

УО «Алматы Менеджмент Университет»



ALMA
ALMATY MANAGEMENT
UNIVERSITY

i-START

**«Инновационное предпринимательство:
перезагрузка 3.0»**

**Сборник материалов
ежегодной научно-практической
конференции студентов и магистрантов
14 апреля 2017**

Алматы, 2017

УО «Алматы Менеджмент Университет»

i-START
**«Инновационное предпринимательство:
перезагрузка 3.0»**

Сборник материалов ежегодной научно-практической конференции
студентов и магистрантов
14 апреля 2017

Алматы, 2017

УДК 005.511 (063)
ББК 05.290-93
I 10

Редакционная коллегия

| | |
|--------------------------|---|
| <i>Мырзакожа Д.А.</i> | д.х.н., директор управления стратегического планирования и исследований |
| <i>Укибаев Д.К.</i> | редактор журнала Центра научных исследований |
| <i>Ибжарова Ш.А.</i> | к.ф.н., доцент кафедры «Информационные технологии и общеобразовательные дисциплины» |
| <i>Арын Ә.А.</i> | магистр экономических наук, зав. кафедрой «Финансы, учет и аудит» |
| <i>Абдуллин Р.Ж.</i> | магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Финансы, учет и аудит» |
| <i>Еспергенова Л.Р.</i> | к.э.н., доцент кафедры «Финансы, учет и аудит» |
| <i>Мукушев А.Б.</i> | магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Финансы, учет и аудит» |
| <i>Дауренбекова К.С.</i> | магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Экономика и сервис» |
| <i>Ордабаева А.Б.</i> | магистр юридических наук, старший преподаватель кафедры «Государственная и общественная политика и право» |
| <i>Өмірсерік О.</i> | магистр экономических наук, старший преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг» |
| <i>Сәуірбаева Ә.Т.</i> | главный специалист Центра научных исследований, секретарь Оргкомитета |

I 10 i-START «Инновационное предпринимательство: перезагрузка 3.0» Сб. мат. ежегод. науч.-прак. конф. студ. и магистран., 14 апреля 2017 г. – Алматы: Алматы Менеджмент Университет, 2017 – 519 с.

ISBN: 978-601-7470-72-2

Все статьи прошли проверку в системе Антиплагиат.ру (уникальность текста не ниже 70%).

УДК 005.511 (063)
ББК 05.290-93

ISBN: 978-601-7470-72-2

© Алматы Менеджмент Университет, 2017

СЕКЦИЯ 1

Менеджмент және маркетинг: сын-тегеуріндер мен мүмкіндіктер

Менеджмент и маркетинг: новые вызовы и возможности

Management and marketing: new challenges and opportunities

| | | |
|----|---|----|
| 1 | Ibray Adilzhan, Mukhametaliyeva Zarina <i>Teamwork and corporate social responsibility</i> | 11 |
| 2 | Абдыкалыкова Гаухар Даулетовна <i>Роль персонального брендинга в цифровом пространстве</i> | 14 |
| 3 | Агапитов Роман Алексеевич <i>Theories of leadership and motivation: interdependence and significance</i> | 20 |
| 4 | Амрекулова Алмагуль Утеулиевна <i>Роль фандрайзинга в деятельности некоммерческих организаций</i> | 24 |
| 5 | Аскарбекова Майра Саматовна <i>Система управления качеством продукции в условиях конкурентной среды</i> | 26 |
| 6 | Асхарова Салтанат Бауыржановна <i>«Сарафанное радио» как самый эффективный вид маркетинга</i> | 29 |
| 7 | Батырхан Назерке Берікқызы <i>Управление инклюзивным образованием в Республике Казахстан</i> | 32 |
| 8 | Бахытжанова Мадина Оразбековна <i>Қазіргі жағдайдағы кәсіпкерлік құрылымның негізгі мәселелері мен тұрақты дамудың жолдары</i> | 35 |
| 9 | Бахытжанова Мадина Оразбековна <i>Антикризисный менеджмент в международном бизнесе</i> | 38 |
| 10 | Брыткова Светлана Николаевна <i>Специфика и методика оценки прогнозирования структурных сдвигов в экономике региона</i> | 40 |
| 11 | Гукова Елена Арсеновна <i>Регулирование рынка образовательных услуг в сфере высшего образования</i> | 44 |
| 12 | Диканская Арина Сергеевна <i>Маркетинговые исследования качества медицинских услуг ТОО «Город Здоровья»</i> | 47 |
| 13 | Жақұпбекова Анель Булатовна <i>Нейромаркетинг как метод увеличения продаж</i> | 51 |
| 14 | Игрунов Константин Константинович <i>Применение реинжиниринга бизнес-процессов при разработке стратегии управления организацией</i> | 54 |
| 15 | Калымбетова Асель Атеновна <i>Стратегическое и тактическое управление: теоретические аспекты</i> | 58 |
| 16 | Камилова Карина Вельяновна <i>Актуальность использования решетки ГРИД для определения стиля руководства в менеджменте</i> | 61 |
| 17 | Караева Айсулу Бейректасовна, Ли Михаил Игоревич <i>Геймификация как эффективный метод управления сотрудниками</i> | 64 |
| 18 | Касымжанов Касымжан Эдуардулы <i>Организация и этапы персональных продаж</i> | 67 |
| 19 | Ким Наталья Эдуардовна <i>Влияние методологии Scrum и Kanban на управление проектами и персоналом</i> | 70 |
| 20 | Корнев Владимир Вячеславович <i>Твиты государственных служащих: обзор, классификация и проблемы</i> | 75 |
| 21 | Куралбаева Аксана Титовқызы <i>Суыңшықтық және маңызы стратегиясының басқаруындағы адам ресурстары</i> | 79 |

| | | |
|----|---|-----|
| 22 | Маманова Бота, Ким Даниил, Хамраев Шамиль <i>Краткое руководство нахождения себя</i> | 82 |
| 23 | Молчанов Владимир Сергеевич <i>Маркетинг эмоций</i> | 84 |
| 24 | Мукажанов Кайдар Кайратович <i>Modern problems of retaining talented employees in the companies</i> | 88 |
| 25 | Мұхатаева Бану Каип-Рахманқызы <i>Новые маркетинговые инструменты в казахстанской индустрии гостеприимства</i> | 92 |
| 26 | Новичкова Валерия Александровна <i>Управление автотранспортной сферой на основе механизма ГЧП</i> | 95 |
| 27 | Нұрғалиев Әлімжан Нұрланұлы <i>Маркетинг на рынке сертификации</i> | 99 |
| 28 | Ordabekov Anuar <i>Economic efficient of cloud computing</i> | 102 |
| 29 | Өтебәлі Нұргүл Бекенқызы <i>Психология конкуренции</i> | 105 |
| 30 | Өтебәлі Нұргүл Бекенқызы <i>Исследование конкуренции рынка технологических оборудования на примере ТОО «КазТехПром-Сервис»</i> | 107 |
| 31 | Панасевич Татьяна Сергеевна <i>Особенности продвижения товаров на рынке b-2-b в Казахстане</i> | 114 |
| 32 | Рысбекова Айым Чингизқызы <i>Criteria for corporate culture</i> | 117 |
| 33 | Сариева Раушан Азирамановна <i>Теоретические основы развития рынка маркетинговых коммуникаций</i> | 121 |
| 34 | Сарыстанова Динара Әлжанқызы <i>Развитие системы управления качеством и обеспечение ее конкурентоспособности на примере гостиницы «Казахстан»</i> | 124 |
| 35 | Суртай Асель Ануарқызы <i>Исследование маркетинговой деятельности сети интернет школы «4WEB»</i> | 130 |
| 36 | Тулинова Виктория Викторовна <i>Перспективы развития черной металлургии на основе внедрения инновационных технологий производства высококачественного сырья</i> | 135 |
| 37 | Шакиева Юлиана <i>Организационные формы маркетинговых исследований</i> | 139 |

СЕКЦИЯ 2

Белгісіздік жағдайындағы қаржы және бухгалтерлік есеп: мүмкіндіктер мен тәуекелдер Finances and accounting in conditions of uncertainty: opportunities and risks

Finance and accounting in conditions of uncertainty: opportunities and risks

| | | |
|---|--|-----|
| 1 | Акдулеуов Торехан Онгарович <i>Местные бюджеты в развитии регионов</i> | 141 |
| 2 | Арыстан Айжан <i>Қазақстан Республикасында адами капиталды қаржыландырудың кейбір мәселелері</i> | 145 |
| 3 | Асканбаев Ганибет Ерболатович <i>Анализ формирования оптимального портфеля АО «ЕНПФ»</i> | 148 |
| 4 | Ахмадиев Серик Тыныбекович <i>Использование модели Блэка-Шоулза в расчете временной цены опциона</i> | 151 |
| 5 | Бақберген Жадра Жомартқызы <i>Инвестиционная привлекательность Казахстана</i> | 156 |
| 6 | Бимуратов Ерлан Айханұлы <i>Совершенствование управления собственным капиталом АО «Цеснабанк»</i> | 158 |

| | | |
|----|---|-----|
| 7 | Бирмагамбетова Юлия Талгатовна, Дудуева Марьям Мухтаровна <i>Инструменты и методы анализа финансовой отчетности</i> | 162 |
| 8 | Бирмагамбетова Юлия Талгатовна <i>Провизии банков</i> | 167 |
| 9 | Давыдова Валентина <i>Сущность финансовой стратегии компании</i> | 170 |
| 10 | Давыдова Валентина <i>Виды финансовых стратегий компаний</i> | 174 |
| 11 | Дарменов Азат Женисович <i>Аналитические системы стратегического управления в банковской сфере</i> | 178 |
| 12 | Дарменов Азат Женисович <i>Системы ERP (Enterprise Resource Planning) в банках</i> | 182 |
| 13 | Джумаканова Диана Мержановна <i>Мониторинг депозитного портфеля и его совершенствование</i> | 185 |
| 14 | Еденова Диана Сартаевна <i>Необходимость оценки стоимости компаний и анализ состояния казахстанского рынка оценки</i> | 190 |
| 15 | Есалиева Назия Даулетқызы <i>Методы анализа финансовой устойчивости предприятия</i> | 194 |
| 16 | Әпеш Ержан Сағатқанұлы <i>МСФО 9 – новый вызов для банковского сектора Казахстана</i> | 197 |
| 17 | Жаксагулова Гаухар Куанышевна <i>Безусловный базовый доход: проблематика введения безусловного базового дохода в Казахстане</i> | 201 |
| 18 | Жарылқаған Балауса Жасаралқызы, Қашаған Маржан Амангелдіқызы <i>Қазақстан Республикасының инвестициялық климаты</i> | 203 |
| 19 | Жұман Аяулым Елтанқызы, Мамырхан Жансая Абатқызы <i>Кәсіпорын басқару есебіндегі база белгілеудің кейбір әдістері</i> | 207 |
| 20 | Зикаева Гульбостан Гайратовна <i>Оценка финансовой устойчивости банка второго уровня (на примере АО «АТФБанк»)</i> | 210 |
| 21 | Коновалова Александра Анатольевна <i>Консолидированная финансовая отчетность</i> | 214 |
| 22 | Қадырбергенова Айгерім Әсетқызы <i>Организация системы риск-менеджмента в банке второго уровня</i> | 218 |
| 23 | Лунина Татьяна Юрьевна <i>Анализ текущего состояния и перспективы развития малого и среднего предпринимательства в Республике Казахстан</i> | 220 |
| 24 | Мусина Куралай Аскаровна, Бегембетова Айсулу Абайқызы <i>Финансовая отчетность - инструментарий оценки деятельности организации</i> | 226 |
| 25 | Нұрділда Мөлдір Мақсұтқызы, Әбілмәжін Диана Нұрғанатқызы <i>Белгісіздік және тәуекелділік жағдайында басқарушылық шешімдер қабылдау: басқару есебінің көзқарасы</i> | 228 |
| 26 | Садықов Сержан Балтабаевич <i>Базель III: проблемы внедрения в банковской системе Казахстана</i> | 231 |
| 27 | Сейткасимов Санжар Нұрланұлы <i>Анализ факторов, влияющих на инфляцию в РК</i> | 234 |
| 28 | Сейдахметова Клара Кажнахметовна <i>Эффективность деятельности банков второго уровня в Казахстане</i> | 238 |
| 29 | Сулейменова Назия Кенесарыевна <i>Анализ рынка страхования и перестрахования Республики Казахстан</i> | 242 |
| 30 | Сұртай Лязиза Мамытпекқызы <i>Формирование стратегии деятельности кредитной организации</i> | 248 |
| 31 | Тазетдинова Зифа Фуатовна <i>Анализ рисков влияющих на платежеспособность (на примере производственной компании)</i> | 252 |

| | | |
|----|---|-----|
| 32 | Таирова Мехрибанум Аманжановна <i>Выбор параметров для теста на адекватность резервов по аннуитетам страхования работника от несчастных случаев при исполнении им трудовых (служебных) обязанностей</i> | 258 |
| 33 | Талканбай Кәмілә Хабәдийқызы <i>Preconditions of development of financial management in the Republic of Kazakhstan and its main problems</i> | 262 |
| 34 | Темербекова Гаухар Жаныбековна <i>Внешний долг и особенности функционирования финансовой системы Республики Казахстан</i> | 266 |
| 35 | Туспекова Асия Бакытжановна <i>Пути финансового оздоровления и предотвращения банкротства предприятий</i> | 270 |
| 36 | Усманов Эмиль Фархатович <i>Формирование и оптимизация капитала компании в условиях неопределенности</i> | 273 |
| 37 | Фролова Марина Олеговна, Сулейменов Амирлан Сабитович <i>Совершенствование управления дебиторской задолженностью в РК</i> | 276 |
| 38 | Хан Анастасия Владимировна <i>Анализ внешних источников финансирования компании</i> | 279 |
| 39 | Хасен Айғаным Алибековна, Абдильдина Айжан Айдарқызы <i>Анализ финансового положения компании</i> | 283 |
| 40 | Хисамутдинова Дания, Ермак Полина <i>Налог на загрязнение природной среды</i> | 286 |
| 41 | Читилов Ридван Махмудович <i>Анализ основных экономических показателей ТОО «RIV UNION»</i> | 291 |
| 42 | Шаймардинова Данагүл Бауыржанқызы, Бужукова Айсулу Маратқызы <i>Қазақстанның банк секторындағы жұтылу мен қосылу мәселелері</i> | 294 |

СЕКЦИЯ 3

Қызмет көрсету экономикасын дамыту: негізгі басымдықтары

Развитие сервисной экономики: ключевые приоритеты

Development of service economy: key priorities

| | | |
|----|---|-----|
| 1 | Алқожаев Асет Асқатұлы <i>Развитие социального предпринимательства в индустриальном гостеприимстве</i> | 297 |
| 2 | Бағдатова Дария Асфандияровна <i>Основные тренды развития гостиничного бизнеса г. Алматы</i> | 299 |
| 3 | Ваничкина Татьяна Андреевна, Бодаубаева Гульмира Ахановна <i>Механизмы взаимодействия функционирования индустриально-логистических парков в сети транспортных коридоров</i> | 303 |
| 4 | Жусип Жансая Муратқызы <i>Современные тенденции развития кредитного рынка РК</i> | 306 |
| 5 | Ивлева Ольга Витальевна <i>Организация цепей поставок на предприятии</i> | 310 |
| 6 | Каламбаева Асель Бейсенбекқызы <i>Тенденции привлечения инвестиций в мире</i> | 313 |
| 7 | Касен-теги Нургуль Кадырбекқызы <i>Логистика управление знаниями на примере образовательных учреждений Республики Казахстан</i> | 316 |
| 8 | Манасова Айжан Эркиновна <i>Пути повышения конкурентоспособности логистических услуг транспортной компании</i> | 320 |
| 9 | Масимханова Назым Кажмуратовна <i>Индустриализация как фактор обеспечения конкурентоспособности экономики</i> | 323 |
| 10 | Махамбетов Мәди Саутұлы <i>Развитие логистических потоков в системе городского пассажирского транспорта мегаполисов Казахстана</i> | 326 |

| | | |
|----|---|-----|
| 11 | Ни Артур Александрович <i>Эффективные стратегии управления запасами</i> | 329 |
| 12 | Нукетаева Мадина Муратовна, Баймухамбетова Тамила Женисовна <i>Подходы к снижению логистических затрат в складской деятельности</i> | 332 |
| 13 | Нұрбаева Мөлдір Сақабайқызы <i>Особенности рынка труда как экономической категории</i> | 334 |
| 14 | Нұрбаева Мөлдір Сақабайқызы <i>Регулирование трудовых отношений: некоторые вопросы</i> | 338 |
| 15 | Соломина Вероника Николаевна <i>Перспективы развития молочного рынка в Казахстане</i> | 343 |

СЕКЦИЯ 4

Мемлекет, саясат және құқық Государство, политика и право State, politics and law

| | | |
|----|--|-----|
| 1 | Абдуллина Салтанат Ришатовна <i>О недостойных наследниках</i> | 347 |
| 2 | Абылкасымова Мадина Абылкасымовна <i>Трудовая деятельность иностранных граждан РК</i> | 350 |
| 3 | Агибаев Алишер Талгатулы <i>Предложения по присоединению и ратификации Республикой Казахстан конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров 1980 г.</i> | 352 |
| 4 | Айгараев Султан Арманұлы <i>Прокурорский надзор за соблюдением прав и свобод человека и гражданина, интересов юридических лиц и государства</i> | 354 |
| 5 | Айтканов Алибек Жанатович <i>Становление органов прокуратуры в Казахстане</i> | 356 |
| 6 | Акенов Темирлан Серикович <i>Вызовы и угрозы безопасности стран Центральной Азии на современном этапе</i> | 358 |
| 7 | Алдасүгір Мыңжан Біржанұлы <i>Мемлекеттің мәдени-экономикалық даму бағыттарының бірі – интеллектуалдық меншік құқығын қорғау</i> | 360 |
| 8 | Алмат Гульдария Ерикқызы <i>Сотрудничество Казахстана и ОБСЕ в вопросах противодействия незаконной миграции (инициативы Казахстана)</i> | 363 |
| 9 | Амин Инкар Хан <i>Экономическая структура Республики Казахстан</i> | 365 |
| 10 | Апсенбетова Сабина Сабитовна <i>Проблемы социальной политики Казахстана и пути их решения</i> | 367 |
| 11 | Akhan Diana Esetkyzy <i>Eurasian Economic Union: expectations and reality</i> | 369 |
| 12 | Ахметова Лаура Шеризатовна <i>Особенности разработки социальных PR проектов</i> | 371 |
| 13 | Berdesh Assel Muratovna <i>Fight against HIV in Kazakhstan</i> | 373 |
| 14 | Бовшис Кристина Валерьевна <i>Служба связей с общественностью и ее влияние на деятельность организации</i> | 375 |
| 15 | Васихан Жанторе Жасуланұлы <i>региональные отношения Казахстана и Китая</i> | 377 |
| 16 | Гапченко Борис Владимирович <i>Уголовная ответственность за акт терроризма</i> | 379 |
| 17 | Георгиади Селина Эдуардовна <i>Имидж коммерческой организации</i> | 381 |

| | | |
|----|--|-----|
| 18 | Гоношилова Ксения Артуровна <i>Имидж в PR-деятельности: важность внутреннего имиджа в компании</i> | 383 |
| 19 | Дамирова Ж.С. <i>Религиозные особенности Казахстана</i> | 385 |
| 20 | Дінмұхамед Сұнқар <i>Расследование уголовных дел, связанных с незаконным оборотом наркотических средств</i> | 387 |
| 21 | Есеншораева Алина Муратовна <i>Развития транспортной системы Республики Казахстан</i> | 390 |
| 22 | Жагипарова Алена Бердиевна <i>Основы сегментирования</i> | 392 |
| 23 | Жакежанов Руслан Уланович <i>Ценность защиты гражданских прав в современной системе права</i> | 394 |
| 24 | Жандосов Торехан Мухитулы <i>Налоговое регулирование в Республике Казахстан</i> | 396 |
| 25 | Жантелуов Абай <i>Проблема утилизации, переработки отходов и способы ее решения</i> | 398 |
| 26 | Zeinullina Zhansaya Azamatovna <i>Outlook towards the confines and prospects of the grain transportation and it`s crucial expressed concern in the development</i> | 400 |
| 27 | Ивнева Анна Сергеевна <i>Влияние ДАИШ на страны Центральной Азии</i> | 402 |
| 28 | Избасарова Ситора Асфандияровна <i>Актуальность использования и применения различных PR-технологий в проектной деятельности компании</i> | 404 |
| 29 | Имрамзиева Зарина Ялкуновна <i>Современное состояние социально-экономического развития регионов Республики Казахстан</i> | 406 |
| 30 | Кабыккен Айшолпан Маликовна <i>Стороны: понятия, процессуальные права и обязанности</i> | 408 |
| 31 | Каиырханова Айгерим Сериковна <i>Региональные тенденции развития делового туризма в Казахстане</i> | 410 |
| 32 | Кайрат Диара Кайраткызы <i>Инвестиционная политика Казахстана</i> | 412 |
| 33 | Кайырбек Нурлан Кайырбекулы <i>Дискреционные полномочия прокурора в новом уголовно-процессуальном законе</i> | 414 |
| 34 | Капарова Асель Кеменгеркызы <i>PR в антикризисных коммуникациях</i> | 416 |
| 35 | Капесова Айгерим Канатовна <i>Вклад научно-производственного предприятия «Интеррин» в развитие взрывного дела в Республике Казахстан</i> | 418 |
| 36 | Керимбаева Камила <i>Адвокат в гражданском процессе, его процессуальное положение</i> | 420 |
| 37 | Куланбаева Шахизада Армановна <i>Реализация государственной молодежной политики города Алматы: анализ некоторых статических данных</i> | 422 |
| 38 | Ли Виктория Болиньевна <i>Средства массовой информации и связь с общественностью</i> | 424 |
| 39 | Макина Асем Акпанкызы <i>Влияние системы PR на успешную деятельность компании</i> | 426 |
| 40 | Мамаева Айгерим Ермековна <i>Новшества института саморегулирования в РК</i> | 428 |
| 41 | Миняйлов Максим Владимирович <i>Банковский счет и безналичные переводы</i> | 431 |

| | | |
|----|---|-----|
| 42 | Мукеев Султан Айдынулы <i>Экономический пояс Шелкового Пути: риски для государств Центральной Азии</i> | 433 |
| | Немцова А. | |
| 43 | <i>Новые проекты в Caspian University, взгляд на новые модели обучения: проблемы и перспективы</i> | 435 |
| 44 | Нургалиева Айгерим Муратовна <i>Инструменты PR в формировании имиджа организации</i> | 437 |
| 45 | Олжабаев Дастан Ерикович <i>Особенности PR-технологий в коммерческой сфере</i> | 439 |
| 46 | Orazbekov Khantemir Zhasulanuly <i>One way and one belt</i> | 441 |
| 47 | Оспанов Аят <i>Уголовная ответственность за взяточничество: вопросы квалификации и наказания</i> | 443 |
| 48 | Розуева Мадина Бахтияровна <i>Взаимосвязь между ростом миграции и экономической активности города Алматы</i> | 445 |
| 49 | Рысбекова Айымбиби Тореханқызы <i>Потенциальные угрозы региональной стабильности Казахстана</i> | 447 |
| 50 | Сәкен Гүлгүл Саміғоллақызы <i>Современное состояние трубопроводной инфраструктуры Республики Казахстан</i> | 449 |
| 51 | Самбет Алишер Қайсарұлы <i>Ответственность – основополагающая категория договорных отношений</i> | 452 |
| 52 | Судейменова Сауле Серикбайқызы <i>Воздействие PR на имидж страховой компании</i> | 455 |
| 53 | Таиров Амирлан Ерланович <i>Факторы, влияющие на подростковую преступность в Алматы</i> | 457 |
| 54 | Татишева Малика Бауржановна <i>Денежная система Республики Казахстан</i> | 459 |
| 55 | Токушева Алима Канатовна <i>Гражданско-правовой договор в механизме регулирования товарно-денежных отношений</i> | 461 |
| 56 | Тубыш Нариман Казизович <i>Сертификация как механизм улучшения качества продукции</i> | 463 |
| 57 | Турдиева Зухра Курвановна <i>Правовой режим имущества супругов</i> | 465 |
| 58 | Утембаева Алтынай Акимбайқызы <i>Организация и проведение выставок и ярмарок в деятельности по связям с общественностью в производственных структурах</i> | 467 |
| 59 | Фролова Марина Олеговна <i>Совершенствование механизмов корпоративной деятельности и управления холдингами в Казахстане</i> | 469 |
| 60 | Khissameddinov Eldar Timurovich <i>The nature and specificity of contemporary integration processes in the world</i> | 471 |
| 61 | Холоша Наталья Игоревна <i>SMM в деятельности связей с общественностью</i> | 473 |
| 62 | Черепанова Екатерина Владимировна, Шустова Дарья Андреевна <i>Факторы, влияющие на радикализацию и экстремизацию в Казахстане</i> | 475 |

СЕКЦИЯ 5

Жаратылыстану және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері Актуальные вопросы естественных и гуманитарных наук Topical issues of natural sciences and humanities

| | | |
|----|---|-----|
| 1 | Ametova Aiman Bekovna <i>Kazakhstan on the path to sustainable development</i> | 477 |
| 2 | Ахмадиева Баян Айтжанқызы <i>Актуальность смежных прав в музыкальной индустрии</i> | 480 |
| 3 | Достанбаев Саги Талгатулы, Ташенов Аслан Магаунияұлы <i>Жетімдер тағдыры</i> | 482 |
| 4 | Жамалбек Анар Болатқызы <i>Кастийский регион как арена геополитических интересов США и КНР: обзор исследовательских проблем</i> | 484 |
| 5 | Зайнилова Индира <i>Музеи Узбекистана как центр мирового туризма</i> | 487 |
| 6 | Италиева Айжан Айтқалиқызы <i>Бисенов Бактығали – врач, патриот, член партии «Алаш» (1889-1937)</i> | 490 |
| 7 | Қалиева Гүлжайна <i>Государственные символы Республики Казахстан (XX-XI вв.)</i> | 493 |
| 8 | Мурзағалиев Данияр <i>«Обыкновенный фашизм»: история и современность (статья-рецензия на документальный фильм М.Ромма)</i> | 497 |
| 9 | Түсіпбек Сағындық Бейімбетұлы <i>AR технологиясының мобильді қосымшалар құрудағы мүмкіндігі</i> | 500 |
| 10 | Сарманбай Шерхан Ержанұлы <i>Виды интеллекта и их влияние на жизнь человека</i> | 504 |

СЕКЦИЯ 6-7

Кәсіпкерлік және технологияны коммерцияландыру / Кәсіпкерлікті дамытуда инновациялардың рөлі Предпринимательство и коммерциализация технологии / Роль инноваций в развитии предпринимательства Entrepreneurship and technology commercialization / The role of innovation in entrepreneurship

| | | |
|---|---|-----|
| 1 | Иманғалиев Эрик <i>Проблема ливневых каналов открытого типа и способ его решения с применением вторичного сырья</i> | 506 |
| 2 | Кемпрек Ерболат Бауыржанұлы <i>Финансовое обеспечение человеческого капитала</i> | 508 |
| 3 | Кемпрек Ерболат Бауыржанұлы <i>Человеческий капитал, оценка и параметры</i> | 510 |
| 4 | Логунова Александра Евгеньевна <i>The use of project management for development of entrepreneurship</i> | 513 |
| 5 | Шпильков Николай Владиславович <i>Оценка инновационной активности компании</i> | 515 |

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Сариева Р.А.

Университет Туран, «Менеджмент и маркетинг», Магистратура, 1-курс, г. Алматы
Научный руководитель: Давлетбекова М.Т., к.э.н., доцент

Целью данной статьи является исследование теоретических основ маркетинговых коммуникаций, методов развития рынка маркетинговых коммуникаций, показать элементы комплекса маркетинговых коммуникаций и основных способах продвижения и распространения информации об услугах и товарах на рынке.

Ключевые слова: маркетинг, коммуникации, рынок, потребительский рынок, инновации.

Изменения, произошедшие в последнее время на рынке товаров и услуг, заставляют предпринимателей искать новые пути повышения уровня конкурентоспособности. Одним из важнейших инструментов сохранения и укрепления рыночных позиций различных организаций является эффективная стратегия маркетинговых коммуникаций.

Существует множество различных определений понятия маркетинговые коммуникации. Маркетинговые коммуникации - это деятельность, обеспечивающая передачу информации о товаре или предприятии потребителям, конечной целью которой является продвижение товара на рынок [1].

Согласно Указа Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874 "Об утверждении Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019 ", одним из пунктов является запуск программы «Стартап Казахстан» с целью привлечения 500 стартапов, включая зарубежные, а также лучшие международные венчурные фонды и акселераторы для управления посевными инвестициями в стартапы, создания необходимых инфраструктурных условий[2]. В силу масштабного развития стартап компаний в Казахстане, необходимо будет развивать маркетинговые коммуникации. И наряду с развитием новых предприятий, будет также развиваться и предлагаться новые рабочие места для специалистов в области маркетинга и PR, что является хорошим преимуществом для развития экономики страны в целом.

Понятие "Маркетинговые коммуникации" вошли на потребительский рынок относительно недавно. На сегодняшний день, в условиях развития рыночных отношений и разнообразного количества товаров и услуг на потребительском рынке, маркетинговые коммуникации являются неотъемлемой частью коммерческой и маркетинговой деятельности любой торговой компании. Цели маркетинговых коммуникаций можно наглядно увидеть на рисунке 1.

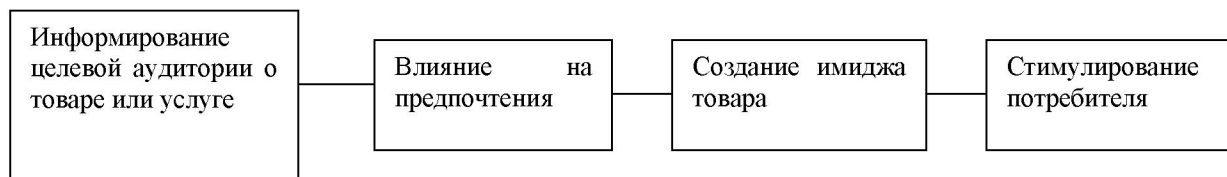


Рисунок 1. Цели маркетинговых коммуникаций [3]

Если говорить об основных факторах маркетинговых коммуникаций, то к ним можно отнести следующие понятия: цели коммуникаций, подготовка сообщения, планирование каналов коммуникации и оценка эффективности сообщения. Данные факторы влияют на решения, которые входят в различные программы маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговые коммуникации существуют с целью информирования рынка о предложениях компании, убеждение покупателей в преимуществах товара или услуги и стимулирование уже существующих потребителей к новым приобретениям. Эффективность коммуникаций зависит от степени их соответствия целевой аудитории потребителей и их поддержки привлекательным маркетингом-микс. Наиболее значимые и распространенные средства - реклама, прямой маркетинг и мероприятия по продвижению товаров и связям с общественностью, прямые продажи - дополняют друг друга, а не конкурируют между собой. У каждого из них свои сильные стороны, целевая аудитория, в них используются особые виды обращений.

В силу того, что потребительский рынок насыщается и развивается с каждым днем все больше и больше и растет конкуренция, компании вынуждены находить средства, которые помогут «выделиться из толпы» и донести до потребителя нужную информацию в нужный момент времени. Вследствие этого, маркетинговые коммуникации приобретают принципиально новое и актуальное значение на рынке товаров и услуг. Поэтому многие компании, а именно стартап компании, вошедшие на рынок товаров и услуг относительно недавно, используют различные виды маркетинговых коммуникаций с целью активизации процесса продаж, стимулирования реализации отдельных товаров, оптимизирования процессов обслуживания покупателей посредством «информационной поддержки» всех его составляющих.

Для обеспечения действенной маркетинговой коммуникации, многие предприятия не в силах разработать собственную стратегию продвижения, прибегают к услугам таких маркетинговых посредников как

рекламные агентства, специалистов по стимулированию сбыта, специалистов по организации общественного мнения, с одной конкретной целью - формирование положительного образа организации. Многие производители и посредники ставят первоначально вопрос в том, как и сколько расходовать средств в этой сфере, а не стоит ли заниматься коммуникацией или нет.

Собственные маркетинговые коммуникации предприятия в свою очередь поддерживает с широким кругом организаций и лиц: посредниками, потребителями, различными контактными аудиториями. А посредники, в следствии этого, поддерживают коммуникации со своими потребителями и различными контактными и целевыми аудиториями. Если говорить о потребителях, то они занимаются устной коммуникацией друг с другом и другими контактными аудиториями. И одновременно каждая из этих групп поддерживает коммуникационную обратную связь со всеми другими.

Крупные международные компании имеют свою выработанную систему маркетинговых коммуникаций, которая позволяет быть известнейшими и узнаваемыми во всем мире. Рассматривая казахстанский рынок, можно увидеть, что нехватка квалифицированных специалистов в области маркетинга и PR значительно велика, многие отечественные компании не придают большую роль данной проблеме, либо придумывают свои различные пути продвижения. Хотя опыт показывает, что те компании, которые придают маркетинговым коммуникациям должное значение, имеют намного больше доходности и узнаваемости на мировом рынке. К примеру взять мировые компании: Mars, Procter and Gamble, The Coca Cola Company, Toyota Company, BMW Company и многие другие. Бренды этих компаний известны по всему миру, благодаря правильной системе маркетинговых коммуникаций.

В практике существует 10 наиболее эффективных способов продвижения и распространения информации об услугах и товарах на рынке. Данные способы были выведены американскими специалистами Дж. Витерс и К. Вишперман, которые проводили исследования на протяжении 30 лет. К ним относятся:

1. Рекомендации. Данный способ распространения информации также называют рекламой из уст в уста. Удачные рекомендации возможно получить от двух групп людей: от покупателей, которые полностью удовлетворены услугами компании, и от коллег-профессионалов.

2. Отношения с покупателями. Одним из главных методов успешной продажи товаров или услуг является правильное обращение с покупателями. Важным является установление правильного эмоционального контакта, а также индивидуального подхода с покупателем.

3. Предоставление услуги. В отличие от товара, услуга имеет определенное преимущество: она может быть модифицирована и приспособлена к запросам каждого покупателя. То есть обратная связь с покупателем может сработать практически моментально.

4. Публичные выступления. На практике применяется уже давно известный и эффективный способ приобретения новых покупателей - это выступление с публичной речью о товаре либо услугах. Ориентация в данном методе ориентирована на целевой рынок.

5. Участие во всевозможных организациях, ассоциациях.

6. Прямая рассылка рекламных проспектов, предложений, акций, скидок о новом или существующем товаре либо услуге

7. Телефонный маркетинг. Это продуманное, планомерное использование телефонной связи для предложения услуг.

8. Использование различных средств массовой информации с целью формирования общественного мнения.

9. Выпуск фирменных рекламных сувениров, которые будут являться материальными напоминаниями об организации. Данный метод является эффективным, т.к. многие потребители используют эти товары в быту, и в подсознании уже остается тот или иной бренд компании. Это могут быть ручки, значки, календари, папки, наклейки, блокноты и другие вещи. Там, где это возможно, должны быть адреса и телефоны.

10. Реклама. Для создания эффективной рекламы о компании должны быть привлечены специалисты [4].

Комплекс маркетинговых коммуникаций включает в себя 4 основных элемента:

- реклама;
- личная продажа;
- стимулирование сбыта;
- связь с общественностью;

Рассматривая вышеперечисленные комплексы маркетинговых коммуникаций на потребительском рынке, можно сказать, что каждый элемент применяется во многих компаниях. Но, в силу быстрого развития на рынке товаров и услуг компаний-конкурентов, актуальным на сегодняшний день является нехватка квалифицированных специалистов, умеющих правильно продвигать компанию. В основном приглашаются специалисты из-за рубежа, которые особо не знают специфику отечественного рынка. Как следствие, нет одного стиля, указывающего на специфику культуры или традиций страны.

В заключении можно сделать вывод, что, при написании данной статьи, были исследованы теоретические основы маркетинговых коммуникаций, показаны наиболее эффективные способы продвижения и распространения информации об услугах и товарах на рынке. Также были раскрыты основные методы развития рынка маркетинговых коммуникаций и показаны элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Данная статья будет полезной, т.к. определенные методы маркетинговых коммуникаций можно использовать на практике с целью продвижения предприятия на потребительском рынке.

Источники:

1. Маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. И.Н. Красюк. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 272 с.
2. Указ Президента Республики Казахстан от 1 августа 2014 года № 874 "Об утверждении Государственной программы индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015-2019".
3. Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации»
<http://web.snauka.ru/issues/2014/12/42012>
4. Студенческая библиотека онлайн
http://studbooks.net/teoreticheskie_osnovy_marketingovyh_kommunikatsiy