

НАУКА



научно-производственный журнал

**материалы VII Международной
научно-практической конференции:
«Наука и инновации - стратегические
приоритеты развития экономики
государства»**

«Дулатов Оқулары 2015»

**спецвыпуск
«Экономика и менеджмент»**

2016

2016 ж., Ақпан, № 4-3
№ 4-3, Февраль 2016 г.

Жылына төрт рет шығады
Выходит 4 раза в год

М.Дулатов атындағы Қостанай инженерлік-экономикалық университетінің көпсалалы ғылыми-өндірістік журналы.
Многопрофильный научно-производственный журнал Костанайского инженерно-экономического университета им. М. Дулатова

Меншік несі:

М.Дулатов атындағы Қостанай инженерлік-экономикалық университеті.

Собственник (Учредитель):

Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова

Журнал 2001 ж. бастап шығады 26.06.2001 ж. Қазақстан Республикасының мәдениет және ақпарат Министрлігінде тіркелген № 2086-Ж куәлігі.

Журнал выходит с 2001 г. Зарегистрирован в Министерстве культуры и информации Республики Казахстан свидетельства о регистрации издания за № 2086-Ж от 26.06.2001г.

Мнение авторов не всегда отражает точку зрения редакции. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. За достоверность предоставленных материалов ответственность несет автор. При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна. Редакция оставляет за собой право на отклонение публикации статей не соответствующих установленным требованиям без объяснения причин.

Согласно договора № 66 от 26 сентября 2012 года представлением сведения об импакт-факторе за 2012 год журнал «Наука», по данным Казахстанской базы цитирования АО Национальный центр Научно-технической информации РК имеет **импакт-фактор, равный 0,007**

Главный редактор **ИСМУРАТОВ С.Б.**, д.э.н., профессор, академик МААО (г. Костанай)

Заместитель гл. редактора **МУРАТОВ А.А.**, к.с.-х.н., доцент, чл. корр. М.А.О (г. Костанай)

Члены редколлегии: **АСТАФЬЕВ В.Л.**, д.т.н., профессор, академик КАСХН (г. Костанай), **БАЛАБАЙКИН В.Ф.**, д.т.н., профессор, академик М.А.О (г. Челябинск), **ВАШАКИДЗЕ А.А.**, д.т.н., профессор (г. Тбилиси), **ГОРШКОВ Ю.Г.**, д.т.н., профессор (г. Челябинск), **ДЕЙНЕГА В.В.**, к.т.н., профессор, академик М.А.О, **ЖУНУСОВ Б.Г.**, д.э.н., профессор (г. Кокшетау), **ИСМУРАТОВА Г.С.**, д.э.н., профессор, академик М.А.О, (г. Костанай), **КЕНДЮХ И.Г.**, д.э.н., профессор (г. Петропавловск), **КОНДРАТОВ А.Ф.**, д.т.н., профессор (г. Новосибирск), **ПИОНТКОВСКИЙ В.И.**, д.в.н., профессор, академик М.А.О (г. Костанай), **САЛАМАТОВ А.А.**, д.п.н., доцент, (г. Челябинск), **САТУБАЛДИН С.С.**, д.э.н., профессор, академик НАН РК (г. Алматы), **СЕМИН А.Н.**, д.э.н., профессор, академик М.А.О (г. Екатеринбург), (г. Костанай), **СТЕЛЬМАХ В.В.**, к.мед.н., главный врач Костанайской областной больницы (г. Костанай), **СЫСОЕВ А.М.**, д.э.н., профессор, академик М.А.О (г. Воронеж), **ТРИФОНОВА М.Ф.**, д.с.-х.н., профессор, академик М.А.О (г. Москва)

Специальный выпуск журнала «Наука» финансируется при поддержке Европейской Комиссии. Содержание данной публикации/материала является предметом ответственности автора и не отражает точку зрения Европейской Комиссии



ISSN 1684-9310

Зарегистрирован в Международном центре по регистрации сериальных изданий ISSN (ЮНЕСКО, г. Париж, Франция).

Присвоен международный код ISSN 1684-9310

© М.Дулатов атындағы Қостанай инженерлік-экономикалық университеті

© Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова

КОСТАНАЙСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. М ДУЛАТОВА

СОДЕРЖАНИЕ

| ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Bunici Sergiu</i> Banking business in the e-commerce system..... | 5 |
| <i>Bergman Ran</i> Models and standards of information quality assurance..... | 9 |
| <i>Dragalin Iuliana</i> Issues and tasks of the innovative business environment..... | 13 |
| <i>Saleh Aweda</i> Экономическое содержание рынка труда - особенности Израиля..... | 18 |
| <i>Абаева Г.И.</i> Анализ основных и финансовых показателей на примере ТОО «Казгазстроймонтаж».... | 22 |
| <i>Абилкасова Б.Н., Череева Б.Т.</i> Государственное регулирование деятельности СЭЗ в Республике Казахстан..... | 26 |
| <i>Абдимоминова Д.К., Нупирова А.М., Лисьев Г.А.</i> Кейс-технологиясын оқу үрдісінде қолдану ерекшелігі..... | 32 |
| <i>Аздавлетова А.А., Исмагамбетов С.С.</i> Особенности разработки конфигураций 1С..... | 34 |
| <i>Аздавлетова А.А., Князьков А.А.</i> Основные объекты, используемые для разработки конфигурации управления розничной торговлей в 1С..... | 36 |
| <i>Алтухов А.И., Кульчикова Ж.Т.</i> Маркетинговые стратегии развития национального зернового рынка..... | 38 |
| <i>Арбабов Б., Аллакулиев М.М., Тачмухаммедов Г.М.</i> Энергопотребление в сфере глобальной экономики и энергетическая безопасность..... | 41 |
| <i>Ахмедов А.Э., Смольянинова И.В., Шаталов М.А.</i> Формирование механизм повышения конкурентоспособности предприятия как фактор устойчивого развития экономики..... | 44 |
| <i>Ахметжанова Б.Қ.</i> Қазақстандағы аграрлық қатынастардың әлеуметтік-экономикалық дамуы..... | 47 |
| <i>Ахметжанова Б.Қ.</i> Қазіргі нарықтық экономикада шағын кәсіпкерліктің дамуы..... | 50 |
| <i>Ахметқали Т.А.</i> Қазақстан Республикасында қор нарығын жетілдіру..... | 53 |
| <i>Ашмарина Т.И.</i> Перспективы развития аграрного сектора..... | 56 |
| <i>Байзакова Г.Г.</i> Қазақстандағы бәсекеге қабілетті мал шаруашылығы дамуының жетістіктері және проблемалары..... | 61 |
| <i>Баймырзаева М.К., Мощенко С.С.</i> Современная методология в управлении человеческими ресурсами..... | 63 |
| <i>Баймырзаева М.К., Саидов В.</i> Новое в организации работы кадровой службы..... | 65 |
| <i>Баранова Н.А.</i> Управление развитием организации..... | 68 |
| <i>Баханова М.В.</i> Формирование эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций банков..... | 71 |
| <i>Благодаразумная О.</i> Децентрализация управления как один из элементов менеджизма..... | 75 |
| <i>Бурлаку Н.</i> Эффективное антикризисное управление..... | 81 |
| <i>Буров М.П.</i> К вопросу совершенствования государственного управления социально-экономическим развитием России и стран СНГ с учётом природно-ресурсных факторов..... | 85 |
| <i>Волков С.Н., Вершинин В.В.</i> Землеустройство как фактор повышения конкурентоспособности и эффективности сельскохозяйственного производства..... | 89 |
| <i>Вороновская Е.В.</i> Экологическая рентная оценка деятельности сельскохозяйственного производства..... | 94 |
| <i>Гаспарян И.Н., Трифонова М.Ф., Бицоев Б.А.</i> Экономическая эффективность производства картофеля с использованием декапитации..... | 98 |
| <i>Голуб Н.А.</i> Теоретические аспекты бухгалтерского учета в информационной системе управления для предупреждения экономического кризиса..... | 102 |
| <i>Горелов А.Н.</i> Роль бюджетирования в принятии управленческих решений..... | 106 |
| <i>Горелова Н.С., Альмуханова Г.М.</i> Место и роль информации в процессе принятия управленческих решений..... | 109 |
| <i>Горелова Н.С., Джаналиева А.М.</i> Научно-теоретические основы мотивации труда на предприятии..... | 112 |
| <i>Горелова Н.С., Ибраев А.</i> Сущность, задачи и функции контроллинга..... | 115 |
| <i>Горелова Н.С., Содчикон Ф.</i> Понятие и виды стратегии..... | 118 |
| <i>Горелова Н.С., Терекбаев Е.С.</i> Сущность экономических методов управления..... | 121 |
| <i>Губайдуллаева А.Р.</i> Ұйым заңдары және шаруашылық механизмін жетілдіру мәселелері..... | 124 |
| <i>Довгань О.В., Журавлева В.Ф.</i> Признаки банкротства предприятия в современных экономических условиях..... | 126 |

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ЗЕРНОВОГО РЫНКА

Алтухов А.И., д. э. н. профессор, академик РАН, ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства», г. Москва, Россия

Кульчикова Ж.Т., д. э. н. КИЭУ им. М. Дулатова, г. Костанай, Казахстан

В статье рассматриваются основные цели маркетинговых стратегий, набор тактических мер их реализации, с учётом влияния внешнего и внутреннего спроса, уровня мировых цен на зерно и сопряжённую с ним продукцию.

Мақалада маркетингтік стратегиялардың негізгі мақсаттары, оларды жүзеге асырудың тактикалық шараларының құрамы, ішкі және сыртқы сұранысының жер ету есебімен, бидайға деген дүниежүзілік бағаның деңгейі және соған түйіндес өнімдердің деңгейі қарастырылады.

The primary purposes of marketing strategies, set of tactical measures of their realization, are examined in the article, from account influence of external and internal demand, standard of world prices to grain and products attended with them.

Результаты комплексной оценки состояния зернового рынка, а также прогноз его развития являются основой разработки маркетинговых стратегий: ассортиментной, ценовой и сбытовой. Так, целью ассортиментной стратегии является ежегодное устойчивое обеспечение соотношения товарного предложения отдельных видов зерна, соответствующих объёму и качеству, спросу потребителей. Цель ценовой стратегии в обеспечении сельскохозяйственным товаропроизводителям устойчивого получения прибыли. Цель сбытовой стратегии состоит в доведении зерна до потребителей в наиболее сжатые сроки и с минимальными затратами, количественными и качественными потерями.

Реализация маркетинговых стратегий осуществляется через набор тактических мер. Например, тактическими мерами ассортиментной стратегии при дефиците того или иного вида зерна могут быть: увеличение объёмов производства на основе расширения посевных площадей или роста урожайности; повышение товарности и качества зерна.

Ценовая стратегия реализуется через такие тактические меры, как регулирование отдельных издержек производства и затрат по хранению и подработке зерна, осуществление государственных товарно-закупочных интервенций и др.

Сбытовая стратегия предполагает обеспечение гарантированного сбыта зерна, за счёт закупки его в федеральный и региональные продовольственные фонды, содействие организации и функционированию оптовых рынков и зерновых бирж.

Маркетинговая деятельность принимает форму постоянно возобновляемого процесса, когда при проведении определенной стратегии, принятой на основе предшествующих исследований, параллельно продолжается оценка зернового рынка с целью выявления новых проблем и путей их эффективного решения. При этом основой системы маркетинговой деятельности в регулировании зернового рынка является анализ и прогноз его развития с учетом воздействия на него факторов внешней и внутренней среды. Причем особенностью маркетингового подхода является то обстоятельство, что во главу угла ставятся факторы внешней среды, во многом определяющие поведение и изменение внутренних факторов.

По отношению к рынку зерна к факторам внешней среды можно считать социально-экономическую, законодательную, экологическую и внешнюю политику государства, проводимую в рамках регулирования АПК и экономики страны.

Влияние внутренних факторов на развитие зернового рынка преимущественно связано с его организационными, финансовыми, технологическими, кадровыми и другими элементами и являются результатом государственной политики, проводимой по отношению к нему. Они позволяют дать оценку соответствия потенциальных возможностей зернового хозяйства уровню рыночного спроса на зерно. Эти факторы, поддаются прямому и косвенному регулированию государством, и воздействие на них является основой проводимой им политики по отношению к рынку и его хозяйствующим субъектам.

Конечная цель маркетинга заключается в том, чтобы произвести и доставить на рынок тот объем и тех видов зерна, который необходим покупателю для удовлетворения потребностей, исходя из его платежеспособности. При этом основной информационной базой для оценки производства, обмена, распределения и потребления зерна являются балансы его ресурсов и использования на всех уровнях управления АПК, которые составляются на календарный и маркетинговый год, в целом по зерну и его отдельным видам, за фактически прошедший год и на прогнозируемый период.

Однако поскольку официальной статистикой зерновые балансы в открытой печати не публикуются, то они разрабатываются различными аналитическими центрами, ведомственными структурами, отраслевыми союзами, научными организациями, которые различаются по форме и содержанию. Такая ситуация приводит к необъективному учету наличия зерна, что создает определенные трудности в оценке реального состояния зернового хозяйства и рынка зерна, создавая тем самым определенные трудности в принятии правильных решений на хозяйственном, местном, региональном и федеральных уровнях. Например, в России сравнение балансов ресурсов и использования зерна в 2005- 2010 гг., разработанных различными структурами, показало, что в отдельные годы различия в расходе фуражного зерна достигали 6,0 млн. т, объеме начальных запасов - 9,0, в общем объеме внутреннего потребления - 2,5-3,0 млн. т.

Анализ данных за 2010 – 2014 гг. позволяет выделить ряд четко выраженных тенденций в ресурсах и использовании зерна в стране. Они сводятся к следующим основным моментам:

во-первых, ресурсы зерна в абсолютном объеме полностью обеспечивали внутренние потребности страны, а их формирование в основном достигается за счет собственного производства, поскольку объем импорта зерна неуклонно сокращается и не превышает 0,4-2,3 млн. т. или 0,3-1,9% объема зерновых ресурсов;

во-вторых, в расходной части внутреннего потребления зерна относительно стабилизировался его объем на пищевые цели на уровне 17,0-17,9 млн. т, что при сохранении душевого потребления хлебопродуктов в пересчете на муку в количестве 121 кг при неуклонном сокращении численности населения страны связано с присутствием мигрантов из стран ближнего зарубежья, и неучтенным официальной статистикой зерном, расходуемым малым бизнесом и населением для производства хлеба и хлебобулочных изделий;

в-третьих, наметилась довольно устойчивая тенденция сокращения использования зерна для промышленной переработки, объем которой уменьшился за рассматриваемый период с 2,5 до 1,7 млн. т вследствие падения спроса на отечественные продукты переработки зерна; в четвертых, резкие колебания объемов экспорта зерна, которые изменялись в пределах от 11,2 до 21,8 млн. т и были вызваны в основном неустойчивостью производства зерна вследствие влияния на него погодных условий.

В ближайшей и более отдаленной перспективе на маркетинговые стратегии

развития зернового рынка будут влиять три основных фактора: внутренний спрос на фуражное зерно и зерно для промышленной переработки; спрос на зерно и сопряженную с ним продукцию на мировом агропродовольственном рынке; мировые цены на зерно и продукцию животноводства.

Неуклонное увеличение спроса на фуражное зерно на внутреннем рынке связано с необходимостью, роста объемов производства пищевых продуктов животного происхождения вследствие отставания фактического душевого потребления мяса, молока и яиц от их нормативного уровня, а также повышения продовольственной независимости страны по этой группе продовольствия путем его постепенного импортозамещения.

В перспективе совокупная потребность в зерне на продовольственные цели, семена и промышленную переработку может сохраниться на современном уровне. Снижение расхода зерна на продовольствие в связи с сокращением численности населения и улучшения структуры его питания может частично компенсироваться ростом потребности на семена за счет расширения площади зернового клина. Увеличение же спроса преимущественно на продовольственное и фуражное зерно на мировом рынке, а также сохранение и расширение на нем ниши российского зерна потребует наращивания его экспортных ресурсов.

В условиях наращивания производства зерна маркетинговые стратегии развития зернового рынка могут быть ориентированы на использование его прироста главным образом на увеличение производства продукции животноводства для внутреннего потребления, а в перспективе и для поставки ее на мировой рынок, и роста объема экспорта зерна и продуктов его переработки. При этом для каждой маркетинговой стратегии характерны свои возможные пути реализации, а ее результативность может быть достигнута лишь при системном подходе к осуществлению и использованию комплекса взаимосвязанных мер, необходимость которых вытекает из анализа состояния и прогноза развития зернового хозяйства и рынка зерна.

Список литературы:

1. Развитие национального зернового рынка: проблемы и возможные пути их развития - Костанай: Изд-во ТОО «Костанайский печатный двор», 2013-393с.
2. Клюкач В., Алтухов А. Рекомендации по государственному регулированию зернового рынка Российской Федерации – М., Россельхозакадемия, 2000 – 120 с.
3. Территориально – отраслевое разделение труда в национальном агропромышленном производстве. А.И. Алтухов, Л.П. Силаева, Ж. Т. Кульчикова - Костанай: Изд-во ТОО «Костанайский печатный двор», 2014-239с.