнім шығарылымы 19 609 010 млн. теңгені құрады. Талданылып отырған жылда шағын және орта кәсіпкерлікте жұмыс істеп тұрған субъектілер мен жұмыспен қамтылғандар саны бойынша жеткіші орынды Оңтүстік Қазақстан, Алматы облыстары және Алматы қаласы иеленді. Өнім шығарылымы бойынша алдыңғы қатарда Алматы және Астана қалалары болды [2].

2-ші кестеден экономикалық қызмет түрлері бойынша шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері қызметінің көрсеткіштері берілген.

Кесте 2. Экономикалық қызмет түрлері бойынша шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері қызметінің көрсеткіштері (2016 жыл)

| Көрсеткіштер | Жұмыс істеп тұрған ШОК субъектілерінің саны, бірлік | Жұмыспен қамтылғандар саны, адам | Өнім (тауарлар, қызмет көрсетулер) шығарылымы, млн. теңге |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Ауыл, орман және балық шаруашылығы | 213 664 | 403 527 | 1 540 413 |
| Өнеркәсіп | 42 977 | 308 462 | 4 305 235 |
| Құрылыс | 50 412 | 293 802 | 3 990 829 |
| Көтерме және бөлшек сауда, автомобильдерді және мотоциклдерді жөндеу | 441 375 | 943 019 | 3 892 959 |
| Көлік және қоймалау | 81 948 | 189 515 | 1 197 500 |
| Ақпарат және байланыс | 15 391 | 53 727 | 456 810 |
| Тұру және тамақтану бойынша қызметтер | 27 959 | 108 015 | 299 544 |
| Жылжымайтын мүлікпен жасалатын операциялар | 71 065 | 172 709 | 850 598 |
| Кәсіби, ғылыми және техникалық қызмет | 32 452 | 136 882 | 1 430 320 |
| Әкімшілік және қосалқы қызмет көрсету саласындағы қызмет | 33 052 | 143 635 | 688 600 |
| Білім беру | 11 233 | 64 197 | 128 955 |
| Денсаулық сақтау және әлеуметтік қызметтер | 7 613 | 52 607 | 139 552 |
| Өнер, ойын-сауық және | 8 981 | 51 666 | 125 925 |

| | | | |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|------------|
| демалыс | | | |
| Өзге де қызметтер түрлерін ұсыну | 148 507 | 245 027 | 561 770 |
| Барлығы | 1 186 629 | 3 166 791 | 19 609 010 |
| Е с к е р т у – Статистикалық мәліметтер негізінде автормен әзірленген | | | |

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, жұмыс істеп тұрған шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің саны бойынша көтерме және бөлшек сауда, автомобильдерді және мотоциклдерді жөндеу саласының үлесі 37%-ды, ауыл, орман және балық шаруашылығы 18%-ды, көлік және қоймалау саласы 7%-ды, құрылыс саласы 4,2%-ды, ал өнеркәсіп саласы 3,6%-ды құрады. Жұмыспен қамтылған адамдар саны бойынша көтерме және бөлшек сауда, автомобильдерді және мотоциклдерді жөндеу саласының үлесі 29,7%-ды, ауыл, орман және балық шаруашылығы 12,7 %-ды, өнеркәсіп саласы 9,7%-ды, құрылыс саласы 9,2%-ды, көлік және қоймалау саласы 5,9 %-ды құрады. Сондай –ақ, өнім шығарылымы бойынша өнеркәсіп саласының үлесі 21,9%, құрылыс саласы 20,3%, көтерме және бөлшек сауда, автомобильдерді және мотоциклдерді жөндеу саласы 19,8% болды.

Келесі кестеде шағын және орта кәсіпкерлік кәсіпорындары қызметінің көрсеткіштері берілген.

Кесте 3. Шағын және орта кәсіпкерлік кәсіпорындары қызметінің көрсеткіштері (2016 жыл)

| Көрсеткіштер | Саны, бірлік | Жұмыспен қамтылғандар | Өнім (тауарлар, қызмет көрсетулер) шығарылымы, млн. теңге |
|------------------------------------------------------------------------|--------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------|
| Шағын және орта кәсіпорындары | 192 348 | 1 602 224 | 17 053 522 |
| Дара кәсіпкерлер | 813 482 | 1 288 167 | 1 511 733 |
| Шаруа немесе фермер қожалықтары | 180 799 | 276 401 | 1 043 755 |
| Е с к е р т у – Статистикалық мәліметтер негізінде автормен әзірленген | | | |

Кесте мәліметтерінен байқайтынымыздай, 2016 жылы 192 348 шағын және орта кәсіпорындар, 813 482 дара кәсіпкерлер және 180 799 шаруа немесе фермер қожалықтары болды. Шағын және орта кәсіпорындарында жұмысқа қамтылғандар 1 602 224 адам, дара кәсіпкерлерде 1 288 167 адам болса, ал шаруа немесе фермер қожалықтарында 276 401 адамды қамтыды. Шағын және орта кәсіпорындарында 17 053 522 млн.теңгеге, дара кәсіпкерлерде 1

511 733млн.теңгеге, ал шаруа немесе фермер қожалықтарында 1 043 755млн. теңгеге өнім өндірілді.

Келесі кестеден ҚР облыстары бойынша шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің өнім шығарылымын көруге болады.

Кесте мәліметтерінен көріп отырғанымыздай, өнім шығарылымы бойынша жетекші орынға ие Алматы қаласындағы шағын және орта кәсіпорындар 4 791 625 млн.теңгеге, дара кәсіпкерлер 366 211млн.теңгеге, шаруа немесе фермер қожалықтары 34 млн.теңгеге өнім өндірі. Ал, Астана қаласындағы шағын және орта кәсіпорындар 4 107 173 млн.теңгеге, дара кәсіпкерлер 190 609 млн.теңгеге, шаруа немесе фермер қожалықтары 27 млн.теңгеге өнім шығарды.

Кесте 4. ҚР облыстары бойынша шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің өнім шығарылымы , млн. тенге (2016 жыл)

| Көрсеткіштер | Оның ішінде | | | |
|------------------------|-------------------------|-------------------|------------------|---------------------------------|
| | Барлық ШОК субъектілері | ШОК кәсіпорындары | Дара кәсіпкерлер | Шаруа немесе фермер қожалықтары |
| Ақмола | 587 262 | 495 268 | 52 749 | 39 245 |
| Ақтөбе | 660 197 | 563 968 | 52 778 | 43 451 |
| Алматы | 976 529 | 668 184 | 97 495 | 210 850 |
| Атырау | 967 674 | 867 136 | 85 532 | 15 006 |
| Батыс Қазақстан | 1 281 766 | 1 140 226 | 93 454 | 48 086 |
| Жамбыл | 381 622 | 240 297 | 38 067 | 103 258 |
| Қарағанды | 820 338 | 654 853 | 83 900 | 81 585 |
| Қостанай | 573 086 | 442 929 | 65 924 | 64 233 |
| Қызылорда | 266 435 | 218 745 | 31 497 | 16 193 |
| Маңғыстау | 878 499 | 799 690 | 74 356 | 4 453 |
| Оңтүстік Қазақстан | 1 035 100 | 750 799 | 118 532 | 165 769 |
| Павлодар | 524 121 | 417 399 | 48 304 | 58 418 |
| Солтүстік Қазақстан | 374 662 | 278 941 | 34 874 | 60 847 |
| Шығыс Қазақстан | 826 040 | 616 289 | 77 451 | 132 300 |
| Астана қаласы | 4 297 809 | 4 107 173 | 190 609 | 27 |
| Алматы қаласы | 5 157 870 | 4 791 625 | 366 211 | 34 |
| Қазақстан Республикасы | 19 609 010 | 17 053 522 | 1 511 733 | 1 043 755 |

Сонымен, еліміздің тұрақты экономикалық дамуы үшін шағын және орта кәсіпкерлікті сапа жағынан жетілдіру өте маңызды мәселелердің біріне айналып отыр. Сондықтан да шағын және орта кәсіпкерліктегі кездесетін басты мәселелерді анықтап, оны тиімді шешу жолдарын табу қажет.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына арналған «Қазақстан-2050» Стратегиясы – қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» Жолдауы, 2012 жыл 14 желтоқсан.
2. Қазақстан Республикасындағы шағын және орта кәсіпкерлік Статистикалық жинақ / Н.С. Айдапкелов редакциясы бойынша/ Астана: 2017 – 57бет.

Асанова Т.А.
«Тұран» Университетінің
аға оқытушысы

ОТАНДЫҚ КӘСІПОРЫНДАРЫНДАҒЫ МАРКЕТИНГ КЕШЕНІ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ДАМУ БАҒЫТТАРЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ

Нарықтық экономика жағдайында маркетингтің қызметтерін тиімді қолданған жағдайда ғана кәсіпорын алға қойған мақсаттарына жете алады. Маркетинг қызметін тиімді ұйымдастыру кәсіпорынның барлық басқару құрылымдарын қамтуы қажет. Кәсіпорындағы маркетинг мамандары өздерінің қызметтерінде «маркетинг-микс» үлгісі немесе маркетинг кешені құралдарын басшылыққа алады. «Маркетинг-микс» үлгісі кез келген бизнес стратегия үшін негіз болып табылады. Өндіріс саласында «4P» үлгісі кең таралған. Американдық ғалым Н.Борден 1957 жылы «маркетинг-микс» түсінігін енгізді, оның негізін тауар, баға, сауда маркасы, жарнама, жылжыту және маркетингтік бағдарламаны жасауға қолданатын маңызды элементтер құрады. Алдымен, Н. Борден 12 маркетингтік факторларды ұсынды, кейіннен Е. Маккарти ол тізімді қарапайымдап, төртке дейін қысқартты. Е. Маккарти «маркетинг-микс» тұжырымдамасын дамыта отырып, 1960 жылы төрт элементтен тұратын «4P» моделін ұсынды, ол ағылшынша «р» әрпінен басталатын өнім (product), баға (price), орын (place) және жылжыту (promotion) деген ұғымдардан тұрады. Ықшамдылығы және сыйымдылығы, қарапайымдылығы, құрылу логикасы бұл модельді теорияда және тәжірибеде маркетингтік өзгермелілерді анықтаудың қолайлы құралы ретінде қолдануға мүмкіндік берді[1].