

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»
XVIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XVIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**PROCEEDINGS
of the XVIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2023»**

**2023
Астана**

УДК 001+37
ББК 72+74
G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2023» студенттер мен жас ғалымдардың XVIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XVIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2023» = The XVIII International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2023». – Астана: – 6865 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-337-871-8

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001+37
ББК 72+74

ISBN 978-601-337-871-8

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2023**

БАСПАДАҒЫ МЕНЕДЖЕРДІҢ РӨЛІ**Кузембаева Гульмира Бекболатқызы**gulmirakuzembaeva3@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ-дың журналистика және саясаттану

факультетінің 3 курс студенті,

Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – М.Б.Тоқтағазин

Оқырмандардың рухани қажеттілігін қамтамасыз етудегі негізгі кәсіпорынның бірі баспа бұл кітаптарды, журналдарды, газеттерді және басқа да баспа басылымдарын дайындаумен және шығарумен айналысатын кітап шығарудың бір саласы. Ол редакциялау, дизайн, орналасу, басып шығару, жарнамалау және басылымдарды тарату сияқты процестерді қамтиды. Баспа компаниялары әр түрлі болуы мүмкін – ірі, халықаралық баспалар, шағын, жергілікті баспалар және т.б. Олар көркем әдебиет, ғылыми жұмыстар, оқулықтар, анықтамалықтар, балалар кітаптары сияқты көптеген тақырыптар бойынша кітаптар шығара алады. Баспа-бұл қоғамда кітаптар мен басқа да басылымдарды құру, тарату және насихаттау процесі.

Ал осы руханиятқа керек өнімдерді оқырмандарға жеткізудегі маман -менеджер – жоспарлайтын және шешім қабылдайтын адам, қаржы, материалдық және ақпараттық ресурстарды ұйымдастыратын, басқаратын және бақылайтын тұлға. [1,12] Ол ресурстарды оңтайлы пайдалана отырып, дер кезінде соңғы нәтижеге жету үшін кез келген ұйымды, жобаны, команданы немесе басқа ресурстарды басқаратын адам. Одан бөлек, тапсырмалардың орындалуын жоспарлауға, үйлестіруге, ұйымдастыруға, бақылауға және тексеруге, сондай-ақ қарамағындағыларды ынталандыруға және дамытуға жауап береді. Менеджер – ағылшын тілінде manager – «басқарушы» деген мағынаны білдіреді. Менеджер – басқарушы, өндірісті ұйымдастырушы ретінде жұмыс орнындағы өте маңызды мамандық иесінің бірі. Менеджерлік мамандық бірнеше бағытқа бөлінеді.

- Менеджер-кәсіпкер бизнестің нарықтағы алатын рөлін анықтап, даму жоспарын құрады. Стратегиясы мен тактикасын анықтап, қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді мақсатты нақтылайды. Бизнес-жоспарды іске асыруға кірісіп, қызметкерлердің міндеттерін бөліп беріп, олардың жұмысты мезгілінде әрі сапалы орындауын қадағалайды. Мемлекеттік арнайы органдардан лицензия алып, салық төлеу жұмыстарымен айналысады.

- Өндіріс менеджері-кәсіпорындарда, зауыттарда, консалтингтік компанияларда, мемлекеттік құрылымдарда жұмыс істейді. Олар мекемені қажетті кәсіби мамандар және жаңа технологиялық ресурстармен қамтамасыз етуді ұйымдастырады. Шығарылатын өнімдердің сапасын бақылайды. Жұмыс барысында туындайтын мәселелердің дер кезінде оңтайлы шешімін тауып отырады.

- Сату ісіндегі менеджер қызметі - коммерциялық сауда ұйымдары, мейрамхана, дүкен, консалтингтік компаниялар, банк, сақтандыру, инвестиция және құрылыс компанияларының жұмысының дамуына өте қажет. Олар мекемелерді сапалы тауарлармен қамтамасыз етеді, жаңадан шыққан тауарлардың бағасы мен сапасын зерттеп, тауарлардың қажетті құжаттарын тексереді, жаңа тауарларды сатып алушыларға түсіндіріп, олардың сұранысын дер кезінде қанағаттандырып отырады. [2] Сонымен қоса менеджерлер үш буынға бөлінеді. Олар:

А) *Топ-менеджерлер*. Топ-менеджерлерде шешім қабылдау үшін толық құқық болады. Олар сол компанияның негізін өзі қалап, бәсекелестікті жеңіп, тауарын нарықтағы айналымға өткізу үшін жұмыс жасап келе жатыр. Соған сәйкес, топ-менеджерлерде толыққанды мүмкіндік болады.

Сөзсіз, дәмсіз болмас үшін әлемге әйгілі топ-менеджерлер қатарынан мысалдар келтіре өтелік. Мысалы, Starbucks компаниясының бас атқарушы директоры Говард Шульц дәл осы компанияның жаһандық маркетинг жөніндегі директоры Шерон Ротштейн сияқты топ-менеджер. Бұл қатарға Apple компаниясының менеджерлері Сергей Брин, Ларри Пейдж, Тим Кук секілді азаматтарды қосуға әбден болады.

Атқаратын қызметіне сәйкес топ-менеджерлердің табысы да орасан зор болып келеді. Мысалы, Starbucks компаниясының бас менеджері Говард Шульц 2014 жылы 33,7 миллион доллар, теңгеге шаққанда 12 миллиард 306 миллион көлемінде табыс тапқан.

Ә) *Орта буын менеджерлері.* Орта буын менеджерлерінің де көптеген шешімдерді өз алдына қабылдауға құқығы бар. Толық құқығы бар деп айтсақ та, артық бола қоймас. Бұл қатардағы менеджерлердің алдыңғы қатарлардан ерекшеленетіні – орта буын менеджерлерінде компанияның белгілі бір бөліктеріне қатысты ғана шешім қабылдауға мүмкіндік бар.

Мысалы, Starbucks компаниясының өңірлік басшысы Джейсон Эрнандездің қызметін осы орта буынға жатқызуға болады. Ол Шығыс штаттағы үш фирманың ғана жұмысына жауапты.

Дегенмен, соңғы уақыттарда әлемге әйгілі компаниялардың әл-аухаты шарасынан төгіліп, тасып тұрса да, бюрократиялық басқаруды жою мақсатында, дәл осы орта буын менеджерлерінің тогптық құрамын қысқартып, кейбірі, тіпті, жойып жіберіп жатыр.

Б) *Төменгі буын менеджерлері.* Аталған буынға компанияның әр аймақтағы жұмысын бақылайтын басшылар, жұмысқа қабылдайтын лауазымды тұлғалар жатады.

Жалпы күллі жер жүзінде бөлімдері бар компаниялар үшін осы төменгі буын менеджерлерінің қызметі ауадай қажет. Өйткені, бұл қатардағы басшылардың атқаратын жұмысы компания үшін тікелей маңызды.

Осы тұста мемлекетіміздің менеджерлеріне шолу жасап өтсек. 2022 жылы Forbes өзінің ресми сайтында Қазақстанның ең танымал 10 менеджерінің тізімін ұсынған болатын. Тізім бойынша, ең үздік менеджер ретінде Нұрбек Рүстемов – Казкоммерцбанк президенті ұсынылған және сол титулды иеленген. Одан кейін тізім бойынша тұрған тұлғалар:

2. Әйтеке Биджаев – KMG International бас директоры.
3. Әлішер Жұмабаев – «Теңізшевройл» компаниясының атқарушы директоры.
4. Кеңес Рахымберлин – «Эйр Астана» әуе компаниясының бас директоры.
5. Марат Атығай – Халық банкінің бас директоры.
6. Еркебұлан Телешов – «ҚазТрансОйл» компаниясының бас директоры.
7. Әскер Мұджабаев – «ҚазТрансГаз» бас директоры.
8. Айдас Самақов – «ҚазМұнайГаз» бас директоры.
9. Қалқаман Отушев – «Астана» халықаралық қаржы орталығының (АХҚО) бас директоры.

10. Азамат Урматбаев – «Қазатомөнеркәсіп» ҰАК бас директоры. [3] Бұл тізімге 150 шақты менеджер өтінім тастаған. Бірақ, іріктеу бойынша осы ондық ең үздіктері болған.

Менеджерге толық түсінік қалыптасса баспа саласы мен менеджерді байланыстырайық. Баспа менеджері бизнестің табысты болуы мен оқырмандардың қанағаттануын қамтамасыз етуде басты рөл атқарады. Ол кітаптарды шығаруды, таратуды және өткізуді жоспарлауға, ұйымдастыруға және бақылауға жауапты.

Баспа менеджерінің негізгі міндеттеріне мыналар жатады:

1) Стратегияны әзірлеу: Басшы баспаның дамуының маңызды бағыттарын айқындап, ұзақ мерзімді перспективада максималды тиімділікті қамтамасыз ететін стратегияны әзірлеуі керек.

2) Кітап шығару туралы шешім қабылдау: Менеджер қандай кітаптарды басып шығару керектігін, қандай тақырыптарда, қандай авторлар ұсынылатынын және т.б.

3) Баспа процесін басқару: кітаптарды өңдеу, дизайн, макет және қайталаумен байланысты процестер менеджерге байланысты. Менеджердің киімі мен сыртқы келбеті –

басқару эстетикасының маңызды факторларының бірі. [4,1206] А.П. Чехов адам бойында барлығы да – келбеті, киім киісі, жаны және ойы да сұлу болу керек деген.

4)Маркетинг стратегиясын әзірлеу: менеджер жаңа оқырмандарды тартатын және бар оқырмандарды сақтайтын маркетинг стратегиясын жасайды. Бұған кітаптарды насихаттау арналарын таңдау, мақсатты аудиторияны анықтау және жалпы имидж тұжырымдамасын әзірлеу кіреді.

5)Қаржы менеджменті: Басшы баспаның қаржылық қызметін бақылайды, бюджетті бақылайды, сонымен қатар жаңа жобаларды қаржыландыру туралы шешім қабылдайды.

6)Нарық мониторингі: менеджер кітап нарығындағы өзгерістерді үнемі қадағалап отырады, кітаптарды жылжытудың жаңа тенденциялары мен әдістерін зерттейді.

Тиімді менеджер болмаса, баспа нарықта бәсекеге түсе алмайды және өз тұтынушыларын сақтай алмайды. Оның мақсаты – кітаптардың сапалы шығарылуын және олардың табысты сатылуын қамтамасыз ету және оқырманға ыңғайлы кітап шығару. Тиісінше менеджер оқырман психологиясынан хабары болу керек. Оқырман психологиясынан бұрын менеджердің өзіне тоқталсақ. Менеджер психологиясы осы салада жұмыс істеуге байланысты бірқатар нақты аспектілерді қамтиды. Олардың ең маңыздылары:

1. Аудиторияның қажеттіліктерін түсіну: менеджер оқырман сияқты ойлауды үйренуі керек, оқырманды дәл қазір не қызықтыруы мүмкін екенін және қазіргі қажеттіліктерді қандай тенденциялар анықтайтынын түсінуі керек.

2. Медиа өнім сапасын бағалай білу: Менеджер тарату және жарнама туралы дұрыс шешім қабылдау үшін жұмыстың сапасын және оның нарықтағы әлеуетін бағалауы керек.

3. Коммуникациялық дағдылар: Менеджер авторлармен, редакторлармен, агенттермен, сонымен қатар сатушылармен және дистрибьюторлармен тиімді қарым-қатынас жасай білуі керек.

4. Белгісіздік жағдайында шешім қабылдау қабілеті: кітап нарығы тұрақсыз, ал менеджер тез өзгеретін ортада жағдайды талдап, шешім қабылдай білуі керек.

5. Көшбасшылық және ұжымды ынталандыра білу: Баспадағы жұмыс командалық жұмыс, ал басшы өз қызметкерлерін сапалы өнім жасауға ынталандыра білуі керек.

6. Уақыт пен ресурстарды басқару дағдылары: жариялау жұмысты қатаң ұйымдастыруды, процестерді жоспарлау және бақылау мүмкіндігін талап етеді.

7. Жаңа технологияларды дамыту және бейімдеу қабілеті: баспа саласында жаңа технологияларды қадағалап, оларды бизнес-процестерге енгізе білу қажет.

Жетістікке жетуде кез келген басқа саладағы сияқты баспа ісіндегі менеджер психологиясы мен коммуникациясы маңызды рөл атқарады. Менеджерде тек басқарушылық дағдылар ғана емес, сонымен қатар баспа ісіндегі жұмыстың психологиялық аспектілері туралы білім болуы және коммуникацияға қабілеттілігі жоғары болғаны жұмыстың оң бағытта болуына септігін тигізеді. Өйткені ол оның авторлармен, редакторлармен, дизайнерлермен және баспада жұмыс істейтін басқа мамандармен жұмыс істеуіне көмектеседі. Бұл сонымен қатар менеджерге әртүрлі бөлімдер арасындағы жұмысты тиімді үйлестіруге және барлығының бір бағытта жұмыс істейтініне көз жеткізуге мүмкіндік береді.

Менеджер мен авторлар арасындағы байланыс менеджердің жаңа кітапты қабылдауынан басталады. Бұл ретте ол кітапқа деген ниеті мен талаптарын толық түсіну үшін автормен тілдеседі. Осыдан кейін менеджер авторға оның идеясын оқырмандарға жеткізуге көмектесетін нақты әрекеттер мен ұсыныстарды ұсынады.

Сонымен қатар, басшы редакциямен байланысып, кітаптың стиль, сауаттылық, орфографиялық талаптарға сай екендігіне көз жеткізеді. Ол сондай-ақ кітаптың жақсы безендірілгеніне және жоспарланған мазмұнды көрсететініне көз жеткізу үшін дизайнерлермен байланысады.

Менеджердің кітап шығару процесінің басқа қатысушыларымен, мысалы, сатушылармен және маркетингтермен байланысы да өте маңызды. Ол барлығының кесте

мен талаптарға сай жұмыс істейтініне көз жеткізеді, бұл жалпы табысты серпін жасауға көмектеседі.

Жалпы алғанда, баспадағы менеджердің коммуникациялық қабілеті жоғары сапалы кітаптарды жасауға және нарықта табысқа жетуге көмектесетін негізгі элемент болып табылады. Бұдан бөлек, баспа менеджерінің негізгі жұмысы кітап құқықтарын сатып алу, редакциялау, дизайн, өндіріс, тарату және кітаптарды өткізуді қоса алғанда, баспа процесінің барлық аспектілерін басқару болып табылады. Сонымен қатар, менеджер редакторлар, дизайнерлер, маркетингтер, сатушылар және т.б. тұратын қызметкерлер командасын басқаруы керек. Жаңа кітаптарға құқықтарды алу, оның ішінде авторлармен және агенттермен келіссөздер жүргізу. Маркетинг, жарнама, сату және PR қызметін қоса алғанда, жаңа басылымдарды ұйымдастыру және жылжыту. Баспа стратегиясын әзірлеу және бюджеттік жоспарлау. Кітап шығару процесін жоғары сапа стандарттарына сәйкес басқару. Өңдеу, дизайн, өндіріс және маркетингке жауапты кәсіби қызметкерлер тобын жоспарлау және басқару. Кітап бағасы мен пайданы бақылау. Қызмет көрсетушілермен және жеткізушілермен келісім-шарттық қатынастарды таңдау және келіссөздер жүргізу. Жаңа тенденциялар мен нарықтағы өзгерістерді қадағалау, кітапты насихаттау жұмыстарының нәтижелерін бағалау. Осы жоғарыдағы жұмыстың барлығы сол бір менеджердің қызметі. Тиісінше баспа менеджерінің болмауы кітап шығару процесінде түрлі мәселелер мен кешігулерге әкелуі мүмкін. Мысалы нақты осы бағыттарда кедергілер болуы:

Уақытты басқару: менеджерлер әдетте тапсырмаларды бөлуге және жоба кестесін басқаруға жауапты. Менеджердің болмауы кідірістерге және тапсырмалардың орындалу мерзіміне байланысты мәселелерге әкелуі мүмкін.

Қаржылық есеп: менеджерлер жобаның шығындары мен бюджетін бақылауға жауапты. Егер менеджер болмаса, бұл тиімсіз шығындар мен бюджеттің артық шығындарына әкелуі мүмкін.

Команданы басқару: менеджерлер командаларға қақтығыстар мен ресурстарды бөлуді басқаруға көмектеседі. Менеджердің болмауы топ ішіндегі шатасулар мен қақтығыстарға әкелуі мүмкін.

Бизнесті дамыту: менеджерлер бизнесті дамытуға және баспаға жаңа мүмкіндіктер табуға жауапты. Менеджердің болмауы өсу мен даму мүмкіндіктерін шектеуі мүмкін.

Қазақстандағы баспа менеджері – Қазақстандағы баспа жобаларын басқаратын маман. Әдетте, кітаптарды іріктеу, оларды өңдеу, безендіру, басып шығару және республика бойынша таратуды ұйымдастыруға баспа менеджері жауап береді. Оның ерекшеліктеріне мыналар жатады:

- Нарық қажеттіліктерін талдау
- Оқырмандардың қалауларын зерттеу
- Басылымға арналған кітаптарды таңдау
- Авторлармен жұмыс
- Мәтінді өңдеу
- Мұқаба дизайнын әзірлеу
- Кітаптарды басып шығару мен таратуды ұйымдастыру
- Кітап дүкендерімен және интернет-дүкендермен жұмыс жасау

Баспа менеджері кітап нарығын жақсы білуі және тенденцияларды талдай білуі керек. Сондай-ақ оның баспада тәжірибесі болуы және жобаларды тиімді басқара білуі керек. Сонымен қатар, ол авторлармен және кітап сатушылармен табысты жұмыс істеу үшін жақсы қарым-қатынас дағдыларына ие болуы керек. Баспа менеджерінің қазақ, орыс және ағылшын тілдерін білуі де маңызды, өйткені бұл оған халықаралық авторлармен және баспалармен жұмыс істеуге мүмкіндік береді.

Сонымен, менеджердің Баспа ісіндегі рөлі осы саланың сәттілігі үшін шешуші болып табылады. Ол авторлар мен оқырмандар арасындағы делдал және оның міндеті -

авторды өз материалын баспаға беруге сендіру және оны кең аудиторияға ұнайтын кітапқа айналдыру.

Менеджердің негізгі міндеттері – жаңа авторлар мен идеяларды табу, оларды талдау және бағалау, баспадан үздіктерді таңдау, авторлармен келісім-шарттар жасау, қолжазбаларды жариялауға дайындау, қаржылық жоспарлау және бақылау, дайын кітапты сату және насихаттау, сатуды ұйымдастыру және тарату.

Қазіргі менеджер тек әдебиет саласында ғана емес, экономика, Маркетинг, Құқықтану, Ақпараттық технологиялар саласында да кең көзқарасқа ие болуы керек. Менеджердің маңызды қасиеттері-ұйымдастырушылық қабілет, қарым-қатынас, топта жұмыс істеу қабілеті, аналитикалық және шығармашылық ойлау.

Осылайша, Баспа ісіндегі менеджер кітап нарығын қалыптастыруда, мәдениет пен білім беруді дамытуда шешуші рөл атқарады. Оның жұмысы авторларға кітап нарығында өз орнын табуға көмектесіп қана қоймай, оқырмандарға сапалы әдебиеттерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Менеджердің Баспа ісіндегі рөлі тез цифрландыру және бәсекелестіктің күшеюі жағдайында өзгеріссіз қалады, бұл осы нарықта білікті мамандардың қажеттілігін көрсетеді. Ендеше, баспа менеджері болу оңай емес, бірақ олардың ой-өрісі кең, күрделі мәселелердің шығармашылық шешімін таба білуді талап ететін қызықты жұмыс екені сөзсіз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Рикки У. Гриффин. Менеджмент.- South-Western College Pub, 2016.-704 б.
2. [Мамандықтың бәрі жақсы \(massaget.kz\)](http://massaget.kz)
3. <https://forbes.kz/> Топ менеджеры Қазақстана-2022
4. Менеджмент, оқу құралы / Б.Қ. Умбеталиева. - Алматы : Жеті жарғы, 2018. – 279 б.

Подсекция 13.4. Связь с общественностью

ӘОЖ 070 (574.22)

АСТАНА АТАУЫНЫҢ ЭТИМОЛОГИЯСЫ: ҚАЛЫПТАСУ ТАРИХЫ ЖӘНЕ АУМАҚТЫҚ БРЕНД РЕТІНДЕГІ МАҢЫЗЫ

Егізбай Айданай Махмудқызы

e_aidanay@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
«Қоғаммен байланыс» мамандығының 1- курс магистранты
Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – С.М. Дүйсенғазы

Кез-келген брендті қалыптастырушы маңызды факторлардың бірі – оның атауы. Брендке атау беру PR-да нейминг деп аталады. Нейминг (ағыл. атау беру) – бұл брендтің мәнінің қысқаша және дәл көрінісі, яғни бір немесе ең көбі екі сөзбен көрсетілген позиция [1].

Астана – Қазақстанның халықаралық имиджіне әсер етуші басты бренд. Бір кездері шағын ғана қалашық болған Ақмола, қазір көз ілеспес қарқынмен дамып жатқан Астана – әлемдік бренд. Астана атауы – «Астана» брендін позициялаудың ажырамас бөлігі. Қазіргі таңда Астананың аумақтық бренд ретіндегі атауы халықаралық қоғамдастық тарапынан мойындалды.