**СТАТИСТИКА, ЕСЕП
ЖӘНЕ АУДИТ**

**СТАТИСТИКА, УЧЕТ И
АУДИТ**

**STATISTICS, ACCOUNT
AND AUDIT**

ISSN 1563-2415

Ежеквартальный научно-
практический журнал
издается с 1999 года.

№ 1(84) 2022

Учредитель
«Алматинский
гуманитарно-экономический
университет»

Алматинский гуманитарно-экономический университет

Главный редактор
Досаева С.К.

Заместители гл. редактора:
Корвяков В.А. – д.п.н., проф., ректор АГЭУ
Сейтхамзина Г.Ж. – к.э.н., проф., проректор по науке
и инновациям АГЭУ

Члены редколлегии:

Амирханова Г.А. – доктор PhD, снс ИИВТ КН МОН РК,
г.Нур-Султан, Казахстан

Бекенова Л.М. – к.э.н., профессор, проректор по
академической работе АГЭУ

Дауренбеков А.К. – к.э.н., проф. АГЭУ, г. Алматы,
Казахстан

Дырка Стефан – д.э.н., проф., Верхнесилезский
экономический Университет имени Вой- цеха Корфанти в
Катовицах, Польша

Ержанов М.С. – д.э.н., проф., партнер «Grant Thornton»,
г.Алматы, Казахстан

Ешпанова Д.Д. – к.э.н., доцент кафедры "Учет, аудит и
статистика" АГЭУ, г.Алматы, Казахстан

Макыш С.Б. – д.э.н., проф., декан экономического
факультета, ЕНУ им.Л.Н.Гумилева, г.Нур-Султан,
Казахстан

Мезенцева Т.М. – д.э.н., профессор департамента учета,
анализа и аудита Финансового Университета при
правительстве РФ, г.Москва, Россия

Назарова В.Л. – д.э.н., проф., зав. кафедрой "Учет, аудит и
статистика" АГЭУ, г.Алматы, Казахстан

Рахметова Р.У. – д.э.н., проф., Туран – Астана, Нурсултан,
Казахстан

Сейдахметова Ф.С. – д.э.н., проф. кафедры "Учет, аудит и
статистика" АГЭУ, г.Алматы, Казахстан

Таипов Т.А. – к.э.н., проф., АГЭУ, г.Алматы, Казахстан

Тайгашинова К.Т. – д.э.н., проф кафедры "Учет, аудит и
статистика", АГЭУ, г.Алматы, Казахстан

Шокаманов Ю.К. – д.э.н., проф., г.Нур-Султан, Казахстан

Издательский центр
Алматинского гуманитарно-
экономического университета
050035, г.Алматы,
ул.Жандосова, 59,
тел: +7 727 309 58 20,
+ 7 727 309 58 15
факс: + 7 727 309 30 00
e-mail: zhurnal.aesa.99@mail.ru
www.journal.ageu.kz, www.ageu.kz

Ответственный за выпуск журнала
Айтжанова Н.М.

Подписано в печать:
26.01.2022г.

Формат 70x108 1/16.
Бумага офсетная.
Тираж 300 экз.

ИП «Аруна»
г.Алматы, Алмалинский район,
ул. Нурмакова, 26/195 кв. 49
e-mail: [mail: iparuna@yandex.ru](mailto:iparuna@yandex.ru)

Учреждение «Алматинский гуманитарно-экономический университет»,
050035, г. Алматы, ул. Жандосова, 59,
тел.(727) 309-58-20, 309-58-15, вн. 138
e-mail: zhurnal.aesa.99@mail.ru,
aesa2005@mail.ru
Website: journal.ageu.kz, www.ageu.kz

Регистрационное свидетельство № 9099-Ж от 25.03.2008 г.
выдано Министерством культуры и информации Республики Казахстан,
Комитетом информации и архивов

Журнал включен в Российский индекс
научного цитирования (РИНЦ) и
размещается в научной
электронной библиотеке (WWW.ELIBRARY.RU)
(Лицензионный договор с ООО «НЭБ» № 133-03/2016
г.Москва 11 марта 2016 г.).

МАЗМҰНЫ

Раман Ибрахим, Сюзана Бахарудин

МЕЛИМАУ ПОЛИТЕХНИКАЛЫҚ ИНСТИТУТЫНДА КОВИД-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕ СИНХРОНДАЛҒАН ОНЛАЙН ОҚЫТУҒА КЕҢЕТ ӨТУ: ИНЖЕНЕРЛІК ФАКУЛЬТЕТІ СТУДЕНТТЕРІ ПЕРСПЕКТИВАСЫН САНДЫҚ ЗЕРТТЕУ	6
--	---

Норшымах Осман

4IR ЭЛЕМЕНТТЕРІН ҚОЛДАНУ АРҚЫЛЫ ТЖКБ ЦИФРЛАНДЫРУ	22
--	----

Тан Си Мин

ЦИФРЛІК МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚТЫ ДАМУ ЖӘНЕ МУЛЬТИФИКАЦИЯ МЕН ИННОВАЦИЯЛЫҚ ОҚЫТУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ ИНТЕГРАЦИЯЛАУ: ОҚУДАҒЫ СТУДЕНТТЕРДІҢ МІНЕЗ-ҚҰЛҚЫНА ӘСЕРІ.....	35
---	----

Тео Пей Куан

ӨНДІРІСТІК СТУДЕНТТЕРДІ ОҚУ ТИІМДІЛІГІНЕ ОҚУ ИННОВАЦИЯЛАРЫНЫҢ ӘСЕРІ ЖОҒАРЫ ОҚУ ОҚУЫНДАҒЫ ДИЗАЙН.....	39
--	----

Дви Вахюнингсих, Сламет Утомо, Шри Сурачми, Сажиди Досаева

КОВИД-19 ПАНДЕМИЯСЫ КЕЗІНДЕ ОНЛАЙН ОҚЫТУДЫҢ САПАСЫН АРТТЫРУДАҒЫ КӨШБАСШЫНЫҢ РӨЛІ.....	48
--	----

А.Адельбаева, А. Бекметова

АЗЫҚ-ТҮЛІКПЕН МОЛЫҚТЫРУДЫ ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ ҮШІН АГРАРЛЫҚ НАРЫҚТЫ РЕТТЕУ	61
--	----

А. Джумабаева, Д. Бабаи, А.Кенджасарова, Р.Арзикулова

ҚАЗАҚСТАННЫҢ АЗЫҚ-ТҮЛІК ҚАУІПСІЗДІГІН ҚАМТАМАСЫЗ ЕТУ: ТЕОРИЯ, ӘДІСТЕМЕ ЖӘНЕ ПРАКТИКА.....	68
--	----

А. Нуртаева, С. Айткулова, А.Садвакасова, А.Құрмантаева

КОММЕРЦИЯЛЫҚ БАНКТЕРДЕГІ ТӘУЕКЕЛДЕРДІ БАСҚАРУ ЖҮЙ- ЕСІНІҢ ТИІМДІЛІГІН ТАЛДАУ	76
---	----

А.Рамазанов, С.Базылхан

ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫҢ КОНЦЕПТУАЛДЫҚ НЕГІЗДЕРІ.....	84
---	----

А.Рамазанов, Ж.Куралов

ҚОНАҚ ҮЙ ІСІНІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ СИПАТТАМАСЫ.....	92
---	----

Ш.А. Торғаева

КОМПАНИЯ ҚЫЗМЕТІНДЕГІ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ	100
--	-----

СОДЕРЖАНИЕ

Раман Ибрагим, Сюзана Бахарудин

ВНЕЗАПНЫЙ ПЕРЕХОД К СИНХРОНИЗИРОВАННОМУ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЮ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 В ПОЛИТЕХНИЧЕСКОМ ИНСТИТУТЕ МЕРЛИМАУ: КОЛИЧЕСТВЕННОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА МАШИНОСТРОЕНИЯ..... 6

Норшымах Осман

ОЦИФРОВКА TVET С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕМЕНТОВ 4IR..... 22

Тан Си Мин

РАЗРАБОТКА ЦИФРОВОГО ПОВЕДЕНИЯ И ИНТЕГРИРОВАНИЕ С МУЛЬТИФИКАЦИЕЙ В КАЧЕСТВЕ ИННОВАЦИОННОГО УЧЕБНОГО СРЕДСТВА: ВЛИЯНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ УЧАЩИХСЯ В ОБУЧЕНИИ..... 35

Тео Пей Куан

ВЛИЯНИЕ ОБУЧАЮЩИХ ИННОВАЦИЙ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ДИЗАЙН В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ..... 39

Dwi Wahyuningsih, Slamet Utomo, Sri Surachmi, Сажидда Досаева

РОЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19..... 48

А.Адельбаева, А.Бекметова

РЕГУЛИРОВАНИЕ АГРАРНОГО РЫНКА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО НАСЫЩЕНИЯ..... 61

А. Джумабаева, Д. Бабаиш, А.Кенджасарова, Р. Арзикулова ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАЗАХСТАНА: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА..... 68

А. Нуртаева, С. Айткулова, А.Садвакасова А. Құрмантаева

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ 76

Рамазанов А., С.Базылхан

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА..... 84

Рамазанов А., Ж.Куралов

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА..... 92

Ш.А Торгаева

ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГ В КОМПАНИЯХ..... 100

CONTENT

Raman Ibrahim, Suzana Baharudin

THE SUDDEN TRANSITION TO SYNCHRONIZED ONLINE LEARNING DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN POLITEKNIK MERLIMAU: A QUANTITATIVE STUDY EXPLORING MECHANICAL ENGINEERING STUDENT'S PERSPECTIVES..... 6

Norshymah Osman

DIGITALIZING TVET USING 4IR ELEMENTS..... 22

Tan Si Min

DEVELOP DIGITAL STORYTELLING INTEGRATES WITH ANIMATION AS AN INNOVATIVE INSTRUCTIONAL TOOL: EFFECTS ON STUDENT'S BEHAVIOURAL ENGAGEMENT IN LEARNING..... 35

Teo Pei Kian

THE EFFECT OF TEACHING INNOVATION ON LEARNING EFFECTIVENESS AMONG THE STUDENTS OF INDUSTRIAL DESIGN IN HIGHER EDUCATION..... 39

Dwi Wahyuningsih, Slamet Utomo, Sri Surachmi, Sazhida Dossayeva

THE ROLE OF THE PRINCIPAL IN IMPROVING THE QUALITY OF ONLINE LEARNING DURING THE COVID-19 PANDEMIC..... 48

A. Adelbaeva Phd student, A. Bekmetova

REGULATION OF THE AGRICULTURAL MARKET TO ENSURE FOOD SATURATION 61

A. Dzhumabayeva, D. Babash, A. Kendzhasarova, R.Arzikulova

ENSURING FOOD SECURITY IN KAZAKHSTAN: THEORY, METHODOLOGY AND PRACTICE..... 68

A. Nurtayeva, S. Aitkulova, A.Sadvakassova, A. Kurmantaeva

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE RISK MANAGEMENT SYSTEM IN COMMERCIAL BANKS 76

Ramazanov A., C. Bazyghan

CONCEPTUAL BASIS OF HOSPITALITY..... 84

Ramazanov A., Zh. Kuralov

ECONOMIC CHARACTERISTICS OF THE HOTEL BUSINESS..... 92

Torgaeva Sh.A

INTERNET MARKETING IN COMPANIES..... 100

FTAXP 143507

ӘОЖ 336

<https://doi.org/10.51579/1563-2415.2022-1.09>

ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫҢ КОНЦЕПТУАЛДЫҚ НЕГІЗДЕРІ

А.Рамазанов, С.Базылхан

Алматы технологиялық университеті, Алматы, Қазақстан

e-mail: ramazanov_altay@mail.ru

Аннотация. Мақалада ұсынылған зерттеудің мақсаты экономикада басым болатын қонақжайлылық анықтамасын ретроспективті талдау негізінде қонақжайлылық тұжырымдамасын жасау болып табылады. Қонақжайлылықтың әртүрлі белгілеріне сүйене отырып, мақалада қонақтың тұрғын үйге, тамаққа деген қажеттілігін қанағаттандыру, қолжетімділікті қамтамасыз ету арқылы ақпарат алу арқылы үйден тыс жерде қорғауды, қабылдауды және күтуді қамтамасыз ететін, Интернет, теледидар, радио; демалыс пен ойын-сауыққа қажеттілік – SPA-аймақтың, анимациялық бағдарламалардың болуы; әдеттен тыс, жарқын әсерлердің қажеттілігі - қайтарымды негізде шығармашылық орналастыру құралдарының пайда болуы әлеуметтік институт ретінде «қонақжайлылық» авторлық түсінігі берілген. Мақалада қонақжайлылықты зерттеудегі кросс - пәнаралық тәсіл тұжырымдамасы берілген. Қонақжайлылық тек қонақ үй бизнесі тұрғысынан ғана емес, сонымен бірге олардың қазіргі әлеуметтік-экономикалық, саяси және мәдени шындықтармен қарым-қатынасында тарихи және мәдени дәстүрлерді жинақтайтын кеңірек құбылыс ретінде қарастырылады.

Зерттеу барысында алынған нәтижелерді қонақжайлылық секторын талдау және дамыту бойынша бағдарламалық шараларды әзірлеуде пайдалануға болады.

Түйін сөздер: Қонақжайлылық, Қонақ үй, қонақжайлылық, өнім, қызмет көрсету, қонақүйлік лояльдық.

Негізгі ережелер. Негізгі қорытындылар мен ұсыныстар қонақтарды орналастыру мен қызмет көрсетудің негізгі көзі ретінде қонақжайлылық нарығының ағымдағы жағдайын зерттеу үшін қажет.

Кіріспе. Қонақжайлылық қазіргі уақытта өте қарқынды дамып келеді. Қонақжайлылық экономиканың қарқынды дамып келе жатқан салаларына жатады. Қонақжайлылық бізді қоршаған әлемді, оның тарихын, көрікті жерлерін және мәдени мұрасын білудің қолжетімді құралдарының біріне айналды. «Қонақжайлылық» (лат. Hospitium, hospitalitas) сөзінің этимологиясы жалпы үндіеуропалық түбірге барып, соған байланысты hospes / hostis ұғымдарымен байланысты. Сонда бұл сөзді «жау», «бөтен», «бөтен, шекара бұзған» деп атаған.

Материалдар мен тәсілдер.

Зерттеу барысында танымның жалпы ғылыми әдістері қолданылды, сонымен қатар салыстыру, монографиялық, нормативтік, экономикалық және статистикалық сияқты арнайы әдістер қолданылды. Зерттеудің ғылыми негізі осы мәселемен айналысатын отандық және халықаралық ғалымдардың жарияланымдары болды. Ақпараттық база ретінде ішкі және халықаралық актілер қызмет етті.

Нәтижелер мен пікірталас.

Ғылымда қонақжайлылықтың әртүрлі түсіндірмелері бар.

Л.А. Ульяновченко қонақжайлылық – бұл қызметкерлердің клиенттерге, қызметкерлерге қатысты қадір-қасиетіне, құрметіне және сыпайылығына негізделген корпоративтік философия деп санайды [1, 21 б.]

П.Г. Николенко қонақжайлылық – бұл клиенттермен қарым-қатынас әдісі, ол патронат, қорғау, назар аудару, оларды қонақүйде, ГРК, қонақүйде орналастыру және бейімдеу кезінде қамқорлықты білдіреді [2, 21 б.]

С.В.Заякиннің айтуы бойынша қоғам дамуының қазіргі кезеңінде қонақжайлылықтың әлеуметтік институты «қонақжайлылық индустриясы кәсіпорындары (қонақ үйлер, мейрамханалар және т.б.) қызметкерлерінің кәсіби қоғамдастығының қонақтардың аморфты және гетерогенді қауымдастығымен тұрақты өзара әрекеттесуі болып табылады. қызмет көрсету (техникалық қызмет көрсету) арқылы соңғысының материалдық және рухани қажеттіліктерін қанағаттандыру» [5, 64 -65 б.].

Н.М. Мышьякова орыс тілінде қонақжайлылық «қонаққа деген жылы қарым-қатынас», «қонақтарды жақсы қабылдау, нан-май», яғни қонақжайлылық деп түсінілетінін атап өтеді [3,7 б.]:

1) «қонақтарды қарсы алу, сергіту, көңіл көтеруді» қамтитын процесс ретінде адамның мінезінің сапасы;

2) «әртүрлі типтегі объектілер мен ұғымдардың гетерогенді жиынтығымен корреляция жасайтын ұжымдық ұғым»

5, қонақжайлылықты, қонақжайлылықты, дәстүрді ұстануды, тамақ пен сусын түрлерін білдіреді және иконалық тәрбиені білдіреді.

В.Романов қонақжайлылық өркениет ұғымдарының бірі екенін, ол прогресс пен уақыттың арқасында қызметтерді тұтынушылар (туристер) үшін барлық жақсылықты жасайтын, миллиондаған мамандар жұмыс істейтін қуатты индустрияға айналғанын атап өтеді. Қонақжайлылық индустриясы адам қызметінің әртүрлі салаларын қамтиды – туризм, рекреация, ойын-сауық, қонақ үй және мейрамхана бизнесі, қоғамдық тамақтану, экскурсиялық қызмет, көрмелер ұйымдастыру және әртүрлі ғылыми конференциялар өткізу [5, 3 б.].

Американдық зерттеуші Дж.Уолкер қонақжайлылық құбылысының пайда болу себептері туралы айта отырып, «ашық әлемде аман қалу үшін ол (адам – А.Р.) оларды (шетелдіктерді – А.Р.) не түгел жоюы керек, не «бөтен адамдар арасында өзіндікі» болу, яғни ол жабық болған адамдарға осы кеңістікте уақытша қалуға рұқсат беру, тіпті олар болған кезде өзіңізге бірдей қатынастың кепілі ретінде олардың қолдауы мен көмегін алу. сіздің территорияңызда. Бұл қонақжайлықтан басқа ештеңе емес» [6, 56].

Авторлық түсінігі. Мақалада қонақтың тұрғын үйге, тамаққа деген қажеттілігін қанағаттандыру, қолжетімділікті қамтамасыз ету арқылы ақпарат алу арқылы үйден тыс жерде қорғауды, қабылдауды және күтуді қамтамасыз ететін, Интернет, теледидар, радио; демалыс пен ойын-сауыққа қажеттілік – SPA-аймақтың, анимациялық бағдарламалардың болуы; әдеттен тыс, жарқын әсерлердің қажеттілігі - қайтарымды негізде шығармашылық орналастыру құралдарының пайда болуы әлеуметтік институт ретінде «қонақжайлылық».

Қонақжайлылықтың ырымы бар. Қонақ күтудің күрделі ырымы мынадай құрылымға ие [4, 12 - 15 б.]:

1.алдын ала лиминар ритуалдар – қонақты ескі дүниеден ажырату (филиал);

2. лиминар ритуалдар – қонақ енді өз кеңістігіне жатпайды, бірақ ол әлі оны қабылдайтын қауымдастықтың бір бөлігі емес (өтпелі, алшақтық);

3. постлиминарлық ритуалдар – инициация, шетелдікті жаңа әлемге қосу, содан кейін оны «өзіміздікі» деп қабылдау керек.

(қосу);

4. сублиминальды ритуалдар – қонақты өзінің «өз» кеңістігінен шығарып, «бөтен» әлемге (көшіп кету) шығарып салу.

Алдын ала лиминар ритуалдар. Қонақты сыртқы әлемнен ажырататын алдын ала ырымдарға бүгінгі күнге дейін сақталғандары жатады: қонақ бас киімін, сырт киімін, аяқ киімін шешуі, жуынуы, өзін ретке келтіруі, т.б. Мұндағы мақсат – бөтен адамды үй нормаларына бейімдеу, ол иеліктен шығару сапасын жоғалтып, енді бөгде күштердің дирижері болмайтындай етіп. Тұрғын үйге кіре берісте қолды және бетті жуу тек жолдарды шаңнан тазартуды ғана емес, сонымен қатар алаңдаушылық пен бөтен жолдағы әдеттерге тосқауыл қоюды білдіреді. Қонақ жол жамылғыларын алып тастап, осылайша жол бейнесін деконструкциялайды, онымен бірге «бөтен» мәртебесін алып, өзін «өзінің» мәртебесінде тұрғызады. Дене бірте-бірте жол жамылғысын жоғалтады: арба аулада, аяқ киім мен таяқ босағада, сыртқы киім мен сөмке дәлізде. Белдік пен қалпақ денеде ең ұзақ сақталады, оны шешу арнайы рәсімдермен жабдықталған. Бір қызығы, келу ғұрыптарында қорғаныш (қорғау) қызметін атқаратын киім-кешек пен құрал-жабдықтарды (аяқ киім, бөтелке мен сөмке, қалпақ пен белдік) алып тастауға ерекше мән беріледі. Оларды алып тастау бұрынғы әлеуметтік мәртебенің де жойылуын білдіреді және онымен бірге жол сақтығы - жабу-қорғау қажеттілігі.

Лиминар ритуалдар. Лиминарлық ритуалдар екі тарапты достық, сенімді қарым-қатынасқа дайындауға арналған. Бұл «бөтеннен» «өз әлеміне» - шеберлер әлеміне өту ырымдары. Лиминарлық ырым кезінде қонақ өзінің кеңістігімен байланысын үзіп, бейтарап объектіге айналды деп есептелді. Және оның «өзінің» кеңістігіне біртіндеп енгізуді бастау керек болды. Оларға: салтанатты кіру, амандасудың ауызша формулалары, сәлемдесу қимылдары (қол алысу, сүйісу, сыйлықтар) жатады.

Постлиминарлық ритуалдар – бейтаныс адамдарды қоғамға қосу – бірге ас ішу, сусын ішу, қонақ пен үй иесін арқанмен немесе белбеумен байлау, тіпті уақытша асырап алу сияқты түрлі әрекеттерді де қамтыды. Бұл символдық мағынада қонақтың аз уақыт болса да өзін осы қауымдастықпен сәйкестендіретінін білдірді. Кездесу салтанатының маңызды медиаторы ретінде бірлескен асқа (тамақ пен сусын - судан араққа дейін) маңызды рөл берілді. Мереке шабандозды жегішке, оның өмірлік ресурстарының өз үлесіне құқығы бар үй шаруашылығының мүшесі үшін қымбат адамға айналдырады. Қонақтардың кездесуіндегі мереке таза символдық болуы мүмкін («Шәй ішесіз бе?») Немесе өте ұзақ және салтанатты, бірақ әрқашан ерекше. Тоқыраудан кейін қонақпен одан әрі қарым-қатынас жасау мүмкіндігі ашылады. Мерекеде көрсетілген қарым-қатынас стратегияларына назар аударайық. Біріншіден, үй иесінің беделін бекіту және қонақтың оны қабылдауға дайындығы. Екіншіден, агрессияға тосқауыл қою. Үшіншіден, ортақ ас қонақты тану құралы деп түсіндіріледі.

Сублиминальды ритуалдар - көшіп келу (қайту немесе қоштасу) ғұрыптары, біріншіден, қонақ қаламауы үшін, мүмкіндігінше ұзақ уақыт бойы (қожайындарының тұрғын үйінің белгілі бір шекарасын кесіп өткенге дейін) «өзінің» болып қалуы керек болатын ырымдарды қамтиды, үй иесіне зиян келтіру, екіншіден, қонақ үй иелерінің

жағымды бейнесін қалыптастыруы керек. Кетіп бара жатқан қонақ үй иелерінің сиқырлы күштерінің өзіндік «дирижері» ретінде қарастырылды, олар үшін бойтұмар ретінде де «жұмыс істеуге» тура келді. Қонақпен қоштасқанда салтанатты жағы үнемі болды.

Ритуалдың құрылымы іс-әрекеттің қасиетті мағынасын қамтитын әртүрлі символдық тілдер (кодтар) арқылы жүзеге асырылады: әрекеттік (әрекеттер тізбегі), сипаттық, кеңістіктік, уақыттық, объективті (материалдық), сөздік (сөздік), музыкалық. (дыбысты) және суретті. Қонақтарды қарсы алу және қабылдау рәсімінде кеңістіктік код ең көп қатысады.

Қонақжайлық принциптері:

Тәртіп
Сана
Адалдық
Ұйымдастыру
Құрмет
Сезімтал
Әдептілік
Дұрыстық
Достық
Әдептілік

Қонақжайлылықты өзінің Statler қызмет көрсету кодексінде [7] баяндалған Тұтынушыларға қызмет көрсету принциптерінің негізін қалаған Э.М.Статлер бастады:

«Жұмысқа тек құрметті, жүрегі таза және сыпайы, жиі және ықыласпен күлетін адамдарды қабылдаңыз. Бөлмені тазалау қажет болса, оларды тазалаңыз. Күнделікті күйбең тірліктің астында жүргендей әрекет ететін және осы ыңғайсыздықты басынан өткеретін нағгерлерден арылыңыз. Сіз бұл адамдарды қайта тәрбиелей алмайсыз. Оларға лайықты жұмыс таба алмайсыз. Олардан құтылыңыз, басқа біреу жұмысқа алсын, сонда сіз үйрететін адамды жұмысқа аласыз. Жақсы қонақүйдің міндеті – өз тұтынушыларын қуанту. Statler қонақүйлерінің басты мәселесі басқа қонақүйлерге қарағанда ең жақсы қызмет көрсету екені жалпыға мәлім. Барлығына олардың ақшасына басқа қонақүйлерден бұрын алған қызметтерінен жақсырақ қызмет көрсетілетінін түсіндіріңіз. Ешқашан намысқой немесе мысқыл болмаңыз. Қонақ жалақыңызды береді. Ол сенің тікелей жанашырың.

Қонақжайлылық бірқатар факторлардың әсерінен дамиды, оларды екі топқа бөлуге болады – сыртқы және ішкі. Сыртқылары қонақжайлылық индустриясының қызмет етуіне қатысы жоқ қоршаған шындықтың құрамдас бөліктерінің әсерімен анықталады. Ішкі факторлар қонақжайлылық индустриясындағы кәсіпорындардың ұйымдастырылу және қызмет ету ерекшеліктеріне тікелей байланысты. [8, 9-12 б.].

Саяси және құқықтық факторлар.

Мәдени факторлар

Экономикалық және қаржылық факторлар.

Әлеуметтік-демографиялық факторлар

Саяси және құқықтық факторлар

Саяхаттағы қауіпсіздік факторы

Инфрақұрылым және коммуникация факторы

Сауданы дамыту

Материалдық-техникалық факторлар

Қонақ үй қызметі саласын дамыту
 Қонақ үй желілері мен ассоциацияларын құру
 Тарату жүйелерінің дамуы
 Еңбек факторы
 Маркетинг
 Маусымдық фактор

Қонақ үй қонақжайлылығының өнімін жетілдіру. Қонақ үй өнімінің құрылымында үш деңгей бар:

- 1) мақсатына сәйкес өнім;
- 2) нақты өнімділіктегі өнім;
- 3) күшейту бар бұйым

Кез келген өнімнің негізінде кез-келген қажеттілікті қанағаттандыру қажеттілігі жатыр, сондықтан өнімнің мәні - концепция, яғни. өнімнің белгілі бір мәселені шешуге, тұтынушының нақты қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталғандығы. Сондықтан қонақүй әкімшілігі үшін өнімнің өзінің қасиетін емес, одан тұтынушыға тигізетін нақты пайдасын (пайдасын) ұсыну және таратудың маңызы зор. Бірінші кезеңде тұтынушыға арналған қонақүй өнімі әлі жоқ, клиент әртүрлі қонақүйлер өзіне ұсынатын өнімдерді нақты артықшылықтар мен өзіне тиімділік үшін талдайды. Бұл кезеңде өнімнің мазмұндық жағы қалыптасады, қызметтердің толық спектрі келісіледі, тұтынушы санасында болжамды пайда мен болжанған өнімнің нақты құнына салыстырмалы талдау жүргізіледі. Егер өнім ұғымы оның мазмұны ретінде көрінсе, онда оның нақты орындалудағы нысаны дәл осы ұғымды жүзеге асыруға мүмкіндік беретін қасиеттердің белгілі бір жиынтығы болып табылады, яғни. қонақтың кейбір қажеттілігін қанағаттандыру үшін. Екінші кезеңде өнім шынымен бар және тұтынушы оның қасиеттері мен сипаттамаларын, артықшылықтары мен кемшіліктерін нақты бағалай алады. Сондықтан бұйымның екінші деңгейінде оның қасиеттері мен белгілері қарастырылады; сапа деңгейі, жайлылық, беделділік, қауіпсіздік, үнемділік және т.б.. Қонақ үй өнімін күшейту (үшінші кезең) әлеуетті тұтынушыларды іздеуге және ұстауға үлкен ықпал ететін қызмет көрсету, кеңес беру және ақпарат беру ерекшеліктерін білдіреді. Бұған қызмет көрсетудің жоғары сапасы мен жылдамдығы, сауатты және толық консультациялар, клиентпен бейресми қарым-қатынас және мейірімді қарым-қатынас арқылы қол жеткізуге болады. Бәсекеге қабілеттілік тұрғысынан өнімді күшейту идеясы қонақ үй қызметкерлеріне өнімді жақсарту мүмкіндіктерін ең тиімді жолмен анықтауға мүмкіндік береді [8, 31 -32 б.]

Қонақжайлылықтың таза әсері – тұтынушылардың лояльдығы. Бұл адалдықтың болуы, яғни тұтынушылардың осы компанияға, өнімге деген жағымды көзқарасы және тұрақты сатылымның негізі болып табылады. Бұл өз кезегінде компания табыстылығының стратегиялық көрсеткіші болып табылады. Еліміздің қонақжайлық индустриясында тұтынушылардың лояльдығын қалыптастыру және қолданылып жүрген лоялдық бағдарламаларын Алматы қаласында орналасқан бірнеше отельдерде талдау жүргізілді. Атақты Алматы отельдерінде келген қонақтарды бес топқа сегменттейді. Оның ішінде тұрақты қонақтар бар, яғни лояльды қонақтар. Тұрақты қонақтарға «комплимент» ұсынылады. «Комплимент» дегеніміз – сыйлықтар[9, 136 -137 б.].

Орналастыру қызметтері біртұтас қонақжайлылық индустриясына айналууда. Дж.Дитмер мен Дж.Гриффиннің қонақжайлылық индустриясының құрылымы қонақжайлылық пен туризмнің макросекторларын қамтиды. Өз кезегінде қонақжайлы-

лықтың макросекторы тамақ секторы мен орналастыру секторы болып табылады. Макросекторлық туризм – туристік агенттіктер мен туроператорлар, көлік, ойын-сауық және демалыс

Қонақжайлылық индустриясының қазіргі заманғы дамуының негізгі тенденцияларына мыналар жатады:

- 1) қонақ үй қызметтерін мамандандыру мен әртараптандыруды тереңдету;
- 2) трансұлттық компанияларға айналатын кең ауқымды корпоративтік формалардың – қонақ үй желілерінің қалыптасуы;
- 3) қонақжайлылық индустриясында ақпараттық менеджмент жүйелерін, технологиялық қамтамасыз етуді, маркетингті кеңінен қолдану;
- 4) қонақ үй кәсіпорындарының капиталын қаржы, сақтандыру, құрылыс, көлік және экономиканың басқа да салаларының капиталымен интеграциялау;
- 5) қонақ үй бизнесін ұйымдастыру мен басқаруда ғылыми менеджментті пайдалану;
- 6) нарықтың нақты сегментіне бағытталған шағын қонақ үй кәсіпорындарының желісін дамыту [10, 8 б.].

Қорытындылар. Қонақжайлылық дамып келеді. Қонақжайлылықтың эволюциялық кезеңі қонақжайлылық индустриясына айналуымен сипатталады. Қонақжайлылық индустриясының тұжырымдамасында қонақжайлылық және туризмнің макросекторлары қалыптастырылды. Қонақжайлылық индустриясындағы нарықтық қатынастардың күрделілігі мен әртүрлілігі қонақжайлылық пен туризмнің макросекторлары секторларының өзара дамуының мультипликативті әсерін анықтайды. Қонақжайлылық индустриясының ерекшелігі - әртүрлі салалардың осы саласындағы тікелей және (немесе) жанама өзара әрекеттесуінің әртүрлілігі мен күрделілігі,

Қолданылған әдебиеттер тізімі

- 1 Ульяновченко Л. А. Проектирование гостиничной деятельности : учеб. пособие / под ред. Л. А. Ульяновченко. М. : КноРус, 2016
- 2 Николенко, П. Г. Организация гостиничного дела : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Клюева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 449 с. — (Высшее образование).
- 3 Заякин С.В. Институциональный анализ индустрии гостеприимства // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие. Материалы IV Очередного Всероссийского социологического конгресса / РОС, ИС РАН, АН РБ, ИСППИ. – М.: РОС, 2012. С.64-65
- 4 Мышьякова Н. М. Гостиничное дело : учебник / под ред. д-ра искусств, проф. Н. М. Мышьяковой, канд. культурол. наук, доц. С. Г. Шкуропат. СПб. : Изд-во СПбГУСЭ, 2013.. С. 7.
- 5 Основы индустрии гостеприимства/ Д. Елканова, Д. Осипов, Виталий Романов, Е. Сорокина. Дашков и Ко, Sep 5, 2017 - Education - 264 pages.
- 6 Walker John R. Introduction to Hospitality. Fourth Edition. - New Jersey: Prentice Hall, 2016. – 735 p. /<http://library.atu.kz/files/10039.pdf> 20.12.2021
- 7 Lundberg Donald E. The hotel and restaurant Business.3 ed .- Boston: CBI Publishing Co,1979 .-P-54 Сайт marriott .[Электронный ресурс]. Режим доступа.URL:<http://www.marriott.com/corporateinfo/culture/heritageJ.WillardMarriott.mi>

8 Кусков, А. С. Гостиничное дело : учебное пособие / А. С. Кусков. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. — 328 с.

9 Рамазанов А., [Алдаберген Ш.](#) Тұтынушылардың лояльдығының тиімділігі/«Тұран» университетінің хабаршысы» ғылыми журналы 2021 ж. № 1(89), 136 -144 б

10 Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/6085.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Рамазанов А., С.Базылхан

Алматинский технологический университет, Алматы, Казахстан

e-mail: ramazanov_altay@mail.ru

Аннотация. Целью представленного в статье исследования является выработка концепции о гостеприимстве на основе ретроспективного анализа сложившегося в экономической науке определения о гостеприимстве. В статье на основе различных характеристик гостеприимства приводится авторское понятие «гостеприимство», как социальный институт, обеспечивающий защиту, прием и заботу вне дома путем удовлетворения потребности гостя в жилье, питании, получении информации предоставлением доступа к интернету, телевидению, радио; потребности в рекреации и развлечении – наличием SPA-зоны, анимационными программами; потребности в получении необычных, ярких впечатлений – появлением креативных средств размещения на возмездной основе. В статье представлена концепция кросс-дисциплинарного подхода к исследованию гостеприимства. Гостеприимство рассматривается не только с точки зрения гостиничного дела, но и как более широкое явление, аккумулирующее историко-культурные традиции в их взаимосвязи с современными социально-экономическими, политическими и культурными реалиями.

Полученные при проведении исследований результаты могут быть использованы при выработке программных мер по анализу и развитию сферы гостеприимства.

Ключевые слова: Гостеприимство, Гостиница, гостиничное дело, продукт, услуга, гостиничная лояльность.

CONCEPTUAL BASIS OF HOSPITALITY

Ramazanov A., C. Bazykhan

Almaty Technological University, Almaty, Kazakhstan

e-mail: ramazanov_altay@mail.ru

Annotation. The purpose of the research presented in the article is to develop a concept of hospitality based on a retrospective analysis of the definition of hospitality prevailing in economic science. Based on various characteristics of hospitality, the author's concept of "hospitality" is given in the article, as a social institution that provides protection, reception and care outside the home by satisfying the guest's need for accommodation, food, obtaining information by providing access to the Internet, television, radio; needs for recreation and

entertainment - the presence of a SPA-zone, animation programs; the need for unusual, vivid impressions - the emergence of creative accommodation facilities on a reimbursable basis. The article presents the concept of a cross-disciplinary approach to the study of hospitality. Hospitality is viewed not only from the point of view of the hotel business, but also as a broader phenomenon that accumulates historical and cultural traditions in their relationship with modern socio-economic, political and cultural realities.

The results obtained during the research can be used in the development of program measures for the analysis and development of the hospitality sector.

Key words: Hospitality, Hotel, hotel business, product, service, hotel loyalty.

Авторлар туралы мәліметтер

Рамазанов Алтай Абдрахманович

Профессор, Алматы технологиялық университеті, Алматы, Қазақстан

Экономика ғылымдарының докторы

Бәзілхан Санжар Бәзілханұлы

Магистрант, Алматы технологиялық университеті, Алматы, Қазақстан

Сведения об авторах

Рамазанов Алтай Абдрахманович

Профессор, Алматинский технологический университет, Алматы, Казахстан

Доктор экономических наук

Базилхан Санжар Базилханович

Магистрант, Алматинский технологический университет, Алматы, Казахстан

Information about authors

Altay Ramazanov

Professor, Almaty technological university, Almaty, Kazakhstan

Doctor of Economics

e-mail: ramazanov_altay@mail.ru

Sanzhar Bazilkhan

Master's student, Almaty technological university, Almaty, Kazakhstan

e-mail: sbazilxan@bk.ru

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА

(с учетом изменений в Требованиях к научным изданиям для включения их в Перечень изданий, рекомендуемых для публикации результатов научной деятельности-Приказ Министра образования и науки Республики Казахстан от 30 апреля 2020 года № 170)

Журнал «Статистика, учет и аудит» (в дальнейшем - Журнал) публикует оригинальные работы ученых и специалистов научно-исследовательских организаций, высших учебных заведений, организаций и административных структур Казахстана, а также иностранных авторов. В журнале публикуются оригинальные статьи по научным направлениям статистики, учета и аудита, микро и макроэкономические вопросы международной и отечественной экономики, финансов, информатики и педагогики. Также публикуются рецензии, хроники научной жизни и др. материалы, имеющие отношение к деятельности Учредителя журнала.

Обязательными условиями для публикации являются:

1. Соответствие публикуемых научных статей (в том числе обзоров) заявленной цели и тематическому направлению журнала. Научная статья - изложение собственных выводов и промежуточных или окончательных результатов научного исследования, экспериментальной или аналитической деятельности, содержащее авторские разработки, выводы, рекомендаций ранее не опубликованные и обладающие новизной; или посвященное рассмотрению ранее опубликованных научных статей, связанных общей темой (систематический обзор).

2. Структура научной статьи включает название, **аннотацию, ключевые слова, основные положения, введение, материалы и методы, результаты, обсуждение, заключение, информацию о финансировании (при наличии), список литературы**. В каждой оригинальной статье (за исключением социально-гуманитарного направления) обеспечивается воспроизводимость результатов исследования, описывается методология исследования с указанием происхождения оборудования и материалов, методов статистической обработки данных и других способов обеспечения воспроизводимости. Содержание других типов публикаций не превышает 10% (десять) от общего количества статей в номере. При этом автор или коллектив авторов вносят значительный вклад в концепцию, научный дизайн, исполнение или интерпретацию заявленного научного исследования и создание научной статьи. Наличие библиографической информации – заголовка статьи, аннотации, ключевых слов, информации об авторах на английском языке обязательно.

2.1 В аннотации (андатпа, abstract) публикуемой статьи на языке статьи излагаются суть и использованные методы исследования, суммируются наиболее важные результаты и их значимость. Объем аннотации составляет не более 300 слов (минимальный объем-100 слов).

2.2 Резюме (түйін, summary) на двух не на языке статьи (казахском, русском и английском) языках. Например, резюме и summary- это не переводы андатпа, а краткое изложение о статье на русском и английском языках (если статья написана на казахском) и рекомендуется их приводить после списка литературы.

2.3 Ключевые слова (түйінді сөздер, key words) предназначены для поиска текста статьи и определения ее предметной области. Например, они приводятся после аннотации (если статья написана на русском) и двух резюме (түйін, summary). Ключевые слова должны обеспечить наиболее полное раскрытие содержания статьи.

2.4 Информация об авторах – имена (Фамилия И.О. авторов), аффилиации (полное название учреждения, которое представляет автор (авторы), название страны, и адреса всех авторов публикаций, в том числе с указанием основного автора-выделить звездочкой (*), e-mail (основного автора).

3. Список литературы. Ссылки на источники в тексте статьи даются только в квадратных скобках (без цитирования [12], при цитировании или пересказе авторского текста [12, с. 29]). Используемая литература, указываемая в ссылках, дается в конце статьи пронумерованной и в порядке упоминания по авторам. Архивные материалы в список не включаются, ссылки на них помещаются в тексте в круглых скобках. При использовании в статье: источников законодательных, нормативно-правовых актов-ссылки на них делать в тексте сразу же после них, а источников из электронных ресурсов или удаленного доступа (Интернета) в списке литературы приводится библиографическая запись источника и ссылка на сетевой ресурс с полным сетевым адресом в Интернете. Желательно указывать дату обращения к ресурсу. Список литературы предоставляется на языке оригинала и должен состоять не более чем из 20 наименований.

3.1 Наличие транслитерированных списков литературы (используемых источников) к каждой статье. Существуют различные системы транслитераций. Предложение редакции по транслитерации (вы имеете право найти другой способ):

3.1. На данной странице Вы можете выполнить транслит - онлайн русских букв латиницей:

Транслитерация с русского на английский онлайн

<https://lim-english.com/posts/transliteratsiya-s-russkogo-na-angliiskij/>

4. Ответственность за содержание статей несут авторы.

5. Этические принципы, которыми должен руководствоваться автор научной публикации. Представление статьи на рассмотрение в редакцию подразумевает, что она содержит полученные автором (коллективом авторов) новые научные результаты, которые ранее нигде не публиковались. Автор должен осознавать, что несет персональную ответственность за представляемый текст рукописи. Это предполагает соблюдение следующих принципов:

5.1. Автор статьи гарантирует, что предоставляет редакции журнала достоверные результаты выполненной научной работы или исследования. Заведомо ложные или

сфальсифицированные утверждения приравниваются к неэтичному поведению и являются неприемлемыми.

5.2. В случае, если главный редактор журнала запрашивает у автора научной статьи ее исходные данные для рецензирования, автор, если это возможно, должен быть готов предоставить открытый доступ к таким данным; автор также берет на себя обязательство сохранять исходные материалы статьи в течение разумного периода, прошедшего после ее публикации.

5.3. Автор гарантирует, что результаты исследования, изложенные в рукописи, представляют собой самостоятельную и оригинальную работу. В случае использования фрагментов чужих работ или заимствования утверждений других авторов, в статье должны быть оформлены соответствующие библиографические ссылки с обязательным указанием автора и первоисточника. Все статьи проходят обязательную проверку через систему «Антиплагиат». Все статьи проверяются на предмет обнаружения плагиата (оригинальность должна быть не менее 70%). Применяется лицензионная программа АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ (Договор № 1065 от 29 декабря 2020 г.) Чрезмерные заимствования, а также плагиат в любых формах, включая неоформленные цитаты, перефразирование или присвоение прав на результаты чужих исследований, являются неэтичными и неприемлемыми действиями. Статьи, представляющие собой компиляции из материалов, ранее опубликованных другими авторами, без их творческой переработки и собственного авторского осмысления, редакцией журнала к публикации не принимаются.

5.4. Автор безусловно признает вклад всех лиц, так или иначе повлиявших на ход исследования или определивших характер представленной научной работы. В частности, в статье должны быть сделаны библиографические ссылки на отечественные и зарубежные публикации, которые имели значение при проведении исследования. Информация, полученная в частном порядке путем разговора, переписки или обсуждения с третьими лицами, не должна использоваться без получения открытого письменного разрешения от ее источника. Все источники должны быть раскрыты. Даже в том случае, если используемые в статье письменные или иллюстративные материалы получены от большого числа людей, автору статьи необходимо представить в редакцию все соответствующие разрешения на использование этих материалов.

5.5. Автор гарантирует, что представленная в журнал рукопись статьи не находится на рассмотрении редакции другого научного журнала и не была ранее опубликована в другом журнале. Несоблюдение этого принципа расценивается как грубое нарушение этики публикаций и дает основание для снятия статьи с рецензирования. Текст статьи должен быть оригинальным, то есть публиковаться в представленном виде в периодическом печатном издании впервые. Если элементы рукописи ранее были опубликованы в другой статье, автор обязан сослаться на более раннюю работу и указать, в чем состоит существенное отличие новой работы от предыдущей. Дословное копирование собственных работ и их перефразирование неприемлемы, они могут быть использованы только как основа для новых выводов.

5.6. Автор статьи гарантирует правильность списка соавторов. В числе соавторов должны быть указаны все лица, внесшие существенный интеллектуальный вклад в концепцию, структуру, а также в проведение или интерпретацию результатов представленной работы. Другим лицам, чье участие в представленной в журнал работе ограничилось некоторыми ее аспектами, должна быть выражена благодарность. Автор статьи должен также гарантировать, что все соавторы ознакомлены с окончательным вариантом статьи, одобрили его и согласны с ее представлением к публикации. Все указанные в статье соавторы несут совокупную ответственность за ее содержание. Если статья является междисциплинарной работой, соавторы могут также принимать на себя ответственность за свой личный вклад в работу, продолжая при этом нести коллективную ответственность за результат исследования в целом. Недопустимо указание в качестве соавторов статьи лиц, не принимавших участия в исследовании.

5.7. В случае обнаружения существенных ошибок или неточностей в статье на этапе ее рассмотрения или после ее опубликования автор обязан незамедлительно уведомить об этом редакцию журнала и принять совместное решение о признании ошибки и/или ее исправлении в максимально короткие сроки. Если редакция узнает от третьего лица, что опубликованная работа содержит существенные ошибки, автор обязан незамедлительно исправить их либо предоставить редакции доказательства правильности ранее предоставленной им информации.

5.8. Автор обязуется указывать в своих рукописях все источники финансирования работы, заявлять о возможных конфликтах интересов, которые могут повлиять на результаты исследования, их интерпретацию, а также на суждения рецензентов. Потенциальные конфликты интересов должны быть раскрыты как можно раньше.

6. Поступившие от авторов научные статьи проходят первичный контроль на комплектность и правильность оформления. Далее статья направляется на предмет обнаружения плагиата (оригинальность должна быть не менее 70%). Применяется лицензионная программа АНТИПЛАГИАТ.ВУЗ (Договор № 1065 от 29 декабря 2020 г.), после чего, научные статьи, поступившие в редакцию, проходят обязательное слепое рецензирование по порядку прохождения, которых описан в разделе Рецензирование.

При отрицательном отзыве рецензентов редакция Журнала обязуется сообщать авторам все комментарии об их работе, сделанные рецензентами, если только они не содержат обидные или клеветнические замечания.

7. В конце статьи предоставляются заполненные формы для размещения сборника статей в Научной электронной библиотеке (eLibrary.ru) и включения сборника статей в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ):

ФОРМА

для размещения сборника статей в Научной электронной библиотеке (eLibrary.ru) и включения сборника статей в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

1. Название статьи: на казахском, русском и английском языках

2. Сведения об авторе (авторах):

- фамилия, имя, отчество (полностью) автора (авторов) с указанием ученой степени и ученого звания (при наличии) на трех языках:
- место работы автора (авторов) (должность и организация) на трех языках:
- контактная информация:
- e-mail автора (авторов) - тел.номер автора (авторов) –

8. Редакция оставляет за собой право редакторской правки.

Технические требования

1. Общий объем статьи, включая аннотацию, ключевые слова, литературу, таблицы и рисунки не должен превышать 6-8 страниц. Исключение составляют заказные и обзорные статьи.

2. Статьи должны быть оформлены в строгом соответствии шрифтом гарнитуры Times New Roman.

Схематический пример оформления статьи

МРНТИ

УДК 339.74

DOI (Digital Object Identifier) xxxxxxxxxxxx

По центру приводятся: Название статьи

(Поля: сверху - 2 см., слева-3 см., справа -1,5 см. Шрифт полужирный. Кегль-14 пт, межстрочный интервал – одинарный.)

Фамилии и инициалы авторов (напр.И.В.Иванов, Ю.П.Крылов)

Полное название учреждения, которое представляе(ю)т автор(ы) с указанием города и страны, электронного адреса основного автора выделением надстрочной звездочкой.

Если авторы из разных учреждений, то соответствие между автором и учреждением устанавливается надстрочными индексами, например:

*И.В. Иванов ¹, Ю.П. Крылов ²

¹Алматинский гуманитарно-экономический университет, Алматы, Казахстан

² Международная академия бизнеса, Алматы, Казахстан

e-mail: ivanov@mail.ru

- Аннотация.

- Ключевые слова.

- Текст статьи: Поля: сверху, снизу - 2 см., слева - 3 см., справа -1,5 см. Шрифт Times New Roman. Кегль-14 пт. Абзацный отступ-1,25 см., межстрочный интервал – одинарный).

- Список литературы. Транслитерированный список литературы (References)

- После списка литературы приводятся:

Название статьи перед каждым резюме на двух не на языке статьи (казахском, русском и английском) языках.

После каждого названия статьи приводятся см. выше (последовательно) пп. 2.4, 2.2, 2.3 Руководства для авторов

3. Таблицы и рисунки с названиями должны быть пронумерованы по порядку (если их несколько). Нумерация таблицы (Таблица 1.) должна быть расположена вверху слева выше названия таблицы через абзацный отступ.

4. Рисунки, фотографии, таблицы должны быть четкими и контрастными в формате jpg, иметь разрешение не менее 300 dpi, подрисуночные надписи к ним должны быть расположены ниже рисунка по центру. Цветные рисунки, диаграммы не допускаются.

5. На рисунках должен быть минимум буквенных и цифровых обозначений, обязательно объясненных в статье или подрисуночных подписях.

6. Необъясненные сокращения слов, имен, названий, кроме общепринятых, не допускаются. Аббревиатуры расшифровываются после первого появления в тексте, например: Организация по экономическому сотрудничеству и развитию (ОЭСР).

7. Упомянутые в статьях единицы измерения должны соответствовать Международной системе единиц СИ.

8. Математические формулы должны быть набраны в Microsoft Education (каждая формула - один объект). Нумеровать следует лишь те формулы, на которые имеются ссылки.

9. Редакция не занимается литературной и стилистической обработкой статей. Материалы, статьи не возвращаются

10. Авторам для рассмотрения статьи необходимо представить рукопись на сайт www.sua.aesa.kz, и копию статьи со всеми сопроводительными документами согласно требованию направить на e-mail: zhurnal.aesa.99@mail.ru :

10.1. Электронную версию статьи;

10.2. Научнометрическую базу данных для РИНЦ

10.3. Представить сканированную копию квитанцию об оплате за публикацию статьи и квитанцию об оплате за присвоение DOI (Digital Object Identifier) авторам, (только после подтверждения редакцией Журнала статьи к опубликованию).

ВНИМАНИЕ: DOI (Digital Object Identifier) присваивается регистрационным агентством International DOI Foundation (Интернэйшенел ДООИ Фаундэйшен).