

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
КАЗАХСТАН**

**«ОРТАЛЫҚ АЗИЯ
ИННОВАЦИЯЛЫҚ
УНИВЕРСИТЕТІ»**



**«ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКИЙ
ИННОВАЦИОННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

**«ОРТАЛЫҚ АЗИЯ ЖОҒАРЫ БІЛІМ КЕҢІСТІГІ: ЫНТЫМАҚТАСТЫҚТЫҢ
МАҚСАТТАРЫ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ»
атты жас ғалымдардың халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының**

ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ

II ТОМ - 1

СБОРНИК ТРУДОВ

**Международной научно-практической конференции молодых ученых
«ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ:
ЗАДАЧИ СОТРУДНИЧЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ»**

**Шымкент
2023**

УДК 378:001
ББК 74.58
О-72

ҰЙЫМДАСТЫРУ АЛҚАСЫНЫҢ ҚҰРАМЫ

ТӨРАҒА: Ажидинов А.С. – ОАИУ ректоры

ТӨРАҒА ОРЫНБАСАРЛАРЫ:

Онласынов Е.З. – ОАИУ бірінші проректоры

Дүйсенов Н.Ж. – ОАИУ оқу жұмысы жөніндегі проректор

Казанбаева Ж.С. - ОАИУ ғылыми жұмыстар және халықаралық қатынастар жөніндегі проректор

Игнашова Л.В. .- ОАИУ стратегиялық даму және цифрландыру жөніндегі проректор

Жарқынбеков М.А.- ОАИУ ғылыми-зерттеу орталығының басшысы

Ұйымдастыру алқасының мүшелері:

1. Джумагулова Г.Ш. - «Педагогика» кафедрасының меңгерушісі
2. Алдабергенов Н.А. - «Бастапқы әскери дайындық және ДШ» кафедрасының меңгерушісі
3. Бакирова Ш.А. - «Тілдер мен әдебиет» кафедрасының меңгерушісі
4. Теңізбаев Е.Ж. - «Техника және ақпараттық технологиялар» кафедрасының меңгерушісі
5. Шадиева А.А. - «Бизнес және туризм» кафедрасының меңгерушісі
6. Абдикеримова А.А. - «Құқық» кафедрасының меңгерушісі
7. Камалов А.А. «Экономика және басқару» кафедрасының меңгерушісі
8. Ниязов А.К. «Музыка, кәсіптік оқыту және дизайн» кафедрасының меңгерушісі
9. Кошкинбаева М.Ж. «Математика, физика және информатика»
10. Бердалиева А.М. «Қазақстан тарихы және жаратылыстану ғылыми пәндері» кафедрасының меңгерушісі
11. Нұршабаев Н.М. - Студенттік ректор

Редколлегия мүшелері: Демеубаева А.О., Алдабергенова Ж.Б., Роговой А.В., Есмуратова У.А., Бейдиева А.Н., Тойлыбаева Г.А., Иманбаев А. А, Дарибаева М. Д, Шынжигит Б. М., Исабаева А. А., Мырзабек А, Кадирбердиева А. Ш. Кансеитова А. К.

«ОРТАЛЫҚ АЗИЯ ЖОҒАРЫ БІЛІМ КЕҢІСТІГІ: ЫНТЫМАҚТАСТЫҚТЫҢ МАҚСАТТАРЫ МЕН ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ» жас ғалымдардың халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының Еңбектері. - Шымкент: «Әлем» баспасы, 2023 - 268 б.

«ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ЗАДАЧИ СОТРУДНИЧЕСТВА И ПЕРСПЕКТИВЫ» Труды Международной научно-практической конференции молодых ученых - Шымкент: типография «Әлем», 2023 - 268 с.

ISBN 978-9965-782-89-3

ISBN 978-9965-782-89-3



9 789965 782893

УДК 378:001
ББК 74.58

© ОАИУ, 2023
© ЦАИУ, 2023

МАЗМҰНЫ

БИЗНЕС ЖӘНЕ ТУРИЗМ

ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ ҮДЕРІСТЕРДІ БАСҚАРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ ЖӘНЕ ОНЫҢ АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫҢДА АЛАТЫН ОРНЫ	
Абдирайым А., Дүкенбаев Н., Сатимбек Ж., Койбагарова С.....	3
КӘСПОРЫНДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНДЕГІ ҚАРЖЫЛЫҚ НӘТИЖЕЛЕРДІ ТАЛДАУДЫҢ МАЗМҰНЫ МЕН ҚАҒИДАЛАРЫ	
Аймен Амина Нұрғалиқызы, Абилгазиева Ж.Е	7
ҚАРЖЫЛЫҚ ТҰРАҚТЫЛЫҒЫНЫҢ МАҢЫЗДЫ БЕЛГІЛЕРІНІҢ БІРІ – ТӨЛЕМ ҚАБІЛЕТТІЛІГІ	
Алайдар Иманғали, Кушенов Бексұлтан, Өсербай Ғани., Башпанов О.Р.....	9
BÁSEKELESTİK ORTANY DAMUTY ÚSHIN BIZNESTI JOSPARLAÝDYŇ MAŇYZDYLYǴY	
Adaymhan Balnur, Rahmatýllaev Ismail., Sychu A., Abdramanova G J.....	12
РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ КАК УСЛОВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	
Асіре Ж., Федосеев М., Кеденбай З., Исахметова А.Н.....	15
ЕҢБЕК НАРЫҒЫНДА ЖАСТАРДЫ ӘЛЕУМЕТІН ҚОРҒАУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	
Амантай А.Р., Карамырза Е.Б., Розматов М.А., Сатыбалдиева А.Н.....	18
БІРІҢҒАЙ ӘЛЕУМЕТТІК САЛЫҚТЫ РЕФОРМАЛАУДЫҢ ӘЛЕМДІК ТӘЖІРИБЕСІН ЗЕРДЕЛЕУ	
Ахметов О., Келисова А., Оңдасын Т., Карбекова А.Б	20
ТАМАҚ ӨНЕРКӘСІБІ САЛАСЫНДА АКТИВТЕРДІ БАСТАПҚЫ ЖӘНЕ КЕЙІНГІ БАҒАЛАУ МӘСЕЛЕЛЕРІ	
Аман Әли Сакенұлы., Рымжанова Гульжазира Мамыровна	24
ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ҚАРЖЫ ҚҰҚЫҒЫНЫҢ НЕГІЗДЕРІ	
Альмуханова Н.Н., Мамадияр А.М., Коптаева Г.П.....	28
БІРІҢҒАЙ ӘЛЕУМЕТТІК САЛЫҚТАРДЫ РЕФОРМАЛАУ-СЫБАЙЛАС ЖЕМҚОРЛЫҚҚА ҚАРСЫ ШАРАЛАР	
Әмірхан Б.Д., Шамшидин А., Аппаз Б., Демеубаева А.О.....	30
ТАМАҚ ӨНЕРКӘСІБІ САЛАЛАРЫНДАҒЫ АЛҒАШҚЫ ЕСЕПТІҢ ОРНЫ МЕН РОЛІ	
Баймуратова Кулайзат Койлыбаевна	32
БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕПТІ АВТОМАТИЗАЦИЯЛАУ ЖҮЙЕСІ	
Жұман А.Д., Бизақ А.Қ., Сайдаматов А.Б., Жаздықбаева Д.П.....	35
WAYS OF IDENTIFYING THE COMPETITIVENESS AND QUALITY OF HOTEL SERVICES	
Istamkhujia Olimovich Davronov	39
ҚАЗАҚСТАННЫҢ ҚАРЖЫ-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫ: ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ МҮМКІНДІКТЕРДІ ІСКЕ АСЫРУ	
Дархан М.А., Тасполатова М.К., Коптаева Г.П.....	43
MARKETING AND MANAGEMENT IN THE TOURISM SYSTEM	
Дүйсенбек Д.Қ., Балтабай А.Т., Пошан Ж.Н., Демеубаева А.О.....	47
ЦИФРЛЫҚ ЭКОНОМИКАДАҒЫ ПЕРСОНАЛДЫ БАСҚАРУ	
Ғани Нұржан, Қожамқұл Мерей, Мейрхан Дариға, Жабаева Б.О	48

тапсырыскерлер (клиенттер) карточкасы және қалдық-айналым тізімдемесі беріледі. Керекті бөліктердегі кез келген анықтамалықтарды қарап шығуға және түзетуге болады.

Программаның көп пайдаланымдық үлгісі желілік торапты қолдану арқылы іске асырылған және электрондық пошта арқылы алыстатылған компьютермен ақпарат алмасу мүмкіндігі бар.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Күзенбаев Б. А. 1С:Бухгалтерия» Оқу құралы. Қостанай. 2018ж - 64 б.
2. Алимбекова Г.А., Жунисова Г.Е. Бухгалтерлік есепті компьютерлендіру. Оқу құралы. Алматы: Қазақ университеті, 2017. -170б.
3. Құдайбергенов Н.А., Жантаева А.А., Мурсалим М.О. Бухгалтерлік және салық есебін 1С бухгалтерия 8.2 програмасында жүргізу: Оқу құралы. – Алматы. Экономика баспасы, 2014-194 б.

УДК:379.832

WAYS OF IDENTIFYING THE COMPETITIVENESS AND QUALITY OF HOTEL SERVICES

Istamkhuja Olimovich Davronov

PhD student, Bukhara state university, Bukhara, Uzbekistan

e-mail: istam9229@gmail.com , i.o.davronov@buxdu.uz

Abstract: the article provides information about the competitiveness of hotel services and their evaluation methodology. Also, information about the level of satisfaction of customers who used these services was also provided. In recent years, especially after the pandemic, many hotel companies have focused on improving the quality of services and ensuring their competitiveness. Other hotels are trying to improve the quality of services in hotels by using the latest digital technologies.

Key words: hotel, service quality, quality assessment, quality indicators, competitiveness, customer satisfaction, digital technologies

Currently, in the process of economic reforms in our country, the development of the service sector is becoming very important in the formation of the market economy. In the current stage of development of the Republic of Uzbekistan in the conditions of modernization of the national economy, the need to rapidly develop the service sector in the hotel industry is increasing. Our country is paying special attention to this field. In addition, the relevant regulatory documents have been adopted by the government for the development of the industry, and a lot of work is being done in this direction. Today, the proper management of employees in the hotel industry and the proper use of their potential remains one of the factors that ensure the economic success of the enterprise in the market of tourism services [1].

The assessment of the quality of services in the hotel industry means the realization that one or another labor product can satisfy certain needs of local and foreign guests. However, if it is considered from the point of view of the official rules, then the selection of the nomenclature of quality indicators, the determination of their numerical values, as well as the justification of the best decisions to be made in the management of product quality can be defined as a set of operations involving the values of basic and relative indicators. possible In other words, the assessment of the quality level consists of the following operations: choosing a system of quality indicators; to measure, that is, to compare with some dimensions of a certain scale and to obtain numerical values, and then to evaluate the results obtained.

The customer's evaluation of the quality of hotel service is based on his perception, forming a positive or negative emotional mood in the consumer's mind towards the hotel enterprise, a mood describing the level (general level) of the received service's compliance with the consumer's expectations. The quantitative characteristic of this emotional mood - its strength, expressed as a positive or negative number according to a certain scale, is the guest's assessment of the quality of the service he received [8].

F. Bastiat in world experience. , T. Him, R. Brymer, S. Bartlett, K. Enerthon-Thomas, JR. Walker, H.-A. The theoretical aspects of quality service in hotels, the laws of its development and indications, as well as the principles of interaction with other service areas, covered in the works of foreign scientists such as Shrepler, made it possible to form a certain knowledge system: was the main goal and these scientists emphasized in their scientific work.

Special theoretical and practical aspects of the hotel business are studied in the works of CIS scientists L. Agafonova, V. Apopiya, S. Baylik, M. Boyko, A. Vinogradskaya, G. Volkov, S. Vasilin. , I. Egorova, L. Ivanova, V. Karsekin, V. Kvartalnov, N. Kuznetsova, M. Pivovarova, A. Rumyantseva was deeply studied and studied by T. Tkashenko. Many scientists have emphasized that the main factor in meeting the needs of customers in hotels in the future is to provide them with quality service.

It should also be noted that there are few scientific publications based on the results of basic research on hotel services system and their current impact on the quality of hotel services, taking into account local characteristics.

Choosing the right factors (elements) that affect the satisfaction of hotel visitors (and consumers in general) as services is a very difficult task, which can be determined through several steps (survey method or directly).

Quality indicator is a quantitative description of the property that is included in the quality of the object and applies to certain conditions of the life cycle of the object. The service is defined as its development and provision in relation to certain conditions, and the process is understood in relation to certain conditions of its preparation and transfer, etc.

According to the number of characteristics to be described, quality indicators (objects) can be:

- individual
- complex

A single quality indication is a quality indication that refers to only one characteristic of the object (eg: average shelf life - shelf life, etc.).

Any measurement needs a benchmark (meter, kilogram, etc.)

The main quality indicator is the quality indicator of the object accepted as a benchmark in the comparative assessment of quality [7].

Keynotes can be both single and complex.

Relative quality indicator is the ratio of the quality indicator of the evaluated object to the basic quality indicator expressed in relative units.

Complex quality indication is expressed by an indication that refers to several features of the quality of the object.

Comprehensive (complex) quality indication allows to describe the quality of an object or a group of its properties.

One type of complex quality indicators is integral. This complex indicator of quality reflects the ratio of the total useful effect (S) obtained from the intended use of the object to the costs of creating the object and its intended use [4].

A general quality indicator is a quality indicator that refers to the sum of its characteristics, which are decided to evaluate the quality of the object as a whole.

Object quality indicators				
individual		complex		
<i>Basic</i>	<i>Relative</i>	<i>Group</i>	<i>Integral</i>	<i>Generalizer</i>

Figure-1. Classification of quality indicators

The quality level is a relative ratio determined based on the relationship with the main (standard) values of the parameters, the result of the assessment, the system of values of the quality parameters of the object.

Different characteristics of services have different effects on the quality of services in general. Therefore, both quality indicators and relative quality indicators should be taken into account when they are scaled to determine the level of service quality in a comprehensive service quality assessment with certain adjustments called weighting coefficients.

The name and number of groups of quality indicators differ in different monographs and methods, but in essence they are all close to each other. This classification given in terms of content is the most general [6].

Experts distinguish six main groups of quality indicators:

- Quality statements against product features
- show quality according to the number of reflected features
- Quality indicators according to the method of detection
- Quality indicators across detection steps
- display quality according to the dimensions of the displayed dimensions
- quality indicators according to their importance in the assessment

Depending on the product classification symbol, it corresponds to different types of quality indications.

1	Classification symbol	Indicator Types
1	2	3
1.	Regarding product types	1. Expediency 2. Reliability 3. Technological 4. Savings 5. Aesthetics 6. Standardization 7. Patent law 8. Economic
2.	Number of features to display	1. Individual 2. Complex
3.	Method of detection	1. Means 2. Accountable 3. Statistics 4. Organoleptic 5. Expert 6. Sociological 7. Combined
4.	Detection phase	1. Projected 2. Production 3. Operational 4. Predictable
5.	The size of the displayed dimensions	1. Absolute 2. Cited 3. Dimensionless
6.	Importance according to quality assessment	1. Basic 2. Additional

Figure-2. Main types of quality indicators

As can be seen from the table, in each of the six main groups, in turn, there are several types of quality indicators, each of which describes one or another feature of the product.

It is known that the consumer's perception of the quality of hotel service is the formation of an emotional image of the difference between the expected and actually received service in the mind of the guest, which is characterized by the intensity (level) and direction of the hotel (through perception and evaluation of the important features of the received service). is growing into an emotional mood. Kushly positive mood - high satisfaction, high quality. Kushly negative mood - high level of dissatisfaction, low quality. A quantitative characteristic of this mood is a quality assessment[3].

When perceiving and evaluating the quality of the received service, the guest comes from his expectations. Service employees are guided by management's demands and their own expectations while providing service. Employees consider it the most likely version of the guest's expectations. The owners and management of the hotel have their own assumptions about the expectations of the guests, and they regulate the requirements for the work of employees in instructions, standards, and technical documents, based on external regulatory documents that impose mandatory and defined requirements [5].

Undoubtedly, against the background of this "conflict of expectations", the perception of the service is accompanied by the highest positive feelings of the guest and he gives the highest assessment of the quality, if:

- the expectations of all parties involved in the service delivery process - the client, employees, managers and business owners - are compatible with each other;
- Ensures staff service is fully consistent with mutually agreed upon expectations.

Perception and evaluation of service quality is a single process. The elements of the process of perception and evaluation of the quality of the received service are the local perception of the guest and the evaluation of the quality of execution of individual elements of the received service process. At the same time, the process of perception of the quality of service is primary, and it continues according to the element, but the totality of the performed elements summarizes the perception of quality.

Choosing a typology of service elements determines the design of a model of perception and evaluation of perceived service quality by the guest corresponding to this typology. The existence of such a model makes it possible to predict the evaluation of the quality of newly created hospitality products, to make a pairwise comparison of different interested parties, for example, guest and employee, guest and management, management and employees. Thus, the approximation of the quality functions of the interested parties is performed[2].

In conclusion, the result of the general perception and assessment of the quality of the provided service is the algebraic sum of the individual results - the result of the perception of the quality of individual additive elements corrected for the effect of the relevant multiplicative elements.

In a generalized form, the problem of unsatisfactory hotel environment is well known from the experience of foreign hotel enterprises. This is the cost of low corporate culture.

Assessment of service quality is an important element of the quality management system. It not only provides the basis for analysis and management decision-making, allowing for the control of service quality, but also provides the necessary feedback for the system's development to be stable and capable.

References

1. A.N. Norshayev, M. T. Aliyeva, F. N. Halimova "Innovation in the hotel industry": - Study guide: - Tashkent - "Economy" – 2019
2. Murtazaliev Z. R. Improving the quality management system for services at hotel business enterprises, 2011.
3. Garanina, E. N. Client-oriented concept of hotel competitiveness / E. N. Garanina // RMA Bulletin. – 2015. – No. 1. – P. 78-89.
4. Donets A. A. Improving the quality of services as a tool for managing the competitiveness of a

- hotel enterprise // Russian Journal of Economics and Law. – 2013. – No. 4 (28). – pp. 138-143.
5. Kotlyarovich A.P. Ways to improve the quality of service in the hospitality industry // New Economy, Business and Society. – 2021. – P. 1178-1181.
 6. Morozov, M. A., Lvova T. V. Analysis of the influence of the quality of destination accommodation facilities in the organization of business tourism / M. A. Morozov, T. V. Lvova // Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society. – 2008. – No. 4. – P. 138-141.
 7. Nazarkina, V. A., & Shteingolts, B. I. (2014). Features of consumer demand in the hotel industry. Human Science: Humanistic Studies, (2), 122-126.
 8. Pogorelova E. I., Sergeev A. A. Quality of service for tourists in hotels as a factor in attracting tourists // Interactive Science. – 2017. – No. 11. – pp. 193-196.

ӘОЖ 336

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ҚАРЖЫ-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫ: ИНВЕСТИЦИЯЛЫҚ МҮМКІНДІКТЕРДІ ІСКЕ АСЫРУ

Дархан М.А., Тасполатова М.К. – БФ-2111 к-1 тобының студенттері
Ғылыми жетекші – э.ғ.к., аға оқытушы Коптаева Г.П.
«Мирас» университеті, Шымкент қ., Қазақстан

Резюме: Статья посвящена исследованию инвестиционных возможностей Казахстана для ускоренной технологической модернизации экономики, поскольку в условиях новой глобальной реальности инновационная индустриализация страны является важнейшим приоритетом новой модели экономического роста.

Summary: The article is devoted to the study of Kazakhstan's investment opportunities for accelerated technological modernization of the economy, since in the conditions of the new global reality, the innovative industrialization of the country is the most important priority of the new model of economic growth.

Қазақстан экономикасын технологиялық жаңғырту Президенттің Қазақстан халқына үш маңызды Жолдауында: ҚР Президентінің 2012 жылғы 14 желтоқсандағы [Назарбаев Н. А., 2012], 2017 жылғы 31 қаңтардағы [Назарбаев Н. А., 2017], 2018 жылғы 10 қаңтардағы [Назарбаев Н. А., 2018]. Осы құжаттарға сәйкес Қазақстанның стратегиялық мақсаты 2050 жылға қарай әлемнің ең дамыған 30 елінің қатарына кіру болып табылады.

Осы мақсатқа қол жеткізу үшін Қазақстан қазіргі уақытта еңбек өнімділігін, шығарылатын өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру және қазақстандықтардың өмір сүру сапасын жақсарту мақсатында өнеркәсіптің әртүрлі салалары мен экономика салаларындағы өндірістік процестерді автоматтандыру, роботтандыру, цифрландыру негізінде жеделдетіп жаңғырту жолымен экономикалық өсудің жаңа моделін құру бойынша ауқымды бастамаларды іске асыруда, бұл өз кезегінде орасан зор қаржы ресурстары.

Бұл жолда тікелей шетелдік инвестицияларды (ТШИ) тарту және ұстап қалу маңызды рөл атқарады. Қазақстан үкіметі өзінің инвестициялық және экономикалық саясатын үздік халықаралық тәжірибеге сәйкес келтіруге және ел шетелдік инвесторлар үшін бәсекеге қабілетті және тартымды жағдайлар ұсына алуы үшін Қазақстандағы инвестициялық ахуалды ұдайы жақсартуға ұмтылады [1].

Шетелдік инвестициялардың көмегімен сіз:

- Қазақстан экономикасының өндірістік құрылымын нақты жақсарту;
- жаңа жоғары технологиялық өндірістер құру;
- негізгі қорларды жаңғырту және көптеген кәсіпорындарды техникалық қайта жаратандыру;
- жоғары білікті мамандар мен жұмысшыларды даярлау;
- ішкі нарықты бір мезгілде шет елдерге экспорт көлемін ұлғайта отырып, отандық өндірістің сапалы тауарларымен толтыру.