

**Алматы экономика және статистика академиясы
Әзербайжан туризм және менеджмент
университеті**

**Алматинская академия экономики и статистики
Азербайджанский университет туризма и
менеджмента**

**Almaty Academy of Economics and Statistics
Azerbaijan University of Tourism and Management**



**«ЭКОНОМИКА, БАСҚАРУ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІК
ДАМУДЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖОЛДАРЫ»
АТТЫ СЫРТТАЙ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-
ПРАКТИКАЛЫҚ КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ
МАТЕРИАЛДАРЫ
26 ҚАҢТАР 2018 Ж**

**МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗАОЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ «ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА»
26 ЯНВАРЯ 2018 Г.**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE
"INNOVATIVE APPROACHES TO THE ECONOMY,
MANAGEMENT AND MARKETING DEVELOPMENT"
26 JANUARY 2018**

Алматы, 2018

УДК 330 (075.8)

ББК 65.01Я73

Э40

Редакционно-издательский совет:

Корвяков В.А., Мухамбетов Д.Г., Бекенова Л.М., Джаббаров Ф., Сейтхамзина Г.Ж., Сейфуллин Ж.Т., Дуйсен Г.М.

Э40 «Экономика, басқару және маркетингтік дамудың инновациялық жолдары» атты сырттай халықаралық ғылыми-практикалық конференциясының материалдары 26 қаңтар 2018 жыл = Материалы международной научно-практической заочной конференции «Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга» 26 января 2018 г.= Materials international scientific-practical conference "Innovative approaches to the economy, management and marketing development" 26 January 2018/– Алматы: Алматинская академия экономики и статистики, 518 стр.

ISBN 978-601-7331-69-6

В сборник включены доклады, представленные на Международную научно-практическую заочную конференцию «Инновационные подходы развития экономики, управления и маркетинга» 26 января 2018 г.

УДК 330 (075.8)

ББК 65.01Я73

Э40

ISBN 978-601-7331-69-6

© Алматинская академия
экономики и статистики, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО УЧАСТНИКАМ КОНФЕРЕНЦИИ	3
Абдикадырова Р. А. Роль и значение нефтегазовой промышленности в экономике Казахстана	9
Абжанова А. Н. К проблеме мотивация труда персонала предприятий в рыночных условиях	14
Адамбекова М. Р. Понятие туризма как сферы экономической деятельности	18
Адиетова Э.М., Альдешова С.Б., Канатова А.Ж. Бағалы қағаздар қоржынының болашақ табыстылығын бағалау мақсатында орташа табыстылыққа негізделетін оңтайландыруды жүзеге асыру жолдары	25
Азатова А., Биготанов Қ.С. Прагматизмнің экономикалық мәні	28
Акылбекова Н.И., Канатбекова С. Инвестиции - важнейший фактор развития туризма	32
Алимова Н.Т., Лухманова Г.К. Дамыған елдердегі жанама салық салу жүйесі	36
Alyakhimet U.G., Shiganbaeva N.B. Internet advertising as a complex of tools for effective marketing promotion of a small business enterprise	41
Амангельдиева Ж. А. Қазақстан Республикасында кәсіпкерлікке салық салу мәселелері	44
Амерханова И.К. Проблема правового обеспечения в условиях перехода республик Казахстан к зеленой экономике	49
Амирова А., Курманалина А.К. Некоторые вопросы государственных закупок в системе управления финансами в республики Казахстан	52
Амирова М.О. Қазақстан – Қытай қатынастарындағы экономикалық ынтымақтастық	57
Ан Алина Анатольевна, Адамов А.А. Маркетинг эмоций как инновационная технология манипулирования потребителем и его применение в коммерческой деятельности	61
Анапияева Д. А., Нурмуханова Г.Ж. Повышение конкуренции на телекоммуникационном рынке	66
Асанова Т.А. Қазақстан Республикасының бөлшек сауда нарығын маркетингтік талдау	73
Асылхан А., Омарова С.К. Өнімің сапасын басқару үдерісі және оның әдістері	78
Аубакирова З. А. Состояние и перспективы развития сферы услуг в Казахстане	81
Ахатова Э.Х. Развитие строительной отрасли на современном этапе	86
Ахметова З.Ш., Исламова М. Роль информации и коммуникации при формировании клиентской базы банка	89
Ачкасов О. Д., Тлеубекова А. Д. Управление ценовой политикой предприятия	93

телекоммуникациялық инфрақұрылымның болуына және тұтынушыларды шектеусіз қызметпен қамтамасыз етуге мүмкіндік береді: жаңа техника мен жаңа технологияларды енгізу; нормативтік-құқықтық реттеуді жетілдіру; жаңа қызметтерді тарату үшін маркетингтік қызметті қарқындату; монополиясыздандыру және бәсекелестікті дамыту және т.б.

Summary

Despite the different directions of factors affecting the telecommunications of the Republic of Kazakhstan, the article shows that their development is subject to a number of general laws and laws that are characteristic for the development of communication in the world. The analysis of the effect of these laws in Kazakhstan made it possible to concretize the main progressive trends that determine the development of telecommunications. The work asserts that they are all interconnected and only their comprehensive practical implementation will allow us to have not only a powerful in terms of the number of terminals, but also a high-quality telecommunications infrastructure that provides consumers with an unlimited range of services: the introduction of new technology and new technologies; improvement of regulatory and legal regulation; intensification of marketing activities for the expansion of new services; demonopolization and development of competition.

Асанова Т.А.
«Тұран» Университетінің
аға оқытушысы

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ БӨЛШЕК САУДА НАРЫҒЫН МАРКЕТИНГТІК ТАЛДАУ

Сауда–материалдық және рухани игіліктерді иеліктен шығару және иемденутүріндегі сатып алу-сату әрекеті барысында меншіктенушінің ауысу нысаны.

Бөлшек сауда – түпкі тұтынушының жеке қолдануы үшін тауарды сату мен қызмет көрсету жөніндегі іс-әрекет. Бөлшек сауда өнімді тұтынушыға жеткізу процесін аяқтайды.

Сауда – еліміздің экономикалық қызметінің бірден-бір ірі саласы және оның дамуы – экономиканың табысты жұмыс істеуінің басты шарттарының бірі. Сондықтан да, бөлшек сауда нарығына маркетингтік талдау маңызды болып табылады.

Келесі кестеде ҚР бойынша бөлшек сауда құрылымы берілген.

Кесте 1. ҚР бойынша бөлшек сауда құрылымы

Көрсеткіштер	Жылдар					млрд. тенге	
	2012	2013	2014	2015	2016	2016ж. 2012-2015 жж. салыстырғанда, %	
						2012	2015
Бөлшек сауда							

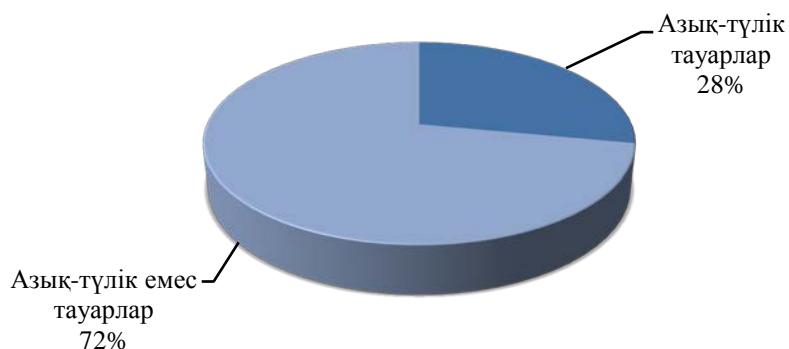
көлемі	4 567,7	5 474,3	6 332,3	6 555,8	7 974,4	174,5	121,6
Оның ішінде:							
Азық-түліктауарлары	1 417,7	1 609,9	1 820,8	1 886,9	2 204,3	154,4	116,8
одан:							
- тамақ өнімдері;	1 225,2	1387,6	1 606,6	1 603,5	1 875,3	153,0	116,9
- алкогольді ішімдіктер;	143,6	162,6	155,4	212,2	262,6	182,8	123,7
- темекі өнімдер	48,9	59,7	58,8	71,2	66,4	135,7	93,2
Азық-түлікеместауарлар	3 150,0	3 864,4	4 511,5	4 668,9	5 770,1	183,1	123,5
Ескерту :Статистикалық мәліметтер негізінде автормен құрастырылған							

Кестедегі мәліметтерден көріп отырғанымыздай, 2016 жылы бөлшек сауда көлемі 7 974,4 млрд. теңге болса, ал 2012 жылы бұл көрсеткіш 4 567,7 млрд. теңгені құраған. 2016 жылдағы бөлшек сауда құрылымына келсек, азық-түлік тауарлары 2 204,3 млрд. теңгені құрады. Оның ішінде: тамақ өнімдері 1 875,3 млрд. теңге, алкогольді ішімдіктер 262,6 млрд. теңге, темекі өнімдері 66,4 млрд. теңге болды. 2016 жылдағы азық-түлік тауарлары көлемін 2012 жылмен салыстырсақ, 54,4%-ға артқан. Азық-түлік тауарларының ішінде, тамақ өнімдері 53,0 %-ға, алкогольді ішімдіктер 82,8%-ға, темекі өнімдер 35,7%-ға жоғарылаған. Сондай – ақ, 2016 жылдағы азық-түлік тауарлары көлемін 2015 жылмен салыстырғанда 16,8%-ға артқанын байқаймыз. Атап айтқанда: тамақ өнімдері 16,9 %-ға, алкогольді ішімдіктер 23,7%-ға көтерілсе, темекі өнімдері 6,8%-ға төмендеген.

Темекі өнімдеріне сұраныстың төмендеуі себептерінің бірі оның бағасының көтерілуінде. Темекінің ең төменгі бағасы 2017 жылдың 31 желтоқсанына дейін – 320 теңге болса, 2018 жылдың 1 қаңтарынан 2018 жылдың 30 маусымына дейін – 340 теңгеге, 2018 жылдың 1 шілдесінен 2018 жылдың 31 желтоқсанына дейін – 360 теңгеге, 2019 жылдың 1 қаңтарынан бастап – 380 теңгеге көтеріледі.

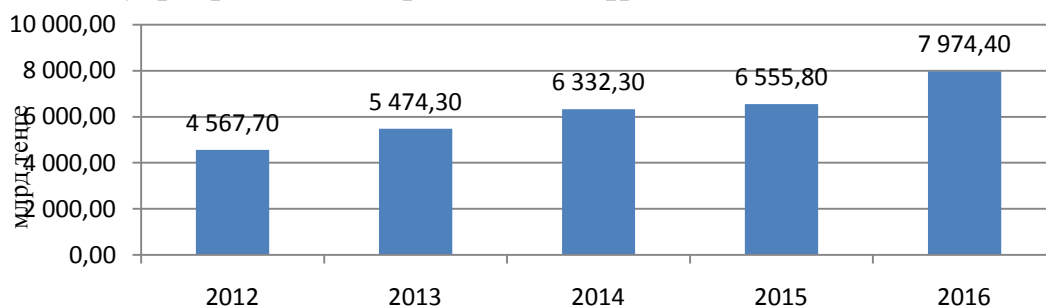
Жан басына шаққандағы тұтыну тауарларын сату республикада орта есеппен 448,1 мың теңгені немесе 2015 жылға қарағанда 74,5 мың теңгеден жоғары көлемді құрады. Соның ішінде бұл көрсеткіштің жоғары мәні Алматы қаласына (1269,5 мың теңге), Астана қаласына (989,2 мың теңге), көрсеткіштің ең төмен мәні – Оңтүстік Қазақстан облысына (143,3 мың теңге) тиесілі.

Бөлшек сауда құрылымында азық-түлік емес тауарлар 2016 жылы 5 770,1 млрд. теңге болса, ал бұл көрсеткіш 2012 жылы 3 150,0 млрд. теңгені құраған немесе 83,1%-ға артқан. 2016 жылдағы азық-түлік емес тауарлар көлемін 2015 жылмен салыстырсақ 23,5%-ға көтерілгенін байқаймыз.



Сурет 1. 2016 жылдағы бөлшек сауданың жалпы көлемінде азық-түлік және азық-түлік емес тауарлардың үлесі

Суреттен көріп отырғанымыздай, 2016 жылда бөлшек сауда көлемінде азық-түлік тауарлары 28%-ды, ал азық-түлік емес тауарлар 72%-ды құраған. 2016 жылы бөлшек саудада азық-түлік тауарлары 2 204,3 млрд. теңгені, ал азық-түлік емес тауарлар 5 770,1 млрд. теңгені құрады.



Сурет 2. ҚР бөлшек сауда көлемінің динамикасы, млрд.теңге

Суреттен көріп отырғанымыздай, бөлшек сауда көлемі 2012 жылы 4 567,7 млрд. теңге, 2013 жылы 5 474,3 млрд. теңге, 2014 жылы 6 332,3 млрд. теңге, 2015 жылы 6 555,8 млрд. теңге болса, ал 2016 жылы 7 974,4 теңгені құрады. Егер 2016 жылдағы бөлшек сауда көлемін 2012 жылмен салыстырсақ 74,5%-ға, ал 2015 жылмен салыстырғанда 21,6%-ға артқан.

Кесте 3. Қазақстан Республикасының облыстары бойынша бөлшек сауда көлемі

Көрсеткіштер	Жылдар					млн. тенге	
						2016ж. 2012-2015 жж. салыстырғанда, %	
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2015
Ақмола	127713,6	159 428,1	181 754,7	185 791,1	236 137,9	184,8	127,0
Ақтөбе	324794,0	387 330,9	431 659,3	421 814,6	496 734,1	152,9	117,7
Алматы	220240,3	270 382,6	329 169,3	330 219,6	390 219,9	177,1	118,1
Атырау	163533,8	171 741,0	184 968,2	176 637,4	232 909,1	142,2	131,8

Батыс Қазақстан	136372,1	173 865,7	201 784,0	195 353,0	241 780,6	177,2	123,7
Жамбыл	119672,2	151 652,0	182 766,7	189 871,1	243 605,2	2 есе	128,3
Қарағанды	445422,2	497 592,5	561 507,5	581 593,9	690 319,8	154,9	118,6
Қостанай	159741,6	207 126,5	228 349,8	234 405,5	275 279,4	172,3	117,4
Қызылорда	119233,5	149 992,4	173 075,0	180 142,3	210 937,3	176,9	117,0
Маңғыстау	100978,5	129 321,9	145 239,1	146 677,2	202 351,8	2 есе	137,9
Оңтүстік Қазақстан	237139,2	298 423,6	351 223,4	343 507,4	409 757,6	172,7	119,9
Павлодар	198373,3	248 828,6	290 268,5	278 258,5	322 442,9	162,5	115,8
Солтүстік Қазақстан	121918,6	145 194,5	158 340,3	161 298,9	194 784,6	159,7	120,7
Шығыс Қазақстан	417640,5	532 082,1	593 226,8	600 715,5	720 433,8	172,5	119,9
Астана қаласы	429111,6	543 755,8	677 590,7	742 899,3	913 071,2	2 есе	122,9
Алматы қаласы	1245776,1	1 407 555,8	1 641 329,7	1 786 635,6	2 193 676,9	176,0	122,7
Қазақстан Республикасы	4567661,2	5 474 274,0	6 332 253,0	6 555 820,9	7 974 442,1	174,5	121,6
Ескерту :Статистикалық мәліметтер негізінде автормен құрастырылған							

Кестеде Қазақстан Республикасынның облыстары бойынша бөлшек сауда көлемі берілген. Аталған мәліметтерге сүйенсек, бөлшек сауда көлемі бойынша жетекші орынды Алматы қаласына тиісілі. 2016 жылы Алматы қаласындағы бөлшек сауда көлемі 2 193 676,9млн. теңге болса, ал 2012 жылы бұл көрсеткіш 1 245 776,1млн.теңгені құраған немесе 76,0%-ға артқан. Астана қаласы да бөлшек сауда көлемі бойынша жетекші орынға ие. 2012 жылы Астана қаласының бөлшек сауда көлемі 429 111,6млн.теңге болса, ал 2016 жылы бұл көрсеткіш 913 071,2 млн.теңгені құраған немесе екі есеге артқанын байқаймыз.

Келесі кестеден 2016 жылдағы өткізу арналары бойынша бөлшек сауда көлемі берілген.

Кесте 4. 2016 жылдағы өткізу арналары бойынша бөлшек сауда көлемі

млн. тенге

Көрсеткіштер	Саудакәсіпорындарыныңт ауарайналымы	Нарықтардың және дара кәсіпкерлердің тауар айналымы
Ақмола	75 400,1	160 737,8
Ақтөбе	206 630,0	290 104,1
Алматы	154 287,4	235 932,5
Атырау	137 935,8	94 973,3
Батыс Қазақстан	114 580,2	127 200,4
Жамбыл	90 449,3	153 155,9
Қарағанды	241 809,2	448 510,6

Дереккөздер тізімі

1. С.Р. Есімжанова Маркетинг: оқу құралы. – Алматы: ЭКО Баспа Үйі, 2009. – 506 бет
2. Қазақстан Республикасындағы бөлшек және көтерме сауда /Статистикалық жинақ /Н.С. Айдапкелов редакциясы бойынша/ Астана: 2016 – 120бет.
3. Казахстан сегодня / Краткий справочник / Главный редактор Айдапкелов Н.С. / Астана: 2016 – 27стр.

Аннотация

Сауда – еліміздің экономикалық қызметінің бірден-бір ірі саласы және оның дамуы – экономиканың табысты жұмыс істеуінің басты шарттарының бірі. Берілген мақалада Қазақстан Республикасының бөлшек саудасының қазіргі жағдайына талдау жүргізілген.

Аннотация

Торговля – одна из крупнейших сфер экономической деятельности республики и ее развитие – одно из условий успешного функционирования экономики. В данной статье анализируется современное состояние розничной торговли Республики Казахстан.

Summary

Trade is one of the largest spheres of economic activity of the republic and its development is one of the conditions for the successful functioning of the economy. This article analyzes the current state of retail trade in the Republic of Kazakhstan.

**Асылхан А.
АЭСА магистранты
Омарова С.К.
э.ғ.к., доценті АЭСА**

ӨНІМІҢ САПАСЫН БАСҚАРУ ҮДЕРІСІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ӘДІСТЕРІ

Жалпы сапа көрсеткіштерінің негізгі топтары типтік қолданылуы бойынша топтар мен кластарға бөлінеді, оны төмендегі кестеден көруге болады. Кестеде көрсетілген негізгі топтың сапалық көрсеткіштері келесідей топ ішіндегі топ (топша) пен көрсеткіштерден тұрады:

–тағайындалу көрсеткіштері – нақты топ тұтынушыларының қажеттілігіне сәйкес және оны қолданудың тиімділігін сипаттайды, яғни жіктемелік, функцияналдық (мақсатты тағайындалуына сәйкес – мысалы, ет және ет өнімдерінің тағамдық және энергетикалық құндылығы, ағзаға сіңімділігі), құрамы мен құрылымы;

–экономикалық тиімділігі (ресурсты пайдалану) – ресурстарды қолданудағы қарқындылық пен тепе-теңдік (рациональность) дәрежесімен сипатталады, олар: өнім бірлігін дайындауға кеткен шикізат пен материалдардың меншікті (удельный) шығыны, энергияны тұтыну, қолданылған шикізат коэффициенті;