

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

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

**АҚЫН СҰЛТАНМАХМҰТ ТОРАЙҒЫРОВТЫҢ
130-ЖЫЛДЫҒЫНА АРНАЛҒАН
«XV ТОРАЙҒЫРОВ ОҚУЛАРЫ» АТТЫ
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК
КОНФЕРЕНЦИЯНЫҢ
МАТЕРИАЛДАРЫ**

**МАТЕРИАЛЫ
МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«XV ТОРАЙҒЫРОВСКИЕ ЧТЕНИЯ»,
ПОСВЯЩЁННОЙ 130-ЛЕТИЮ
ПОЭТА СУЛТАНМАХМУТА ТОРАЙҒЫРОВА**

ТОМ 3

**ПАВЛОДАР
2023**

ӘОЖ 001
КБЖ 72
О-59

Редакция алқасының бас редакторы:

Садықов Е. Т., э.ғ.д., профессор, «Торайғыров университеті» КеАҚ Басқарма
Төрағасы – Ректор

Жауапты редактор:

Ержанов Н. Т., б.ғ.д., профессор, «Торайғыров университеті» КеАҚ ғылыми
жұмыс және халықаралық ынтымақтастық жөніндегі Басқарма мүшесі-проректоры

Редакция алқасының мүшелері:

Крыкбаева М. С., Исенова Б. К., Омарова А. Р., Утемисова З.Т.

Жауапты хатшылар:

Азаматов М. Т., Акимбекова Н. Ж., Ахметов Д. А., Бейсембай А. Ж.,
Досова М. Т., Жанар Дәуіт, Жания К.Ж., Зарипов Р. Ю., Исимова Б. Ш.,
Искакова Д. А., Кабдулина К. Т., Кайниденов Н. Н., Каменов А. А., Куанышева Р. С.,
Мажитова А. Е., Садықов Н. С., Сағындық Ә. Б., Тапалчинова А. С., Ткачук А. А.,
Титанов Ж. Е., Тулебаева Ж. А., Урузалинова М. Б., Фазлутдинова Ж. К.

О-59 «XV Торайғыров оқулары» : Ақын Сұлтанмахмұт Торайғыровтың
130-жылдығына арналған атты Халықаралық ғылыми-тәжірибелік
конференциясының материалдары. – Павлодар : Торайғыров
университеті, 2023.

ISBN 978-601-345-464-1 (жалпы)

Т. 3. – 2023. – 638 б.

ISBN 978-601-345-461-0

Ақын Сұлтанмахмұт Торайғыровтың 130-жылдығына арналған
«XV Торайғыров оқулары» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік
конференциясының (27 қазан 2023 жыл) жинағында келесі ғылыми бағыттар бойынша
ұсынылған мақалалар енгізілген: Жаратылыстану ғылымдары, Гуманитарлық және
әлеуметтік ғылымдар, Экономика және құқық, Инженерия, Ауыл шаруашылық
ғылымдары, Энергетика және Физика-математикалық және компьютерлік ғылымдар.

Жинақ көпшілік оқырманға арналады.

Мақала мазмұнына автор жауапты.

ӘОЖ 001
КБЖ 72

ISBN 978-601-345-461-0 (Т. 3)

ISBN 978-601-345-464-1 (жалпы)

© Торайғыров университеті, 2023

Экономика және құқық
Экономика и право

Секция 15

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

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА
ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ КОМПАНИЙ**

ДАВИДЕНКО Л. М.

доктор PhD, асоц. профессор (доцент), Торайғыров университет, г. Павлодар

БАЙХАНОВА Д. А.

магистрант, Торайғыров университет, г. Павлодар

Казахстан, огромная и стремительно развивающаяся страна на территории Центральной Азии, отличается богатством природных ресурсов и уникальной экосистемой. Сохранение природы и баланса окружающей среды является одним из приоритетов национальной стратегии развития. В этой связи, государство активно поддерживает экологические проекты компаний.

За последние годы Казахстан установил ряд мер и программ для стимулирования экологически ответственного поведения предприятий. Программа «Зеленые инвестиции» была запущена правительством для предоставления финансовой поддержки компаниям, вложившим средства в экологические проекты [1]. Благодаря этой программе, бизнесы получают возможность получить субсидии и льготные кредиты для реализации экологических инициатив.

Казахстан уже имеет успешные примеры государственной поддержки экологических проектов компаний. Например, одним из крупных проектов является строительство «Астрахан-Аттирадских станций по производству ветроэнергии». Компания «Самрук-Энерджи», получившая финансовую поддержку от государства, запустила проект по строительству ветряных электростанций в Актауской области [2]. Этот проект не только способствует увеличению доли возобновляемой энергии в энергобалансе страны, но и создает новые рабочие места и снижает выбросы парниковых газов.

Важно отметить, что государственная поддержка экологических проектов компаний не ограничивается только финансовой помощью. Государство также содействует установлению партнерств между

и уменьшить накладные расходы. Например, в то время как некоторые полностью перешли на удаленную работу (сокращение дорогостоящих офисных помещений и общих привилегий в офисе, таких как бесплатные закуски и напитки), другие искали более доступные производственные контракты или поставщиков, а третьи использовали искусственный интеллект для сокращения времени простоя и повышения производительности.

В прошлом году открылось на 180 000 малых предприятий больше, чем закрылось. По данным Управления малого бизнеса США (SBA), с марта 2020 года по март 2021 года было открыто около 1,1 миллиона новых малых предприятий. Это на 180 528 малых предприятий, которые открылись за этот период времени больше, чем закрылись. Это увеличение свидетельствует о положительном росте в сторону владения бизнесом и сдвиге в сторону предпринимательства после пандемии и огромной потери рабочих мест.

Почти половина предприятий терпит неудачу из-за отсутствия рыночного спроса. Из половины всех предприятий, терпящих крах в течение первых пяти лет, 42 % терпят крах из-за отсутствия рыночного спроса. Это показывает, насколько важно получить подтверждение рынка, прежде чем с головой окунуться в новое предприятие. Кроме того, это может также выявить несоответствие с маркетингом там, где может быть спрос, но недостаточная осведомленность, которая практически не способствует спросу на конкретный бизнес, его услуги и / или продукты. Нехватка капитала — вторая по распространенности причина банкротства малого бизнеса. Следующей наиболее распространенной причиной банкротства малого бизнеса является исчерпание капитала, в размере 38 %. Начинать и вести малый бизнес, несомненно, дорого, поэтому владельцам бизнеса жизненно важно накопить значительный капитал для покрытия операционных расходов в течение первых нескольких лет, когда бизнес встанет на ноги и начнет приносить прибыль, а не работать в убыток.

Малые предприятия могут получить много информации, просматривая бизнес-статистику. Данные не только помогают получить информацию об общем деловом климате, в котором работают все предприятия, но и статистика может быть использована, чтобы позволить предприятиям лучше планировать будущее в зависимости от направления, в котором указывают данные. Конечно, хотя каждый бизнес потенциально будет интерпретировать и

применять данные по-разному, именно это может помочь одному малому бизнесу опередить тех, кто этого не делает.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Управление по защите интересов малого бизнеса США *damu.kz* – 1 с.
- 2 Бюро статистики труда США (BLS) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bls.gov/> [дата обращения 08.09.2023].
- 3 Статистика бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/small-business-statistics/> [дата обращения 08.09.2023].

ҚАЗАҚСТАН ҮШІН ЕЛДІК БРЕНДИНГТІҢ ҚАЖЕТТІЛІГІ

КУНИЯЗОВА А. Ж.

аға оқытушы, магистр, Торайғыров университеті, Павлодар қ.
Давиденко Л. М.

қауымд. профессор, доцент, Торайғыров университет, Павлодар қ.
БАҚПАЕВА А. К.

аға оқытушы, магистр, Торайғыров университеті, Павлодар қ.
СУЛТАНОВ А. Т.

аға оқытушы, магистр, Торайғыров университеті, Павлодар қ.
ТУЛЕУОВ М. Б.

студент, Торайғыров университеті, Павлодар қ.

Бүгінгі таңда оң және тиімді имиджді құру өнері мемлекеттің стратегиялық позициясының маңызды бағыттарының бірі болып табылады. Еліміздің негізгі имиджі рәміздер мен мағыналардың кеңірек жүйесіне еніп, мемлекеттің әлемдік қауымдастыққа табысты интеграциялануының, оның брендинг әлемдік нарықта тиімді ілгерілетудің, тиімді хабар тарату бірлестіктерінің қажетті шартына айналады. елдің, оның қалаларының, далаларының, көлдерінің, мәдени және сәулет ескерткіштерінің рәміздерінің жиынтығы [1, 23 б].

Елдің оң имиджі мен брендинг жасау – мемлекеттің әлемдік қауымдастыққа табысты интеграциялануының қажетті шарты.

Философиялық концепцияларға шолу әртүрлі дәуірлердегі мәдениеттер мен қоғамдарда дамып, дамып келе жатқан сыртқы келбет мәселелеріне қатысты көзқарастардың, идеялар мен идеялардың байлығы мен әртүрлілігі туралы айтуға мүмкіндік береді. Тарихи даму процесінде осы идеялардың мазмұны мен

мағынасы бірнеше рет қайта қаралды, көбінесе мәдениеттің түрімен, имиджі құрылған субъектінің, әлеуметтік коммуникациялар барысында субъект өзін анықтайтын әлеуметтік топтардың өзара әрекеттесуімен анықталды. Имиджді құру технологиялары мен оны тарату әдістеріне деген қызығушылық төмендемейді, бұл тәсілдер философиялық трактаттарда, әдебиет пен өнер туындыларында да, адамды әлеуметтендіру тәжірибесінде де көрінеді. Табысты елдер оң имиджді саналы түрде құру және оның қоғамдық пікірге мақсатты әсер етуі үшін брендингті, мемлекеттің қабылдауын басқарудағы әлеуметтік тиімді беделді технологиялық тұрғыдан пайдаланады. Мемлекеттің имиджіне сыртқы экономикалық қызметтің барлық субъектілері, сондай-ақ ел азаматтары әсер етеді. Елдің имиджі мен брендті белгілі бір мағынада мемлекет пен азаматтардың бірлескен жобасы болып табылады.

Имиджді қалыптастыру процесі нарықты зерделеуге, оны сегменттеуге, жұртшылықтың сипаттамаларын, сұраныстарын, құндылықтарын бөлектеуге және сипаттауға және нәтижесінде имидждің көрсетілген параметрлерін жасауға бағытталған әртүрлі технологияларды қолдануды қамтиды. Имидж мен брендті құру және қолдау тұрақты процесс ретінде әрекет етеді, оның уақыты елдің әлемдік күн тәртібінде болған уақытына тең. Қазіргі әлем трансформация кезеңдерін бастан кешіруде. Әлемнің көптеген аймақтарында ондаған жылдар бойы дамып келе жатқан елдің имиджін қалыптастыру жүйесі тиімсіз және өнімсіз болып барады. Мемлекеттерге коммуникативті кеңістікті ойдағыдай меңгеруге және өзіндік имиджін құруға және қоғамдық санаға жаппай әсер етуге мүмкіндік беретін ақпараттық технологиялар оның барабарлығын, объективтілігін және нанымдылығын қамтамасыз етпейді. Елдің және оның азаматтарының имиджінің сипаттамаларын саналы түрде құру олардың нақты қасиеттері мен әлеуетті мүмкіндіктерін, сондай-ақ бар геосаяси перспективаны түсінуді қамтиды. Елдің имиджі мен брендті ақпараттық және саяси құбылыс ретінде, сондай-ақ елдің жарияланған ұстанымы мемлекеттің қоғамдық-саяси процестеріне кіріктірілген, оның қарқынды дамуының, белсенді өзін-өзі анықтауының факторы болып табылады. Елдің имиджі мен брендін басқару процесі мемлекеттің көрнекі рәміздерін әзірлеуден көп бұрын басталады. Әдетте, ол философия, миссия, ұлт болмысының мән-мағынасы негізінде жүзеге асырылады, содан кейін елдің имиджі мен оның ұстанымын көтерудің логикасы анықталады. Кескін объектінің

маңызды жақтарының көрінісі екенін ескере отырып, оны белгілі бір сипаттамалар жиынтығымен толтыруға және оларды әртүрлі әдістер мен технологияларды қолдана отырып сипаттауға болады. Елдің имиджі мен брендін қалыптастыру үдерісінің өзі ынтымақтастық форматын кеңейтуге және елге ұзақ мерзімді қызығушылықты сақтауға ықпал етеді. Мемлекеттік бренд - бұл елді және оның қасиеттерін анықтайтын белгілі бір имидж. Елдің имиджіне туы, әнұраны, мәдени-тарихи мұрасы, осы ел туралы стереотиптер, оның әлемдік ауқымдағы сан алуан жетістіктері жатады.

Ел брендін қалыптастыру әлдеқайда қиын міндет. Оны шешу үшін бренд – рәміздің негізінен бастап, бүгінгі Қазақстан брендін құрайтын барлық жағымды нәрселерді сараптап, дамығанын жүйелеп, содан кейін жаңа рәміздер мен олардың мағыналарын қалыптастырып, оларды қолдап отыру қажет. тиісті әлеуметтік-экономикалық бағдарламалармен. Талдау процесінде ескі және жаңа белгілердің қайсысы қазіргі жағдайда нақты жұмыс істейтінін (жұмыс істемейтінін) анықтау қажет; оң немесе теріс; қайсысын көтеру керек (бейтараптандыру).

Елдің имиджі, ең алдымен, оның тұлғасы айналасына шоғырланатын құндылықтар жүйесі. Онымен Қазақстанның имиджін ақпаратты шетелдік тұтынушылар үшін де, ел тұрғындары үшін де анықтауға болады. Қазақстан жоғары дамыған және барлық салаларда ынтымақтастық үшін тартымды екенін көрсетуі керек. Инвестицияларды (туристерді және т.б.) тарту үшін басқа елдермен күресте бәсекеге қабілеттілік беделмен қамтамасыз етілуі керек. Тарихи жүкті дұрыс кәдеге жарату – тарихи ассоциативті тізбекті құру қажет. Ең дұрысы, Қазақстанның жаһандық мәселелерде, бұқаралық ақпарат құралдарының барлық түрлерінде болуын қолдау, PR агенттіктері мен мамандандырылған орталықтардың қызметтерін пайдалана отырып, шетелдік БАҚ арқылы Қазақстанның имиджін насихаттау. Бір сөзбен айтқанда, елдің қоғамдық ортада оң имиджін барлық ұтымды және аспаптық құралдармен қалыптастыру.

Қоғамдық сала тек кәсіби қасиеттерді көрсетуді ғана емес, сонымен қатар шығармашылықты, PR - имиджді және брендті құру және қолдау, түрлендіру және сыртқы әлеммен ақпараттық байланыстар жиынтығы ретінде әрекеттер жүйесі ретінде пайдалануды талап етеді. Қоғамдық ортаның өзіндік қарым-қатынас ережелері, өзіндік стилі бар. Белгілі тұлғалардың Қазақстанның қоғамдық-саяси өміріндегі ерекше орны олардың болмысына,

мінез-құлқына және қызметіне деген қызығушылықты арттырады. Бұл олардың беделіне, беделіне, имиджіне қамқорлықпен қарауға, халықтың кең топтары арасында олардың қызметін құрметтеу мен мақұлдауға қол жеткізуге мәжбүр етеді. Мұндай әлеуметтік тәртіп мемлекеттің имиджін қалыптастыруға ұтымды-инструменталды көзқарастың негізін құрайды.

Елдің имиджі мен брендині құру және ілгерілету процестерін басқаруда БАҚ шешуші рөл атқарады. Олардың ықпалымен елге, оның азаматтарына деген белгілі бір көзқарас қалыптасады. Ақпараттық кеңістіктегі әртүрлі саяси күштердің мүдделерінің қақтығыстары тәжірибесінде имиджді медиатизациялау процестерін басқарудың әлеуметтік-саяси және ұтымды-инструменталды технологияларының мәселелері енгізілген.

Ел брендинің нәтижесі басқа елдер, олардың шаруашылық жүргізуші субъектілері, басқа әлеуметтік институттар мен халық үшін тартымдылығын, халықаралық ұйымдардағы беделін арттыру болып табылады, бұл бәсекеге қабілеттілік пен инвестициялық тартымдылыққа да әсер етеді.

Экономиканың нақты секторына инвестиция тарту – оның өмір сүруінің мәселесі. Инвестициялық ахуалдың кез келген, тіпті елеусіз жақсаруы дағдарыстан шығуға қадам жасаудың қосымша құралы болып табылады. Инвестицияларды динамикалық тұрақты қуатты ағынға айналдыру тек басқару арқылы ғана жүзеге асады. Сондықтан инвестициялық тартымдылықты басқару мәселесі өзекті болып табылады. Рейтингті төмендету, егер ол сыртқы қарыздарға және/немесе мемлекеттік бағалы қағаздардың ішкі нарығына тәуелді болса, мемлекеттік бюджетке өте ауыр әсер етеді. Бірақ мұның одан да қауіпті ұзақ мерзімді салдары рейтингі төмендеген мемлекеттің қаржы нарығынан бірте-бірте ығыстырылуы болуы мүмкін. Сонымен қатар, тікелей инвестицияның рөлі артып, шетелдік қатысу кеңеюде.

Euromoney журналының бағалауы бойынша, 2000 жылғы қыркүйекте инвестициялық тартымдылық деңгейі бойынша Қазақстан әлемде 81-ші орынды иеленді (Болгариядан кейін бірден). Ресей 95-ші орында, тіпті Гондурасдан кейін - ол 91-ші орында. ТМД-ның басқа елдері осындай тәртіппен орналасқан: Қырғызстан (106-орын), Өзбекстан (110-шы), Украина (115-ші), Түрікменстан (125-ші), Беларусь (129-шы), Армения (135-ші) және т. б.

8 жылдан кейін американдық East West Communications сақтандыру брендтерінің рейтингі туралы есебін жариялады, оған әлемнің 200 мемлекеті кірді.

Рейтинг (East West Nation Branding Index) 400 000 жаңалықтар мақаласына негізделген, олардың әрқайсысы 1 сәуір мен 30 маусым аралығында жарияланған 38 ең танымал әлемдік БАҚ-қа тиесілі.

Әрі қарай екі критерий бойынша бөлінеді: сілтеме (Nation Branding Score), қабылдау ұпайлары (volume of Mentions), мұндағы 50 - бейтарап қабылдауды білдіреді, 50 –ден 100 –ге дейін-оң баға, 50-ден 0-ге дейін-теріс. Бұл құрмет тізімінде Қазақстанға жаһандық форматта 40 орын, Орталық Азия елдері арасында үздік позиция және ТМД-да екінші орын берілді [4, 45 б].

2005 жылғы Еуропалық бизнес қауымдастығының көмегімен жүргізілген сауалнамада шетелдік азаматтардың көпшілігі біз туралы Интернет арқылы білетіні анықталды-жауаптардың 21 % –ы және 18 % –ы таныстары мен достарының пікірлері мен тәжірибелеріне сенеді. 17 % –ы газеттерден, 14 % –ы журналдардан, 14 % –ы теледидардан, 8 % - ы радиодан ақпарат алады, ал тек 2 % - ы бізді жеке тәжірибеге сүйене отырып бағалай алады. Шетелде қазақ авторларының кітаптарын немесе Қазақстан туралы жазылған кітаптарды оқығаны да қуантады, респонденттердің 6 % –ы біз туралы кітаптардан білетіндерін айтты. Сауалнамаға қатысқан шетелдіктердің 22 % –ы Қазақстан экономикасына, 18 % –ы мәдениетке, тек 15 % –ы саясатқа қызығушылық танытады. Респонденттердің 15 % –ын қоғам өмірі қызықтырады, қаржы – 10 %, білім деңгейі – 11 %. Ең аз қызығушылық демократияға – 5 % және дінге – 3% жауап берді. Респонденттердің 74 %-ы Қазақстан туралы елге барар алдында білген ақпараттың жартылай рас екенін, ал 16 %-ы ғана шынайы ақпарат алғанын айтты. Өкінішке орай, респонденттердің 5 % –ы өте бұрмаланған ақпаратты алды, ал 5 % –ға дейін ақпарат шындыққа сәйкес келмеді. Шетелдіктер де Қазақстанның экономикасы (40 %) мен саясаты (35 %) туралы ақпаратты жиі кездестіретінін атап өтті. Мәдениет туралы 15 %, ал біздің еліміздің қоғамы туралы зерттеуге қатысушылардың 10 % ақпараттандырылған.

Шетелдік азаматтардың пікірінше, Қазақстанның халықаралық беделін жақсарту бойынша жұмысты неден бастау керек екенін анықтауға тырысқанда. Респонденттердің 20 % –ы елдің имиджіне инвестициялық заңнаманың жақсаруы қатты әсер етуі мүмкін деген пікір білдірді, ал 18 % –ы туризмді дамыту керек деді.

Сондай-ақ, сауалнамаға қатысқандардың 16 % –ы халықаралық конференцияларды, форумдарды, саммиттерді, көрмелерді неғұрлым белсенді өткізу елдің беделіне жағымды әсер етеді және оны қатысушыларға таныс етеді, ал олар арқылы оң пікір одан әрі таралады деп ойлайды. Шетелдіктердің бірдей саны дамыған инфрақұрылымды ойлайды: жақсы жолдар, көлік, қонақүйлер, коммуникациялар және т.б. әлемдік стандарттарға сай болуы керек. Шетелде Қазақстан туралы конференциялар өткізуді 15 %, әлемнің басқа елдерінде Қазақстанның мәдениет күндерін – 8 % қолдады, халықаралық жарыстарда спорттық жетістіктерді жақсарту үшін сұралғандардың 7 % –ы сөз сөйледі. Олардың пікірінше, бұл мәлімдеме жасаудың тиімді жолдары.

Ел ішінде немесе одан тыс жерлерде Қазақстанның имиджі қай жерде қалыптасады деген сұраққа көптеген адамдар сол жерде де, сол жерде де жауап берді. Бірақ сауалнамаға қатысушылардың көпшілігі – 2/3-і Қазақстанда деп жауап берді, ал 29 % –ы одан тыс деп есептеді. Респонденттердің 41 % – мнению пікірінше, саясаткерлер елдің негізгі имиджмейкерлері, екінші орында кәсіпкерлер-жауаптардың 32 %. Қарапайым азаматтар да елдің бет-бейнесі болып табылады-жауаптардың 14 % –ы, 8 % –ы оны зиялы қауым деп санайды және 5 % –ы жоғарыда аталған қоғамның барлық мүшелері елдің имиджіне бірдей әсер етеді деп келіседі. «Қазақстанға деген көзқарасты халықаралық құқықтық стандарттарды, сондай-ақ шекаралардағы ДСҰ стандарттарын ұстану арқылы жақсартуға болады», – деп қосты респонденттердің бірі. Жергілікті тұрғындарға осы сұрақты қойғанда біз өте ұқсас нәтижелерге қол жеткіздік. Имидж ең алдымен Қазақстанда қалыптасады, елдің беделін саясаткерлер мен бизнесмендер жасайды деп барлығы дерлік бірауыздан жауап берді.

Жалпы, сауалнамаға қатысқан шетелдіктердің барлығы Қазақстанның экономикалық дамуының жоғары қарқыны мен имиджінің жақсарғанын атап өтті, бірақ олар жағдайды объективті бағалап, бұған елімізге келгеннен кейін ғана көз жеткізе алды. Басқа елдердің тұрғындары біз туралы интернет арқылы біледі екен, ал олардың Қазақстан туралы түсінігі бар ақпараттың тек 1/3 бөлігі ғана шындық. [5, 96 б].

Рейтингтің мақсаты – тікелей инвесторлар үшін Қазақстан аймақтарының инвестициялық тартымдылығын анықтау. Конституция бойынша Қазақстан Ресейден айырмашылығы унитарлы мемлекет. Мемлекеттік жүйенің бұл түрі бүкіл елдегі

саяси, заң шығарушы және қаржылық жүйелердің бірлігімен сипатталады. Осылайша, бюджет жүйесінің орталықтандырылған сипаты қаржы ресурстарын аймақтар арасында тұрақты қайта бөлу мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Өңірлік билік инвесторларға кепілдік беру үшін өз бюджетін дербес пайдалануға құқығы жоқ. Бұл инвестициялық ахуалды бағалау кезінде тәуекелдердің анық төмен маңыздылығын анықтайды. Керісінше, Қазақстан сияқты унитарлы мемлекеттерде аймақтық жағдайларды бағалау кезінде объективті инвестициялық жағдайлардың маңыздылығы артады: табиғи ресурстар, көліктік-географиялық, өндірістік және т.б.

Қазақстанның әрбір аймағының жалпы инвестициялық әлеуеті келесі жеке потенциалдардан тұрады:

- пайдалы қазбалар (табиғи ресурстардың негізгі түрлерін өндіру көлемдері);
- еңбек (еңбек ресурстары және олардың білім деңгейі);
- өндірістік (өнеркәсіптік өнімнің аса маңызды түрлерін шығарудағы монополизм деңгейін ескере отырып, өңірдің шаруашылық қызметінің жиынтық нәтижесі);
- тұтынушылық (аймақ халқының жиынтық сатып алу қабілеті);
- қаржылық (кәсіпорындардың кірістілігі және аймақ халқының кірісі);
- инфрақұрылымдық (өңірдің экономикалық-географиялық жағдайы және оның аумағының инфрақұрылымдық жайластырылуы);
- институционалды (нарықтық экономиканың негізгі институттарымен қанықтыру);
- инновациялық (ғылымды дамыту және өңірде ғылыми-техникалық прогресс жетістіктерін енгізу деңгейі).

Қазақстан өңірлерінің инвестициялық тартымдылығының интегралдық рейтингі қорытынды (жиынтық) әлеует пен тәуекел рейтингтерінің сомасы бойынша айқындалды.

Қазір туризмнің экологиялық, мәдени-танымдық, емдеу-сауықтыру және белсенді түрлеріне, тау шаңғысы курорттарын, туризмнің су түрлерін, альпинизмді дамытуға ставка жасалуда. Бізде таулы атпен серуендеу, жаяу серуендеу, су рафтингі, флора мен фауна экологиялық туризмнің барлық түрлерін, әсіресе ұлттық табиғи саябақтарда дамытуға мүмкіндік береді. Республикада Қызыл кітапқа енгізілген жануарлар мен құстар өте көп. Мәдени-танымдық туризмді де ажыратуға болады. Ел аумағында көптеген архитектуралық, тарихи және археологиялық ескерткіштер ашылады. Мұның бәрі тек ғалымдар үшін ғана емес қызығушылық

тудырады. Дәл біздің елімізде Әлемнің екінші Меккесі - Оңтүстік Қазақстандағы Түркістан қаласы орналасқан. Қытай шекарасына дейін Ұлы Жібек жолының солтүстік учаскесінде ел аумағында қандай бірегей сәулет ескерткіштері бар.

Бүгінгі таңда Қазақстанның ел ішінде де, шетелде де өзіндік имиджін қалыптастыру міндетіне жан-жақты, ойластырылған және мақсатты түрде қарауға толық негіз бар. Бұл ретте Қазақстанның әрбір салмақты сөзін іспен қуаттап отыруы Қазақстанның оң имиджін қалыптастырудың лейтмотиві болып табылады. Яғни, Қазақстанның өзіндік ел имиджін құру жолы – экономикадағы стратегиялық саясаттың, саяси реформалардың және елді жалпы жаңғыртудың жүйелілігінде.

Елдің брендіне инвестиция салу барлығына пайдалы: үкіметке, бизнеске және қоғамға. Дамыған елдердің тәжірибесі көрсеткендей, мемлекет осы саладағы жалпы бюджеттің шамамен 10-20 % қаржыландыруы керек. Бұл ретте бизнес бас демеуші бола алады, өйткені Қазақстанның оң имиджінен ол ең алдымен өзіне, содан кейін мемлекет пен халыққа пайда әкеледі. Бизнес Қазақстан брендінің қалыптастыруды қаржыландыратын қор құруға бастамашы бола алады.

Ұлттық бренд әр кластердің дамуына серпін береді және жылдар бойы қалыптасқан имиджді сақтай отырып, тұтынушылардың оң қабылдауына қажетті икемділік береді. Ұлттық бренд кұрал ретінде табиғи, адами, қаржылық, инновациялық және интеграциялық әлеуетті барынша пайдаланады.

Ендеше, жоғарыда аталған факторларды ескере отырып, жаһандық өлшемде Қазақстанның елдік брендингін қалыптастыру мемлекет үшін де, қоғам үшін де проблема болып тұрғандай. Оны шешу үшін елдің бірнеше тиімді тұжырымдамаларын модельдеу және ұлттық мүдделерге сәйкес келетіндерін анықтау үшін оларды әрі қарай бағалау қажет.

Алғыс. Бұл зерттеу Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитетінің қаржылық қолдауымен орындалды (№ АР19676924 «Технологияны дамыту және регионның өнеркәсіптік кешенінің экологиялық брендінің ілгерілету» гранты).

ӘДЕБИЕТТЕР

1 Галумов Э.А. Имидж против имиджа. - М., 2005.

2 Бернайз. Э. Кристаллизация общественного мнения, 1952, – 159 б.

3 Балашов В.В. Франт-офис и бек-офис бренда.- СПб.: Питер, 2004.

4 Иванова О.С чего начинается родина? // Gazeta.kz, 02.09.2008.

5 Ачилдурдыева Д. Как формируется имидж Казахстана.// «Эксклюзив», №10(43), 2005 ж.

CREATIVE INNOVATIONS IN SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES: MAIN TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

OLZHIBAYEV R. A.

Master student, Toraighyrov University, Pavlodar

SARSEMBAY A. R.

Master student, Toraighyrov University, Pavlodar

KUNYAZOVA S. K.

PhD, associate professor, Toraighyrov University, Pavlodar

Innovation is an advancement that provides qualitative growth and development of processes, services or products demanded by the market [1]. Today, innovation plays a huge role in the economic functioning of any organization, so innovation is mentioned often and everywhere. In a market economy, maintaining competitiveness through the introduction of innovations and new technologies becomes more relevant than ever.

This means that the activities of each organization should be aimed at the introduction and mastering of modern technologies, which increase the quality of products, the demand for it, and most importantly increase profits. In the end, the result of such activity is the creation of a new or improvement of the existing product, technological process or service on the market, which has the highest efficiency in comparison with competitors.

A huge number of competitive, new businesses enter the market on a regular basis, but demand is growing even faster. Since no single organization or enterprise can fully satisfy all the numerous desires and demands of consumers, every entrepreneur can find his or her place in the market for goods, services, works, etc. if they have the right idea.

A small firm can quickly increase the number of its clients by utilizing advanced solutions and technologies, and as a result generate a steady income. As an example, there is an abundance of creative

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Технические аспекты разработки приложений для поддержки принятия решений. / Карпов В. И., Петров А. С. – М.: Техносфера, 2020. – 243 с.
- 2 Теория принятия решений / Рассел Джесси – М.: Юнити-Дана, 2012. – 116 с.
- 3 Python для анализа данных / Вес МакКинни – O'Reilly Media, 2017. – 544 стр.
- 4 SQL: Полное руководство / Маркус Винанд – Маркус Винанд, 2016. – 175 с.
- 5 Машинное обучение и искусственный интеллект / Билл Уайлдер – O'Reilly Media, 2012. – 400 с.
- 6 Системы поддержки принятия решений и интеллектуальные системы / Орелиан Жерон – O'Reilly Media, 2019. – 856 с.
- 7 Проектирование приложений для обработки больших объемов данных / Эфраим Турбан, Джей Э. Аронсон, Тинг-Пенг Лианг – Pearson, 2018. – 656 с.
- 8 Проектирование приложений для обработки больших объемов данных / Мартин Клеппман – O'Reilly Media, 2017. – 616 с.
- 9 Разработка облачных приложений на платформе WildFly / Стефан Кассе – Packt Publishing, 2019. – 366 с.
- 10 Искусственный интеллект: Современный подход / Стюарт Рассел, Питер Норвиг – Pearson, 2021. – 1136 с.

Мазмұны

Экономика және құқық
Экономика и право

Секция 15

Мемлекеттік басқару және мемлекеттік қызмет
Государственное управление и государственная служба

- Давиденко Л. М., Байханова Д. А.**
Государственная поддержка экологических проектов компаний3
- Жамулдинов В. Н., Татарченкова А. С., Нургазина Д. Ю.**
Межведомственная комиссия по делам несовершеннолетних и защите их прав как координатор профилактики правонарушений среди подростков7
- Кайдарова С. Е., Колесник Н. Б.**
Эффективность мер по борьбе с коррупцией в системе государственного управления в Казахстане11
- Кайдарова С. Е., Колесник Н. Б.**
Противодействие коррупции на государственной службе в Казахстане: вызовы и возможности совершенствования15
- Оразов Б. Г., Титков А. А.**
Государственные услуги как ведущий фактор управления экономикой Республики Казахстан21

Секция 16

Қаржы жүйесінің қазіргі жағдайы
Современное состояние финансовой системы

- Ақжолова С. Б., Төлжүтай А., Нурмыканова А.**
Қазақстандағы кәсіпкерлікті дамыту перспективалары және мемлекеттің қаржылық қолдауы25
- Бейсембаева Г. К., Баяхметова К. Н.**
Павлодар қаласының тұрғындары жайлы статистикасы33
- Bekniyazova D. S., Aitchanova I. S.**
Ways to improve the efficiency of educational institutions36
- Бекниязова Д. С., Ахмеджанов Ж. С.**
Система риск-менеджмента в банке: механизм функционирования и пути совершенствования41
- Бекниязова Д. С., Актанбердинов Е. М.**
Страновые и региональные особенности информационных технологий в обслуживании финансового сектора46

Бекниязова Д. С., Жуманов Ж. Б. Финансовая устойчивость предприятия и пути ее укрепления.....	54
Бекниязова Д. С., Шалабай Т. Е. Компанияның қаржылық тұрақтылығын бағалау әдістері.....	60
Кафтункина Н. С., Канапьянова Ж. Н., Мамакаева А. М. Безофисная модель банка и перспективы ее развития	64
Кафтункина Н. С., Нурбаева Г. Е., Шамшиден А. М. Заработная плата и условия труда в РК.....	69
Кафтункина Н. С., Нурбаева Г. Е., Садыкова А. А. Применение математико-статистических методов в научных исследованиях.....	74
Лисогор В. А. Сбалансированная система показателей как основной инструмент оценки состояния бизнеса	81
Нурбаева Г. Е., Целлер Э. А., Ахиярова Д. Д., Тлегенова И. Б. Роль миграционных процессов на демографическую ситуацию в Республике Казахстан.....	87
Омарова А. У., Күдайбердынова А. С. Роль доллара в экономике Казахстана.....	93
Попп Л. А., Русакова А. А. Особенности определения объекта обложения для налогового режима – розничный налог	99
Сүйеубаева С. Н., Саденова А. М., Ерзатова М. Е. 4.0 Индустрияға көшу жағдайында адами капиталды дамытудың теориялық аспектілері.....	103
Сырымбек М., Маратова Ә. Р. Еліміздің қаржылық қауіпсіздігіне әсер етуші факторларына шолу	109

Секция 17

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

Альмагамбетова Ж. К., Кунызов Е. К. «павлодар» арнайы экономикалық аймағының облыс үшін экономикалық маңызы.....	115
Арынова З. А., Кайдарова С. Е., Золотарева С. В., Бекниязова Д. С., Тюлюгенова Л. Б. Современные тренды развития рынка труда: проблемы и перспективы в условиях цифровой экономики.....	120
Арынова З. А., Базарғалиева А. Д. Зарубежный опыт использования системного подхода в области управления качеством продукции.....	126

Давиденко Л. М., Кушнир А. В. Механизмы защиты и развития конкуренции в Республике Казахстан.....	132
Давиденко Л. М., Фоос М. А., Шаисмаилов Д. А. Продвижение экологического брендинга промышленного комплекса региона.....	137
Давиденко Л. М., Канавец С. А., Фоос М. А., Шаисмаилов Д. А. Экобрендинг, как фактор инвестиционной привлекательности региона	145
Давиденко Л. М., Карасева В. В. Управленческие подходы к решению экологических проблем (кейс тоо «экотранслогистику»).....	150
Жумабекова Ж. М. Управление социальным предпринимательством на основе инновационных ресурсов: Ключевые аспекты и вызовы	154
Иманғалиева И. Т., Фоос М. А. Развитие малого и среднего бизнеса в США за 2023 год	159
Куныязова А. Ж., Бакпаева А. К., Султанов А. Т., Тулқуов М. Б. Қазақстан үшін елдік брендингтің қажеттілігі	165
Olzhibayev R. A., Sarsembay A. R., Kunyazova S. K. Creative innovations in small and medium-sized businesses: main trends and development prospects	173
Raile A. V., Kunyazova S. K., Kunyazov E. K. Mortgage as an engine of housing market growth in Kazakhstan.....	178
Sarsembay A. R., Olzhibayev R. A., Kunyazova S. K. Prospects for the use of innovative technologies in agriculture	182
Титков А. А., Бухарбаев А. А. Исследование и анализ системы подготовки кадров с высшим образованием в Павлодарской области	186

Секция 18

**Құқықтану және құқық
Юриспруденция и право**

Ахмадиева А. Т., Кабдулина К. Т. Медициналық қызмет көрсету кезінде жасалатын ятрогендік қылмыстар: қылмыстық-құқықтық талдау	194
Ахмеджанова Г. Б., Зекиш А. М., Кабдулина К. Т. Кәмететке толмағандар арасындағы қылмыстың виртуалды кеңістіл әсерінің ерекшеліктері	200

Ахмеджанова Г. Б., Дзязикова Л. Х. К вопросу о латентности как элемента криминологической характеристики преступности несовершеннолетних.....	206
Ахметжанов Т. Ж., Баданина М. А. Актуальные вопросы борьбы с преступностью несовершеннолетних.....	213
Баданина М. А., Максимова А. В., Шайкенова Д. М. Домашнее насилие.....	218
Баданина М. А., Манфагатов А. К. Судебно-баллистическая экспертиза.....	224
Баданина М. А., Горбатько Ю. А., Бегимбетова В. А. Основные аспекты суррогатного материнства в Республике Казахстан.....	229
Баданина М. А., Егизбаева Ж. Р. Преступления против сексуальной неприкосновенности несовершеннолетних.....	234
Баданина М. А., Мундуинова Б. Т. Замена судей искусственным интеллектом: проблемы и возможности.....	239
Бакытбеков А. С., Жамулдинов В. Н. К вопросу о понятии профилактики правонарушении.....	243
Борецкий Б. А. Некоторые проблемы правовой защиты информации персонального характера.....	248
Дубовицкая О. Б., Талипова Ж. Ж., Бексултанов А. С. Киберпреступность – новая преступная угроза безопасности Республики Казахстан.....	253
Дубовицкая О. Б., Бексултанов А. С. Профилактика экстремизма в области межэтнических и межконфессиональных отношений, возникающего в миграционных процессах.....	259
Жамулдинов В. Н., Татарченкова А. С., Нургазина Д. Ю. Межведомственная комиссия по делам несовершеннолетних и защите их прав как координатор профилактики правонарушений среди подростков.....	264
Кабдулина К. Т., Ахмадиева А. Т. Қазақстан Республикасының қылмыстық заңнамасын жетілдірудің негізгі бағыттары.....	268
Қабдылбек Д. Ж., Ниязова Д. М., Кабдулина К. Т. Халықаралық сипаттағы мұрагерлік қатынастарды күкықтық реттеудің ерекшеліктері.....	273
Кайырбек Б. С. О разделе общего имущества.....	279
Мусабекова Н. М., Талипова Ж. Ж. Қазақстанға заңсыз көшіп келу мәселелері.....	284

Савриденов А. Т., Дубовицкая О. Б. Право на свободу религиозных практик ислама в образовательных и военных структурах Казахстана.....	288
Савриденов А. Т., Шагиева Г. Т. Превышение власти правоохранительных органов и необъективные судебные решения: анализ проблемы и пути улучшения в системе судопроизводства Республики Казахстан.....	293
Талипова Ж. Ж., Кусаинова К. С. Отношение общества к животным.....	297
Шагиева Г. Т., Шаханова М. К., Абраева А. Г. Интеллектуальная собственность как сфера права в Казахстане: проблемы и перспективы.....	305
Шагиева Г. Т., Манфагатов А. К. Семейно-бытовое насилие.....	312

**Энергетика
Энергетика**

Секция 28

**Автоматтандыру және телекоммуникацияны дамыту
Развитие автоматизации и телекоммуникации**

Алыпкашев А. Т. Современная автоматизация замкнутых систем водооборота в литейном отделении.....	314
Андреева О. А., Командиров Е. В., Шимпф А. А. Развитие микроконтроллеров и их применение в автоматизации технических процессов.....	321
Balkybay Kh. N., Kaibassova D. Zh. Development of automation and telecommunications in the coke plant.....	325
Бейсембаев Н. К., Хангелды А. А. Монтаж электроустановки работающей по заданному алгоритму, с использованием программируемого реле op1.....	331
Дробинский А. В., Байшина М. К., Акимжанова Д. Р., Мукатай Т. М. Автоматизированное управление процессом регулирования влажности воздуха в помещении.....	338
Звонцов А. С., Любецкая М. А., Азаматов М. Т. Метрологическое обеспечение физических основ волновых процессов в оптических световодах.....	344
Сагындық А. Б., Мануковский А. В., Азаматов М. Т. Организация установки метеостанции amtast AW006 и дистанционная фиксация погодных данных.....	349

Талипов О. М., Кылышбай А. К. Мұнай өңдеу кәсіпорының шикізатын дайындау процесін басқарудың автоматтандырылған жүйесін әзірлеу.....	355
Талипов О. М., Уахит Р. М. Техникалық процесстерді оңтайландыру негіздері.....	363

Секция 29

**Өнеркәсіп салаларындағы энергетиканың қазіргі жағдайы
Современное состояние энергетики в промышленных
отраслях**

Barukin A. S., Barukina N. Y. Energy intensity of Kazakhstan economy and development of the renewable energy sector	368
Исабеков Д. Д. Максимальная токовая защита с диагностикой исправности	371
Калтаев А. Г., Мусаев Ж. Б., Бабашев С. М. Конструкция для крепления герконовых реле внутри коробки выводов мощных электродвигателей.....	376
Кульмаганбетова Р. А., Қадирхан Б. Өңіріміздегі жылу энергетикасының өзекті мәселелері	380
Машрапов Б. Е., Бабашев С. М. Конструкции для крепления катушек индуктивности	385
Мустафина Р. М., Мусекенова Г. О. Қазақстанның ішкі жалпы өнімінде энергиялық сыйымдылығын төмендету жолдары.....	389
Приходько Е. В., Головенко С. С. 3D моделирование энергетических объектов	394
Приходько Е. В., Никифоров А. С., Арипова Н. М., Кинжибекова А. К., Карманов А. Е. Анализ показателей надёжности теплотехнологического оборудования	401
Приходько Е. В., Базарбаев А. Н. Современное состояние системы аспирации в промышленных предприятиях Казахстана по выплавке алюминия.....	409
Шаринов Т. Н., Таткеева Г. Г. Утилизация тепловых потерь металлургического производства.....	413
Шонова А. С. Роль возобновляемых источников энергии в электроэнергетической отрасли	420

**Физика-математикалық және компьютерлік ғылымдары
Физико-математические и компьютерные науки**

Секция 30

**Заманауи ақпараттық-коммуникациялық технологиялар
Современные информационно-коммуникационные
технологии**

Адылханова Н. М., Жүзгембай А. Электрондық кестелерде тестер құру	426
Ақанова А. С., Бекет Ш. М. Решение задач классификации методами машинного обучения.....	433
Ақанова А. С., Бекет Ш. М. Обзор алгоритмов машинного обучения для обработки текстов и анализа текстовых данных	443
Алимова Ж. С., Жуспекова Н. Ж., Бектурсын А. Ж. Үлкен деректерді талдауға кіріспе: жалпы түсінік, әдебиеттер, дағдылар	451
Алимова Ж. С., Даутова А. З., Дюсенгазина Н. Н., Жуспекова Н. Ж. Деректерді интеллектуалды талдау туралы	457
Анварбек Р. Р., Токжигитова Н. К., Алимова Ж. С. Студенттердің жұмысқа орналасуын қолдаудың ақпараттық жүйелері мен әдістері	462
Бейсенов М. К., Токжигитова Н. К. Анализ требований для программной реализации информационной системы мониторинга посещаемости на основе распознавания лиц.....	469
Жүсіп Т. Н., Токжигитова Н. К. Несиелік карта алаяқтықтарын анықтау үшін тандалған машиналық оқыту модельдері.....	476
Қайбасова Д. Ж., Қазкен Г. Б. Теоретические основы и анализ образовательных веб-порталов: требования и перспективы развития	482
Қайдаров Е. Ж., Қуанышева Р. С., Исабекова Л. З. Ағылшын тілін үйренуге арналған мобильді қосымшалар	487
Караса С., Mussabayev S. Development of online learning systems in the last years.....	493
Князев В. И., Исабекова Б. Б. Перспективы и вызовы разработки веб-приложений по принципу single page application.....	497

Князев В. И., Исабекова Б. Б. Достоинства и перспективы rest api архитектуры при разработке веб-сервисов	504
Медведева Т. Ф., Темиргалиева К. Р., Джаргыбаева Д. К. Игры с искусственным интеллектом	511
Найманова Д. С., Даутова А. З. Математические методы для решения экономических задач промышленной отрасли	518
Нуркайдаров А. К., Оспанова Н. Н. Обзор ORM, Active Record и Eloquent ORM: Сравнение и анализ	524
Потапенко А. О., Горин И. Е. Интеграция методов моделирования и анализа рисков в процесс управления проектами: сравнительный анализ подходов	529
Потапенко А. О., Федоренко В. С. Анализ технических и архитектурных аспектов приложений для поддержки принятия решений	536
Рашидов А. А., Исабекова Б. Б. Использование набора библиотек Android Jetpack для оптимизации процесса разработки мобильных приложений	542
Suiindik N. M., Ospanova N. N. Suyundikov M. M., Suyundikova M. K., Sakhariyeva A. Zh. Programming languages of popular social media platforms	549
Токжигитова Н. К., Садыкова А. О., Токжигитова А. Н. Кәсіптік бағдар беру мақсатында оқушылардың іт құзырлылықтарын геймификация арқылы бағалау	552

Секция 31

Заманауи физика-математикалық ғылымдардың дамуы
Современное развитие физико-математических наук

Бариева М. О., Дехандт Г. Т., Қамат А. К., Туребаева Б. Н. Использование искусственного интеллекта на уроках физики	560
Жалмагамбетова А. М. Как развить навыки анализа у учащихся на уроках математики через использование методов проблемного обучения	563
Жекебай Д., Толеуқызы М. Сабақты зерттеуде сын-тұғысынан ойлау әдістері, оқушыларының күрделі деңгейлі тапсырмаларды орындау дағдыларын дамытуға қалай әсер етеді?	567

Қажымұқан Р., Хавидолла Б., Сағатбек Г. Ж. Сақтандыру ұйымдарының қаржылық тұрақтылығын нығайтудың математикалық моделін құру	574
Косыбаева А. К., Нурумжанова К. А. Трансдисциплинарный принцип когнитивных связей между математикой и физикой школьного курса	579
Оспанова Ж. Д., Касанинова А. Н. Процессы жизнедеятельности звезд и их значение для космоса	587
Сағатбек Г. Ж. Математика пәні бойынша мәселелік оқытуды қолдану арқылы оқушылардың жоғары деңгейлі ойлау дағдыларын қалай дамытуға болады?	591
Tashev N., Pyassov A. White and black holes	594
Хавидолла Б., Уакбаева С. М. Саралап оқытуды қолдану арқылы күрделендірілген есептерді шығару дағдыларын қалай дамытуға болады?	598
Бекниязова Д. С., Актанбердинов Е. М. Страновые и региональные особенности информационных технологий в обслуживании финансового сектора	603
Қайдаров Е. Ж., Куанышева Р. С., Исабекова Л. З. Ағылшын тілін үйренуге арналған мобильді қосымшалар	611
Пономаренко А., Мукаева А. М. Разработка логотипа для магазина женской одежды «Labrend» для социальных сетей	616
Потапенко А. О., Федоренко В. С. Технические платформы и инструменты для разработки приложений для поддержки принятия решений	623

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

ТОМ 3

Техникалық редактор: А. Р. Омарова
Корректор: Д. А. Кожас
Компьютерде беттеген: З. Ж. Шокубаева
Басуға 17.10.2023 ж.
Өріп түрі Times.
Пішім 35,1 × 42 1/4. Офсеттік қағаз.
Шартты баспа табағы 36,71. Таралымы 500 дана.
Тапсырыс № 4144

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