

Сайлаубай Н.И., 3 курс (академик Е.А. Бөкетов атындағы ҚарМУ)
Ғылыми жетекші – ғ.м., оқытушы Алдабергенова А.Т

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЛОГИСТИКАНЫҢ ДАМУЫН ТЕЖЕУШІ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕР

Қазақстан мұхиттан алыс орналасқан болғандықтан, құрлықтағы елдер арасында ең үлкен аумақ болып саналады. Сыртқы халықаралық саудада теңіз, су тасымалдары маңызды рөл атқаратынын ескере отырып, іс жүзінде Қазақстанның халықаралық тасымалдар мәселелерінде бірқатар проблемалары бар. Сонымен қатар, Қазақстанда екі алып мұхит бар - Қытай мен Ресей. Яғни, бұл ұлан даласында орналасқан Қазақстан үшін әлемдік сауданың алдыңғы қатарлы екі өкілі арасында көліктік-логистиканы дамыту дегенді білдіреді. "Географиялық өлшем" деген қалыптасқан ұғыммен Қазақстан теңізге шыға алмайтын мемлекет ретінде халықаралық саудадан түсетін табыстарды азайту елдерінің қатарына жатады. Дегенмен, қазіргі уақытта жаһандану, Қазақстанның географиялық орналасуы мен ауызды шөппен сүрте алмаймын. Өйткені қазіргі уақыт, баға мен сапа бойынша бәсекелестік уақыты. Айта кету керек, әлемдік сауда ошағы болған Аспан асты Альбионға салынған алғашқы темір жол тасымалы өзінің маңызды артықшылығымен ерекшеленеді. Бұл бағытта пойыз арқылы 18 күн өтті. Бұл мерзім теңіз жолынан екі есе аз және авиатасымалдан әлдеқайда арзан. Пойыз жолы Қазақстан, Ресей, Беларусь, Польша, Германия, Бельгия, Франция және Англия арқылы 12 мың шақырымнан асады. [1]

Айта кету керек, Қазақстанның болашағы трансконтиненталдық көлік дәлізінде сұранысқа ие. Мемлекет басшысы соңғы жылдары елдің дамуында анықталған негізгі мәлімдемелерде транзиттік көлік дәлізін дамыту, елдің барлық көлік дәліздеріне халықаралық талаптарға сәйкес сервистік қызмет көрсету екенін атап өтті. Соңғы 10 жылда транспорт саласын дамытуға 30 млрд.АҚШ долларын құрады, 2 мың км астам темір жол салынды, 19,5 мың адам қайта құрылды. км автомобиль, порт қуатын Каспийдегі құрады 26 млн. АҚШ доллары 15 әуежайда (ҰҚЖ) қайта жаңарту жүргізілді. Нәтижесінде соңғы 5 жылда көлік инфрақұрылымын құруға және жаңғыртуға 1,5 трлн.теңге бөлінген қаражаттың көп екені анықталды. Ел аумағы бойынша 11 халықаралық көлік дәліздері, оның ішінде 5 темір жол және 6 автомобиль жолдары өтеді. ҚР аумағында 5 халықаралық көлік дәлізі өтеді. [2]

Жол-қай ел екенін көрсететін маңызды көрсеткіштердің бірі. "Бизнестің жол картасы-2020" бағдарламасын жүзеге асыру аясында 2013 жылы Қостанай облысы бойынша "Даму "кәсіпкерлікті дамыту қоры" АҚ - на жалпы сомасы 1 млрд теңгеден астам 6 шағын несие берілді, оның ішінде "Бизнестің жол картасы - 2020" бағдарламасы аясында 1 млрд теңгеден астам сомаға 6 шағын несие берілді. Ең бастысы, дағдарыс кезеңінде жол салу сияқты ауқымды жобалар халықтың жұмыспен қамтылуын арттыруға ықпал етеді. Ауыл, елді мекендердің тіршілік әрекеті үлкен жолдар бойында дамиды, сауда дамуда, қозғалыс пайда болады. Осының арқасында 75 мыңнан астам жұмыс орны ашылды. Автожол құрылысы барысында жергілікті қамту деңгейі 95% құрады. Аймақ басшысының айтуынша, жол құрылысының арқасында қазақстандық кәсіпорындар да ашылуда. "Нұрлы Жол" бағдарламасы аясында көліктік-логистикалық инфрақұрылымды дамыту бойынша 16 жоба қарастырылған, оның негізгі үлесі-Республикалық маңызы бар автомобиль жолдарын салу және қайта жаңарту. Сонымен қатар, өткен жылы "Нұрлы Жол" бағдарламасы бойынша Республикалық маңызы бар 913 км автомобиль жолдарына жөндеу жұмыстары аяқталды, сондай-ақ 767 км автомобиль жолдары пайдалануға берілді. Біз алғаш рет осындай жұмыс көлеміне ендік. Нәтижесінде 2020 жылы Республикалық маңызы бар автожолдардың 90% - дан астамын жақсы және қанағаттанарлық жағдайға келтіреміз, ал I және II техникалық санаттағы жолдардың үлесі 50% - ға дейін ұлғаяды. 2017 жылы бөлінген қаражат есебінен 7 өтпелі жоба (Астана-Қарағанды, Орталық-Шығыс, Бейнеу-Ақтау, Орталық-Батыс, Қапшағай-Талдықорған, Астана-Петропавл және Орал-Каменка) жалғастырылады, жыл соңында 602 км-ге жұмыстарды аяқтау жоспарлануда. км Халықаралық қаржы институты есебінен іске асырылатын болады. "Жалпы, биылғы жылы 4,4 мың км жолға жұмыстар жүргізіліп, 100 мың адам жұмылдырылады. Одан кейін биылғы жылы Алматы-Теміртау, Алматы-Қапшағай және Алматы-Қорғас автожолдарында жалпы ұзындығы 469 км ақы алудың ақылы жүйесін енгізу жоспарланып отыр. 1 млрд. теңге көлемінде қаражат жиналады деп

жоспарлануда. Автожолдарға қатысушыларға қызмет көрсету деңгейін арттыру үшін сапалы инфрақұрылымға үлкен мән беріледі. Ағымдағы жылы жолдарда халықаралық талаптарға жауап беретін 50 қызмет көрсету нысанын салу және бар 800 нысанды жаңғырту жоспарлануда. Жалпы, "Нұрлы жол" бағдарламасында халықаралық дәлізге ғана емес, ел ішіндегі маңызды жолдарды жаңғыртуға да ерекше назар аударылды. Бұл ретте Мемлекет басшысы инфрақұрылымды дамытуға, ел ішінде Өңірлерді орталықпен байланыстыратын жол құрылысына ерекше назар аударады, ол одан әрі сыртқы нарыққа ықпал етеді. Мақсаты-Қазақстанды өңірдің көліктік-логистикалық хабына айналдыру.

Әдебиеттер

1. Транспорт және Логистика. Қазақстанның транспорттық әлеуеті <http://www.24.kz>
2. Қазақстанның Көлік және Логистика секторы <http://www.trasesa-org.org>
3. Елбасы Н.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2018 жылғы 10 қаңтар. Төртінші өнеркәсіптік революция жағдайындағы дамудың жаңа мүмкіндіктері

Стожарова К.А., магистрант 1 года обучения (КарГУ им. академика Е.А. Букетова)
Научный руководитель - к.э.н., ассоциированный профессор Мамраева Д.Г.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Маркетинговая стратегия - это спланированный и системный подход, направленный на то, чтобы развить ценность продукта в сознании потенциальных покупателей и увеличить его продажи. Ее цель - создание имиджа бренда на рынке и увеличение продаж продукта, а также поддержание долгосрочных отношений с клиентами.

С появлением социальных сетей у владельцев бизнеса появился мощный инструмент, который за считанные секунды может распространить информацию о продукте по всему миру. При этом маркетинг в социальных сетях повышает узнаваемость бренда. Многие владельцы бизнеса борются за внедрение эффективной маркетинговой стратегии в социальных сетях, которая способна стимулировать продажи.

Согласно данным Social Media Examiner, 97% предприятий используют социальные сети для привлечения новых клиентов, но 85% владельцев бизнеса не уверены, какие именно инструменты социальных сетей использовать. Однако, 63% потребителей, которые ищут бизнес в Интернете, с большей вероятностью станут потребителями брендов с устоявшимся присутствием в социальных сетях [1].

Эффективный маркетинг в социальных сетях может привести к росту количества клиентов, увеличению трафика и вовлеченности. Наличие присутствия в социальных сетях без активной маркетинговой стратегии в социальных сетях имеет такой же эффект для бизнеса, как и отсутствие какого-либо плана вообще.

Преимущества эффективной маркетинговой стратегии в социальных сетях следующие:

1. Повышение осведомленности о продукте и брендинг. Размещение бренда в ТОП-4 самых влиятельных социальных сетей (Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest) предоставляет возможность общения с различными аудиториями и продвигать контент при помощи кросспостинга.
2. Увеличение возможностей для генерации трафика, потенциальных клиентов и продаж. В социальных сетях существует возможность просмотра статистики. Доступ к этим данным позволяет достичь желаемой аудитории, чтобы увеличить посещаемость сайта и сгенерировать новые продажи продукта.
3. Снижение затрат на маркетинг. Реклама в социальных сетях относительно недорогая, поэтому грамотно спланированный рекламный бюджет позволяет охватить большую аудиторию без больших затрат для бизнеса.
4. Увеличение клиентской базы и повышение лояльности клиентов. Социальные сети - отличный инструмент для создания взаимоотношений с клиентами, в том числе долгосрочных.

Главным параметром маркетинговой стратегии в социальных сетях является ее действенность. Для создания действенной стратегии необходимо соблюсти ряд условий.

Первый шаг - установить цели и задачи, которые компания должна достичь. Ключевым компонентом установления эффективных целей является определение того, какие показатели будут использованы для их измерения.