

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016» атты
XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»

PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»

2016 жыл 14 сәуір
Астана

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2016»
атты ХІ Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ХІ Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір

Астана

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

Ғ 96

Ғ96 «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2016. – б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-764-4

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.

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

ISBN 978-9965-31-764-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2016

Мемлекет басшысы "Мәңгілік Ел" ұлттық идеясын ұсына отырып, қазақ халқын оның бай мәдени мұрасымен және шығармашылық әлеуетімен шоғырландыруға шақырады. Осы жағдайда бәсекеге қабілетті, дамыған мемлекетті қалыптастыру мүмкін болады. Осы мақсатқа қол жеткізу үшін рухани-этикалық және рухани-адамгершілік құндылықтарды біріктіру, дәстүрді ұстану керек. Қазіргі постиндустриалдық кезеңде, ақпараттық технологиялар ғасырында бұл жағдайды жүзеге асыру қиын болып келеді. Дегенмен де, біздің қолымызда материалдық емес мәдени мұра, бай тіл, отбасылық және қоғамдық құндылықтар бар және олар болашақта ұлттық болмысты сақтауға мүмкіндік береді.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. 2020 жылға дейінгі Қазақстан Республикасының туристік саласын дамыту тұжырымдамасы.
2. "Tengrinews.kz" жаңалықтар порталы, 25.08.2014 жылғы ақпараттық мақала.
3. El.kz әлеуметтік желісі
4. Шайкенова Р.Р., Мамутова К.Р. Современное состояние экологического туризма в Казахстане II Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «Экологический и этнографический I туризм: становление, проблемы и перспективы развития». - Хабаровск, 2009.
5. www.kit.gov.kz – Официальный сайт Комитета индустрии туризма Министерства индустрии и новых технологий Республики Казахстан.

ӘОЖ 379.852

ОЙЫН-САУЫҚ ТУРИЗМІН КӨНЕ ҚАЛАЛАРДА ДАМУ

Жандерке Сабира Нуркенқызы

Габдеш Арман Сырымұлы

sabiko98_98@mail.ru, gabdesh-arman@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ экономика факультеті, туризм мамандығының студенттері, Астана қаласы, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – экономика ғылымдарының магистрі Шарапаева Б.Ж.

Ғылыми мақаланың мақсаты: Қазақстанның ішкі туристерін тарихқа баулу, мемлекет экономикасы мен қазынасын байыту, ақша-қаражаттың ел көлемінде арттыру, осы мақсатта белгілі көне аймақ елді-мекеннің тұрғындарының экономикасын, тұрмысын жақсарту, сол аймақтың сауда-саттығын, экономика, қаржы дәрежесін арттыру, онымен қоса ұлттық және интернационалды ойындарды үйрету, тарихты біле, үйрене отырып, қазақи ойындарды ойнап, жаңа түрлерін меңгере отырып, туризмнің активті және пассивті түрлерін дамыту, топпен жұмыс жасауға қабілеттерін арттыру, кешкі және күндізгі ойын-сауық шараларын кіріктіру, туристердің физикалық, рухани, социалды сезімдерін ояту, тарихи дастандар мен наным-сенімдерге қызығушылығын ояту, туризмнің барлық салаларын қамтитын «ойын-сауықтың көне қалалардағы дамуы» бизнес-планын құру, осы мақсатта ел экономикасын көтеру, ішкі туризмді қарқынды дамыту.

Міндеті: Жобаны маркетинг, менеджмент жағынан зерттеу, әдіснамалар мен әдістерге сүйене отырып жұмыс атқару, көне қалаларда өтілетін ойын-сауық түрлерінің сол аймаққа жағымдылығын, жүйелілігін қарастыру, мақсат-міндеттерді жүйелі түрде қарастыру, ұсынылғалы отырған критерийлерге байланысты туристік маршрут, бизнес-план құру, халықты, туристерді тарту, пиар және жарнама жұмыстары, жұмыс күші мен қаражат көзін табу, халыққа волонтерлік не ақылы жұмыстарды ұсыну.

Қазақстан даласының кең байтақ екенін, оған қоса, терең түп тамыры кеңінен етек жайған ұлан ғасыр тарихы бар екенін де білеміз. Қазақстан жері, территориясы сонау көне заманнан бері қаншама оқиғалардың куәгері болғаны сөзсіз. Мыңдаған жылдар нәтижесінде

Қазақстан даласында үлкен ала-сапыран өзгерістер толы, жеткілікті болды. Барлығы да шын мәнісінде бір-бірімен өте тығыз екені бізге мәлім. Қазақстанның кейбір аймақтарында сонау ғасырлар шерткен оқиғалары мен ескерткіштер, дастандар мен хикаяттар, ақиқаттар мен дәлелдер сақталған. Ондай аймақтарды біз «көне қалалар» деп атаймыз. Егер тереңірек тоқталатын болсақ, «көне қала» дегеніміз не? Және оның, әрине, туризмдегі маңызы неде? Ойын-сауық пен «көнеліліктің» қандай байланысы бар? Осы сұрақтарға жауап іздейтін боламыз [2].

Көне қалалар дегеніміз – ежелгі біздің заманымыздан бұрын пайда болған, анықталған территориясы бар, атауы бар, халқы, мәдениеті жылдар өте қалыптасқан, осы заманымызда әлі күнге дейін сақталған біздің асыл мұрамыз болып саналатын, тарих пен ата-бабамыздың қан-терісіне толы, күй шертіп, мұң-қайғысы мен жақсысын айтып бере алатын ескерткіштері мен тарихи орындары бар, мемлекеттіміздің тарихын растай алатын, ең басты маңызды қалаларды айтамыз. Көне қалалардың тарихы, орналасу орны, территориясы, асыл мұралары мемлекет үшін өте маңызды болып саналады. Себебі, халық тарихы, мемлекеттің тарихы оның болашаққа деген қадамдарының айнасы. Көне аймақ тарихтың, көне оқиғалардың куәгері емес пе?! Көне заман адамдарының тұрмысының, қолданған жарақтары мен тұрмыстық жабдықтарының қандай болғанына, мәдениетіне бізді көне аймақтар бір қадамға болса да жақындатты. Әлі де жаңа ашулар жасалуда. Қазақстанның көне аймақтары, елді мекендерінің сақталғанына, олардың барына барша халқымыз мақтан тұту қажет. Бейбіт өмір сүріп жатқан, оның үстіне тәуелсіз мемлекеттің тіпті айтуға, көрсетуге бола алатындай көне тарихы бар болса, бұл шын мәнісінде ұлы мемлекеттердің бірі болып саналмақ. Қазақстан сол елдер қатарына жатады. Қандай тамаша тарихи жерлеріміз өте көп. Неге сол жерлерге туристер ағынын жоғарлатпас қа?! Еліміздің әсем де көркем, көне қаласы Тараз қаласына тоқтала кетсек. Тараз қаласының климаты және ауа-райы туристеріміз үшін өте қолайлы, жылы, шырайлы аймақ болып табылады. Осы қалада тарихи жерлер мен ескерткіштер, кезіндегі «Ұлы Жібек» жолы жүріп өткен елді-аймақтар, Айша бибі мен Қарахан кесенесі, саны жетпес жақында табылған көне халықтардың ыдыстары мен тұрмыстық заттары, бірнеше тарихи музейлер бар. Жақында «ашық аспан» астындағы музей ашылды. Бұл музейдің ерекшелігі: ашық аспан астында біздің заманымыздан бұрынғы не болмаса үш-төрт ғасыр бұрын болған үйлер мен моншалар, үйшіктер, қабырғалар жер астынан қазылып табылған болатын. Осы аймақ территориясында ойын-сауық туризмін дамытсақ, киіз үйлер мен ұлттық ойындарды ойнатып орнатсақ, осы жайлы еліміздің туристерін шақырып, жақсы жарнамалайтын болсақ, бұл бір жағынан, ел экономикасына ықпал жасайды, бір жағынан турист өз тарихын меңгеріп, тірі дәлелдерді өз көзімен көріп қайтатын болады, ал екінші жағынан, ұлттық, не болмаса басқа да қызықты ойындарды ойнап, би-ән кешін, анимациялық жұмыстарды тамашалап қайтатын болады [3].



1-сурет



2-сурет

Тараз қаласындағы «Ашық аспан астындағы» музейі

Нарық экономикасы дамып, орын алып, дами түскеннен бері, мәдени орындардың әртүрлі саладағы кәсіпорындарының саны ұлғайып, олар сәтті жұмыс істеуде. Соның ішінде, біздің ерекше көңіл бөліп қарағанымыз, қазіргі кездегі ойын-сауық кешендерінің шаруашылығы, осы салада кәсіпорындар қатарына қызмет көрсету саласы кәсіпорыны ретінде кіреді. Кез келген кәсіпорын, оның ішінде ойын-сауық кешені, мейрамханалар, мейлі олар ірі болсын немесе шағын, кішігірім болсын біртұтас құрылымға біріктірілген функционалды бөлімдердің жиынтығынан тұрады, әртүрлі мақсаттағы және әртүрлі қызметтер көрсететін осы бөлімдер өз алдына жұмыс істей отырып, біртұтас кәсіпорынның немесе сауықхананың жемісті жұмыс істеуіне өте зор ықпал етеді. Ойын-сауық, мейрамханалар үшін әрбір қызмет көрсету бөлімінің орыны бөлек. Бөлімдер бір мезгілде бір-бірінен тәуелсіз, сонымен қатар өзара тығыз байланыста жұмыс істейді. Кез келген кәсіпорында ұйымдастыру жалпы міндеттерден әрбір нақты міндетті кім орындау керектігін және бұл үшін қандай құралдар қолданатындығын анықтауға мүмкіндік береді. Ұйымдастырылған қызмет арқылы, яғни тапсырмалардың бөлінуі және бірлесулері арқылы әрбір бөлімге қатысты басқару бір бағытта жүргізіледі. Ойын-сауық кешенінің ұйымдастырушылық құрылымы мейрамхананың тағайындалуымен оның орналасқан жерімен, қонақтарының ерекшелігімен, оның жан-жақты жаңа үрдісте болуымен, жаңа технологиялардың қолданыста енуімен және басқа да факторлармен анықталады. Қоғамның әлеуметтік негізгі тетігі болып саналатын іргелі ұйымның, яғни ойын-сауық кешеніне енетін кәсіпорындарының орын тебуі мемлекет үшін де, болашақ үшін де өркениет белгісі болып қала бермек. Бұл мақаланың да жетер белесі «ойын-сауықпен» тікелей байланысты.

Туризм және Қазақстан – еліміздің қазіргі таңғы, үлкен дамушы, сапалы мәселесі деп қарастырайық. Кең байтақ, әсем де көркем территориясы бар Қазақстанның, шындығын айтатын болсақ, ішкі туризмі жай дамуға, тіпті мүлдем дамып жатқан жоқ, ал бұл өз кезегінде, өте өкінішті жағдай. Біздің идеямыз да, туризм классификациясының ішінде міндетті түрде дамуға тиіс деп ойлап отырғанымыз да, ұсынбақ болып отырған үлкен жобамыз, ол – Қазақстанның қазіргі уақытқа дейін сақталған, әкімшілік территориясы бар, облыс құрамына кіретін, қазіргі таңда әлі күнге дейін «қала» болып саналатын көне қалаларында туризмді дамыту, дәлірек айтсақ, туризмнің «ойын-сауық» саласын көне аймақта дамыту, оны жүзеге асыра отырып мемлекетіміздің ішкі туристерін тарту, тарихты ойын-сауықпен қоса халыққа үйрету, мемлекет тарихы біліктілігін халыққа жеткізу, патриоттық сезімді ояту болып табылады [1].

Жалпы, ең алдымен, туризмнің маңызды функциясының бірі - «демалысқа» тоқталайық. Себебі, ішкі туристеріміз көне қалаларға саяхат жасайтын болса, міндетті түрде бұл саясат демалыспен де тікелей байланысты болады. Яғни, біздің мақсатымыз, Қазақстанның ішкі туристерін тарту үшін оны барынша қызық, есте қаларлық етіп ұйымдастыру болып табылады. «Ойын-сауық» терминінің өзі «демалыс»-пен өте тығыз байланысты. Ойын-сауық ойындарын құру, оларды ұйымдастыру, аниматорларды жалдау кезінде, бәрі де, алдымен демалыстың, демалыс сферасының негізінде құрылады. Сол себепті де, «демалыс» критерийлері мен талаптары, рекреациялық жүйелілік өте жақсы деңгейде меңгерілуі қажет. Егер, демалыс пен ойын-сауықты жақсы меңгеріп, тіпті оны кейіннен «көне» аймақтардың территориясында туристермен бірге жүзеге асыратын болсақ, әбден жарарлық туристік үлкен жоба болмақ.

Демалыс – адамның күллі іскелік үдерістерін тоқтатып, ішкі күш-қуатын қалпына келтіру, сонымен қатар сол уақытты өз қалауынша пайдалану болып табылады. Демалыстың екі түрі бар екен, олар – пассивті және активті.

Пассивті демалыс адамдардың физикалық жұмыс үдерісінің тоқтатылып, ағзаға физикалық тыныштықты беру. Яғни, ағзаға деген ешқандай ауыртпалық түсірмеу болып табылады. Бұл түрінің ойын-сауықпен кей кезде ғана байланысы бар болатын жағдалар кездеседі. Бірақ, ойын-сауық барынша «активті» түрін қанағат тұтады.

Активті түрі – іс-жұмыстық белсенділігін ағзаға пайдалы белсенділікке ауыстыру болып табылады. Ойын-сауық сферасының ұсынған классификациясының түгел дерлігі

активті түрімен тығыз байланыста екенін ескеру қажет. Егер де турист, ойын-сауықты турмаршрутына енгізген болса, онда бұл турист міндетті түрде алдын ала физикалық шыныққан, медициналық талаптардан жақсы көрсеткіш көрсеткен, батыл, төзімділік қабілеттерін бойына сіңірген адам болуы қажет. Яғни, байқағанымыз бойынша, бұл өте маңызды критерий, дәлірек айтқанда туристке алдын-ала қойылатын талап пен міндеттер жиынтығы болып саналады [4].

Туризм – адамның рекреациялық қажеттіліктерін толықтыруға ең басты құрал болып табылады, себебі ол рекреациялық белсенділіктің әр-түрлі аспектілерін қамтиды, олар: адамның физикалық, рухани, социал дамудың басты күші болып табылады. Соған байланысты, туризм бөлінеді:

- Танымдық (экскурсиялық) – тарихи, мәдени, табиғи танымдық потенциалы бар жерлерді серуендеу;
- Спорттық туризм – спорттық ивенттерге қатысу;
- Ойын – сауық – фестивальдар мен карновалдарға бару;
- Социалды;
- Бизнес - жұмыстық жолдаулар;
- Діни;
- Оқу.

Ал енді осы арада «ойын-сауық» туризмінің басқа туризм түрлерімен байланысын қарастырайық. Көріп тұрғандай, туризм саласының бізге ұсынған түрлерінің жартысынан көбінісі біздің «ойын-сауық туризмінің көне қалаларда дамуы» тақырыбына сай келеді. Яғни, осы мақсатта жиналған туристер тобы «туризмнің» қанашама түрлерін бір дегенде қамтитын болады. Олар: танымдық, экскурсиялық. Тарихи аймақ болғандықтан, бұл түрлердің қамтылуы міндетті. Келесі, туризмнің спорттық түрі. Ойын-сауық, демалыс, анимациялық ойындар тікелей спортпен тығыз байланысты. Қазақтың арқан тартыс, не қазақша күресін осы ойын-сауық түрлеріне кіріктіріп жіберсек, тіпті тамаша болып кететін еді. Социалды және оқу туризмі. Бұлардың да маңызы аз емес. Социалды түрін маршрутымыздың тірегі, шаңырағы болып табылады. Яғни, араласу, тіл табысу, жаңа ортаны көру, достасу, әңгіме-дүкен құру, ойындар барысында жақындасу, бұның барлығы да социум, яғни социалды туризм түріне жатады. Оқу туризмі. Біздің жобамыз тарихи жерлерді меңгеру, тарихты оқыту, үйрету, қызықтыру болып табылатындықтан, оқу туризмі бұл жерде де маңызды рөл ойнамақ [5].

Ойын-сауық туризмі әлемде танымал туризм тармақтарының бірі болып табылады. Басты мақсаты, әрине, - туристік саяхат кезінде сауықтыру мен ойындарды ұйымдастыру болып табылады. Сауықтыру турлары өз табиғатына байланысты аз уақытта ғана өтеді, әдетте, екі – төрт күнге дейін созылады, бірақ тематикалық сауықтыру алаңдарына бару бес – жеті күнге дейін созылуы мүмкін. Ал тарихи аймақтарда, бұл жүйені бір күн шамасында ғана өткізсекте жеткілікті

Бағдарламалардың көп бөлігі тарихи-экскурсиялық болып табылады. Көп жағдайларда қалалық әйгілі жерлерден, тарихи орындардан экскурсия басталады. Ондай турлардағы сервис түріне – фестивальдік програмалар, мерекелік іс-шаралар жатады. Біз ұсынып отырған, «ойын-сауықты» осы шаралар арасына кіріктіру қажет болып табылады. Және, ең маңызды критерий, бұл – ойын-сауықтың ойын түрлеріне қазакилық ойындарды қосу, тарихи аймақты біле, үйрене отырып, сол аймақтың жаңында қазаки ойындарды үйрету, олардың ұмытылып кеткен түрлерін қайта жандандыру болып табылады.

Әлбетте, турмаршруттың құрамында кешкі сауықтыру шаралары да болуы тиіс, - ресторандар, арнайы концерттер, арнайы ұйымдастырылған кештер, сауықтырудың пассивті түрлері, анимация және тағы да басқа.

Осы мақалада ойын-сауық кешенінің, яғни, сауықхана, ойындар мен тарихи аймақтың байланысы, оларға қызмет көрсету бөлімдерінің жұмысы қарастырылды. Қызмет түсінігі, оның сапасы және ойын-сауық кешенінің адамдар үшін, қонақтар үшін, тынығу, дем алу,

серігу үшін, әлбетте, тарихымызды үйреніп-білу маңыздылығы қаралды. Бұл өте күрделі зерттеулер мен ұзақ жұмыстарды, әрине, қаражатты талап етеді. Маркетинг және менеджмент жағынан да жүйелі түрде зерттеп, бизнес-план құру қажеттілігі де бар. Ішкі туристерді тарту, оларды қызықтыру үшін, арнайы дайындалған жарнама мен пиар жұмыстары да зерделілікті талап етеді. Жұмыс күші, аниматорлар, волонтерлар бұл жобаның реализациясында артық етпейді. Нақты, бәрі қамтылған, туристік жобасы жүйелі, туристерді қанағаттандыратын туристік маршрут құрып, оны сату, ұсыну да үлкен жұмысты талап етеді. Бұл жобаның келешекте іске асырылатынына сенеміз.

Қазақстан халқы өзінің тарихын, ұлттық ойындарын білуі қажет, ал оны оқып-білудің оңай және қызық түрі - «ойын-сауық және тарихи аймақ» туристік маршруттары.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Туризм инфрақұрылымы Сұрағанова С.К., Сабатаева Б.О.
2. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2007-2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы – Астана, 2006 ж.
3. Алиева Ж.Н. «Туризмология негіздері» Алматы: Қазақ Университеті, 2007 жыл
4. Туризмді дамытудың 2003-2005 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы Астана, 2002 ж
5. strategy2050.kz

УДК 338.48

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИСТІК БРЕНДІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Исагельдиев Диас

isageldiev.dias@gmail.com

студент 4 курса специальности «Туризм» Евразийского национального университета
им.Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – Баймбетова Асель Батырхановна

Бүгінгі күні халықтың арасында кең тараған ұғымның бірі – бренд. «Бренд» ұғымына жүздеген кітаптар мен мақалалар арналады. Осы тұрғыдан бренд саласы жан-жақты зерттелген түсінік деп айтуға болады. Бірақ мемлекеттік, әлемдік деңгейдегі бренд ұғымы қажетті деңгейде зерттелмеген. Ел бренді дегеніміз – елдің абыройы, елдің имиджі, елдің шетелде танылуы, шетел азаматтарында елге қатысты туындайтын ассоциация. Ел брендінің атрибуттары тұтынушы қоғам ойында белгілі бір мемлекет туралы сақталған «тетік». Мысалы, Швейцария елімен байланысты ассоциация: шоколад, сағат, банктер және табиғаты. Осыдан Швейцария ел брендінің атрибуттары тамақ, қызмет көрсету және табиғат деп түсінуге болады. Әрине дамыған мемлекеттер «ел бренді» қалыптастырып, оның элементтерін, белсенді қолдануда. Бірақ Қазақстан бұл жағдайда нақты қадамдар жасамады. Егер Қазақстан Республикасы егемендік алған кезде қаражаты мен уақыты болмаса, бүгінгі күні жағымды ел бренді қалыптастыру үшін тәжірибесі мен кәсіби мамандар, органдар жетіспейді.

Үлкен жетістікке жету үшін бренд сапалы және жеке талаптарды қанағаттандыратындай болуы қажет, тұтынушылардың талғамын тудыру үшін ол бесекелестерден айырмашылықтарын баса көрсетуі, потенциалды клиенттер үшін ол әрқашан өзекті, қолайлы және қолжетерлік болуы және де ол клиенттердің жеке өміріне, қарым-қатынастарына және сеніміне бағытталған болуы керек.

Осылайша, брендингтің басты мақсаты – тұтынушылардың көңілін өзінің аты мен оның басқа да фирмалық стиль элементтері арқылы тауарларға аудару болып табылады.

Елдің бренді құру және жағымды имиджі қалыптастыру тауар өндіруші елдің беделін арттыру жолындағы қуатты құрал болып табылады. Себебі бренд мемлекетке