

ISSN 1562-2959



“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University
“Тұран” университеті • Университет “Туран” • “Turan” University

«ТУРАН»

УНИВЕРСИТЕТІНІҢ

ЖАБАРШЫСЫ

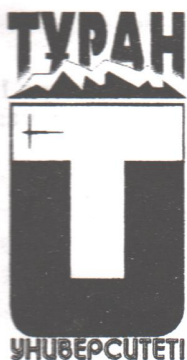
• ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ • НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ • SCIENTIFIC JOURNAL • ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ • НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ • SCIENTIFIC JOURNAL • ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛ •

ВЕСТНИК
УНИВЕРСИТЕТА

«ТУРАН»

Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal
Ғылыми журнал • Научный журнал • Scientific journal

№ 3 (67)
2015



Қазақстан Республикасының
білім және ғылым министрлігі

«ТУРАН»

УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Ғылыми журнал

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА

«ТУРАН»

Научный журнал

№ 3 (67)

2015

Алматы

Свидетельство № 9394-Ж от 22 июля 2008 г.
Министерство культуры и информации Республики Казахстан
Комитет информации и архивов

Собственник: учреждение
«Университет «Туран»

Выходит с января 1999 г.
один раз в квартал

НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

1. Алшанов Р.А. - ректор университета «Туран», д.э.н., профессор, академик Международной инженерной академии (председатель совета)
2. Исламгулова С.К. - проректор по науке и аккредитации университета «Туран», д.п.н. (зам. председателя совета)
3. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран», д.э.н., профессор
4. Александрова А.Ю. - профессор Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (РФ), д.г.н.
5. Арупов А.А. - директор Института мировой экономики и международных отношений, д.э.н., профессор, академик МАИ
6. Аханов С.А. - председатель Совета Ассоциации финансистов Казахстана, д.э.н., профессор университета «Туран»
7. Баишев Ж.Н. - судья Верховного суда, к.ю.н., профессор университета «Туран»
8. Дан Джим - Государственный Пенсильванский университет (США), доктор PhD, профессор
9. Джапаров Б.А. - директор Архива Президента РК, д.т.н., профессор
10. Зоркальцев В.И. - Институт систем энергетики им. Л.А. Мелентьева СО РАН (РФ), д.т.н., профессор
11. Ержанов М.С. - президент Гильдии бухгалтеров и внутренних аудиторов, д.э.н., профессор
12. Есиркепов Т.А. - директор Института системных исследований казахстанского общества университета «Туран», д.э.н., профессор
13. Калимолдаев М.Н. - директор Института проблем информатики и управления МОН РК, д.ф.-м.н., профессор
14. Козлов В.В. - профессор Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова (РФ), д.психол.н.
15. Мукамбаева Г.А. - Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына, д.ю.н., профессор
16. Петров П.С. - Великотырновский университет (Болгария), доктор PhD
17. Попков В.К. - профессор кафедры сетевых информационных технологий Новосибирского государственного технического университета (РФ), д.ф.-м.н.
18. Сатмурзаев А.А. - проректор по учебно-методической работе университета «Туран», д.э.н., профессор
19. Тазабеков К.А. - президент Казахстанской ассоциации маркетинга, профессор университета «Туран»

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

1. Алшанов Р.А. - главный редактор, ректор университета «Туран»
2. Исламгулова С.К. - зам. главного редактора, проректор по науке и аккредитации университета «Туран»
3. Алиев У.Ж. - вице-президент корпорации «Туран»
4. Сатмурзаев А.А. - проректор по учебно-методической работе университета «Туран»
5. Тазабеков К.А. - первый проректор университета «Туран»
6. Тусупова Л.А. - проректор по послевузовскому образованию и международному сотрудничеству, д.э.н., профессор университета «Туран»
7. Бычкова С.Ф. - член Конституционного совета Республики Казахстан, д.ю.н., профессор университета «Туран»
8. Алаева Г.Т. - декан гуманитарно-юридического факультета, к.ю.н.
9. Бузелов А.С. - зав. кафедрой журналистики и переводческого дела, к.филол.н.
10. Вуколов В.Н. - директор Научно-исследовательского института туризма университета «Туран», д.п.н., профессор
11. Говорухина Л.П. - зав. кафедрой маркетинга и логистики, к.э.н., доцент
12. Ерубаяева Г.К. - зав. кафедрой туризма и сервиса, к.б.н.
13. Жанузакова Л.Т. - зам. директора Института системных исследований казахстанского общества университета «Туран», д.ю.н., профессор университета «Туран»
14. Закирова Д.И. - зав. кафедрой экономики и менеджмента, доктор PhD
15. Калпетходжаева С.К. - зав. кафедрой регионоведения и международных отношений, к.филол.н., доцент
16. Курбатова Н.В. - редактор, руководитель редакционно-издательского отдела
17. Маргацкая Г.С. - декан экономического факультета, к.э.н., профессор университета «Туран»
18. Мусабекова Г.З. - зав. кафедрой казахского и иностранных языков, к.п.н., доцент
19. Нусупбекова Г.С. - декан факультета «Академия кино и телевидения», д.т.н., профессор университета «Туран»
20. Сансызбаев С.Н. - д.э.н., профессор

Университету «Туран» принадлежат исключительные права на перепечатку отдельных материалов, издание и коммерческое использование журнала

1 ЭКОНОМИКА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

<i>Бибатырова И.А.</i> Устойчивое развитие как глобальная концепция развития мировой экономики	9
<i>Доскеева Г.Ж., Мейманкулова Ж.Ж.</i> Қазақстан Республикасы аймақтарының инвестициялық климаты және оны жақсарту жолдары	15
<i>Тажибекова К.Б., Хишаева Ж.Т.</i> Региональная экономика Казахстана: проблемы и пути их решения	20
<i>Заманбеков Ш.З.</i> Осуществление диверсификации и модернизации экономики в условиях реализации Стратегии «Казахстан–2050»	27
<i>Муталиева Л.М., Кирдасинова К.А., Тлеубердиева С.С.</i> Современные концепции развития предпринимательства в Республике Казахстан	33
<i>Лухманова Г.К., Габдуллина Р.Ж.</i> Диверсификация экономики Республики Казахстан как фактор конкурентоспособности	40
<i>Штиллер М.В.</i> Анализ внешней среды и конкурентов компании	47
<i>Мухамбетова Л.К., Турекулова Д.М., Байбашева Г.К.</i> Сущность и экономическое значение инжиниринга и реинжиниринга бизнес-процессов	52
<i>Төрекұлова Ұ.Ә.</i> Қазақстан Республикасының технологиялар нарығын талдау	59
<i>Мизамбекова Ж.К., Шаяхметова Е.А., Шаршанкулова Д.М.</i> Факторы, определяющие экономическую эффективность инвестиционной деятельности	66
<i>Дильдебаева Ж.Т., Чермошенцева Е.В.</i> Анализ концентрации экономики Казахстана на развитии нефтяной отрасли и пути диверсификации национальной экономики	72
<i>Увайсова Ш.С.</i> Көмір шахталарындағы өндірістік қауіпсіздік қызметін бақылауды жетілдіру	79
<i>Батырова Н.Т.</i> Пути компенсации технического обеспечения агропромышленного производства	85
<i>Мотупова С.А., Детеинова Г.Т.</i> Characteristics and evaluation of the mobile communication market in the Republic of Kazakhstan	90
<i>Тулегенова М.С., Гизе Р., Хасенова М.С.</i> Смена технологических укладов и развитие трудовых отношений в Казахстане	95
<i>Бейсенова М.У., Молдогазиева Г.М., Онласынов Е.З.</i> Трудоизбыточность на региональных рынках труда	101
<i>Баймукашева Ж.З.</i> Қазақстан Республикасы тұрғындарының өмір сүру деңгейін саралау	105
<i>Досманбетова М.С.</i> Подходы к составлению отчета об интеллектуальном капитале (на примере KAZ Minerals PLC, Республика Казахстан)	110
<i>Карибаев Е.С.</i> Государственное регулирование монетарных процессов в структуре внешних и внутренних факторов развития денежно-кредитной системы Кыргызской Республики	116
<i>Жуманова Д.Т., Тлеужанова Д.А., Кадринов М.Х.</i> Формирование ресурсов микрофинансовых организаций в Республике Казахстан	124
<i>Берстембаева Р.К., Кожсахметова М.К.</i> Пути активизации фондового рынка Республики Казахстан в финансовом обеспечении казахстанской экономики	131
<i>Еспергенова Л.Р., Ян Цзун</i> Роль бухгалтерского учета в управлении компанией	138

<i>Досманбетова А.С., Макишева Ж.А.</i> Особенности учета малого бизнеса в условиях инновационного развития Республики Казахстан	144
<i>Тлеубаева С.А.</i> Совершенствование аналитических процедур в процессе оценки финансовой информации	150
<i>Ishmukhamedov Sh.A.</i> Problems of instability influence in Ukraine on Kazakhstan	155

2 ТУРИЗМ: МИРОВОЙ ОПЫТ

<i>Кораблев В.А.</i> Туристы Казахстанской Магнитки.....	161
<i>Усубалиева С.Дж., Козыбагаров А.А.</i> Иностранное инвестирование в сферу туризма Республики Казахстан и других государств	169
<i>Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.</i> Особенности развития туризма в Европейском регионе.....	173

3 ТРИБУНА МОЛОДОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЯ

<i>Юрковский Д.Ю.</i> Об особенностях государственного управления в сфере европейской интеграции Украины	179
<i>Тусупова Л.А., Нурмаганбетова А.К.</i> Социально-экономические условия развития предпринимательства в Республике Казахстан: региональный аспект	185
<i>Айбосынова Д.А., Мухамбетова Л.К., Турекулова Д.М.</i> Роль и функции малого предпринимательства в развитии экономики.....	191
<i>Кузеева А.А.</i> Человеческий капитал Казахстана в глобальном индексе конкурентоспособности: анализ показателей.....	198
<i>Ясын М.Д.</i> Энергетикалық компаниялардың инвестициялық тарифтеріне әсер ететін факторлар мен жағдайлар	205
<i>Асанова Т.А.</i> Кәсіпорынның тауар саясатын маркетингтік басқару	211
<i>Иркітбаева А.Б.</i> Современное состояние продовольственной безопасности Республики Казахстан в условиях глобализации: факторы, влияющие на физическую и экономическую доступность	217
<i>Аманова Г.М.</i> Основные подходы к управлению трудовыми ресурсами	223
<i>Оразалинова М.С.</i> Шағын және орта бизнесті қазақстандық кәсіпорындарда контроллинг жүйесін дамыту	229
<i>Заболотникова В.Д., Фурсова Т.В.</i> Исламские финансовые продукты, основанные на партнерстве.....	234
<i>Молдогазиева Г.М., Жанбосынов Н.С., Алдабергенова Ж.Б.</i> Динамика денежных доходов и расходов и социальная дифференциация населения	239
<i>Муратулы А.</i> Вопросы разработки стандартов исполнения функций в государственных органах	244

4 ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ: МЕТОДОЛОГИЯ, ТЕОРИЯ, ТЕХНОЛОГИЯ

<i>Онюшева И.В.</i> Развитие человеческого потенциала как миссия современного образования	251
<i>Ералина Э.М.</i> Пути повышения конкурентоспособности системы высшего образования в Республике Казахстан в условиях глобализации	256

5 ЗНАМЕНАТЕЛЬНЫЕ ДАТЫ И СОБЫТИЯ

<i>Кораблев В.А.</i> К 75-летию В.Г. Салагаева.....	261
---	-----

КӘСІПОРЫННЫҢ ТАУАР САЯСАТЫН МАРКЕТИНГТІК БАСҚАРУ

Берілген мақалада кәсіпорынның тауар саясатын маркетингтік басқару үрдісі қарастырылады. Тауар қарапайым нарықта өндіруші кәсіпорынның нарықтық және бүкіл шаруашылық саясатын анықтайды. Тек осы себеппен тауармен байланысты барлық шаралар, яғни оны жасау, өндіру мен жетілдіру, нарықтарда өткізу, сату алдындағы және сервистік қызмет көрсету, жарнамалық шараларды әзірлеу, сондай-ақ тауарды өндірістен алып тастау, сөзсіз өндірушінің бүкіл қызметінде басты орынға ие болады және өндірушінің тауарлық саясаты деп аталады. Осыған байланысты, егер өндірушінің сапалы және тұтынушылардың қажеттіліктеріне бағытталған тауары болмаса, оның қызметінің нәтижесі де болмайды – маркетингтің басты қағидасы осы. Қазақстандағы ет өңдеуші кәсіпорындар маркетингтің маңыздылығына ерекше көңіл бөле бастады, олардың ішіне «Беккер и К» ЖШС-ін жатқызуға болады. «Беккер и К» жауапкершілігі шектеулі серіктестігі формасынағы кәсіпорын 1991 ж. басында құрылды. «Беккер и К» ЖШС қызметінің негізгі бағыты ет өңдеу өнеркәсібі болып табылады. Тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін шошқа, жылқы, сиыр, қой және құс етінен күн сайын 10 тонна өнім өндіріледі. Өндірілетін өнім ассортименттерінің атаулары 130-ден асады. Кәсіпорынның тауар саясаты оның бәсекеге қабілеттілігі мен пайда табуына ықпал етеді. Жақсы ойластырылған тауар саясаты кәсіпорынға тиімді ассортиментті қалыптастыруға, сұранысқа ие тауарларды қолдауға және сұранысқа ие емес тауарларды өндірістен алып тастауға, ассортиментке жаңа тауарларды уақытында енгізе отырып, мол пайда табуға мүмкіндік береді.

Тірек сөздер: маркетинг, маркетингті басқару, нарық, тауар, тауар саясаты, ассортимент.

Қазақстан Республикасының Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың «Қазақстан–2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында әлемдік халық саны өсуінің жоғарғы қарқыны азық-түлік проблемасын күрт шиеленістіріп отырғаны туралы атап өтті [1].

Еліміздің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз етуде ет және ет өнімдерін өңдеуші кәсіпорындарының алатын орны ерекше.

Қазақстан Республикасы – дәстүрлі қалыптасқан «етті» республика. Өнімге деген сұраныс үнемі артуда. Тұтынушы күннен күнге нарықтағы қуатты күшке айналуға. Тұтынушы ғана нарықтағы ережелерді бекітіп, ассортимент пен бағаларды анықтайды.

Қазіргі таңда нарықты отандық кәсіпорындар өндіретін ет өнімдерімен толықтыру, сапаны арттыру, бәсекеге қабілеттілікті жоғарылату және ассортиментті кеңейту сияқты мәселелерді шешу маңызды болып табылады [2].

Қазақстандағы нарықтық қатынастардың дамуы отандық және шетелдік тауар өндірушілердің бәсеке күресінің күшеюімен қатар жүруде. Мұндай жағдайда кәсіпорындардың басшылары өзгеріп отыратын нарық жағдайын ескере отырып, өндірілетін өнімінің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың жаңа жолдарын іздеуге мәжбүр болады. Тәжірибеден көретініміздей, шаруашылық жүргізудің қазіргі жағдайларында бәсекелік нарықтық күрестің мәні мен механизмдерін терең түсінуге негізделген шешімдер ғана тиімділікке ие болады.

Ет өңдеуші кәсіпорынның нарықтағы тұрақтылығы оның өнімінің бәсекеге қабілеттілігіне тәуелді болады. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі оның жеке және қарыз ресурстарын пайдалануының тиімділігімен анықталады. Сонымен бірге, қаржылық басымдықтарды қалыптастыру мен жүзеге асырудың негізінде бәсекелік позиция сақталады немесе жақсара түседі. Кәсіпорын қызметінің табыстылығының міндетті шарты – нарық бәсекесіне қарсы тұра алатын тауарларды өндіру және өткізу.

Демек, кәсіпорын және оның өндіретін өнімінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін тиімді тауар саясатын әзірлеу қажет.

Нарықтық экономика жағдайында тауар кәсіпорынның нарықтық және бүкіл шаруашылық саясатын айқындайды. Тауар – маркетинг кешенінде ерекше орынға ие болады:

- ♦ тауар қажеттіліктерді қанағаттандыруға арналған;
- ♦ тауарсыз (қызметсіз) маркетинг те жоқ;

♦ тауардың ерекшеліктері көп жағынан маркетингтің басқа құралдары – баға, бөлу және жылжыту бойынша қабылданатын шешімдерді алдын ала белгілейді [3].

Тауар саясаты тауар өндірушінің белгілі бір мақсатқа бағытталған әрекеттерін талап етеді немесе онда алдын ала ойластырылған мінез-құлық принциптері болуы тиіс. Ол ассортиментті қалыптастыру, оны басқару, тауарлардың қажетті деңгейдегі бәсекеге қабілеттілігін қалыпта сақтау, тауарлар үшін оңтайлы нарық үлестерін (сегменттерді) табу, тауарды қаптамалау, маркирлеу, оларға қызмет көрсетуді әзірлеу мен жүзеге асыру бойынша шешімдер мен шаралардың сабақтастығын қамтамасыз етуі тиіс. Мұндай шаралар жиынтығының болмауы бүкіл кәсіпорынның тұрақсыздығына, күйреуіне, ассортименттің кездейсоқ конъюнктуралық факторлардың шамадан тыс ықпалына түсуіне әкеп соқтырады. Мұндай жағдайда басшылықтың ағымдағы шешімдері жартылай, аз негізделген сипатқа ие болып, ол ұзақ мерзімдік мүдделерді ескеретін есепке емес, интуицияға ғана негізделеді.

Тауар саясатын әзірлеу мен жүзеге асыру келесі шарттардың орындалуын талап етеді:

- ♦ өндіріс мақсаттары туралы нақты түсініктердің болуы;
- ♦ келешекке бағытталған өткізу мен экспорт;
- ♦ кәсіпорынның өндірістік-өткізушілік қызмет стратегиясының болуы;
- ♦ нарықты және оның талаптарының сипаттарын жақсы білу;
- ♦ нақты уақыттағы және келешектегі өз мүмкіндіктері мен ресурстары туралы толық түсініктің болуы.

Өндірістік – өткізу және басқа да міндеттерді шешу үшін неғұрлым ірі ресурстарды тарту қажет болған және ақырғы коммерциялық нәтижелердің белгісіз болған жағдайында тауар саясатына кіретін мәселелердің бүкіл кешенін мұқият қарастыру қажет.

Кез келген кәсіпорынның табысты қызмет етуіне тауар саясатын маркетингтік басқарудың маңызы зор.

Тауар саясатын тиімді әзірлеуге «Беккер и К» ЖШС ерекше көңіл бөледі.

«Беккер и К» ЖШС сапалы өнім өндіру арқылы тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға тырысады.

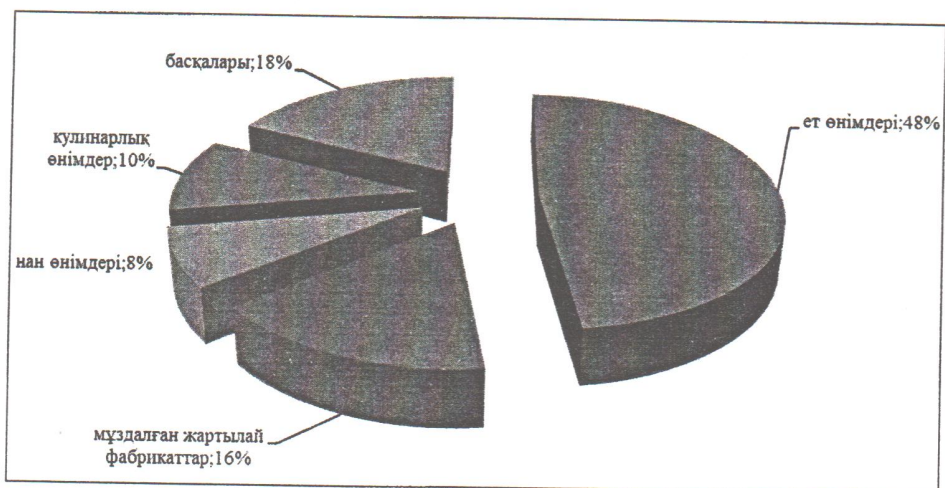
«Беккер и К» ЖШС-нің мақсаты – табиғи өнімдердің құндылығы мен олардың әрбір отбасында тұтынылуы дәстүрін қамқорлықпен сақтау.

«Беккер и К» ЖШС-нің құндылықтары:

- ♦ сапа – негізгі басымдылық;
- ♦ тұтынушылардың талаптары – бәрінен жоғары;
- ♦ персоналдық қатыстылығы мен командалық рух – компанияның негізгі құндылықтары тазалық – сапа кепілі.

«Беккер и К» ЖШС қызметінің негізгі бағыты – ет өңдеу өнеркәсібі болып табылады. Тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін шошқа, жылқы, сиыр, қой және құс етінен күн сайын 10 тонна өнім өндіріледі. Өндірілетін өнім ассортименттерінің атаулары 130-дан асады. Атап айтқанда, пісірілген шұжық, жіңішке шұжық, сарделька, шала ысталған шұжық, пісірілген-ысталған майлы шошқа еті, шикідей ысталған және пісіріп-ысталған таңдаулы тағамдар, сондай-ақ ішінара өңделіп, салқындатылған ет өнімдері өндіріліп, нарыққа ұсынылады. Ет өңдеу цехы кәсіпорын мамандары әзірлеген рецептуралар бойынша көптеген өнім түрлерін: «Аппетитная», «Городская», «Бутербродная» шұжықтарын, «Лионский» шұжықтарын, «Ганноверский», «Берлинский», «Кнакер Деревенский» сарделькаларын және басқа өнімдер өндіреді. Неміс технологиясы бойынша өндірілетін өнімге: пісірілген «Ветчинная к пиву» шұжығына, «Венский» шұжықтарына, қуыруға арналған «Рейнские», «Нюрнбергские» шұжықшаларына сұраныс үнемі артуда [4].

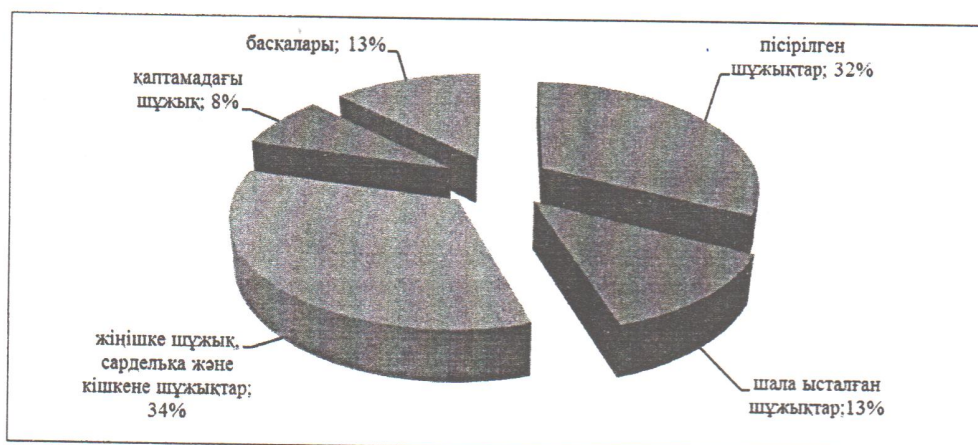
«Беккер и К» ЖШС жылқы етінен ұлттық тағамдар: «Қазы», «Жая», «Сүр ет» өндіру ісі жолға қойылған. Шошқа етінен пісірілген-ысталған өнімдерге: сан етіне, мойынға, карбонадка қабырғаға, қыртыс майға және орамаға сұраныс өте көп. Балаларға арналған өнім: «Балаларға арналған Беккерёнок» жіңішке шұжығы, сарделькасы және «Балаларға арналған Беккерёнок» ветчинасы және «Беккерёнок» тұшпарасы шығарылады.



Сурет 1 – «Беккер и К» ЖШС табысының құрылымы

Суреттен көріп отырғанымыздай, «Беккер и К» ЖШС табысының құрылымында шұжық өнімдері 48%, мұздалған жартылай фабрикаттар 16%, нан өнімдері 8%, кулинарлық өнімдер 10% және басқалары 18 %-ды құрайды. Шұжық және мұздатылған жартылай фабрикаттар негізгі табыс әкелетін өнімдер болғандықтан, оны ары қарай дамыту бойынша түрлі маркетингтік шешімдер қабылдана отырып, түрлі шаралар өткізіледі.

Келесі суреттен «Беккер и К» ЖШС-нің ет өнімдері бойынша өндіру құрылымын көруге болады.



Сурет 2 – «Беккер и К» ЖШС-нің ет өнімдері бойынша өндіру құрылымы

Суреттен көріп отырғанымыздай, «Беккер и К» ЖШС-нің ет өнімдері бойынша өндіру құрылымында жіңішке шұжық, сарделька және кішкене шұжықтар 34%, пісірілген шұжықтар 32%, шала ыстырылған шұжықтар 13%, қаптамадағы шұжықтар 8% және басқалары 13%-ды құрайды.

«Беккер и К» ЖШС өндіретін ет өнімдеріне тоқталайық.

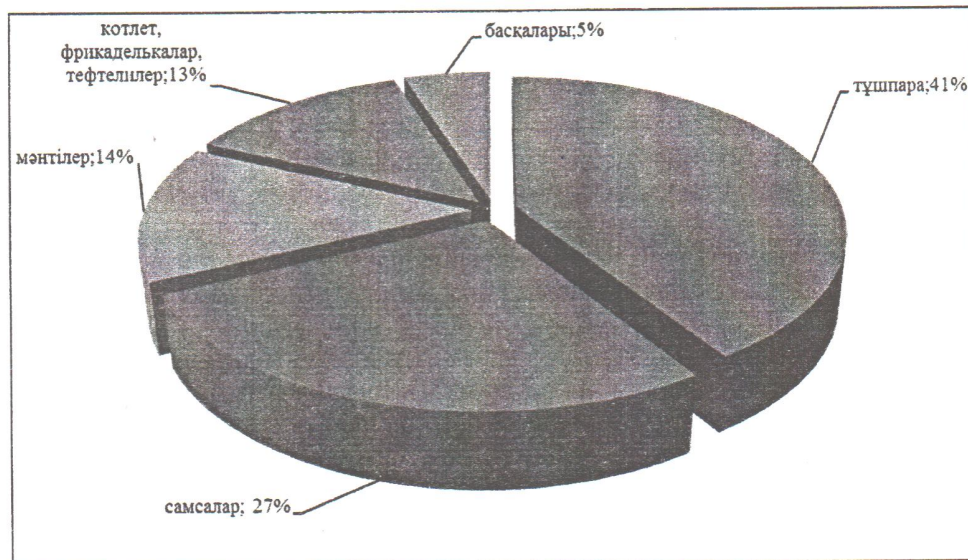
Пісірілген шұжықтар. Пісірілген шұжықтарды қазіргі заманғы технологияны қолдана отырып, ең үздік отандық және неміс рецептурасы бойынша өндіреді. Сұрыпталған жаңа салқындатылған еттен жоғарғы, бірінші және екінші сұрыпты шұжықтар дайындайды. Өнім мал шектері, ақуызды және полиамидті қабықшаларда шығарылады. «Беккер и К» ЖШС ұсынған пісірілген шұжық өнімдерінің бай түрлері 30-ға жетеді, солардың ішінде: «Ветчинная к пиву из свинины», «Любительская», «Молочная», «Московская», «Аппетитная», «Бутербродная», «Докторская» шұжықтары ерекше сұранысқа ие.

Шала ысталған және пісіріліп ысталған шұжықтар. «Беккер и К» компаниясы сиыр, шошқа және жылқы етінен дайындалған шала ысталған және пісіріліп ысталған шұжықтың 10-нан

аса түрін шығарады. Өндіру барысында отандық және шетелдік үздік тәжірибелер ескеріледі. Бұрыннан сүйікті болған «Сервелат», «Московская», «Таллинская», «Конская», «Пикантная», «Колбаски охотничьи» сияқты шұжықтар тек жоғары сапалы шикізат, үздік рецепттер арқасында ғана емес, сондай-ақ бук ағашының үгінділері мен дәстүрлі немісше ыстаудың есебінен де зор сұранысқа ие болады. Арнайы германдық дәмдеуіштер мен тамаша ыстау шұжықтарға тәбет ашарлық түс пен айрықша хош иіс береді.

Жіңішке шұжық, сарделька және кішкене шұжықтар. Жылқы және сиыр етінен дайындалған жіңішке шұжықтар, «Ганноверские», «Берлинские», «Конские» сарделькалары, «Лионские» кішкене шұжықтары – сұрыпталған еттен дәмдеуіштер мен татымдылықтар қосып дайындалады. Үздік отандық және неміс рецептурасы, қазіргі заманғы технологиялар, табиғи шикізат, жоғары сапалы татымдылықтар – пайдалы астың кепілі!

Жеңсік ас. Шошқа және құс етінен дайындалған жеңсік астар қашанда еуропа асханасының ерекшелігі болған. Карбонад, мойын, сан ет, орамалар, шикі ысталған өнімдерді жоғары сапалы ет шикізатынан табиғи дәмдеуіштер мен татымдылықтар қосып, дәстүрлі неміс технологиясымен дайындайды. Осының арқасында өнім нәзік дәмді және хош иісті болады. Тұтынушыларға ыңғайлы болу үшін бүтін кесек түрінде, сондай-ақ порциялық және вакуумды орамда шығарылады. Жылқы етінен дайындалған жеңсік астарды ерекше атап өтуге болады. Қазы, жал, жая, сүр-ет, қарта – сұрыпталған жылқы етінен бірегей технологиямен, ұлттық аспаздық дәстүрін қолданып дайындалған Беккер ұсынған тамаша дәмді, сөлді және хош иісті жеңсік астар.



Сурет 3 – «Беккер и К» ЖШС-нің мұздатылған жартылай фабрикат өнімдері бойынша өндіру құрылымы

3-сурет мәліметтері негізінде «Беккер и К» ЖШС-нің мұздатылған жартылай фабрикат өнімдері бойынша өндіру құрылымына талдау жүргізуге болады. «Беккер и К» ЖШС-нің басты табысы шұжық өнімдері екені белгілі. Шұжық өнімдерінен кейінгі сұранысқа мұздатылған жартылай фабрикат өнімдері ие болып табылады. Мұздатылған жартылай фабрикат өнімдері бойынша өндіру құрылымында тұшпара 41%, самсалар 27%, мәнтiлер 14%, котлет, фрикаделькалар, тефтелилер 13% және баскалары 5%-ды құрайды. Кейінгі жылдары мұздатылған жартылай фабрикат өнімдеріне деген сұраныс артуда.

«Беккер и К» ЖШС өндіретін мұздатылған жартылай фабрикат өнімдері: «Домашние от Беккера», «Восточные от Беккера» тұшпаралары, Беккер ұсынған картоп қосылған самса, қырықбат пен бұзау еті қосылған, картоп пен саңырауқұлақ қосылған самсалар, мәнтi, котлет, фрикаделька, тефтели және т.т. Өндірістік қуаты – тәулігіне 2,5 тонна. Өнім түгелдей сұрыпталған шикізаттан, жоғары сапалы дәмдеуіштер қоса, тек қана қолмен дайындалады.

Нарықтағы үлесті сақтау немесе арттыруға бағытталған тауар саясатын өткізудегі тағы бір тәсіл – берілген кәсіпорынға тән технологиялық үдерістерге айтарлықтай өзгерістерді ендірусіз өз өмірлік циклын аяқтаған тауарлардың орнына нарыққа жаңа тауарларды жасап ендіру. Мұндай саясат фирманың сауда белгісіне және жалпы фирмаға сенімділік білдірген нарықтың белгілі бір нақты сегментіне, қалыптасқан сатып алушылар шеңберіне есептеліп құрастырылады.

«Беккер и К» ЖШС тұтынушылардың сұранысын қанағаттандыру үшін жаңа өнім түрлерін енгізу арқылы үнемі ассортиментті кеңейтіп, жетілдіріп отырады.

«Беккер и К» ЖШС-нің өнімдері жоғары сапалы табиғи орамаға ие болып табылады. Қаптамада фирманың сауда таңбасы, өткізу бөлімінің мекен-жайы мен телефоны жазылған.

Мәселен, тұшпаралардың таңбалануы атаудан («Домашние от Беккера» немесе «Восточные от Беккера»), құрамынан, дайындау тәсілінен, өнімнің 100 гр тағамдық және қуаттық құндылығынан, сақтау температурасы, дайындалған күні, фирманың атауы, фирманың мекен-жайынан тұрады. Етті нандар мен деликатестер үшін (карбонад, ветчина, жая және т.б.) вакуумдық қаптама қолданылады. Бұл өнімдердің таңбалануына мынадай мәліметтер кіреді: құрамы, 100 гр өнімнің тағамдық және қуаттық құндылығы, дайындалған күні, сақтау температурасы, жарамдылық мерзімі, фирма атауы, қосындылардың болу-болмауы.

«Беккер и К» ЖШС-нің негізгі бәсекелік артықшылығы – тауардың жоғары сапасы. Кәсіпорында сапа бөлімі мен технология бөлімі бар, олар өнімнің сапасын үнемі бақылап, маркетинг бөлімімен бірлесе отырып, өнімнің жаңа түрлерін шығарады.

«Беккер и К» ЖШС заманауи маркетинг технологияларын қолдану бойынша көшбасшы болып табылады. Кәсіпорын атқаратын шаралардың көбі өз өнімінің брендин «Беккер и К» сауда белгісін дамыту есебінен құру және жылжытумен байланысты.

«Беккер и К» ЖШС өз сатып алушыларының пікірін бағалайды және олардың артып келе жатқан қалаулары мен сұраныстарына жауап беру үшін маркетингтік шараларды жүзеге асырады.

Демек, тауар – бүкіл маркетинг кешенінің негізі болып табылады. Егер тауар тұтынушының қажеттіліктерін қанағаттандырмаса, маркетинг шараларына жұмсалатын қандай да шығындар оның бәсекелік нарықтағы позицияларын бекітпейді, нәтижесінде оның күйреуін тоқтата алмайды.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Қазақстан Республикасының Президенті – Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың «Қазақстан–2050» стратегиясы қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауы // Егеменді Қазақстан. – 2012. – 27 желтоқсан.

2 Мастер-план развития производства мяса и мясопродуктов – 2010–2014 АО «Казагромаркетинг». – Астана, 2009. – 245 с.

3 Истаева А.А., Байжақсынова Г.Қ., Асанова Т.А. Маркетингті басқару: оқу құралы. – Алматы: Экономика, 2014. – 294 б.

4 www.becker.kz.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Қазақстан Respublikasynың Prezidenti – Elbasy N.Ә. Nazarbaevtyң «Қазақстан–2050» strategijasy қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауы // Егеменді Қазақстан. – 2012. – 27 желтоқсан.

2 Master-plan razvitija proizvodstva mjasa i mjasoproduktov – 2010–2014 АО «Kazagromarketing». – Астана, 2009. – 245 с.

3 Istaeva A.A., Bajzhaqsynova G.Қ., Asanova T.A. Marketingti basqaru: oқu құraly. – Алматы: Jekonomika, 2014. – 294 б.

4 www.becker.kz.

Резюме

В данной статье рассмотрен процесс маркетингового управления товарной политикой предприятий. На обычном рынке товар определяет судьбу рыночной и всей хозяйственной политики предприятия-производителя. Уже в силу этого обстоятельства вся совокупность мер, связанных с товаром, т.е. его создание, производство и совершенствование, реализация на рынках, предпродажное и сервисное обслуживание, разработка рекламных мероприятий, а также снятие товара с производства, бесспорно, занимает центральное место во всей деятельности производителя и называется товарной политикой производителя. Именно поэтому, если у производителя нет качественного, ориентированного на потребности товара, у него нет ничего – это главный принцип маркетинга. Казахстанские мясоперерабатывающие предприятия стали особо уделять внимание значению маркетинга, среди них ТОО «Беккер и К». Предприятие в форме товарищества с ограниченной ответственностью «Беккер и К» создано в начале 1991 г. Основным направлением деятельности ТОО «Беккер и К» является мясоперерабатывающее производство. Ежедневно вырабатывается 10 тонн мясных продуктов из свинины, конины, говядины, баранины и птицы. Ассортимент выпускаемой продукции насчитывает более 130 наименований. Товарная политика предприятия влияет на его конкурентоспособность и прибыльность. Хорошо продуманная товарная политика позволяет предприятию формировать оптимальный ассортимент, поддерживать удачные товары и вовремя избавляться от нежелательных товаров, своевременно внедрять в ассортимент новинки и извлекать наибольшую выгоду.

Ключевые слова: маркетинг, управление маркетингом, рынок, товар, товарная политика, ассортимент.

Resume

The article considers the process of marketing management of commodity politics of enterprises. In the market a commodity determines a fate of the market and all economic politics of enterprise-producer. Therefore all the measures, related to the commodity, its creation, production and perfection, realization on markets, preselling and service, development of promotional purposes, and also the removal of commodity from the production, indisputably, occupies a central place in all activity of producer and is named commodity politics of producer. For this reason if a producer does not have qualitative oriented to the necessities commodity, he has nothing, it is the main principle of marketing. Kazakh meat processing enterprises pay attention to the value of marketing, among them LLP BECKER & K. The enterprise in form association with limit liability the LLP BECKER & K was founded at the beginning of 1991. The basic direction of activity of the LLP BECKER & K there is meat processing production. Every day 10 tons of meat products are produced from pork, horseflesh, beef, mutton and bird. The assortment of the produced products counts more than 130 names. Commodity politics of the enterprise influences its competitiveness and profitability. Carefully planned commodity politics allows the enterprise to form an optimal assortment, support successful commodities and get rid of undesirable commodities in time as well as inculcate novelties into assortment and get as much profit as possible.

Key words: marketing, management marketing, market, commodity, commodity politics, assortment.

«ТУРАН» УНИВЕРСИТЕТИНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Ғылыми журнал

№ 3 (67) 2015 ж.

ВЕСТНИК УНИВЕРСИТЕТА «ТУРАН»

Научный журнал

№ 3 (67) 2015 г.

Компьютерная верстка: Жуйкова М.А.
Дизайн обложки: Мерзляков Е.

Подписано к печати 18.09.2015 г.
Бумага офсетная № 1,62 x 84/16. Плотность 80 г/м².
Усл.печ.л. 33,0. Уч.изд.л. 34,3. Тираж 500 экз.
Заказ № 1242.

Адрес редакции:
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18, 18а, университет «Туран».
Оригинал-макет подготовлен редакционно-издательским
отделом университета «Туран».
г. Алматы, ул. Сатпаева, 16-18,18а.
Тел.: 260-70-00, 260-40-18.

Отпечатано в издательстве «Эверо».
г. Алматы, ул. Байтурсынова, 22, оф. 9. Тел.: 233-82-69, 233-83-43.