



**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ
ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ АГРАРЛЫҚ ЗЕРТТЕУ УНИВЕРСИТЕТІ**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ АГРАРНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION OF
THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
KAZAKH NATIONAL AGRARIAN RESEARCH UNIVERSITY**

**«БИЗНЕСТІ БАҒАЛАУ: ЗАМАНАУИ ТӘСІЛДЕР»
тақырыбындағы халықаралық ғылыми-практикалық
конференцияның материалдары
07 желтоқсан 2022 ж.**

**«ОЦЕНКА БИЗНЕСА: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ»
Материалы международной научно-практической конференции
07 декабря 2022 г.**

**"BUSINESS VALUATION: MODERN APPROACHES"
Materials of the international scientific and practical conference
07 December 2022**

АЛМАТЫ 2022

УДК330
ББК65
О-93

Под общей редакцией заведующей кафедры «Учет, аудит и финансы» PhD. асс. профессора Бердимурат Н.

Редакционная коллегия:

Серикбаева С.Г., Бейсенбаева А.К., Евескина Ж.Т., Асанова А.Б., Кадырбекова М.Б., Шегір Ғ.Б., Абдимолдаева А.У., Амангелды А.А., Жаманкараев Ж.С., Тубаев К.А.

«Оценка бизнеса: современные подходы»
материалы межд. науч.-практ. конф. – Алматы: КазНАИУ,
2022.- 574 с. – Англ., каз., рус.

ISBN 978-601-241-984-9

В данном сборнике рассматриваются актуальные в современных рыночных условиях и социальные, рыночно значимые вопросы на основе системной модели, позволяющей проводить отчетность, аудит и анализ методов оценки бизнеса и эффективные управленческие аспекты бизнеса.

Экономист-мамандарға, АӨК ұйымдарының басшыларына, оқытушылар мен студенттердің кен ауқымына арнаған.

ВАЖНОСТЬ ВЕБ-САЙТОВ В ПРОДВИЖЕНИИ ГОСТИНЕЧНОГО БИЗНЕСА

Салимова Сарвиноз Фазлиддин кизи
преподаватель, Бухарский государственный университет
Асатова Лазиза
Студент, Бухарский государственный университет
Узбекистан

Ведение бизнеса радикально изменилось за последние двадцать лет. Метод ведения переговоров о сделках перешел от рукопися к нажатию одной кнопки, физические пространства были заменены веб-сайтами, и в то же время появилась концепция цифрового маркетинга, резко изменив время для традиционного бизнеса.

Растет значение веб-сайта в гостиничном бизнесе, особенно в продвижении ее бренда и услуг. Когда мы изучаем туристические рынки зарубежных стран, мы убеждаемся, что доля таких систем велика. Согласно статистике, к 2020 году объем онлайн-бронирования оценивается в **817 миллиардов** долларов. В целом доля рынка онлайн-бронирования путешествий составляет 63 процента от 1,2 триллиона долларов, представляя собой одну из крупнейших долей рынка в этом секторе.

Сегодня использование систем онлайн-бронирования в продвижении услуг средств размещений создало большие удобства как для самих средств размещений, так и для клиентов. Во-первых, долгожданный период звонков в режиме 24/7, когда сотрудники ведут с собой календарь, был заменен системами онлайн-бронирования, которые избавляют бизнес от многих проблем. Во-вторых, туристы могут легко забронировать номер онлайн и сделать покупки, планируя свое путешествие.

В 2018 году 82% всех заказов на путешествия были сделаны онлайн без вмешательства человека через мобильное приложение или веб-сайт. По прогнозам, в 2019 году рынок

онлайн-путешествий достигнет 756 миллиардов долларов. В целом доля рынка онлайн-бронирования путешествий составляет 63 процента от 1,2 триллиона долларов.

Такие системы позволяют клиентам бронировать онлайн различными способами, в том числе с помощью мобильного телефона, при этом значительно расширяя возможности бронирования транспортных средств для размещения и более эффективно используя растущий социальный Интернет.

Цифровой маркетинг отелей делает доступность средств размещения видимой в Facebook, Twitter, Instagram и других платформах социальных сетей, в дополнение к тому факту, что средства размещения должны иметь собственный веб-сайт и расширят свое присутствие в различных онлайн-туристических агентствах (ОТА), т.е. системы онлайн бронирования.

Продвижение онлайн-сервисов размещения может осуществляться двумя способами: непосредственно на официальном сайте отеля, через продажи или другие каналы распространения, через различные ОТА.

Сайт гостиницы должен соответствовать специфике бизнеса, быть понятным и продуманным с точки зрения удобства. И вот несколько важных аспектов:

1. Особое внимание следует уделить структуре и навигации — все должно быть максимально просто и удобно.

2. В оформлении желательно иметь лаконичную палитру и умеренный креатив, так как основная задача ресурса - предоставить посетителю необходимую информацию и упростить процедуру бронирования, а не удивить его воображение. Таким образом, не рекомендуется перегружать страницы яркими картинками и слайдами – они оставляют негативное впечатление и усложняют восприятие.

3. Сайт должен быть адаптирован под как можно большее количество различных мобильных устройств – это расширит круг потенциальных клиентов.

Преимущество этих сайтов в том, что клиент подключается напрямую к отелю и бронирует номер. Но надо

сказать, что эти сайты требуют особых маркетинговых вмешательств, программиста, много времени и бюджета от гостиницы. Услуги, которые предлагают гостиницу без перехода на сайт гостиницы и дают возможность забронировать номер онлайн, называются ОТА – онлайн турагентства. Примерами таких систем онлайн-бронирования являются Booking.com, Expedia.com, Hotels.com, 101hotels.com и другие. Использование нескольких таких систем одновременно зависит от возможности средств размещения. Конечно, чем больше в таких системах они предложат своих услуг, тем больше у них будет возможность завоевать клиентов и продвигать гостиничный бренд. Это сэкономит им много денег на рекламе.

Лучшие агентства онлайн-бронирования предоставляют услуги, обеспечивающие фильтрацию предложений по ряду параметров, в том числе: города и даты; популярность; расположение на карте мира, страны, региона (близость к центру, достопримечательностям, транспортная доступность); число гостей; дополнительные удобства (аренда автомобиля, завтрак, wi-fi, кондиционер); календарь событий и вход в веб сайт отеля через ссылку.

Преимущества для отелей при работе с агрегатами: реклама в поисковых системах, в том числе контекстная реклама; круглосуточная техническая поддержка; актуальные отзывы гостей в карточке отеля; работа со всеми типами объектов: гостиницы, хостелы, гостевые дома, апартаменты и т.д.; мгновенное подтверждение онлайн-бронирования без участия отеля.

Минусом является комиссия за обслуживание. Все сервисы берут комиссию за каждое бронирование. Многие не раскрывают его размер в открытых источниках, проценты указаны в договоре.

Сегодня маркетологи гостиничного бизнеса предлагают несколько стратегий цифрового маркетинга для ОТА и прямого бронирования.

- 7 правил цифрового маркетинга:
- Доступность в Интернете

- Реклама в поисковых системах
- Рекламные кампании в социальных сетях
- Реклама на видео-сайтах: YouTube, MyTube
- Контекстная реклама в Google Ads и Яндекс Директ
- Активное использование чат - ботов
- Управление имиджем гостиницы онлайн.

Большинство людей проводят много времени в социальных сетях. Реклама отеля на таких платформах, как Facebook, Twitter, Instagram — хороший выбор, но лучше использовать систему бронирования отелей, которая позволяет гостям бронировать комфортабельные номера через социальные сети.

Итак, веб-сайты и систем онлайн бронирования дают возможность для различных типов средств размещения: напрямую общаться с посетителями через системы онлайн бронирования на сайте; создать предложения с различными скидками для постоянных клиентов и с легкостью отправлять личные сообщения; сэкономить время при выполнении административных задач. Без системы бронирования, интегрированной с сайтом, средства размещения лишатся возможности собрать много клиентов!

Список использованных литератур

1. <https://www.stratosjets.com/blog/online-travel-statistics>.
2. Грудистова Е. Г. Цифровой маркетинг в сфере сервиса и туризма как инструмент развития цифровой экономики // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 6, № 1, (2020), с. 45-54.
3. Архипова Н.И., Гуриева М.Т. Современные тенденции развития цифрового маркетинга // Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». (2018), № 1(11). С. 9-21.
4. Shaik Javed Parvez, H.M. Moyeenudin, S. Arun, R. Anandan, Senthil Kumar Janahan “Digital marketing in hotel industry”// Article in International Journal of Engineering & Technology · April (2018).

5. СФ. Салимова. Жойлаштириш муассалари рақобатбардошлигини оширишда рақамли маркетингдан фойдаланиш имкониятлари. // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар» илмий электрон журнали. № 5, сентябрь-октябрь, 2020

6. Salimova S.F. Joylashtirish vositalarida marketing faoliyatining ahamiyati.// «SCIENTIFIC PROGRESS» Scientific Journal // 2021, 14-19b.

7. Salimova S.F., Hamroyev H.R. O'zbekiston Respublikasi mehmonxona industriyasining marketing faoliyatida online bron qilish tizimlarini qo'llash // Tafakkur va talqin.2020, 671-675 b.

8. <https://www.condorferries.co.uk/online-travel-booking-statistics>

УДК 338.43

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО РК

Кудайбергенова С.С.

магистрант 2 курса ОП «Экономика»

Казахский национальный аграрный исследовательский университет, Алматы

Развитие рыночной экономики невозможно без эффективной инвестиционной политики, что требует проведения эффективных инвестиционных проектов в ключевых отраслях экономики. Одной из наиболее важных для населения страны и непредсказуемых с точки зрения вложения инвестиций сфер является сельское хозяйство.

Инвестиционные проекты в сельское хозяйство обладают своей спецификой, поскольку непосредственно зависят от природно-климатических условий, сезонности и характеристик технологического процесса. В связи с ограниченностью инвестиционных ресурсов и их рискованностью в настоящее время для предприятий сельского хозяйства особо актуальными являются вопросы поиска источников привлечения инвестиций, использования

МАЗМҰНЫ

	Ибрагимов П.Ш.	Алғысөз	2
I	"Бизнесті басқару" бағыты бойынша кадрларды даярлау мәселелері Проблемы подготовки кадров по направлению «Бизнес управление» Problems of personnel training in the direction of "Business management"		
1	Абызбаева А.М.	Заманауи кадрларды даярлаудың маңызы	5
2	Бархитова Ж.Ш.	Ақпараттық технологиялар арқылы кадрлардың біліктілігін арттырудың заманауи тәсілдері	10
3	Кубенкулова Л.К.	Развитие центров распространения инновационных знаний в агропромышленном комплексе РК	16
4	Оспанқызы Л. Молдакенова Е.	Қызметкерлерді бағалау үшін оқыту мен дамытудың маңыздылығы	21
5	Karbetova Sh.R. Karbetova Z.R. Berdimurat A.	Modern conditions of motivational personnel management	26
6	Сапарбек Ж.К. Амренова Ф.К.	Персоналды дамытуды басқару еңбек тиімділігінің өсу факторы ретінде	31
7	Тожиева М.В.	Способы управления персоналом на примере опыта Южной Кореи	36
8	Kurbanova M.X.	Sustainable development of shrines across Bukhara based on knowledge dissemination	41
9	Khayrilloev S. B.	Efficient ways to tackle the problems of training of	45

		personnel in the direction of "business and management"	
10	Жанкубаев Б.А.	Подготовки кадров по оценочной деятельности проблемы и пути решения	48
II	Орталық Азия елдерінің экономикасының дамуына макроэкономикалық факторлардың әсерін бағалау Оценка влияния макроэкономических факторов на развитие экономики стран Центральной Азии Assessment of the impact of macroeconomic factors on the economic development of Central Asian countries		
11	Муравьева О.В., Петров И.А., Эльдиева Т.М.	Вызовы и возможности, стоящие перед экономикой Центральной Азии в 2022 году	54
12	Akhrorova N. U. Khusanov R.U.	The role of international business in the development of youth tourism and travel	58
13	Bezuhla L.S.	Inclusive tourism as a social direction of tourism business development	64
14	Bieloborodova M.V.	Ways of formation of ecological consciousness in the tourism business	67
15	Fridman D.G., Herasymenko T.V.	Improvement of the investment activity of the utility company based on public-private partnership	71
16	Нифталиев Н.Ф.	Риски присущие промышленным предприятиям Азербайджана в условиях цифровой экономики и пути их оптимизации	76
17	Toyrova S.A. Choriyev R.	Classification of hotels in business development	83

18	Тагиев А.М.	Экономика Азербайджана в условиях глобализации мировой экономики	87
19	Dombrovska O. A. Grek M. A.	Business value assessment in integration processes	93
20	Ганибаев И.Ш.	Необходимость и значение оценки себестоимости услуг автотранспортных предприятий в условиях цифровизации	98
21	Кинашева Ж.Б. Дюсентаева А.	Арт-бизнесі цифрландырудың заманауи мәселелері	104
22	Турекулова Д.Е Молдакенова Е.К	Макроэкономикалық факторлардың бизнесті бағалауға тигізетін әсері	113
23	Алиева С.М. Маметай Ұ.А.	Қазақстан экономикасындағы әлеуметтік қорғаудың маңызы	118
24	Имодинов Х.С	Совершенствование системы управления рисками предпринимательских структур	123
25	Muminova E.A.	The effectiveness of the use of blockchain technologies in sectors of the national economy	127
26	Намазова А.М.	Роль инвестиций в бизнесе с целью решения социальных проблем	132
27	Uraimjonov A. Ismailov N. Mamiraliev K Ruziev K.	A tool for solving health problems in Uzbekistan-the business of introducing water filters	136
28	Рузиева Г.Ф.	Роль ремесел в	146

		формировании национального туристского бизнеса	
29	Жамбыл Ә. М.	Бизнестегі басқару жүйесінің тиімділігі және оған әсер ететін факторлар	152
30	Саламов И Жанибеков Ф.Б.	Роль совместных предприятий в обеспечении экономической-социальной эффективности и их возможности	157
31	Dushanova Y	Economic basis of creating tourist clusters (european experience)	161
32	Kylyshpaeva S.H	Budgeting and insurance of occupational safety at the enterprise	165
33	Уракова Д.Б. Равшанов Ш.Ш.	Возможности инновационного гостиничного бизнеса	170
34	Зинин В.А.	Основные понятия и виды деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций на территории России	174
35	Амангелді Ә.Б.	Социальное предпринимательство в РК	179
36	Ауезова А.Е., Дуйсенбаева Б.Б.	Особенности выплаты компенсации(премии) по депозитам физических лиц	186
37	Базарбаева Ж.А.	Пути повышения и оценка конкурентоспособности сельского хозяйства	193
38	Дуйсенбаева Б.Б. Сугурова А.Ж.	Кәсіпорынның инвестициялық тартымдылығы және оны	199

	Танирбергенова Г.Б.	бағалаудың теориялық негіздері	
39	Есимбекова С.	Сүт және сүт өнімдері нарығын дамыту үрдісі	205
40	Алиева С.М. Маметай Ұ.А.	Қазақстан Республикасында әлеуметтік қорғауды дамыту	209
41	Мұхтар Е.Ұ. Серікова Б.Н. Жаугашарова Ә.Ж.	Үй шаруашылықтарының табысы, оның экономикалық маңызы мен құралу көздері	214
42	Маулина Н.Х. Сулейменова Г.Н. Жадыгерова А.Т.	Тиімді бизнес орта қалыптастыру және оның атқаратын қызметтері	219
43	Серик С.К. Исаева А.Т.	Состояние рынка страховых услуг в Евразийском экономическом союзе	225
44	Тленчиева М.Ж. Лапбаев С.Ш.	Шет елдердегі тұтынушылық несиелеудің ерекшеліктері	231
45	Тоқсын Ж.	Вопросы продовольственной безопасности РК	241
46	Тукешев С.С. Дуйсенбаева Б.Б.	Риск-менеджмент как система управления финансовыми рисками	245
47	Мустафаев В.С.	Роль консалтинговых компаний в бизнес-среде в Азербайджане	251
III	Бизнесті бағалаудың теориялық және практикалық мәселелері Теоретические и практические проблемы оценки бизнеса Theoretical and practical problems of business valuation		

48	Чайковская Л.А.	Ключевые концепции учета в оценке стоимости бизнеса	256
49	Bondarenko L. Domina D.	Enterprise business management in modern economic conditions	262
50	Anopriienko T.V. Fedorova A.Yu.	Land valuation for accounting purposes	266
51	Yurchyshyna L.I.	The state end peculiarities of tourism in Ukraine under martial law	269
52	Мокроусова Д.Д. Сыздыкова Д.И.	Теоретические и практические проблемы оценки бизнеса	274
53	Koshkalda I.V. Ryasnianska A. M	Business assessment in terms of uncertainty: challenges and opportunities	282
54	Pilicheva M.	The components of compensation for compulsory purchases of a land plot	286
55	Кыдырбек-Улы А.Б. Рустемов I. A.	Экономикалық айналыс фазаларында бағалау әдістерінің ерекшеліктері	289
56	Ұлықпан А. Аманкелды А.Ә.	Бизнесті бағалаудың теориялық және практикалық мәселелері	293
57	Айтқұлова А. Бейсенбаева А. К.	Основные подходы и методы оценки стоимости транспортных средств	299
58	Курманғалиев А.А.	Проблемные вопросы в оценке бизнеса	305
59	Саламов И. Казакова З.С, Назарова М.Ш.	Роль бизнеса в экономических-социальных перспективах удовлетворения спроса на продовольственные товары	308

60	Аскергелды М.	Совершенствование методов оценки стоимости бренда	312
61	Сеидахмет Н.Г. Бейсенбаева А.К.	Бренд - это инструмент для повышения стоимости компании	320
62	Мауталиев Н.	Влияние макроэкономических факторов на оценку рынка недвижимости	326
63	Panukhnyk O.	Business sustainability and security: innovative approaches to assessing opportunities for eliminating fraud manifestations	330
64	Баймолдаева М.Т.	Анализ стратегических альтернатив. оценка стратегии	336
65	Болатбекқызы А. Бердимурат Н.	Системный подход к формированию, оценке и использованию инвестиционного потенциала объектов коммерческой недвижимости	345
66	Ермухамет Т.М. Бердимурат Н.	Показатели финансового состояния в период пандемии COVID-19	352
67	Жангирова Р.Н. Бердимурат Н.Б.	Оценка бизнеса – необходимый инструмент управления стоимостью предприятия в рыночных условиях	365
68	Исебаев М.Б.	Эффективность производства конкурентоспособной сельскохозяйственной	371

		продукции в Алматинской области	
69	Ким Е.Р. Нурмаганбетова А.З.	Банктің несиелік тәукелін басқарудың негізгі құралы ретінде несиелік портфельдің сапасын талдау («Форте банк» АҚ мысалында)	377
70	Нуржанкызы А. Тайгашинова К.Т.	Направления совершенствования системы государственного аудита в Республике Казахстан	382
71	Рахым Б. А. Жангирова Р.Н.	Шетел инвестициясын мемлекеттік реттеудің шетелдік іс-тәжірибесі	390
IV	Цифрландыру жағдайында есепке алу-ақпараттық және аудиторлық-бақылау жүйесін дамыту мәселелері Проблемы развития учетно-информационной и аудиторско-контрольной системы в условиях цифровизации Problems of development of accounting and information and audit control system in the conditions of digitalization		
72	Алибекова Б.А.	Зарубежный опыт использования информационных систем в государственном аудите	398
73	Мамажонов А.Т.	Организационно-методические аспекты учета и анализа финансовых результатов	404
74	Тойлыбек Т.Ф. Қазбек Қ.Ж	Бухгалтерлікт есепте және қаржылық есептілікте ХҚЕС-тын қолдану кезеңдері	414
75	Досаева А.Ж.	Особенности проведения	419

	Молдахожаяв Ш.Ш	аудита налоговых обязательств в соответствии с изменениями в законодательных актах РК	
76	Гедимли Н.А.	Основные методы проведения аудиторских проверок в организации	425
77	Ерланқызы І. Шаримхан А.	Дебиторлық берешек есебі және оны рәсімдеудің маңызы	432
78	Тойлыбек Т.Ф. Шаменова Г.Ш	Кәсіпорында халықаралық бухгалтерлік этикасының қолданылуы	437
79	Китапова К. Бекжанова Г.А.	Негізгі құралдарының қозғалысын талдау	442
80	ТойлыбекТ.Ф. Мусрепова С.Т	Қаржылық есептіліктің шетелдік тәжірибеде даму ерекшелігі	446
81	Досаева А.Ж. Гених В.Д.	Аудит процессов банкротства и ликвидации компании в РК	452
82	ТойлыбекТ.Ф. Шертаев А.А	Бухгалтерлік есебінің және қаржылық есептілігін дамытудың негізгі бағыттары	457
83	Бекова Р.Ж. Мячина В. А	Анализ финансовой устойчивости и эффективности бизнеса	463
84	Байдаулетов М.Б. Жәңгір А.Н.	Кәсіпорынның қаржылық есептілігі аудитінің әдістемелік аспектілері	469
85	ТойлыбекТ.Ф. Умиртаев Е.Е.	Халықаралық стандарттың Қазақстандағы кемшіліктері және болашағы	477

V	Бухгалтерлік есеп, аудит және қаржы үшін цифрландыру жағдайында бағалаудың ролі мен маңызы Роль и значение оценки для учета, аудита и финансов в условиях цифровизации The role and significance of assessment for accounting, auditing and finance in the context of digitalization		
86	Аликулов А.И.	Методологические проблемы оценки имущества хозяйствующих субъектов в бухгалтерском учете в условиях цифровой экономики	482
87	Парпиева Н. Р. Жумалиев Т.Ж.	Цифровая трансформация экономики Кыргызской Республики	488
88	Ерболатова С.Ж. Ахметова А.Б.	Сущность и значение оценки деятельности предприятия в современных условиях	494
89	Sayfulayeva M.S.	The efficiency of digitalization in promoting sustainable tourism in Uzbekistan	498
90	Гемаев А.Д., Кукушина О. С.	Современные тенденции , проблемы и риски цифровой экономики	503
91	Абдраман З.Т. Казбекова Ж.Ш	Кәсіпорындағы шығындарды цифрлық технологиялар арқылы азайту	510
92	Погосян В.Р. Чжан Ж. Канищева Н.А.	Влияние цифровой экономики в эпоху информационных технологий и больших данных на традиционный аудит	515
93	Иноятов.С.Б, Ашуров М	Роль и значение цифровых технологий в процессе	520

		управления крупными фермерскими хозяйствами по возделыванию хлопчатника	
94	Салимова С.Ф. Асатова Л.	Важность веб-сайтов в продвижении гостиничного бизнеса	526
95	Кудайбергенова С.	Оценка эффективности инвестиций в сельское хозяйство РК	530
96	Бердимурат Н. Амангелді А.Ә	Цифрландыру жағдайында есепке алу - ақпараттық және аудиторлық-бақылау жүйесін дамытудың негізі-есепке алудың уәкілетті нысаны	535
97	Нурматов О. Т.	Особенности учета нематериальных активов в условиях модернизации экономики	544
98	Катшыбеков Р	Оценка в веке цифровизации	548
99	Әлі Б	Вопросы устойчивого и конкурентного развития АПК РК	550
100	Лю Я	Современное состояние развитие рынка зерна в РК	557