

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
ҒЫЛЫМ КОМИТЕТІ
Ш.Ш.УӘЛИХАНОВ АТЫНДАҒЫ ТАРИХ
ЖӘНЕ ЭТНОЛОГИЯ ИНСТИТУТЫ



«EDU.E-HISTORY.KZ»

ЭЛЕКТРОНДЫҚ ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ



№ 1(17) қаңтар-наурыз 2019
ISSN 2710-3994



Бас редактор:
Қабылдинов Зиябек Ермұқанұлы

Редакциялық алқа:

Абашин Сергей Николаевич – тарих ғылымдарының докторы, профессор, Санкт-Петербургтегі Европа университеті (Ресей)

Абдырахманов Толобек Абылович – тарих ғылымдарының докторы, профессор, И. Арабаев атындағы Қызыл мемлекеттік университетінің ректоры. (Қырғызстан)

Аязан Бүркітбай Ғелманұлы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР БҒМ ҒК Мемлекет тарихы институты директорының орынбасары. (Қазақстан)

Әлімбаев Нұрсан – тарих ғылымдарының кандидаты, профессор, Қазақстан Республикасы Орталық мемлекеттік музейінің директоры. (Қазақстан)

Әбусейтова Меруерт Қуатқызы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА корр.-мүшесі. ҚР БҒМ ҒК Р. Сүлейменов атындағы Шығыстану институтының «Тарихи материалдарды зерттеу» орталығының директоры. (Қазақстан)

Әбіл Еркін Аманжолұлы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР БҒМ ҒК Мемлекет тарихы институтының директоры. (Қазақстан)

Голден Кэти Стромилл (Kathie Stromile Golden) – PhD, Миссисипи өңірлік мемлекеттік университеті (Mississippi Valley State University) (АҚШ)

Кәрібаев Берекет Бақытжанұлы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, «Қазақстан тарихы» кафедрасының меңгерушісі. (Қазақстан)

Қожамжарова Дария Пернешқызы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университетінің ректоры. (Қазақстан)

Кожирова Светлана Басиевна – саясаттану ғылымдарының докторы, профессор, Фудан Университетінің Қытай және Орталық Азияны зерттеу орталығының мен «Астана» ХҒК бірлескен директоры (Қазақстан)

Козодой Виктор Иванович – тарих ғылымдарының докторы, профессор. (Ресей)

Көкебаева Гүлжауһар Какенқызы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР БҒМ ҒК Ш.Ш. Уәлиханов атындағы Тарих және этнология институты (Қазақстан)

Көмеков Болат Ешмұхамедұлы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті Халықаралық қыпшақтану институтының директоры, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің профессоры. (Қазақстан)

Матыжанов Кенжехан Ісләмжанұлы – филология ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА корр.-мүшесі, М.О. Әуезов атындағы әдебиет және өнер институтының директоры. (Қазақстан)

Моррисон Александр (Morrison Alexander) – PhD, профессор Оксфордского университета (Великобритания)

Муртазаева Рахборхон Хамидқызы – тарих ғылымдарының докторы, Мирзо Ұлықбек атындағы Өзбекстан ұлттық университеті «Өзбекстан тарихы» кафедрасының профессоры. (Өзбекстан)

Панто Дмитрий (Panto Dmitri) – PhD доктор, Гданьск қаласындағы Екінші дүниежүзілік соғыс мұражайының ғылыми қызметкері. (Польша)

Римантас Желвис (Želvy Rimantas) – тарих ғылымдарының докторы, профессор, Вильнюс педагогикалық университеті (Литва)

Самашев Зайнолла Самашұлы – археолог, тарих ғылымдарының докторы, профессор, Герман археология институтының корр.-мүшесі. ҚР БҒМ ҒК Ә. Марғұлан атындағы Археология институты. (Қазақстан)

Сайлан Болат Санабайұлы – тарих ғылымдарының докторы, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті. (Қазақстан)

Смағұлов Оразақ Смағұлұлы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі, Балон ғылым академиясының корр.-мүшесі, Ш.Ш. Уәлиханов атындағы сыйлықтың лауреаты, ғылым мен техниканың еңбек сіңірген қайраткері, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің профессоры. (Нұр-Сұлтан, Қазақстан)

Сыдықов Ерлан Бәтмашұлы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ректоры. (Қазақстан)

Таймағамбетов Жәкен Қожахметұлы – тарих ғылымдарының докторы, профессор, ҚР ҰҒА академигі, ҚР Ұлттық музейі. (Қазақстан)

Жауапты редактор:
Қаипбаева Айнагүл Толғанбайқызы

Ғылыми редактор:
Қозыбаева Махаббат Мәлікқызы

Редактор:
Кубеев Рустем Жаулыбайұлы

Жауапты хатшы:
Қоңқабаева Арайлым

Техникалық хатшы:
Хумарзах Алтынбек

Главный редактор:
Кабульдинов Зиябек Ермуханович

Редакционная коллегия:

- Абашиин Сергей Николаевич – доктор исторических наук, профессор, Европейский университет в Санкт-Петербурге (Россия)
- Абдырахманов Толобек Абылович – доктор исторических наук, профессор, ректор Кыргызского государственного университета им. И. Арабаева (Кыргызстан)
- Алимбай Нурсан – кандидат исторических наук, профессор, директор Центрального государственного музея Республики Казахстан (Казахстан)
- Абусеитова Меруерт Хуатовна – доктор исторических наук, профессор, чл.-корр. НАН РК, директор Республиканского центра по изучению исторических материалов Института востоковедения имени Р.Б. Сулейменова (Казахстан)
- Абиля Еркин Аманжолович – доктор исторических наук, профессор, директор Института истории государства КН МОН РК (Казахстан)
- Аяган Буркитбай Гелманович – доктор исторических наук, профессор, заместитель директора Института истории государства КН МОН РК (Казахстан)
- Голден Кэти Стромил (Kathie Stromile Golden) – PhD, Государственный университет долины Миссисипи (Mississippi Valley State University) (США)
- Исмагулов Оразак Исмагулович – доктор исторических наук, профессор, академик НАН РК, член-корр. Болонской академии наук, лауреат премии им. Ч.Ч. Валиханова, заслуженный деятель науки и техники, профессор Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева (г. Нур-Султан, Казахстан)
- Карибаев Берекет Бахытжанович – доктор исторических наук, профессор, академик НАН РК, заведующий кафедрой истории Казахстана, Казахский национальный университет им. аль-Фараби (Казахстан)
- Кожамжарова Дария Пернешовна – доктор исторических наук, профессор, академик НАН РК, ректор Южно-Казахстанского университета им. М.Ауэзова (Казахстан)
- Кожирова Светлана Басиевна – доктор политических наук, профессор, содиректор Центра исследования Китая и Центральной Азии Фуданьского Университета и МНХ «Астана», руководитель Центра китайских и азиатских исследований (Казахстан)
- Козодой Виктор Иванович – доктор исторических наук, профессор (Россия)
- Кокебаева Гульжаухар Какеновна – доктор исторических наук, профессор, главный научный сотрудник Института истории и этнологии им. Ч.Ч.Валиханова КН МОН РК (Казахстан)
- Кумекоев Болат Ешмухамбетович – доктор исторических наук, профессор, академик НАН РК, директор Международного института кипчаковедения Казахского национального университета имени аль-Фараби, профессор Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева (Казахстан)
- Матыжанов Кенжехан Слямжанович – доктор филологических наук, профессор, чл.-корр. НАН РК, директор Института литературы и искусства им. М. Ауэзова (Казахстан)
- Моррисон Александр (Morrison Alexander) – PhD, профессор Оксфордского университета (Великобритания) Муртазаева Рахборхон Хамидовна – доктор исторических наук, профессор кафедры «Истории Узбекистана» Национального университета Узбекистана имени Мирзо Улугбека. (Узбекистан)
- Панто Дмитрий (Panto Dmitri) – доктор PhD, профессор, главный специалист научного отдела Музея Второй мировой войны г. Гданьска (Польша)
- Римантас Желвис (Želvys Rimantas) – доктор педагогических наук, профессор, Вильнюсский педагогический университет (Литва)
- Самашев Зайнолла Самашевич – археолог, доктор исторических наук, профессор, чл.-корр. Германского археологического института. Институт археологии им. А.Маргулана КН МОН РК (Казахстан)
- Сайлан Болат Санабаевич – доктор исторических наук, Казахский национальный университет им. аль-Фараби (Казахстан)
- Сыдыков Ерлан Батташевич – доктор исторических наук, профессор, академик НАН РК, ректор Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Казахстан)
- Таймагамбетов Жакен Кожажметович – доктор исторических наук, профессор, академик НАН РК, Национальный музей РК (Казахстан)

Ответственный редактор:
Каипбаева Айнагуль Толганбаевна

Научный редактор:
Козыбаева Махаббат Маликовна

Редактор:

Кубеев Рустем Джаулыбайулы

Ответственный секретарь:
Конкабаева Арайлым Нурболатовна

Технический секретарь:
Хумарзах Алтынбек

Editor-In-Chief:

Kabuldinov Ziabek Ermukhanovich

Members of editorial board:

- Abashin Sergei Nikolaevich – Doctor of Historical Sciences, Professor, European University at St. Petersburg (Russia)*
Abdyrakhmanov Tolobek Abylovich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Rector of I. Arabaev Kyrgyz State University (Kyrgyzstan)
Alimbay Nursan – Candidate of Historical Sciences, Professor, Director of the Central State Museum of the Republic of Kazakhstan (Kazakhstan)
Abusseitova Meruert Khuatovna – Doctor of Historical Sciences, Professor, Corresponding Member of the NAS RK, Director of the Republican Center for the Study of Historical Materials at R.B. Suleimenov Institute of Oriental Studies (Kazakhstan)
Abil Yerkin Amanzholovich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Director of the Institute of History of the State CS MES RK (Kazakhstan)
Ayagan Burkitbai Gelmanovich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Deputy Director of the Institute of History of the State CS MES RK (Kazakhstan)
Golden Kathie Stromile – PhD, Mississippi Valley State University (USA)
Ismagulov Orazak Ismagulovich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, Corresponding Member of Bologna Academy of Sciences, winner of Ch.Ch. Valikhanov Award, Honored Worker of Science and Technology, Professor of L.N. Gumilyov University (Kazakhstan)
Karibayev Bereket Bakhytzhonovich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, Head of the Department of History of Kazakhstan, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan)
Kozhamzharova Daria Perneshovna – Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the NAS of the Republic of Kazakhstan, rector of the M. Auezov South Kazakhstan University (Kazakhstan)
Kozhirova Svetlana Bassieva – Doctor of Political Science, Professor, Co-Director of the Center for the Study of China and Central Asia of Fudan University and the International Scientific Complex of the National Company "Astana", Head of the Center for Chinese and Asian Studies (Kazakhstan)
Kozodoi Viktor Ivanovich – Doctor of Historical Sciences, Professor (Russia)
Kokebayeva Gulzhaukhar Kakenovna – Doctor of Historical Sciences, Professor, chief researcher at Ch.Ch. Valikhanov Institute of History and Ethnology CS MES RK (Kazakhstan)
Kumekov Bolat Eshmukhambetovich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, Director of the International Institute of Kipchak Studies of the Al-Farabi Kazakh National University, Professor at L.N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan)
Matyzhanov Kenzhekhan Slyamzhanovich – Doctor of Philology, Professor, Corresponding Member of the NAS RK, Director of M. Auezov Institute of Literature and Art (Kazakhstan)
Morrison Alexander – PhD, Professor, University of Oxford (UK)
Murtazayeva Rakhborkhon Khamidovna – doctor of Historical Sciences, Professor at the Department of «History of Uzbekistan» of Mirzo Ulugbek National University of Uzbekistan. (Uzbekistan)
Panto Dmitri – PhD, researcher at the Museum of the Second World War in Gdansk (Poland)
Rimantas Želvys – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Vilnius Pedagogical University (Lithuania)
Samashev Zainolla Samashevich – archaeologist, Doctor of Historical Sciences, Professor, Corresponding Member of German Archaeological Institute. A. Marghulan Institute of Archeology CS MES RK (Kazakhstan)
Sailan Bolat Sanabayevich – Doctor of Historical Sciences, Al-Farabi Kazakh National University (Kazakhstan)
Sydykov Erlan Battashevich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, Rector of L.N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan)
Taimagambetov Zhaken Kozhakhmetovich – Doctor of Historical Sciences, Professor, Academician of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, National Museum of the Republic of Kazakhstan (Kazakhstan)

Executive Editor:

Kaipbayeva Ainagul Tolganbayevna

Scientific Editor:

Kozybayeva Makhabbat Malikovna

Editor:

Kubeyev Rustem Dzhaulybayevich

Executive Secretary

Konkabayeva Arailym Nurbolatovna

Technical secretary:

Khumarzak Altynbek

ЭОЖ / УДК/ UDK 378

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КАЗАХСТАНА

Нурмухамбет Ә.Б.¹, Сайн Э.Д.¹

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Алматы, Казахстан

Аннотация. Данная статья посвящена истории и теоретическим аспектам формирования маркетинговых стратегий международной деятельности предприятия на рынке товаров повседневного спроса. Дано понятие рынку товаров повседневного спроса, определена классификация товаров повседневного спроса периода независимости. Выявлены основные факторы, учитываемыми при организации системы стратегического управления. Охарактеризованы основные стратегии международного маркетинга: товарные, сбытовые, конкурентные, внешнеэкономические в зависимости от внешнеполитических.

Ключевые слова: рынок товаров повседневного спроса, FMCG, международные стратегии, независимость, выход на внешний рынок, экстернализация, интернализация, посредничество, франчайзинг.

ҚАЗАҚСТАН КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІНІҢ МАРКЕТИНГТІК СТРАТЕГИЯЛАРЫ

Нурмухамбет Ә.Б.¹, Сайн Э.Д.¹

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

Аңдатпа. Мақала күнделікті сұраныстағы тауарлар нарығында кәсіпорынның халықаралық қызметінің маркетингтік стратегияларын қалыптастырудың тарихы мен теориялық аспектілеріне арналған. Күнделікті сұраныстағы тауарлар нарығына түсінік берілді, Тәуелсіздік кезеңіндегі күнделікті сұраныстағы тауарлардың жіктелуі анықталды. Стратегиялық басқару жүйесін ұйымдастыру кезінде ескерілетін негізгі факторлар анықталды.

Түйін сөздер: күнделікті сұраныстағы тауарлар нарығы, FMCG, халықаралық стратегиялық, тәуелсіздік, экстернализаци, интернализаци, франчайзинг.

MARKETING STRATEGIES OF KAZAKHSTAN ENTERPRISES' INTERNATIONAL ACTIVITIES

Nurmukhambet A.B.¹, Sayn E.D.¹

¹al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

Abstract. This article is dedicated to the history and theoretical aspects of the formation of marketing strategies for the international activities of an enterprise in the market of everyday goods. The concept of a market for consumer goods is given, the classification of consumer goods for the period of independence is defined. The main factors that are taken into account when organizing a strategic management system are identified. The main strategies of international marketing are characterized: commodity, marketing, competitive, foreign economic, depending on foreign policy.

Keywords: consumer goods market, FMCG, international strategies, independence, access to foreign markets, externalization, internalization, mediation, franchising.

Введение

Приобретение независимости Республикой Казахстан способствовало вхождению в поле рыночных отношений, закреплению статуса частной собственности в Конституции РК. История экономического и политического признания Республики Казахстан как молодого независимого государства мировым сообществом и утверждение нашей страны в системе мировых координат неразрывно связаны с процессом формирования и укрепления его не только государственности, но и реализации экономических реформ и создания демократической правовой основы казахстанского общества. Анализ современной истории нашего государства позволяет проследить процесс эволюции казахстанской экономики, прошедшей сложный путь от актуальных для международной торговли формирования маркетинговых стратегий международной деятельности предприятия на рынке товаров повседневного спроса. В итоге на сегодняшний день Казахстан является одним из лидеров в СНГ по основным экономическим показателям, одной из первых на постсоветском пространстве наша республика была признана Европейским союзом и США как государство с рыночной экономикой. Всемирным банком Республика Казахстан включена в число двадцати государств мира, наиболее привлекательных для инвестиций. Таким образом, Казахстан первым из стран СНГ приобрел инвестиционный страновой рейтинг. Подобное признание нашей страны на уровне мировой макроэкономики, влечет за собой положительные политические последствия. Появились в обиходе новые понятия такие как: рынок товаров повседневного спроса, FMCG, международные стратегии, выход на внешний рынок, экстернализация, интернализация, посредничество, франчайзинг, которые являются определенным двигателем не только экономики, но и статуса и положения Казахстана на мировой арене.

Рынок товаров повседневного спроса FMCG (Fastmovingconsumergoods) представляет собой экономическую систему, включающую производство, обращение и распределение товаров широкого потребления. Товары повседневного спроса – это экономические блага, предназначенные для широкого потребления. Отличительными особенностями принятия решений о покупке товаров повседневного спроса потребителями являются: частота; быстрота; регулярность; отсутствие продолжительного сравнения с аналогичными товарами [1, с. 51-57]. Классификация товаров повседневного спроса [2, с. 17-18]:

Основные товары – это товары, покупаемые регулярно для удовлетворения насущных потребностей потребителя (например, хлеб, сигареты, чай, молоко, сахар и др.);

Товары импульсивной покупки – это товары, покупаемые потребителями спонтанно, для удовлетворения внезапно возникшего желания (например, покупка у кассы в магазине во время оплаты покупок основных товаров, журналов, жевательной резинки или конфеты);

Экстренные товары – это товары, покупаемые без предварительного выбора для удовлетворения внезапной и острой потребности в них (например, покупка электрической батарейки для автосигнализации, покупка зонтика из-за неожиданно начавшегося проливного дождя, покупка необходимых автозапчастей при поломке машины в дороге).

Система стратегического управления международной деятельностью компании на рынке товаров повседневного спроса основана на стратегических целях компаний, на будущей структуре компании и ее потенциале.

Основными факторами, учитываемыми при организации системы стратегического управления, являются:

- Тенденции развития рынка и внешней маркетинговой среды;

- Состояние и специфику конкурентной борьбы на целевом международном рынке, стратегические направления деятельности основных компаний-конкурентов;
- Наличие управленческих ресурсов и возможностей компании (финансовых, торговых, информационных, товарных и др.) путем определения сильных и слабых сторон компании в конкурентной борьбе;
- Основная концепция развития компании, ее глобальные цели и задачи международной предпринимательской деятельности по основным стратегическим зонам.

Успешное проникновение компании на внешний рынок, во-многом, зависит от правильности выбора и тщательности разработки маркетинговой стратегии для достижения поставленных целей международным маркетингом.

Стратегия международного маркетинга представляет собой совокупность правил и методов для принятия решений на всех уровнях менеджмента компании, по которым определяются: отношения фирмы с ее внешней средой; виды выпускаемой продукции и технологии их производства; сбытовая и конкурентная политика; отношения внутри предприятия; результаты деятельности в настоящем и в перспективе.

Стратегия международного маркетинга исходит из основных целей развития предприятия и предусматривает: изучение потребителей; планирование продукции и ее продвижение; ценовую политику; координацию работы различных функциональных подразделений и альтернативные действия в конкретных ситуациях. Таким образом, маркетинговая стратегия на международном рынке представляет собой систему действий предприятия, при которой его внутренняя среда адаптируется к внешним условиям. Выбор стратегии международного маркетинга может быть обусловлен различными причинами, например, необходимостью продления жизненного цикла товара, увеличением потенциала рынка с целью расширения объема производства и экономии на масштабах, использованием сравнительных преимуществ зарубежных рынков по условиям конкуренции и емкости рынка.

Стратегическое управление международной деятельностью компании на рынке товаров повседневного спроса является совокупностью целого ряда подсистем, таких как: ассортиментная стратегия; товарная или продуктовая стратегия; маркетинговая сбытовая стратегия; рыночная конкурентная стратегия; внешнеэкономическая стратегия и многие др. [3, с. 41-49].

Товарные стратегии на рынке FMCG предусматривают простой, усложненный и сложный ассортимент продуктового портфеля, а именно [4, с. 27-28]:

Простой или моно - продуктовый портфель состоит из одного вида товара или одной категории товара (например, Coca-Cola или Pepsi – Cola являются брендами одного безалкогольного напитка);

Усложненный продуктовый портфель состоит из двух или трех видах продуктов (например, Cadbury Schweppes выпускает безалкогольные напитки и кондитерские изделия);

Сложный или мульти-продуктовый портфель включает более трех видов продуктов (например, разнообразная продукция компаний Procter&Gambel, Nestle, Unilever и др.).

На рынке FMCG для управления и расширения сбыта применяется, преимущественно, стратегия интенсивного сбыта, при которой вне зависимости от формы деятельности формируются сложные сбытовые цепочки с использованием максимального числа торговых посредников. Важнейшим преимуществом этой стратегии, обеспечивающим ее наиболее частое практическое применение, является максимизация охвата рынка, а недостатком является сложность контроля товарооборота.

Основными рыночными конкурентными стратегиями, применяемыми на рынке FMCG являются [5, с. 17-19]:

1. Стратегия расширения рынка сбыта путем выхода на внешние рынки – используется в случае максимального охвата национального рынка. Новыми рынками сбыта при применении данной стратегии становятся рынки стран, где отмечается активный экономический рост, повышение благосостояния населения, а, соответственно и рост частоты потребления, а также сдвиг спроса в сторону более дорогих товаров.

2. Стратегия поглощения лидеров в наиболее привлекательных и выгодных сегментах – применяется крупнейшими мировыми компаниями, имеющими большие финансовые и материальные ресурсы.

3. Стратегия поглощения лидеров путем реструктуризации портфеля продуктов бренда – является одним из самых распространенных методов повышения продаж крупных компаний, имеющих сложный мульти-продуктовый портфель.

4. Стратегия образования альянсов с конкурентами – основным преимуществом использования данной стратегии является трансформация конкурентов в партнеров по бизнесу.

5. Стратегия управления инновациями – предоставляет возможность эффективного вывода новых товаров на рынок FMCG.

Основными этапами принятия решения компании о выходе на зарубежный рынок являются:

1. Взвешенная оценка стоимости, ресурсов, степени риска, инвестиций, управленческих компетенций и уровня контроля за процессом выхода на зарубежный рынок;

2. Четкое осознание и понимание своего времени выхода на рынок для принятия решения выбора стратегии, т.е. стать первопроходцем и первым предпринять попытку выхода на новый рынок или стать последователем, следуя за компанией-лидером;

3. Определение масштаба выхода на новый зарубежный рынок путем быстрого агрессивного захвата зарубежного рынка или постепенного последовательного, сегмента за сегментом, расширения бизнеса;

4. Выбор ключевого рынка для последующего выхода на другие международные рынки.

Основными внешнеэкономическими стратегиями для выхода компании на зарубежный рынок являются: интернализация, посредничество и экстернализация.

Стратегия интернализации представляет собой инвестиционный способ расширения бизнеса путем иерархического построения бизнеса, предполагающий осуществление полного контроля ведения бизнеса на целевом зарубежном рынке посредством полного владения компанией в иностранном государстве. Основными формами интернализации являются: филиал головной компании и отдельное предприятие, независимое от головной компании. Основными инвестиционными стратегиями выхода

на зарубежный рынок путем иерархического построения бизнеса являются: покупка уже существующего бизнеса или построение новой компании.

Покупка уже существующего бизнеса на целевом зарубежном рынке – осуществляется путем слияния или покупки контрольного пакета акций уже существующей компании в целевой стране. Основными преимуществами данной стратегии проникновения на международный рынок являются [6, с.27]:

- Обеспечение высокого уровня контроля ведения бизнеса;
- Меньшие затраты, чем при построении нового бизнеса;
- Обеспечение компании определенной доли на целевом рынке;
- Снижение будущей конкуренции за счет поглощения потенциального конкурента.

Основная сложность покупки готового бизнеса в другой стране заключается в необходимости знаний всех законодательных ограничений и правил приобретения бизнеса на территории этой страны; наличия достаточного штата специалистов высокой квалификации для

проведения слияния и организации интеграционных процессов между компаниями; проведения полного тщательного анализа потенциального объекта для покупки.

Построение новой компании на территории целевого иностранного государства является еще одной инвестиционной стратегией проникновения на международный рынок и предусматривает расширение бизнеса компании на международном внешнем рынке посредством строительства нового производственного объекта. Основными преимуществами данной инвестиционной стратегии проникновения на международный рынок являются: минимизация рисков; обеспечение полного контроля за ведением бизнеса в целевой стране; максимальная оптимизация бизнес-процессов между головной компанией и компанией, расположенной в целевой стране. Основными недостатками являются высокие затраты на строительство нового производственного объекта и длительность по времени выхода на международный рынок.

Таким образом, для иерархического построения бизнеса характерны: высокий уровень контроля над ведением бизнеса в другой стране; высокая степень рисков; низкая гибкость.

Стратегия посредничества на зарубежном рынке – это такой вид международной деятельности на зарубежном рынке, когда компания не полностью — вид работы с внешними рынками, предполагающий разделение компанией и посредником не только владения бизнесом на иностранной территории, но и определенную степень ответственности и контроля, путем передачи компанией посреднику своих знаний опыта, навыков и части ресурсов и получения в обмен от посредника гарантии выполнения на целевом зарубежном рынке стратегии компании и определенной гарантии выполнения плана продаж, установленного компанией [7, с.114-120].

Основные виды посредничества на зарубежном рынке: лицензирование; совместное предприятие; контрактное производство; франчайзинг.

Лицензирование в международной деятельности компании – представляет собой такой вид посредничества, при котором компанией одной страны передаются права другой компании (лицензиату) из другой страны по использованию своих уникальных процессов производства, патентов, товарных знаков, технологических достижений и других ценных навыков за вознаграждение, установленное договором. Основными преимуществами лицензирования, как организации международной деятельности компании являются: установление компанией для лицензиата жестких условий по соблюдению бизнес-процессов и маркетинговой стратегии компании; оптимизация организации производства на территории иностранного государства является удобным способом организации местного производства на целевом внешнем рынке; низкий уровень капиталовложений. Основными недостатками лицензирования, как организации международной деятельности компании являются: возможность при завершении сроков действия контракта с посредником утраты уникальности знаний о бизнесе и самостоятельного применения посредником полученного ценного опыта работы на рынке, что приведет к трансформации посредника из партнера в сильного конкурента; сложность установления контроля за деятельностью лицензиата по соблюдению им маркетинговой стратегии и установленных правил работы компании.

Контрактное производство, как форма посредничества на международном рынке, заключается в передаче лицензиату производства компании на целевом международном рынке при сохранении за головной компанией функций маркетинга, продаж, послепродажного сервиса и дистрибуции. Преимуществами контрактного производства являются: отсутствие необходимости в строительстве собственных производственных площадок на зарубежном рынке, что приводит к значительному снижению затрат; сохранение контроля компании за осуществлением самых важных функций маркетинга, продаж, послепродажного сервиса и дистрибуции; преодоление высоких входных барьеров на целевой рынок; отсутствие необходимости адаптации цены под конъюнктуру рынка. Недостатками контрактного производства являются: сложный процесс перевода производства высокотехнологичных

продуктов в другую страну; трудность нахождения в другой стране компетентного, надежного партнера, вызывающего доверие; наличие рисков заимствования ценных навыков работы и технологий и их самостоятельное применение бывшим партнером на целевом рынке в долгосрочной перспективе.

Совместное предприятие – это такая форма посреднической деятельности, когда компания и один из игроков целевого зарубежного рынка создают на территории целевой зарубежной страны предприятие с разделением степени ответственности и рисков между собственниками. Основными преимуществами совместного предприятия для компании являются: доступ к дистрибьюторской сети партнера, к его контактам и знаниям рыночной специфики на целевом рынке, разделении рисков с партнером, производственной базы партнера, снижение затрат на проникновение на зарубежный рынок, устранение высоких входных барьеров на зарубежный рынок. Основными преимуществами совместного предприятия для партнера компании являются: доступ к знаниям, патентам, технологии, ресурсам компании, разделении рисков с компанией. Недостатками создания совместного предприятия на зарубежном рынке как стратегии выхода на внешние рынки является риск возникновения разногласий и управленческих конфликтов из-за разных приоритетов и целей компании и ее партнера [8, с. 81-88].

Франчайзинг на международном рынке – это особый вид посреднической деятельности и является разновидностью лицензирования международной деятельности, когда одна компания (франчайзер) предлагает право на конкретный вид бизнеса в виде лицензии на осуществление деятельности под своей торговой маркой другой компании (франчайзи) за оплату (роялти), используя разработанную систему ведения бизнеса [9, с.16]. Через систему франчайзинга крупные фирмы осуществляют захват новых рынков с минимальным для риска для себя. В свою очередь мелкая фирма на целевом рынке, благодаря постоянной поддержке материнской фирмы, использует систему франчайзинга для скорейшего открытия своего дела на своем национальном рынке, а также для быстрого преодоления проблем, возникающих на первоначальном этапе создания предприятия. Однако при внедрении и развитии франчайзинга существуют и недостатки, связанные с определенными рисками, а именно: сложность внедрения франшизы в существующие компании на рынке (освоение новых правил и технологий ведения бизнеса, подчинение стандартам); недостаточное количество специалистов, которые занимаются постановкой на предприятии франшизы; большая степень недоверия к франшизе из-за недостаточной степени осведомленности предпринимателей; необходимость со стороны франчайзера постоянной поддержки и контроля франчайзи. Тем не менее, несмотря на наличие определенных рисков, система франчайзинга дает значительно больше преимуществ, чем недостатков, поэтому активно используется во всем мире.

Таким образом, характерными чертами посредничества, как способа организации международной деятельности предприятия, являются: трансформация потенциальных конкурентов в партнеров; разделение рисков и контроля; снижение затрат на совместную собственность и управление.

Стратегия экстернализации – это экспортная деятельность, предполагающая производство товаров и услуг на основном внутреннем рынке компании и их продажу на целевом зарубежном рынке. Основными направлениями экспортной деятельности, в зависимости от степени делегирования полномочий, являются: прямой; косвенный; совместный экспорт [10, с. 61].

Прямой экспорт – это направление экспортной деятельности при котором продажа товаров компанией на зарубежный рынок осуществляется через заключение прямых контрактов с торговыми посредниками и дилерами зарубежного рынка, причем вся операционная деятельность ведется компанией.

Косвенный экспорт – является направлением экспортной деятельности при котором продажа товаров компании на целевом зарубежном рынке осуществляется посредником,

выбранным компанией на своем национальном рынке, который имеет опыт работы и сеть дилеров на целевом зарубежном рынке.

Совместный экспорт – представляет собой кооперацию компании с другими компаниями на национальном рынке, чтобы организовать совместными усилиями прямые поставки товара на целевой зарубежный рынок. Такую стратегию предпочитают небольшие компании, не имеющие достаточные ресурсы и масштаб производства для выхода на зарубежные рынки. Преимуществами стратегии экстернализации являются минимальные риски и снижение затрат при выходе на международный рынок, а недостаток заключается в низком уровне контроля выбранных торговых посредников в целевой стране.

В процессе экспортной деятельности компания формирует понимание реального спроса на товар, определить его слабые стороны с учетом национальной специфики потребления, а затем сменить стратегию на более контролируруемую, обусловленную собственным присутствием на рынке.

Таким образом, характерные особенности стратегии экстернализации заключаются в низком уровне контроля; снижение степени рисков и высокой гибкости.

Таким образом, успешное проникновение казахстанских компании на внешний рынок, во многом, зависит от правильности выбора и тщательности разработки маркетинговой стратегии государства. Большое значение в этом процессе уделено рынку товаров повседневного спроса FMCG представляет собой экономическую систему, включающую производство, обращение и распределение товаров потребления казахстанцев. Задача государства создать стратегию интенсивного сбыта, при которой формируются сложные сбытовые цепочки с использованием максимального числа торговых посредников, использовать конкурентные стратегии на рынке FMCG: стратегия расширения рынка сбыта путем выхода на внешние рынки; стратегия поглощения лидеров в самых привлекательных сегментах; стратегия образования альянсов с конкурентами; стратегия управления инновациями; стратегия поглощения лидеров и реструктуризации портфеля продуктов. Отечественным компаниям необходимо знать, что основными внешнеэкономическими стратегиями выхода компании на зарубежный рынок являются: стратегия интернализации (иерархическое построение бизнеса), стратегия посредничества (лицензирование, франчайзинг, контрактное производство, совместное предприятие) и стратегия экстернализации (прямой, косвенный, совместный экспорт).

Основные приоритеты Послания Главы государства Н.А. Назарбаева, направленные на продвижение нашей страны в число наиболее конкурентоспособных и динамично развивающихся государств мира, несомненно, являются предельно важным этапом в осуществлении стратегических задач в области экономики, стоящих перед независимой Республикой Казахстан.

Среди главных составляющих, которые позволяют Казахстану претендовать на место в группе стран, входящих в верхнюю часть таблицы мирового рейтинга, необходимо отметить его место в мировой экономике.

СПИСОК ИСПОЛЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гоф Л. FMCG. Продажи товаров широкого потребления. – М.: RINO, перевод с англ. Василькевич К., 2004 г., с. 51-57
2. Овчинникова И.В. Торговый маркетинг товаров повседневного спроса. – М.: Спутник +, 2017 г., с. 17-18
3. Зотов В. Ассортиментная политика фирмы. – М.: Эксмо, 2007 г., с. 41-49
4. Гушин В. FMCG. Как наладить бизнес-процессы, обойти конкурентов, встроиться в матрицу и закрепиться на полке. – Санкт-Петербург: Питер, 2017 г., с. 27-28
5. Тейн Г. Брэдли Дж. Торговые войны. Битва за успех на прилавках и онлайн. – М.: Альпина Паблишер, пер. с англ. Андреева А., 2013 г., с. 17-19
6. Новицкий М. Покупка готового бизнеса. – М.: Феникс, 2014 г., с. 27
7. Арустамов Э. А., Андреева Р.С. Внешнеэкономическая деятельность. – М.: КноРус, 2013 г., с.114-120
8. Волков Г.А., Солодков Г.П. Международная торговля. – М.: Феникс, 2008 г., с. 81-88
9. Меркулов А., Фокин В. и др. Франчайзинг от А до Я. – М.: Феникс, 2013 г., с.16
10. Довженко Г. В., Шуниборова А. И. Стратегии выхода предприятий на внешние рынки. Журнал «THESAURUS» (№1), 2015 г., с. 61

МАЗМҰНЫ

Айтмағамбетов Д.Р., Азмұханова А.М., Нұрсұлтанова Л.Н.	
ҚАЗАҚСТАН ЖӘНЕ ВЬЕТНАМ: ЫНТЫМАҚТАСТЫҚТАН ТӘЖІРИБЕГЕ.....	5
Ахметжанова А.Т., Алина А.Д.	
XX ҒАСЫРДЫҢ 20-30 ЖЫЛДАРЫНДАҒЫ КЕҢЕС ОДАҒЫНЫҢ МӘДЕНИЕТ ЖӘНЕ БІЛІМ БЕРУ САЛАСЫНДАҒЫ ЖАҢАШЫЛДЫҚТАРЫ.....	12
Алимжанова А.Ш., Шаймерденова М.Д.	
ЗАМАНАУИ БІЛІМ: ҚОҒАМДЫҚ ПІКІРДІ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАУДЫҢ НЕГІЗГІ ҚАҒИДАСЫ.....	20
Арепова А.Д., Морякова М.Т.	
АҚ ОРДАНЫҢ САЯСИ ТАРИХЫНЫҢ КЕЙБІР МӘСЕЛЕЛЕРІ (XIII–XV ғғ. басы).....	25
Балықбай А.К.	
ҚАЗАҚ КИНОДРАМАТУРГИЯСЫНЫҢ ҚАЛЫПТАСУ ТАРИХЫ ЖӘНЕ КЕЗЕҢДЕРІ.....	33
Боранбаева Б.С.	
ШЫҒЫС МАЙДАНЫНА ҚАТЫСҚАН ОРАЛ Өңірінің қазақ қыздары.....	41
Горячев А.А., Егорова Т.А., Егорова К.А.	
ХАНТАУ ТАУЫНЫҢ ЕЖЕЛГІ ПЕТРОГЛИФТЕРІ.....	58
Ғабитханұлы Қ.	
ҚЫТАЙ ЖЫЛНАМАЛАРЫНДАҒЫ ТҮРКІЛІК СӨЗДЕРДІ АУДАРУ, РЕКОНСТРУКЦИЯЛАУ, БІРІЗДЕНДІРУ МӘСЕЛЕСІ.....	73
Ғабитханұлы Қ., Ғабит Е.	
«ТӨҢІР ТАУ» (немесе Тянь-Шань) ҒҰНДАРДАН ҚАЛҒАН АТАУ.....	79
Жанибай С.Б.	
МҰСТАФА ШОҚАЙ ЕҢБЕКТЕРІНДЕГІ ТАРИХТЫ ЗЕРТТЕУДІҢ МЕТОДОЛОГИЯЛЫҚ ҰСТАНЫМДАРЫ...83	
Жанибай С.Б.	
1920-1940 ЖЫЛДАРДАҒЫ ТҮРКІСТАНДАҒЫ КЕҢЕСТІК БІЛІМ БЕРУ ЖҮЙЕСІНІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ.....	92
Жолсейітова М.Ә.	
ЮСУФ АҚЧУРАНЫҢ ЖАС ТҮРІКТЕР БІЛІГІ ТҰСЫНДАҒЫ ҚЫЗМЕТІ.....	105
Жолсейітова М.Ә.	
ЖӘДИДШІЛДІКТІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ МЕН ДАМУЫНДАҒЫ И. ГАСПЫРАЛЫНЫҢ РӨЛІ.....	116
Жұмай Г.	
ҚОРЫҚ-МУЗЕЙДІҢ ЗЕРТТЕУ НЫСАНДАРЫ.....	128
Калыш А.Б., Исаева А.И.	
ҒЫЛЫМИ ЖӘНЕ ОҚУ ҮДЕРІСІНДЕГІ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ОРТАЛЫҚ МЕМЛЕКЕТТІК МУЗЕЙІНІҢ ДАЙЫНДАҒАН ҒЫЛЫМИ-ЭТНОГРАФИЯЛЫҚ ЭНЦИКЛОПЕДИЯСЫНЫҢ ОРНЫ.....	136
Камалдинов И.Р., Савельева Т.В.	
ІЛЕ АҢҒАРЫНДАҒЫ ҰЛЫ ЖІБЕК ЖОЛЫНЫҢ БАҒЫТЫ (археологиялық деректер бойынша).....	145
Керімбаев Е.Ә., Набижанқызы З.	
КОНФУЦИЙ ИНСТИТУТТАРЫНЫҢ ҚҰРЫЛУЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ҚЫЗМЕТІ.....	159
Қабдолдина К.Қ.	
КЕҢЕСТІК ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚАЗАҚ ӘЙЕЛДЕРІНІҢ ТЕНДІК МӘСЕЛЕСІ.....	169
Қабылдинов З.Е., Борбасов С.М., Қозыбаева М.М.	
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ ЭТНОГРАФИЯЛЫҚ КЕЛБЕТІНІҢ АЙНАСЫ.....	175
Қаипбаева А.Т	
ІЛИЯС ОМАРОВ ЖӘНЕ ҰЛТТЫҚ МӘДЕНИ МҰРА.....	182
Қали А., Сәкенұлы Қ., Айдаралиева Ә.	
АҚТӨБЕ Өңіріндегі «АЛАШ ОРДА» ҚАЙРАТКЕРЛЕРІНІҢ ҚЫЗМЕТІ ТУРАЛЫ (Ақтөбе облыстық мемлекеттік архиві материалдары бойынша).....	197
Құдайбергенұлы Б., Каримова А.Е., Садыкова А.М.	
ҚАЗАҚ ҚАЙРАТКЕРІ Н.НҰРМАҚОВТЫҢ ҚОНЫСТАНДЫРУ САЯСАТЫНА ҚАТЫСТЫ САЯСИ ҰСТАНЫМЫ.....	215
Қыдырбаев Қ.А.	
МӘМЛҮК-ҚЫПШАҚ СҰЛТАНДЫҒЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ӘЛЕМ ӨРКЕНИЕТІНЕ ҚОСҚАН ҮЛЕСІ.....	222

Мейрманова Г.А., Дауытбекова М.Қ. ДӘСТҮРЛІ ҚАЗАҚ ҚОҒАМЫНДАҒЫ БАТЫРЛАР ЭТИКЕТІ.....	233
Мұқаметханұлы Н., Мадиев Д.А. ҚЫТАЙДЫҢ БАТЫС БӨЛІКТІ ҚАУЫРТ ИГЕРУ СТРАТЕГИЯСЫ ЖӘНЕ ШЫҢЖАҢНЫҢ ШЕКАРА ӨҢІРІНІҢ ӘЛЕУМЕТТІК ДАМУЫ.....	243
Мырзабекова Р.С., Мырзабеков М.С. ТАНЗИМАТ ДӘУІРІНДЕГІ РЕФОРМАТОРЛЫҚ ҚОЗҒАЛЫСТАР.....	251
Нурмухамбет Ә.Б., Сайн Э.Д. ҚАЗАҚСТАН КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІНІҢ МАРКЕТИНГТІК СТРАТЕГИЯЛАРЫ.....	258
Сабденова Г.Е., Усерова А.Н. ҚАЗАҚТЫҢ ДӘСТҮРЛІ ҚҰҚЫҚ МӘДЕНИЕТІ МЕН ҰЛТТЫҚ ТӘЛІМ ТӘРБИЕСІНІҢ ТАРИХИ БАСТАУЛАРЫ.....	265
Сабырова Ә.С. ЖЫРАУЛЫҚ ПОЭЗИЯДАҒЫ «БАТЫРШЫЛДЫҚ».....	273
Садықов Т.С., Набиев С.Т. АКАДЕМИК М.Қ.ҚОЗЫБАЕВ ЕҢБЕКТЕРІНДЕГІ ҚАЗАҚ АЗАТТЫҚ КҮРЕСІНІҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ.....	279
Сайынов Д. АҚТӨБЕ ӨҢІРІНДЕГІ ДІНИ ҚАЙРАТКЕРЛЕРДІҢ РУХАНИ ҚЫЗМЕТІ.....	285
Сәкенов С.Қ. СОЛТҮСТІК ҚАЗАҚСТАННЫҢ ҚОЛА ДӘУІРІНІҢ ТҮРҒЫН ҮЙЛЕРІ.....	296
Сериккалиева А.Е., Ашинова Ж.Е., Набижанқызы З. ШЫҰ ЕРКІН САУДА АЙМАҒЫНЫҢ ЖОБАСЫ: МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН КЕЛЕШЕГІ.....	304
Сыздыкова А.М. ЕРТІС ӨҢІРІНІҢ КЕҢЕСТІК ОТЫН-ЭНЕРГЕТИКАЛЫҚ КЕШЕНДЕРІНДЕГІ ҚОРШАҒАН ОРТАНЫ ҚОРҒАУДЫ БАСҚАРУДЫҢ ТАРИХЫ (1970-1990).....	308
Төлебаев Т.Ә., Әбікенова Г.Е. ДӘСТҮРЛІ МЕТОДОЛОГИЯЛЫҚ БАҒЫТТАР ЖӘНЕ ПРОТОТҮРІКТЕРДІҢ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ ГЕОГРАФИЯСЫ: ТАРИХНАМАЛЫҚ АСПЕКТ.....	317
Шаймерденова М.Д. ҚАЗАҚСТАН ТАРИХЫ ОҚУЛЫҚТАРЫНЫҢ АВТОРЛАРЫ АҚПАРАТ ЖӘНЕ МӘДЕНИЕТ ТАСУШЫЛАРЫ РЕТІНДЕ: ТІЛ ТҰЛҒАЛАРЫН РЕТРОСПЕКТИВТІ ШОЛУ.....	323

СОДЕРЖАНИЕ

Айтмагамбетов Д.Р., Азмуханова А.М., Нурсултанова Л.Н. КАЗАХСТАН И ВЬЕТНАМ: ОТ СОГЛАШЕНИЙ К ПРАКТИКЕ.....	5
Ахметжанова А.Т., Алина А.Д. НОВОВВЕДЕНИЯ СОВЕТСКОЙ ВЛАСТИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ОБРАЗОВАНИЯ в 20-30-е ГОДЫ XX ВЕКА.....	12
Алимжанова А.Ш., Шаймерденова М.Д. СОВРЕМЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: КЛЮЧЕВОЙ АСПЕКТ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ.....	20
Арепова А.Д., Морякова М.Т. ВОПРОСЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИСТОРИИ АК ОРДЫ (XIII – НАЧАЛО XV ВВ.).....	25
Балықбай А.К. ИСТОРИЯ И ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ КАЗАХСКОЙ КИНОДРАМАТУРГИИ.....	33
Боранбаева Б.С. КАЗАШКИ ПРИУРАЛЬЯ – УЧАСТНИЦЫ ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ НА ДАЛЬНЕВОСТОЧНОМ ФРОНТЕ.....	41
Горячев А.А., Егорова Т.А., Егорова К.А. ДРЕВНИЕ ПЕТРОГЛИФЫ ГОР ХАНТАУ.....	58
Габитханұлы К. ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА, РЕКОНСТРУКЦИИ, ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ ТЮРКСКИХ СЛОВ В КИТАЙСКИХ ЛЕТОПИСЯХ.....	73
Габитханұлы К., Габит Е. ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ НАЗВАНИЕ «ТАНИРТАУ» (ИЛИ ТЯНЬ-ШАНЬ) - НАСЛЕДИЕ ГУННОВ.....	79
Жанибай С.Б. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ИСТОРИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ МУСТАФЫ ШОКАЯ.....	83
Жанибай С.Б. СТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТСКОЙ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРКЕСТАНЕ В 1920-1940-Е ГОДЫ.....	92
Жолсейітова М.Ә. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЮСУФА АКЧУРИНА В ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ МЛАДОТУРОК.....	105
Жолсейітова М.Ә. РОЛЬ И ГАСПЫРАЛЫ В СТАНОВЛЕНИИ И РАЗВИТИИ ДЖАДИДИЗМА.....	116
Жумай Г. ОБЪЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЗАПОВЕДНИКА-МУЗЕЯ.....	128
Калыш А.Б., Исаева А.И. МЕСТО НАУЧНО-ЭТНОГРАФИЧЕСКОЙ ЭНЦИКЛОПЕДИИ ЦГМ РК В НАУЧНО - ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ.....	136
Камалдинов И.Р., Савельева Т.В. НАПРАВЛЕНИЯ ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ В ИЛИЙСКОЙ ДОЛИНЕ (по археологическим источникам).....	145
Керимбаев Е.А., Набижанкызы З. СТАНОВЛЕНИЕ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИНСТИТУТОВ КОНФУЦИЯ.....	159
Кабдолдина К.К. ПРОБЛЕМА РАВЕНСТВА КАЗАХСКИХ ЖЕНЩИН В СОВЕТСКОМ КАЗАХСТАНЕ.....	169
Кабульдинов З.Е., Борбасов С.М., Қозыбаева М.М. ЗЕРКАЛО ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ОБРАЗА КАЗАХОВ.....	175
Каипбаева А.Т. ИЛЬЯС ОМАРОВ И НАЦИОНАЛЬНОЕ КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ.....	182
Кали А., Сакенұлы К., Айдаралиева А. О ДЕЯТЕЛЯХ «АЛАШ ОРДЫ» АКТЮБИНСКОГО КРАЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ АКТЮБИНСКОГО ОБЛАСТНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АРХИВА).....	197
Құдайбергелұлы Б., Каримова А.Е., Садыкова А.М. ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ КАЗАХСКОГО ДЕЯТЕЛЯ Н. НУРМАКОВА В ОТНОШЕНИИ ПЕРЕСЕЛЕНЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ.....	215
Кыдырбаев К.А. МАМЛЮК-КИПЧАКСКИЙ СУЛТАНАТ И ЕГО ВКЛАД В МИРОВУЮ ЦИВИЛИЗАЦИЮ.....	222

Мейрманова Г.А., Дауытбекова М.Қ. ЭТИКЕТ ГЕРОЕВ В ТРАДИЦИОННОМ КАЗАХСКОМ ОБЩЕСТВЕ.....	233
Мухаметханулы Н., Мадиев Д.А. СТРАТЕГИЯ НАПРЯЖЕННОГО ОСВОЕНИЯ ЗАПАДНОЙ ЧАСТИ КИТАЯ И СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ПРИГРАНИЧНОГО РЕГИОНА СИНЬЦЗЯН.....	243
Мырзабекова Р.С., Мырзабеков М.С. РЕФОРМАТОРСКИЕ ДВИЖЕНИЯ В ЭПОХУ ТАНЗИМАТА.....	251
Нурмухамбет Ә.Б., Сайн Э.Д. МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КАЗАХСТАНА....	258
Сабденова Г.Е., Усерова А.Н. ИСТОРИЧЕСКИЕ КОРНИ ТРАДИЦИОННОЙ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ И НАЦИОНАЛЬНОГО ВОСПИТАНИЯ КАЗАХОВ.....	265
Сабирова А.С. ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС «БАТЫРШЫЛДЫҚ» В ЭПИЧЕСКОЙ ПОЭЗИИ.....	273
Садыков Т.С., Набиев С.Т. ВОПРОСЫ ОСВОБОДИТЕЛЬНОЙ БОРЬБЫ КАЗАХОВ В ТРУДАХ АКАДЕМИКА М.К. КОЗЫБАЕВА.....	279
Сайнов Д. ДУХОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕЛИГИОЗНЫХ ДЕЯТЕЛЕЙ В АКТЮБИНСКОМ КРАЕ.....	285
Сакенов С.К. ДОМА ЭПОХИ БРОНЗЫ СЕВЕРНОГО КАЗАХСТАНА.....	296
Сериккалиева А.Е., Ашинова Ж.Е., Набижанкызы З. ПРОЕКТ ЗОНЫ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ ШОС: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	304
Сыздыкова А.М. ИСТОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ НА СОВЕТСКИХ ТОПЛИВНО- ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРИИРТЫШЬЯ (1970-1990).....	308
Тулебаев Т.А., Абикенова Г.Е. ТРАДИЦИОННЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ ПРОТОТЮРКОВ: ИСТОРИОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ.....	317
Шаймерденова М.Д. АВТОРЫ КАЗАХСТАНСКИХ УЧЕБНИКОВ ПО ИСТОРИИ КАЗАХСТАНА КАК НОСИТЕЛИ ИНФОРМАЦИИ И КУЛЬТУРЫ: ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В РЕТРОСПЕКТИВЕ.....	323

CONTENTS

Aitmagambetov D., Azmukhanova A., Nursultanova L. KAZAKHSTAN AND VIETNAM: FROM AGREEMENTS TO PRACTICE.....	5
Akhmetzhanova A.T., Alina A.D. INNOVATIONS OF SOVIET POWER IN THE FIELD OF EDUCATION IN THE 1920-1930s.....	12
Alimzhanova A., Shaimerdenova M. MODERN EDUCATION: THE KEY ASPECT OF MODERNIZATION OF PUBLIC CONSCIOUSNESS.....	20
Arepova A.D., Moryakova M.T. THE ISSUES OF THE POLITICAL HISTORY OF AK ORDA (XIII - EARLY XV CENTURIES).....	25
Balykbay A.K. HISTORY AND STAGES OF THE FORMATION OF KAZAKH FILM DRAMA.....	33
Boranbayeva B.S. KAZAKH WOMEN OF THE URALS-PARTICIPANTS OF MILITARY ACTIONS ON THE FAR EASTERN FRONT.....	41
Goriachev A.A., Egorova T.A., Egorova K.A. ANCIENT PETROGLYPHS OF KHANTAU MOUNTAINS.....	58
Gabitkhanuly K. ISSUES OF TRANSLATION, RECONSTRUCTION, CONSISTENCY OF TURKIC WORDS IN CHINESE CHRONICLES.....	73
Gabitkhanuly K., Gabit Y. «TANGIRTAU» (OR TIAN-SHAN) IS THE HUN HERITAGE THE GEOGRAPHICAL NAME "TANGIRTAU" (OR TYANSHAN) IS THE HUN HERITAGE.....	79
Zhanibay S. METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE STUDY OF HISTORY IN THE WRITINGS OF MUSTAFA SHOKAY.....	83
Zhanibay S. FORMATION OF THE SOVIET EDUCATION SYSTEM IN TURKESTAN IN THE 1920-1940S.....	92
Zholseitova M. THE ACTIVITIES OF YUSUF AKCHURIN DURING YOUNG TURKS PERIOD.....	105
Zholseitova M. I. GASPYRALY'S ROLE IN THE ESTABLISHMENT AND DEVELOPMENT OF JADIDISM.....	116
Zhumai G. OBJECTS RESEARCH OF THE RESERVE-MUSEUM.....	128
Kalysh A., Isayeva A. PLACE OF SCIENTIFIC AND ETHNOGRAPHIC ENCYCLOPEDIA OF THE CENTRAL STATE MUSEUM OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN IN THE SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL PROCESS.....	136
Kamaldinov I.R., Savelyeva T.V. DIRECTIONS OF THE GREAT SILK ROAD IN THE ILE VALLEY (according to archaeological sources).....	145
Kerimbaev Y.A., Nabizhankyzy Z. THE FORMATION AND ACTIVITIES OF CONFUCIUS INSTITUTES.....	159
Kabdoldina K.K. THE PROBLEM OF EQUALITY OF KAZAKH WOMEN IN THE SOVIET KAZAKHSTAN.....	169
Kabuldinov Z.E., Borbasov S.M., Kozybayeva M.M. MIRROR OF THE ETHNOGRAPHIC IMAGE OF THE KAZAKH.....	175
Kaipbaeva A.T. ILYAS OMAROV AND THE NATIONAL CULTURE HERITAGE.....	182
Kali A., Sakenuly K., Aidaraliev A. ON THE "ALASH ORDA" FIGURES FROM AKTOBE KRAI (ACCORDING TO THE MATERIALS OF THE AKTOBE REGIONAL STATE ARCHIVE).....	197
Kudaybergenuly B., Karimova A.E., Sadykova A.M. THE POLITICAL POSITION OF THE KAZAKH LEADER N. NURMAKOV IN RELATION TO THE RESETTLEMENT POLICY.....	215
Kydyrbayev K.A. THE MAMLUK-KIPCHAK SULTANATE AND HIS CONTRIBUTION TO THE WORLD'S CIVILIZATION.....	222

Meirmanova G.A., Daytbekova M.K.	
HEROES OF THE TRADITIONAL KAZAKH SOCIETY.....	233
Mukhametkhanuly N., Madiev D.A.	
THE STRATEGY OF RAPID DEVELOPMENT OF THE WESTERN PART OF CHINA AND THE SOCIAL DEVELOPMENT OF THE BORDER REGION OF XINJIANG.....	243
Myrzabekova R., Myrzabekov M.	
REFORM MOVEMENTS IN THE EPOCH OF TANZIMAT.....	251
Nurmukhambet A.B., Sayn E.D.	
MARKETING STRATEGIES OF KAZAKHSTAN ENTERPRISES' INTERNATIONAL ACTIVITIES.....	258
Sabdenova G.E., Userova A.N.	
HISTORICAL ROOTS OF TRADITIONAL LEGAL CULTURE AND NATIONAL NURTURING OF KAZAKHS.....	265
Sabirova A.S.	
ETHIC CODE OF "BATYRSHYLDYK" IN THE EPIC POETRY.....	273
Sadykov T., Nabyev S.	
THE ISSUES OF KAZAKH LIBERATION STRUGGLE IN THE WRITINGS OF THE ACADEMICIAN M.K. KOZYBAYEV.....	279
Sainov D.	
THE SPIRITUAL ACTIVITIES OF THE RELIGIOUS LEADERS IN AKTOBE REGION.....	285
Sakenov S.K.	
BRONZE AGED DWELLINGS IN NORTHERN KAZAKHSTAN.....	296
Serikkalieva A.E., Ashinova Zh.E., Nabizhankyzy Z.	
PROJECT OF THE SCO FREE TRADE ZONE: PROBLEMS AND PROSPECTS.....	304
Syzdykova A.M.	
HISTORY OF MANAGEMENT OF ENVIRONMENTAL PROTECTION AT SOVIET FUEL AND ENERGY ENTERPRISES IN THE PRIYRTISHIYA (1970-1990).....	308
Tulebayev T.A., Abikenova G.E.	
TRADITIONAL METHODOLOGICAL DIRECTIONS AND LINGUISTIC GEOGRAPHY OF PROTO- TURKS: HISTORIOGRAPHIC ASPECT.....	317
Shaimerdenova M.D.	
THE AUTHORS OF KAZAKHSTANI TEXTBOOKS ON THE HISTORY OF KAZAKHSTAN AS CARRIERS OF INFORMATION AND CULTURE: A LANGUAGE PERSON IN RETROSPECTIVE.....	323

EDU.E-HISTORY.KZ

электрондық ғылыми журналы 2019. 1(17)

Бас редактор:
Қабылдинов З.Е.

Компьютерде беттеген:
Зикирбаева В.С.

Жарияланған күні: 30.03.2019.
Пішімі 70x100/16. Баспа табағы 26,6.

Құрылтайшысы және баспагері:
Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігі Ғылым комитеті
Ш.Ш. Уәлиханов атындағы Тарих және этнология институты
ШЖҚ РМК

Редакция мен баспаның мекен-жайы:
050010, Қазақстан Республикасы, Алматы қ., Шевченко көш., 28-үй
ҚР ҒЖБМ ҒК Ш.Ш. Уәлиханов атындағы Тарих және этнология институты
ШЖҚ РМКТел.: +7 (727) 261-67-19, +7 (727) 272-47-59

Е-mail: edu.history@bk.ru.
Журнал сайты: <https://edu.e-history.kz>

Ш.Ш. Уәлиханов ат. ТжЭИ басылған:
050010 Қазақстан Республикасы, Алматы қ., Шевченко көш., 28-үй