

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ  
ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ  
ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТІ**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН  
ТОРАЙҒЫРОВ УНИВЕРСИТЕТ**

**«XVI ТОРАЙҒЫРОВ ОҚУЛАРЫ» АТТЫ  
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК  
КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ  
МАТЕРИАЛДАРЫ**

**МАТЕРИАЛЫ  
МЕЖДУНАРОДНОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«XVI ТОРАЙҒЫРОВСКИЕ ЧТЕНИЯ»**

**ТОМ 4**

**ПАВЛОДАР  
2024**

**Редакция алқасының бас редакторы:**

Ержанов Н. Т., б.ғ.д., профессор, «Торайғыров университеті» КеАҚ Басқарма  
Төрағасы-ректордың м.а.

**Жауапты редактор:**

Крыкбаева М. С., Ғылыми-инновациялық HUB директоры

**Редакция алқасының мүшелері:**

Аубакирова С. С., Абишев К. К., Бексеитов Т. К., Елубай М. А., Жукенова Г. А.,  
Испулов Н. А., Колесников Ю. Ю., Талипов О. М.

**Жауапты хатшы:**

Акимбекова Н. Ж., Нурмақанов Т. А., Дәуіт Ж. Д., Трушева Ш. А.,  
Урузалинова М. Б., Толокольников Н. И., Титанова С. Ж., Каиргельдинова С. А.,  
Жуманбаева Р. О., Жаябаева Р. Г., Жунусова К. К., Кильдибекова Б. Е., Поломарчук Б. В.,  
Кривец О. А., Мадеева А. А., Ахметов Д. А., Бекниязова Д. С., Ажибаева Ж. К.,  
Зарипов Р. Ю., Жания К. Ж., Шалабаев Б. А., Шарапатов Т. С., Кайниденов Н. Н.,  
Каримов Е. Б., Абжекеева А.З., Куанышева Р.С., Исимова Б. Ш.

«XVI Торайғыров оқулары» атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік  
конференциясының материалдары. – Павлодар : Торайғыров университеті, 2024.

ISBN 978-601-345-585-3 (жалпы)

Т. 4. – 2024. – 519 б.

ISBN 978-601-345-581-5

«XVI Торайғыров оқулары» атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік  
конференциясының (01 қараша, 2024 ж.) жинағында келесі ғылыми бағыттар  
бойынша ұсынылған ғылыми мақалалар енгізілген: Жаратылыстану ғылымдары,  
Гуманитарлық және әлеуметтік ғылымдар, Экономика және құқық, Инженерия,  
Ауыл шаруашылық ғылымдар, Энергетика, Физика-математикалық және  
компьютерлік ғылымдары.

Жинақ көпшілік оқырманға арналған.

Мақала мазмұнына автор жауапты.

ӘОЖ 001  
КБЖ 72

ISBN 978-601-345-581-5 (Т. 4)  
ISBN 978-601-345-585-3(жалпы)

© Торайғыров университеті, 2024

Секция 16

Мемлекеттік басқару және мемлекеттік қызмет  
Государственное управление и государственная служба

**РОЛЬ МЕСТНЫХ ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ В СОЗДАНИИ  
И ПОДДЕРЖАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ЭКОСИСТЕМ**

АМАНКЕЛЬДИЕВА А. А.

магистрант, Торайғыров университет, г. Павлодар

ДАВИДЕНКО Л. М.

к.э.н., ассоциированный профессора, Торайғыров университет, г. Павлодар

В условиях глобализации и ускоренного научно-технического прогресса инновационные экосистемы становятся важнейшим фактором устойчивого экономического развития. Казахстан, стремясь к диверсификации экономики и повышению конкурентоспособности, признает необходимость формирования эффективной инновационной среды. В этом контексте роль местных органов управления становится ключевой, так как именно на уровне регионов реализуются многие инновационные инициативы. Учитывая уникальные социально-экономические условия страны, исследование этого вопроса приобретает особую значимость. [1]

Основные функции местных органов управления:

- Создание инновационной инфраструктуры: Местные органы власти ответственны за развитие технопарков, инкубаторов и исследовательских центров, которые обеспечивают поддержку стартапам и инновационным проектам;

- Стимулирование частного сектора: Органы управления могут разрабатывать программы и инициативы, направленные на поддержку местного бизнеса, включая налоговые льготы и гранты для инновационных проектов;

- Образовательные инициативы: Взаимодействие с высшими учебными заведениями и научными организациями позволяет формировать квалифицированные кадры, способные развивать и внедрять инновации;

- Партнерство с бизнесом: Установление партнерских отношений между государственными структурами и частными

финансовый успех, но и на долгосрочные перспективы устойчивого развития [5].

Благодарности. Данное исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грант № AP19676924 «Разработка технологии и продвижение экологического брендинга промышленного комплекса региона»).

#### ЛИТЕРАТУРА

1 Философия «Lay's». Официальный сайт «Lay's» в Казахстане. [Электронный ресурс]. – URL: <https://lays.kz/> [дата обращения 06.10.2024].

2 Давиденко Л. М., Дмитренко В. А. Логистические процессы: влияние на механизмы управления активами (опыт сети ООО «КДВ Групп») // Новый экономический миропорядок: управление активами в условиях ограничений и санкций: сборник тезисов Всероссийской научно-практической конференции «Управление активами - 2022». – Москва: ИПР РАН, 2023. – С. 76-80.

3 Давиденко Л. М., Кушнир А. В. Механизмы защиты и развития конкуренции в Республике Казахстан // Материалы Международной научно-практической конференции «XV Торайгыровские чтения», посвящённой 130-летию поэта Султанмахмута Торайгырова – Павлодар: Торайгыров университет, 2023, Т. 3. – 2023. – С. 132-137.

4 Давиденко Л. М., Карасева В. В. Управленческие подходы к решению экологических проблем (кейс ТОО «Экотранслогистик») // Материалы Международной научно-практической конференции «XV Торайгыровские чтения», посвящённой 130-летию поэта Султанмахмута Торайгырова – Павлодар: Торайгыров университет, 2023, Т. 3. – 2023. – С. 150-154.

5 Давиденко Л. М., Канавец С. А., Фоос М. А., Шаисмаилов Д. А. Экобрендинг, как фактор инвестиционной привлекательности региона // Материалы Международной научно-практической конференции «XV Торайгыровские чтения», посвящённой 130-летию поэта Султанмахмута Торайгырова – Павлодар: Торайгыров университет, 2023. Т. 3. – 2023. – С. 145-150.

## ПРОДВИЖЕНИЕ КАЗАХСТАНСКИХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ БРЕНДОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ДАВИДЕНКО Л. М.

PhD, к.э.н., ассоциированный профессор, кафедра «Экономика», Торайгыров университет, г. Павлодар

ШЕРИМОВА Н. М.

магистр экономики, ст. преподаватель, кафедра «Экономика», Торайгыров университет, г. Павлодар

ФООС М. А., ШАИСМАИЛОВ Д. А.

студенты, Торайгыров университет, г. Павлодар

Экологические бренды – это компании или марки, которые ориентированы на производство и продажу товаров с минимальным воздействием на окружающую среду. Они используют устойчивые методы производства, экологически чистые материалы и стремятся к снижению углеродного следа [1]. Аспекты, которые могут быть важны для экологических брендов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Примеры экологических брендов

Пример	Описание
Эко-одежда	Бренды, использующие органические ткани, переработанные материалы и устойчивые методы производства
Косметика	Продукты, не содержащие синтетических ингредиентов, протестированные на животных и упакованные в переработанную упаковку
Биопродукты, эко-упаковка	Пищевые продукты, произведенные без использования химических удобрений и пестицидов
Чистящие средства	Бренды, использующие натуральные ингредиенты и минимизирующие использование вредных химикатов

Важно акцентировать внимание на проблемах, с которыми сталкиваются экологические бренды независимо от места размещения производителей:

-высокая себестоимость: производство экологически чистых товаров часто обходится дороже из-за использования качественных материалов и устойчивых методов;

-недостаток осведомленности: потребители могут не знать о преимуществах экологически чистых продуктов или не понимать их важность;

-конкуренция с массовым производством: бренды, производящие товары с использованием дешевых материалов и технологий, могут предлагать более низкие цены;

-сложности с сертификацией: процесс получения сертификатов на экологическую продукцию может быть длительным и затратным;

-логистика и дистрибуция: доставка экологически чистых товаров в удаленные регионы может быть сложной задачей;

-изменение потребительских привычек: потребители могут быть привязаны к привычным брендам и не готовы менять свои предпочтения [2].

Благодаря своей многоаспектности экологический брендинг можно рассматривать в качестве прорывной технологии для реализации «зеленой» повестки устойчивого развития компаний [3 – 6].

В последнее десятилетие в мировой экономике зарекомендовали себя определенные способы поддержки экологических брендов (таблица 2).

Таблица 2 – Способы поддержки экологических брендов

Вид поддержки	Характеристика
Образование	Повышение осведомленности о преимуществах экологически чистых продуктов через кампании и мероприятия
Маркетинг	Эффективное продвижение через социальные сети и другие каналы для привлечения внимания к экологическим продуктам
Государственная поддержка	Введение субсидий и налоговых льгот для экологических компаний
Сотрудничество	Создание сетей для обмена опытом между экологическими брендами
Инновации	Инвестирование в исследования и разработки для улучшения технологий и методов производства

Экологические бренды постепенно стали играть активную роль в устойчивом развитии, влияя на изменение потребительских привычек в сторону более ответственного потребления. В качестве

примера проанализируем экспертное мнение специалиста литовской компании «Екоагрос» Виргинии Лукшене, рекомендовавшей алгоритм прохождения сертификации казахстанской экологически чистой продукции, экспортируемой в Европу. Евросоюз применяет практику по исключению химикатов в производстве пищевых продуктов. Агентство «Екоагрос» сертифицировало 18 казахстанских производителей, которые, в основном, занимаются производством зерна и его экспортом. Процедура сертификации достаточно унифицирована: первый инспектор лично проверяет вверенные ему хозяйства, заполняет протокола; второй эксперт производит оценку заявленных протоколов на предмет соответствия основным требованиям органического производства. В случае полного соответствия нормам производится выпуск сертификатов на органическую продукцию сроком действия в два года. В дальнейшем производятся две дополнительные проверки на взятие пробы производимой продукции, длительность данного этапа – один год [2].

Исследования показывают, что Казахстан обладает недостаточно раскрытым потенциалом, как в области развития местного рынка, так и по экспорту. Продукция казахстанских производителей имеет сложившийся спрос на рынке стран ЕАЭС, Европы, Китая. Для масштабирования положительного эффекта экологическая политика должна быть настроена на то, чтобы развивать в стране органическое производство. В частности, качественными источниками сырья для агропромышленного комплекса являются зерновые и мясная продукция. Контроль над выпуском казахстанской органической продукции осуществляет Комитет санитарно-эпидемиологического контроля Министерства здравоохранения Республики Казахстан, специалисты которого регулярно проверяют продукцию на соответствие заявленным свойствам.

В настоящее время ТОО «Центр компетенций» совместно с Комитетом технического регулирования и метрологии Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан и Казахстанским союзом производителей органической продукции проводит семинары для специалистов регионов Казахстана, что призвано повысить уровень экологической грамотности и экологической культуры населения. Практика показывает, что экологическая устойчивость в современном маркетинге относится к стратегиям, которые направлены на уменьшение негативного воздействия бизнеса на окружающую среду и на повышение его положительного

вклада в экологическую устойчивость. Это включает в себя ряд мероприятий и инициатив, которые казахстанские компании могут принимать для снижения экологического следа своей деятельности и создания продуктов или услуг, которые меньше вредят природе.

Экологическая устойчивость становится необходимым элементом стратегии маркетинга для брендов, желающих успешно конкурировать на рынке и создать положительное воздействие на планету и общество. По нашему мнению, продвижение казахстанских экологических брендов может быть реализовано через несколько стратегий, представленных в таблице 3.

Таблица 3 – Стратегии продвижения казахстанских экологических брендов

Стратегии	Описание
Образовательные кампании	проведение семинаров, вебинаров и мастер-классов для повышения осведомленности о важности экологии и устойчивого потребления
Сотрудничество с местными производителями	поддержка и партнерство с местными экологическими производителями помогут создать сильное сообщество и увеличить узнаваемость брендов
Использование социальных сетей	активное продвижение через «Instagram», «Facebook» и другие платформы для привлечения молодежной аудитории
Участие в выставках и ярмарках	презентация экологических брендов на мероприятиях, посвященных экологии и устойчивому развитию
Создание уникального контента	разработка видеороликов, статей и блогов о преимуществах экологически чистых продуктов и их минимальном воздействии на окружающую среду
Сертификация и стандарты	получение экологических сертификатов для повышения доверия к бренду и вывода его на рынок

Партнерство с казахстанскими НПО	сотрудничество с некоммерческими организациями, занимающимися экологией, может помочь в реализации совместных проектов и привлечении внимания к проблемам экологии на уровне регионов страны
Локальные инициативы	участие в локальных экологических проектах и акциях по очистке территории, озеленению и другим инициативам

Важно соблюдать принципы устойчивого производства и упаковки, так как бренды могут внедрять устойчивые методы производства и упаковки своей продукции, чтобы сократить потребление ресурсов и количество отходов. Принимая участие в реализации экологических инициатив, предприятия могут запускать программы, направленные на охрану окружающей среды, такие как посадка деревьев, очистка отходов или поддержка экологических проектов. Придерживаясь принципов прозрачности и общения, как важной части экологически устойчивого маркетинга, можно формировать прозрачное общение с потребителями о принятых мерах и инициативах, чтобы убедить их в серьезности намерений производителей по сохранению окружающей среды.

В целом, экологическая устойчивость подразумевает не только минимизацию негативного воздействия на окружающую среду, но и активное участие бренда в создании положительных изменений в экологической сфере. Таким образом экологическая устойчивость стала играть ключевую роль по нескольким причинам:

- удовлетворение потребительских требований, так как с ростом осознания экологических проблем потребители становятся более осведомленными о том, какой вклад в окружающую среду делают предприятия; бренды, демонстрирующие свою экологическую ответственность, могут привлечь больше клиентов и удерживать их, удовлетворяя их требования по устойчивому потреблению;

- повышение конкурентоспособности, предполагающее, что бренды, которые интегрируют экологическую устойчивость в свои стратегии маркетинга, могут выделяться на рынке, привлекая внимание и получая преимущество перед конкурентами, особенно если потребители становятся более осознанными и ориентируются на более устойчивые бренды;

- социальная ответственность, так как многие предприятия признают свою социальную ответственность и понимают, что у них есть роль в сохранении природы для будущих поколений; интеграция экологической устойчивости в маркетинговые стратегии помогает им демонстрировать свою преданность этим ценностям и получать признание за свои усилия;

- улучшение репутации и брендового имиджа, в частности, компании, активно занимающиеся экологическими вопросами и внедряющие устойчивые практики, могут укрепить свою репутацию как ответственных участников общества и повысить свой имидж в глазах потребителей и общества в целом.

Эти шаги будут способствовать укреплению позиции казахстанских экологических брендов на международном рынке и привлекать внимание к важности устойчивого развития. Преодолевая сложности продвижения казахстанских экологических брендов, менеджеры сталкиваются с рядом проблем, которые перечислены в таблице 4.

Таблица 4 – Проблемы продвижения казахстанских экологических брендов

Проблемы	Описание
Низкая осведомленность потребителей	многие люди не знают о существующих экологических брендах и преимуществах их продукции, что затрудняет ее продвижение
Отсутствие доверия	потребители могут сомневаться в подлинности экологичности продукции из-за недостатка прозрачности и сертификации
Конкуренция с крупными брендами	местные экологические бренды часто не могут конкурировать с крупными международными компаниями, которые имеют больше ресурсов для маркетинга и распространения
Высокая стоимость продукции	экологически чистые продукты стоят дороже, что может отпугнуть потребителей, ориентированных на цену

Недостаток инфраструктуры	ограниченный доступ к каналам распределения и продаж может затруднить продвижение экологических товаров
Культурные барьеры	в некоторых случаях может отсутствовать понимание важности экологичности, что затрудняет принятие таких продуктов
Сложности с сертификацией	процесс сертификации экологической продукции может быть сложным и дорогостоящим, что затрудняет выход на рынок
Нехватка маркетинговых стратегий	местные бренды не имеют достаточных знаний и ресурсов для разработки эффективных маркетинговых стратегий
Отсутствие государственной поддержки	недостаточная поддержка со стороны государства в виде субсидий или программ может усложнить развитие экологических брендов
Недостаток образования в области экологии	низкий уровень образования населения по вопросам экологии может привести к недостаточному спросу на экологически чистые продукты

Выявленные проблемы требуют комплексного подхода, включая сотрудничество между государством, бизнесом и образовательными учреждениями для создания устойчивой экосистемы для развития экологических брендов в Казахстане.

В целом, при условии активного решения существующих проблем и использовании имеющихся возможностей, казахстанские экологические бренды могут занять значительную нишу на рынке. Важно подчеркнуть роль государственной поддержки в продвижении экологического брендинга отечественных производителей [7, 8]. Вышеперечисленные шаги могут помочь казахстанским экологическим брендам занять более сильные позиции на рынке и привлечь внимание потребителей.

**Благодарности.** Данное исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грант № AP19676924 «Разработка технологии и продвижение экологического брендинга промышленного комплекса региона»).

## ЛИТЕРАТУРА

1 Что такое экологический продукт? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ekoetiket.com/ru/sektorel/ekolojik-urun-nedir/> [дата обращения 20.09.2024].

2 Экологически ответственный маркетинг: как бренды интегрируют устойчивость в свои стратегии [Электронный ресурс]. – URL: <https://stik.pro/blog/ekologichieski-otvietstviennyi-markieting/> [дата обращения 20.09.2024].

3 Davidenko L. M. Miller M. A., Sherimova N. M. Technologies of Eco-Branding of the Region's Industrial Complex [Text] // Finance, Economics, and Industry for Sustainable Development (ESG 2023): Proceedings of the 4th International Scientific Conference on Sustainable Development, St. Petersburg, October 19-20, 2023. – Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2024. – P. 413-423. – [https://doi.org/10.1007/978-3-031-56380-5\\_37](https://doi.org/10.1007/978-3-031-56380-5_37).

4 Давиденко Л. М., Фоос М. А., Шаисмаилов Д. А. Продвижение экологического брендинга промышленного комплекса региона // Материалы Международной научно-практической конференции «XV Торайгыровские чтения», посвящённой 130-летию поэта Султанмахмута Торайгырова – Павлодар: Торайгыров университет, 2023, Т. 3. – 2023. – С. 137-144.

5 Давиденко Л. М., Фоос М. А., Шаисмаилов Д. А. Прорывные технологии экобрендинга производителей казахстанской продукции // Материалы Международной научной конференции «XXIV Сатпаевские чтения», посвящённой 125-летию академика Каныша Сатпаева. – Павлодар: Торайгыров университет, 2024, Т. 7 «Студенты». – 2024. – С. 278-282.

6 Куниязова А. Ж., Давиденко Л. М., Бакпаева А. К., Султанов А. Т., Тулеуов М. Б. Қазақстан үшін елдік брендингтің қажеттілігі // «XV Торайгыров оқулары»: Ақын Сұлтанмахмұт Торайгыровтың 130-жылдығына арналған атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының материалдары. – Павлодар: Торайгыров университеті, 2023, Т. 3. – 2023. – Б. 165-173.

7 Давиденко Л. М., Байханова Д. А. Государственная поддержка экологических проектов компаний // Материалы Международной научно-практической конференции «XV Торайгыровские чтения», посвящённой 130-летию поэта Султанмахмута Торайгырова – Павлодар: Торайгыров университет, 2023, Т. 3. – 2023. – С. 3-7.

8 Давиденко Л. М., Карасева В. В. Управленческие подходы к решению экологических проблем (кейс ТОО «Экотранслогистик»)

// Материалы Международной научно-практической конференции «XV Торайгыровские чтения», посвящённой 130-летию поэта Султанмахмута Торайгырова – Павлодар: Торайгыров университет, 2023, Т. 3. – 2023. – С. 150-154.

## ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ БРЕНДИНГ ГЛОБАЛЬНЫХ КОМПАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ АО «ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО»)

ДАВИДЕНКО Л. М.

PhD, к.э.н., ассоциированный профессор, кафедра «Экономика»,  
Торайгыров университет, г. Павлодар  
ЖУНУСОВА Д. Б., ПЯТНИЦКАЯ А. А.  
студенты, Торайгыров университет, г. Павлодар

В последние годы экологическая ответственность компаний становится важной составляющей их брендинга. Устойчивое развитие, забота об экологии и минимизация негативного воздействия на окружающую среду – это ценности, которые разделяют многие современные организации, включая международные корпорации. Одной из таких компаний является «Лаборатория Касперского» – глобальный лидер в области кибербезопасности, который активно развивает экологический брендинг, делая акцент на ответственное отношение к окружающей среде в своей деятельности.

Попытаемся ответить на вопрос: «Экологический брендинг: что это?». Экологический брендинг – «это комплексный процесс развития экологического бренда и поддержание добровольной связи потребителей с помощью стабильного и надежного набора отличий товара, предлагающих высокое качество и удовлетворение с привлечением внимания на заинтересованность производителей и закрепляющую социальную ответственность за предотвращение негативных воздействий на окружающую среду. Создание эко-брендов позволяет отделиться от других продуктов компании и брендов» [1, с. 61].

Современные исследования показывают, что потребители становятся все более осознанными в выборе товаров и услуг, предпочитая компании, которые заботятся об экологии. Это касается не только продуктов, но и общей стратегии ведения бизнеса, включая управление ресурсами, энергоэффективность и утилизацию отходов. Компании, активно внедряющие экологические инициативы,

## МАЗМҰНЫ

### Экономика және құқық Экономика и право

#### Секция 16

#### Мемлекеттік басқару және мемлекеттік қызмет Государственное управление и государственная служба

<b>Аманкельдиева А. А., Давиденко Л. М.</b> Роль местных органов управления в создании и поддержании инновационных экосистем.....	3
<b>Каирова Ж. К., Кайдарова С. Е.</b> Внедрение искусственного интеллекта в систему государственного управления: возможности и вызовы .....	8
<b>Каирханова М. Т., Нарынбаева А. С.</b> Развитие инфраструктуры в агропромышленном комплексе.....	13
Кайдарова С. Е., Жуманазарова А. Б. Мемлекеттік сатып алу жүйесі басқару объектісі ретінде.....	19
<b>Қуаныш Е. Т., Арынова З. А.</b> Интеграция устойчивых практик в местное управление: роль органов власти в формировании «зеленой экономики» на региональном уровне .....	25
<b>Машрапов Н. К., Жандрахимов Д. А.</b> Оценка качества государственного управления: отечественный и зарубежный опыт .....	30
<b>Титова Е. Г., Смайлова А. Т.</b> Проблемы и перспективы строительства атомной электростанции в РК .....	37
<b>Тлехтесова Т. М., Кунязов Е. К.</b> Анализ текущей системы управления иностранными инвестициями в Казахстане .....	44

#### Секция 17

#### Павлодар облысының экономикасы: жағдайы, мәселелері, болашағы Экономика Павлодарской области: состояние, проблемы, перспективы

<b>Аймуханова Д. С., Кунязова С. К.</b> Пенсионная система Республики Казахстан: состояние и тенденции развития .....	50
--	----

<b>Бейсембина А. Н., Потапенко А. В., Каменов М. Б., Минаков Б. М.</b> Организационные и экономические основы построения и развития рынка труда Республики Казахстан .....	54
<b>Бейсембина А. Н., Давиденко Л. М., Карпов В. В., Титков А. А., Куниязова А. Ж.</b> «Механизмы реализации «зеленой» интеграции с привлечением компаний, государственных органов и банковских учреждений, включая членов национального ESG клуба» .....	60
<b>Ворущин Я. Д., Давиденко Л. М.</b> Брендинг: особенности реализации готовой продукции и экологическая устойчивость .....	68
<b>Давиденко Л. М., Шеримова Н. М., Фос М. А., Шайсмайлов Д. А.</b> Продвижение казахстанских экологических брендов: проблемы и перспективы .....	73
<b>Давиденко Л. М., Жунусова Д. Б., Пятницкая А. А.</b> Экологический брендинг глобальных компаний (на примере ао «лаборатория касперского»).....	81
<b>Диаскызы Н., Долголец А. В., Даулеткулова Ж. М.</b> Молодежное предпринимательство в сфере образования .....	85
<b>Жумкенов А. А., Кунязова С. К.</b> Влияние социально-экономических факторов на состояние правопорядка в регионе .....	92
<b>Имангалиева И. Т., Амерханова А. Х., Фос М. А.</b> Коррупционные схемы в экологии и экономические последствия для общества .....	96
<b>Казиханов А. Н.</b> Совершенствование системы государственного управления ресурсным потенциалом региона с использованием прогрессивных инновационных подходов .....	104
<b>Кислов А. Ю.</b> О критически-беспрецедентной важности электроэнергетики для существования и развития экономики Республики Казахстан .....	107
<b>Науменко И. Е., Киреев А. Р.</b> Влияние инструментов цифровой экономики на систему организации бизнеса .....	115
<b>Ниязбек Н. Н.</b> Совершенствование механизмов государственного управления отраслями экономики .....	121
<b>Нурбаева Г. Е., Жакупова Д. К., Рахатбек А. Х.</b> Павлодар облысының демографиялық жағдайын талдау.....	124
<b>Нурғалиева А. А., Рахметова Д. А.</b> Пути развития рынка туристических услуг в Республике Казахстан.....	135

<b>Оспанова Ж. А., Давиденко Л. М.</b> Повышение ценовой конкурентоспособности продукции посредством применения цифровизации в процессе ее производства .....	142
<b>Ошакбаева А. Т.</b> Оптимизация региональной структуры экономики в трендах развития ее приоритетных отраслей.....	146
<b>Рымбаев А. Р.</b> Современное состояние малого и среднего бизнеса Павлодарской области.....	151
<b>Снежко Е. Д., Аспанова К. Б., Давиденко Л. М.</b> Экологические аспекты брендовой продукции на Казахском рынке (опыт тоо «h&m Казахстан») .....	155
<b>Титков А. А., Молдабаева А. К.</b> Исследование и анализ системы подготовки кадров с высшим образованием в Павлодарской области .....	159
<b>Титков А. А., Мантыков С. С.</b> Современные тенденции развития строительной индустрии в Республике Казахстан .....	168
<b>Титков А. А., Оспанов Ф. А.</b> Современные тенденции развития павлодарской области и обеспеченности региона трудовыми ресурсами .....	171
<b>Тұрсынбаев М. М.</b> Совершенствование механизмов разработки и исполнения государственных индикативных стратегических программ.....	175
<b>Юргензон И. Ю., Куспекова А. К.</b> Полезность киберспорта для формирования полезных навыков молодежи Павлодарской области .....	178

**Секция 18  
Құқықтану және құқық  
Юриспруденция и право**

<b>Ажибаева Ж. К., Рамазанов И. А., Бабулиди Д. Е.</b> Использование цифровых технологий в юриспруденции .....	183
<b>Акимжанова М. Т., Скрыльников А. И.</b> Механизмы защиты прав усыновленных детей в рамках международного усыновления .....	187
<b>Акимжанова М. Т., Тілеп Т., Аскарбаев Н. А.</b> Роль нотариата в обеспечении наследственных прав граждан .....	194
<b>Ахметжанов Т. Ж., Баданина М. А.</b> Блокчейн как способ борьбы с коррупцией в сфере экологии.....	200

<b>Ахметов Т. У.</b> Анализ законодательства о коммерческих юридических лицах рк и зарубежных стран .....	205
<b>Баданина М. А., Седова С. С., Тукенов А. Б.</b> Регистрация мигрантов на международном уровне .....	210
<b>Баданина М. А., Болатханова А. М.</b> Миграционные процессы в современном казахстанском обществе.....	217
<b>Баданина М. А., Бегимбетова В. А.</b> Административно-правовое регулирование охраны труда и социального обеспечения дистанционных работников .....	223
<b>Бураков А. О.</b> Поправки в закон о рекламе букмекеров как один из способов противодействия лудомании.....	226
<b>Возняк О. А.</b> Вопросы квалификации лишения жизни в присутствии близких лиц как убийства с особой жестокостью .....	229
<b>Ганикель А. А.</b> Наследование отдельных видов имущества.....	237
<b>Ильясова Г. А., Муратова А. К.</b> Қазақстан Республикасының көлік-транзиттік әлеуетін арттырудың құқықтық мәселелері .....	241
<b>Қабулова П. М., Ақтайлақова Д. А.</b> Роль политических партий в Казахстане .....	246
<b>Қанафина А. Н., Борашев М. Р.</b> Кәметке толмағандар арасында суицидтің алдын алу шаралары .....	251
<b>Қарибаев К. А.</b> Компьютерлік ақпарат саласындағы қылмыстық .....	259
<b>Қасымова Д. К.</b> Современная практика долевого участия в жилищном строительстве (на материалах Республики Казахстан) .....	264
<b>Лялязов Х. Р., Ахмеджанова Г. Б.</b> Договорная ответственность в обычном праве казахов.....	270
<b>Савриденов А. Т., Совет Н. Н., Жамулинов В. Н.</b> О некоторых аспектах ограничения права граждан на участие в голосовании.....	274
<b>Садыкова Р. З., Хамза Е. Б.</b> Проблемы банкротства физических лиц .....	277
<b>Смагулова Ж. Б., Байтөлепова Д. Т., Қаратаева Н. Б.</b> Проблема насилия в семье .....	283
<b>Талипова Ж. Ж., Қусайнова К. С.</b> Дербес деректер жеке өмірге қол сұғудың қазіргі заманғы объектісі ретінде және оларды Қазақстан Республикасында құқықтық қорғау .....	287

<b>Тоқатов Р. А., Раймова А. Ж.</b> Зияткерлік меншік саласындағы смарт келісім-шарттар: авторлық құқықтарды қорғау және мәмілелерді автоматтандыру.....	294
<b>Утегенов А. Д., Смагулова Д., Нурамашева А.</b> Қазақстанның денсаулық сақтау жүйесінде дербес деректерді қорғау және шетелдік елдермен салыстыру .....	301
<b>Шагиева Г. Т., Шаханова М. К., Абраева А. Г.</b> Правовые рамки искусственного интеллекта в Казахстане.....	307
<b>Шагиева Г. Т., Савриденов А. Т., Молдабаев Н. Б.</b> О возможности совершенствования законодательных норм регулирующих референдум .....	314
<b>Шахманов А. Е., Талипова Ж. Ж.</b> Практика применения ответственности за легализацию имущества, приобретенного преступным путем (на материалах Республики Казахстан) .....	319

## Секция 19

Қаржы жүйесі мен есептің қазіргі жағдайы  
Современное состояние финансовой системы

<b>Айгужинова Д. З., Анесова Г. Ж.</b> Бюджетное планирование в государственных учреждениях .....	325
<b>Акжолова С. Б., Жангазинова А. Б.</b> Состояние и перспективы развития малого и среднего бизнеса Павлодарской области .....	330
<b>Алтайбаева Ж. К., Бекниязова Д. С., Резанов Н. С.</b> Использование цифровых технологий для повышения эффективности бюджетирования в скотоводческих хозяйствах .....	334
<b>Бекниязова Д. С., Мусина А. Ж., Кабулдинова М. К.</b> Эффективность налогового контроля в условиях цифровой экономики республики казахстан.....	342
<b>Бекниязова Д. С., Мусина А. Ж., Таниева Г. К.</b> Банктік несиелік қызметтердің сапасы: теориялық талдау .....	347
<b>Власова В. В., Попп Л. А.</b> Изменения в механизмах налогообложения малого бизнеса: возможности и риски.....	354
<b>Ерменко Ю. В., Вениченко Е. С.</b> Современные вызовы и перспективы развития финансовой системы в Казахстане.....	361
<b>Иванчик Н. В.</b> Развитие банковской системы Павлодарской области.....	367

<b>Кайдарова А. Т., Хмарнова Д. Н.</b> Некоторые аспекты всеобщего декларирования в Казахстане.....	372
<b>Калискарова А. Ж., Гарипова Р. А.</b> Мошенничество в финансовом секторе: основные вызовы и тенденции .....	378
<b>Калискарова А. Ж., Байжуманов М. Ж.</b> Управление банковскими рисками .....	385
<b>Калискарова А. Ж., Шайзадинов А. Е.</b> Современное состояние финансовой системы в Республике Казахстан .....	397
<b>Калискарова А. Ж., Аузбай С. Т., Дранищева Е. С., Катасонова С. А.</b> Кибермошенничество и борьба с ним в Казахстане: статистика, причины и пути решения .....	401
<b>Калискарова А. Ж., Целлер Э. А.</b> Основные направления развития ипотечного кредитования в Республике Казахстан .....	405
<b>Калискарова А. Ж., Богданова Е. А.</b> <b>Григорьева А. Р., Котова К. В.</b> Цифровизация банковской системы Республики Казахстан .....	413
<b>Капиятов С. З., Бекниязова Д. С., Мусина А. Ж.</b> Эффективность профессиональных бухгалтерских организаций в условиях экономики Республики Казахстан .....	419
<b>Космачев В. В.</b> Анализ рентабельности, рисков и безубыточности компании, структура и возможности изменений .....	424
<b>Мусина А. Ж., Шамшиден А. М.</b> Выбор оптимальной системы налогообложения для малых предприятий.....	430
<b>Mussina A. Zh., Bekniyazova D. S., Omarova G. T.</b> Marketing approach in the management of a professional educational organization in modern conditions .....	437
<b>Нурбаева Г. Е., Целлер Э. А.</b> Роль угольных электростанций в социально-экономическом развитии страны .....	442
<b>Нурбаева Г. Е., Закарлюка А. А., Демченко И. Е., Жунусканов Т. А., Михалёв Н. С.</b> Функционирование системы финансов и учета в Республике Казахстан .....	450
<b>Нұртаза Т. К., Тлеубеков К. К., Кученчерекова А. М.</b> Влияние пандемии на банковскую систему Казахстана.....	457
<b>Нұртаза Т. К., Тлеубеков К. К., Тапалчинова А. С. Бейсембаева Г. К.</b> Коммерциализация интеллектуальной собственности .....	461

<b>Радченко А. И., Кособокова В. И., Джартыбаев С. Т.</b>	
Цифровизация в Казахстане: плюсы и минусы .....	467
<b>Садыкова А. А., Попп Л. А.</b>	
Актуальные проблемы налогового контроля в Казахстане и пути их решения .....	472
<b>Sekenova V. B., Musina A. Zh.</b>	
The key problem of the healthcare system in Kazakhstan.....	481
<b>Смаилов Б. К., Бейсембаев А. Д.</b>	
Анализ исполнения местного бюджета как основа оценки эффективности бюджетного процесса.....	486
<b>Титова Е. Г., Хищенко А. В.</b>	
Влияние цифровизации на развитие бухгалтерского учета в РК.....	493
<b>Утебаева А. Б.</b>	
Востребованность работников с «Устойчивыми навыками» в современных условиях .....	498
<b>Шамгунова А. Е., Зейнелов И. Т., Размерица В. А.</b>	
Kaspi.KZ – сделано в Казахстане «С любовью» или чем обусловлена популярность каспи банка? .....	502
<b>Шижбанова А. М., Идрисова Д. Г.</b>	
Қаржы жүйесі мен есептің қазіргі жағдайы .....	505

**«XVI ТОРАЙҒЫРОВ ОҚУЛАРЫ» АТТЫ  
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК  
КОНФЕРЕНЦИЯСЫНЫҢ  
МАТЕРИАЛДАРЫ**

ТОМ 4

Техникалық редактор А. Р. Омарова  
Корректор: Д. А. Кожас  
Компьютерде беттеген: З. Ж. Шокубаева  
Басуға 01.11.2024 ж.  
Әріп түрі Times.  
Пішім 29,7 × 42 1/4, Офсеттік қағаз.  
Шартты баспа табағы 29,86 Таралымы 500 дана.  
Тапсырыс № 4294

«Toraighyrov University» баспасы  
«Торайғыров университеті» ҚЕАҚ  
140008, Павлодар қ., Ломов к., 64.