



VII Международная студенческая
научно-практическая конференция

*«Молодые акулы
бизнеса»*



International
Academy of
Business

YOUNG SHARKS OF BUSINESS

БИЗНЕСТІҢ ЖАС ТАРЛАНДАРЫ

МОЛОДЫЕ АКУЛЫ БИЗНЕСА

Collection of articles

Мақалалар жинағы

Сборник статей

Almaty, April 28, 2014
Алматы қ., 2014 жылдың 28 сәуірі
г. Алматы, 28 апреля 2014 г.

**Международная
Академия
Бизнеса**

СБОРНИК СТАТЕЙ

**VII Международной студенческой
научно-практической конференции
«Молодые акулы бизнеса»**

28 апреля 2014 года

Алматы, 2014

УДК 378
ББК 74.58
М75

Редакторы:

Шакирова С.М., к. филос. н. - редактирование статей на русском языке, подготовка сборника к печати

Абдрасилова Г.З., к. филос. н. - редактирование статей на казахском языке

Все статьи прошли проверку на уникальность текста в системе Advego Plagiatus v.1.2. (не ниже 60%).

Сборник статей VII Международной студенческой научно-практической конференции «Молодые акулы бизнеса» - Алматы, 28 апреля 2014 г./ Международная Академия Бизнеса – 396 с.

ISBN 978-601-7470-20-3

Настоящий сборник предназначен для студентов, магистрантов, молодых исследователей, интересующихся актуальными экономическими проблемами Казахстана, теорией и практикой современного менеджмента, учета, аудита, финансов, философии бизнеса и межкультурных коммуникаций.

УДК 378
ББК 74.58

ISBN 978-601-7470-20-3

№	Автор	Название статьи	Научный руководитель	Вуз	Стр.
3. Развитие транспортно-логистического кластера Казахстана в ходе подготовки ЕХРО-2017					
1	Ли Елена В., Потапова Виктория Г.	Формирование транспортно-логистического кластера в Казахстане	Бодаубаева Г.А.	Международная Академия Бизнеса, «Логистика», 2 курс	149
2	Русанов Антон Сергеевич, Абдыкулов Азиз Талгатулы	Разработка нового транспортного коридора, соединяющего восток и запад Казахстана	Бодаубаева Г.А.	Международная Академия Бизнеса, «Логистика», 2 курс	152
4. Менеджмент и маркетинг в предпринимательстве					
1	Phang Eva	The Effects of Brand Image Benefits on Brand Satisfaction and Loyalty Intention in the case of smart phones	Oh YM	Taylor's University, Malaysia	157
2	Аверина Марина Сергеевна	Оценка персонала как фактор стратегических изменений в организации	Баяхметова А.Т.	Университет Международного Бизнеса, «Менеджмент», магистратура, 2 курс	161
3	Алимбекова Рената Айбаровна, Кубеева Дарья Игоревна	Воздействие слогана на выбор потребителей	Сохатская Н. П.	Международная Академия Бизнеса «Маркетинг», 2 курс	164
4	Балакина Валерия Вадимовна	Социально-этический маркетинг	Момынова С.А.	Международная Академия Бизнеса, «Маркетинг», 3 курс	166
5	Бекетаева Енлик Кадырбековна	Разрушая стереотипы о маркетинге	Марданов Д.Т.	Международная Академия Бизнеса, «Регионоведение», 2 курс	168
6	Галкин Артемий Аркадьевич	Важность управления человеческими привычками на предприятии	Шалбаева Ш. Е.	Международная Академия Бизнеса, «Менеджмент», 3 курс	170
7	Драган Игорь Александрович	Методы и приемы партизанского маркетинга в ресторанном бизнесе	Пак Э.Ю.	Международная Академия Бизнеса, «РД и ГБ», 2 курс	173
8	Дуйшоналиев Тимур Нурланович	Типы менеджеров в условиях казахстанского бизнеса	Шалбаева Ш. Е.	Международная Академия Бизнеса, «Менеджмент», 3 курс	176
9	Ешмагамбетова Асель Жанатовна	Внедрение интегрированной системы менеджмента в Акционерном Обществе «Алатау Жарык Компаниясы»	Залучёнова О.М.	Международная Академия Бизнеса, «Менеджмент», 4 курс	178

Социально-этический маркетинг

Ежегодно только в Алматы открывается огромное количество новых предприятий, и, конечно, главной целью их открытия является получение прибыли непосредственно для предпринимателя. Но невозможно представить успешную фирму, которая существовала бы без сильных, а главное, действенных маркетинговых ходов. Но различные маркетинговые действия не приносили бы большого успеха без тщательно разработанных стратегий. На этапе планирования предпринимателю важно задать себе несколько вопросов относительно своего дела:

1. На какой позиции находится компания сейчас?
2. Как удержать уже существующих инвесторов?
3. Где предприниматель видит свою компанию через несколько лет?
4. Каков шанс привлечения более крупных инвесторов?

Актуальность данных вопросов заключается в том, что сегодня без стратегического планирования, существование предприятия невозможно. Основой для принятия решения служит анализ внешней и внутренней среды компании: только после его проведения предприниматель может четко увидеть, что представляет собой компания сегодня, и что с ней может быть завтра.

Сейчас, в век популяризации среди населе-

ния всего, что связано с экологией и социальной помощью населению, важно понимать, как правильно использовать эти моменты во благо как предприятия, так и общества в целом. Важно грамотно использовать сильные стороны своих возможностей и включать их в развитие компании. И именно в этот момент осознается значимость правильно поставленной цели и ее достижения.

Нельзя отбрасывать мнение общества, от него зависит очень многое. Если люди считают, что важно помогать обездоленным, то помогающую фирму ждет успех у потребителей. Ведь в фирму, которая имеет репутацию социально ответственной, придет больше потребителей, которые хотят показать, что они хотят принять участие в помощи обществу. Для предпринимателя важно осознавать, как он хочет продвигать свой бизнес и какую социальную ответственность готов на себя принять. Для этого надо понимать, в решениях каких проблем предприниматели могут принять непосредственное участие.

За последние несколько лет множество предприятий начали оказывать помощь в различных проблемах общества. Проведенный анализ показал, что сегодня проблемы безработицы среди молодежи, поддержка детских домов и спонсирование различных фондов помощи больным остро волнуют наше общество.

Таблица 1. Рейтинг социальных проблем

Место в рейтинге	Наименование проблемы	Средний балл по пяти бальной шкале
1	Обеспечение детских домов	4,2
2	Фонды помощи больным	4,1
3	Безработица среди молодежи	3,8
4	Цены на образование	3,6

Из таблицы видно, что самую большую озабоченность вызывает проблема детских домов (4,2). Средства выделяются как государством, так и обычными людьми, но во многих детских домах дети каждый год нуждаются в одежде и игрушках, а также качественном образовании, которое поможет им выйти в люди. При этом

люди считают, что не стоит высылать деньги в детские дома: из-за коррумпированной системы материальные средства просто не дойдут до детей.

Стратегия помощи детским домам должна быть продумана не только на один сезон, проблема требует постоянного вмешательства.

Также возможно спонсирование различных благотворительных концертов и кампаний по сбору средств и вещей для детей.

Второе место в рейтинге занимают фонды, которые собирают средства для лечения трудноизлечимых больных. Все знают, что ежедневно в стране появляются больные дети и взрослые, которые ни физически, ни материально не могут позволить себе лечение. Именно поэтому пожертвования в такие фонды сейчас находятся на пике популярности: каждый человек хочет думать, что он сделал что-то хорошее. Предпринимателям также важно понимать, что благотворительные вклады непосредственно связаны с жизнью населения и положительно выделяют компанию на фоне прямых конкурентов.

Общаясь непосредственно с обществом, можно выявить новые потребности населения и узнать способы удовлетворения их.

Проблема безработицы среди молодежи (3,8) и цены на образование (3,6) непосредственно связаны друг с другом. Многие семьи не могут позволить себе оплачивать образование для детей, и на улицах города появляются восемнадцатилетние парни и девушки, которые в поисках прибыли для обеспечения себя и своей семьи могут дойти и до нарушения закона. Важ-

но осознавать, что люди без образования могут работать, и успешные предприниматели могут создать для них рабочие места с удовлетворительной оплатой труда и помочь в получении профессионального образования, чем исключат вынужденные противозаконные действия. Также можно ввести в частные и государственные вузы гранты от предприятий с последующим трудоустройством. Этим предприниматели изначально будут готовить сотрудника непосредственно для собственной фирмы, и в итоге получат человека, который будет понимать, что именно здесь он сможет реализовать свои возможности, так как это предприятие социально ответственно по отношению к своим настоящим и потенциальным будущим сотрудникам.

Таким образом, социальная ответственность бизнеса сегодня очень важна. Ведь проблем, в решении которых могут помочь предприниматели, гораздо больше. Правильно выявленные социальные предпочтения общества позволяют фирме привлечь новых потребителей, удержать старых и положительно выглядеть на фоне конкурентов. Важно смотреть на потребителя не только как на человека, который принесёт прибыль, но и как на источник новых идей для бизнеса.