

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

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

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

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

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

**2023
Астана**

УДК 001+37
ББК 72+74
G99

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

ISBN 978-601-337-871-8

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

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

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

УДК 001+37
ББК 72+74

ISBN 978-601-337-871-8

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

Астана, Алматы қалаларында іскерлік туризмді дамыту үшін неғұрлым тартымды және тиімді инвестициялық жобаларды дамытуды жоспарлау және ұйымдастыру, іскерлік туризм және инфрақұрылыммен сабақтас салалар мәселелерін ұлғайту қажет. Бұл іс-шараларды жүзеге асыру үлкен инвестицияларды қажет етеді, іс-шараларды дайындау және қамтамасыз ету кезінде (инфрақұрылым, жылжыту) қаржыландыруда бюджет қаражатының үлкен рөлі болуы керек. Биліктің міндеті-туристер үшін қолайлы жағдай жасау. Бюджеттен тыс қаржыландыру көздерінен алынатын салым басым болуға тиіс.

Сонымен қатар, белсенді ақпараттық саясат жүргізу және тиімді жобалар тізімін және елдің инвестициялық мүмкіндіктері туралы ақпаратты әлеуетті инвесторларға жеткізу; туристік кешеннің пайдаланылмайтын объектілерінің (санаторийлер, пансионаттар, пионерлік лагерьлер, демалыс базалары) дерекқорын жасау; бюджеттік туризм есебінен іскерлік туризм инфрақұрылымының құрылысын қаржыландыру мүмкіндігін қарау және жағдай жасау қажет қаражат; Мәдени мұра объектілерін сақтауға кешенді көзқарасты қамтамасыз ету, Ұлттық экономика мен мәдени дәстүрлерді дамыту, мемлекеттік аумақтарды орнықты дамыту міндеттерін шешу, мемлекеттік ортаның сәулеттік пайда болуын жетілдіру, іскерлік туризмді дамыту мақсатында мекемелердің туристік бизнес және мәдениет ұйымдарымен әріптестігін нығайту жөніндегі шаралар; инвестициялық жобаларға тұрақты мониторинг пен бағалауды жүзеге асыру.

Қолданылған декеккөздер тізімі

1. Chebli, A., and F. Ben Said. 2020. The impact of COVID-19 on tourist consumption behavior: A perspective article. *Journal of Tourism Management Research* 2: 196–207.
2. Cheer, J.M. 2020. Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: A conceptual touchstone. *Tourism Geographies* 22(3): 514–524.
3. Dracheva, E.A., Yu.V. Zabaev, and D.K. Ismaev. 2010. *Ekonomika i organizatsiya turizma: mezhdunarodnyy turizm [Organization of tourism: International tourism]*. 4th edition, revised and extended. Moscow: KNORUS, 388 p.
4. Dwyer, L., and P. Forsyth. 1997. Impacts and benefits of MICE tourism: A framework for analysis. *Tourism Economics* 3(1): 21–38.

ӘОЖ: 33.338.1

ҚОНАҚ ҮЙ БИЗНЕСІНДЕГІ КІРІСТЕРДІ БАСҚАРУ

Хасеин Аружан Жанатқызы

aruzhanhasein@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ «Туризм» кафедрасының магистранты, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – А.С. Акишева, э.ғ.к., доцент м.а.

Қонақ үй қызметтері нарығы күн сайын өсіп, қарқынды дамып келеді. Сонымен қатар, бәсекелестік пен тұтынушылар үшін күрес артып келеді. Қонақ үйлер сатылымды ұлғайту және шығындарды азайту үшін көбірек пайдалы жолдарды қарастыруда. Бұл тапсырманы іске асырудың тамаша тәсілі - қонақ үй кәсіпорнының кірісін басқару.

Кірістерді басқару-бұл тұтынушылардың мінез-құлқын шағын нарық деңгейінде болжайтын және кірістің максималды өсуі үшін өнімнің қол жетімділігі мен бағасын

оңтайландыратын тәртіпті аналитиканы қолдану. Кірістерді басқарудың негізгі мақсаты-дұрыс өнімді дұрыс уақытта дұрыс бағамен және дұрыс пакетпен дұрыс клиентке сату.

Кірістерді басқарудың тиімділігін бағалау критерийі кәсіпорынның кірістілігін үздіксіз арттыру болып табылады. Кірістерді басқару шаралары сұраныс пен ұсыныс арасындағы оңтайлы қатынасты дамытуға бағытталғанын атап өткен жөн, яғни қарастырылып отырған технология сұранысқа әсер ететін факторларды ескере отырып, ұсынысты қалыптастыруға мүмкіндік береді. Кірістерді басқару әдістерін қолдана отырып, халықаралық қонақ үйлер жоғары нәтижелерге қол жеткізді және көп ұзамай бұл әдістер қонақ үйдің үнемді жұмысы үшін қажет деп қабылданды [1].

Кірістерді басқару стратегиясын алғаш құрған авиакомпаниялар деп есептеледі. 1970 жылдардың басында, қазір British Airways деп аталатын British Overseas Airways компаниясының қызметкері Кен Литтлвуд, егер олардың кірісі толық билеттерден күтілетін кірістен асып кетсе, жеңілдік тарифтері қабылданатын ережені ұсынды [2].

Екі саланың экономикалық модельдері түбегейлі ұқсас:

- Тез бұзылатын өнімдерді өндіруге өте жоғары тұрақты шығындар
- Ұқсас еңбек шығындары мен бөлу құрылымдары
- Баға мен қолжетімділікті анықтау үшін кірістерді басқарудың күрделі құралдарын пайдаланатын іскер саяхатшыға қатты тәуелді
- Экономикалық циклдерге өте сезімтал
- Қосымша табыс өте маңызды

Marriott кірістерді басқару ұйымын құрды және күнделікті сұраныс болжамдарын қамтамасыз ететін, сондай-ақ 100 000-нан астам нөмірдің әрқайсысына түгендеу бойынша ұсыныстар беретін кірістерді басқарудың автоматтандырылған жүйелеріне инвестиция жасады. 1990 жылдардың ортасына қарай Marriott-тың кірісті басқаруы компаниялардың жылдық кірісін 150 миллион доллардан 200 миллион долларға дейін арттырды. 1996 жылы жаңа ойыншы пайда болды, Expedia, ол сол кездегі жердегі ең ірі компанияның, Microsoft-тың еншілес кәсіпорны болды. Expedia соңғы 20 жыл ішінде тұтынушылардың мінез-құлқының өзгеруіне айтарлықтай әсер еткен басқа онлайн делдалдар үшін жол ашты.

Қонақ үй бизнесі қонақжайлылық саласының құрылымдық элементі ретінде ақылы қызметтер нарығының құрамдас бөлігі болып табылады. Ол бағаның қалыптасуына тікелей әсер ететін бірқатар сипаттамаларға ие. Айта кету керек, қонақ үй қызметтерінің бағасы жоғары икемділікке ие, өйткені олар біртекті емес тауар нарығында қалыптасады. Баға нарық элементтерінің бірі болып табылады және тауарлар мен қызметтер құнының ақшалай көрінісі болып табылады. Ол сондай-ақ маркетинг кешенінің маңызды элементі ретінде әрекет етеді, өйткені кешенді нәтижеге қол жеткізу бағаға байланысты. Сонымен, дұрыс қалыптасқан баға стратегиясы қонақ үй кешені кәсіпорнының бәсекеге қабілеттілігіне ықпал ететін ұзақ мерзімді және шешуші мән бере алады.

Кесте 1

Қонақ үй бизнесінде және онымен байланысты салаларда қолданылатын жалпы баға (төлем) терминдері [3]

Салалық сегмент	Сатылған өнім	Төлем атауы
Орналасу	Қонақ бөлмесі	Нөмірдің тарифі немесе құны
Орналасу	Конференц-залдар	Бөлмелерді жалға алу
Тамақтану қызметі	Азық-түлік және сусындар	Мәзір құны

Тамақтану қызметі	Қонақтарға арналған арнайы қызметтер	Қызмет ақысы
Арнайы іс-шаралар	Кіру	Билет құны
Гольф аландары	Гольф турлары	«Жасыл» төлем
Ойын-сауық саябақтары	Саябаққа кіру	Өткізу құны немесе кіру жарнасы
Тау шаңғысы курорты	Шаңғы аймағына кіру	Лифт билетінің құны
Автотұрақтар/автотұрақтар	Тұрақ орны	Сағаттық тариф немесе түнгі төлем
Такси	Тасымалдау	Жол ақысы
Авиакомпаниялар	Тасымалдау	Әуе билетінің құны
Автокөлік жалдау	Көлік құралын пайдалану	Күнделікті немесе апталық жалдау ақысы
Казино	Құмар ойындар	Ең төменгі мөлшерлеме

Туризм және қонақ үй бизнесі ақылы қызметтер нарығының құрамдас бөлігі ретінде осы саладағы бағалардың қалыптасуына әсер ететін бірқатар сипаттамаларға ие. Туристік және қонақ үй қызметтерінің бағасы нарықтың гетерогенділігіне байланысты жоғары икемділікке ие; тұтынушылардың әртүрлі топтары әртүрлі қызмет нұсқаларын қажет етеді. Туристік және қонақ үй қызметтеріне сұраныстың икемділігі тұтынушылардың кірістеріне, нарықтың қанығу дәрежесіне, тұтынудағы дәстүрге, мәдениет деңгейіне және т. б. байланысты өзгереді.

Сұранысты болжау-кірісті басқарудың негізгі функциясы. Сонымен, баға белгілеу және материалдық активтерді басқару техникасы "тез бұзылатын тауарлық-материалдық құндылықтардың"әлеуетін арттыру үшін пайдаланылуы мүмкін. Өйткені, егер нөмір бүгін сатылмаса, бұл мәңгілік шығын. Қонақ үйдегі кірістерді басқару қалай дамығанына, қанша артылықшылықтардың болуына және қонақ үйлердің қанша проблемасын шешетініне қарамастан, оның кез-келген басқа саланың сияқты кемшіліктері мен әлсіз жақтары бар.

Кесте 2

Қонақ үй бизнесіндегі кірістерді басқару бойынша SWOT анализ

Мықты жақтары	Әлсіз жақтары
Табысты арттыру Брондау үлгілерін түсіну Баға белгілеудегі қателерді жою Клиенттерді тиімді түрде бөлу	Индивидуалды бағаларды елемеу Маусымдық фактор Нашар болжау мүмкіндігі Клиенттердің үміттерін ескермейді
Мүмкіндіктер	Тәуекелдер
Танымалдылық пен сұраныстың артуы Қызметтер спектрінің кеңеюі ықтимал	Өсіп келе жатқан міндеттер саны Деректер мен аналитикалық ақпаратқа шектеулі қол жетімділік Тарату арналары бойынша сұранысты оңтайландыру

Төменде SWOT талдауындағы элементтердің әрқайсысы толығырақ сипатталған:

Табысты арттыру. Кірістерді басқару көптеген жылдар бойы машиналық оқыту мен жетілдірілген аналитиканың арқасында дамыды, бұл адамдардың қонақ үй бизнесі туралы түсінігін өзгертті. Қонақ үйлердің басты мәселесі табыс болуы мүмкін болғандықтан, кірістерді басқарудың басты артықшылығы-бұл қонақ үй 100% толмаған болса да, қонақ үйлерге кірісті көбейтуге мүмкіндік беретіндігін ескеру маңызды. Негізінде, табыс менеджерлері мен қонақ үй иелері қол жетімді түнгі бөлмеге (RevPAR деп аталады) орташа кірісті көбейту арқылы сұранысты болжаудың артықшылығын пайдалана алады.

Брондау схемаларын түсіну. Барлық клиенттер бірдей құрылымдалмаған. Кейбіреулер қысқа мерзімде, ал басқалары бірнеше ай бұрын тапсырыс береді. Егер қонақ үйлерде брондау схемалары туралы нақты түсінік болса, басқару жүйесінің осы түрімен олар бағаларды брондау әрекеттеріне бейімдей алады. Мысалы, соңғы минуттық брондағандарды жоғары бағамен жазалау және оның орнына алдын ала брондағандар үшін төмен бағаларды белгілеу мүмкіндіктері бар. Қонақ үйлер қазірдің өзінде төмен маусымдық жеңілдіктер мен жоғары маусымда жоғары бағаларды ұсынады, бірақ осы өзгермелі баға жүйесін қолдана отырып, бұл бағаларды тапсырыс берушінің қашан тапсырыс беретініне қарай реттеуге болады.

Баға қателерін жою. Қонақ үйлердің кірісін басқарудың инновациялық бағдарламасын қолдана отырып, кіріс менеджерлері мен қонақ үйлер адам қателігінің жойылуын қамтамасыз ете алады, өйткені бағалар күтілетін брондау әрекетінен гөрі сұранысты болжау негізінде таңдалады. Мұндай басқару бағдарламасы технологияны қолдана отырып, процестерді автоматтандыру арқылы қонақ үйді басқаруды болашаққа ауыстыруға мүмкіндік береді. Бағдарламалық жасақтама интеграцияларының нақты жиынтығымен нақты деректер негізінде белгілі бір уақыт аралығында ең жақсы нөмір бағаларын таңдауға болады.

Клиенттерді тиімді түрде бөлу. Нарықты сегментациялау кез келген бизнес стратегиясының кілті болып табылады және тиімді болжам осы нарық сегментациясының қыр-сырын анықтауға көмектеседі. Осы нюанстардың кейбірін брондау үрдістері мен үлгілері, сондай-ақ брондау ниеті және қонақтардың қалауы бойынша анықтауға болады. Жыл бойы қонақ үйлер әртүрлі қонақтарды қабылдайды - жалғыз саяхатшылардан бастап отбасылық топтарға және корпоративтік қонақтарға дейін. Осы стратегияны қолдана отырып, қонақ үйлер жетіспейтін сегменттерді анықтай алады және олардың маркетингтік стратегиясын сәйкесінше бейімдей алады.

Танымалдылық пен сұраныстың артуы және қызметтер спектрінің ықтимал кеңеюі. Шетелде RMS жүйелерін (кірісті басқару жүйелері) пайдалану маст-хэв болып табылады. Сонымен қатар, 30-50 бөлмеден басталатын ірі қонақ үйлер үшін бұл талқыланбайды-олар осындай жүйелерді орнатады. Шетелде статистика бар – ондаған, жүздеген, мыңдаған қосымшалармен расталған, RMS жүйесін енгізу қонақ үйге жылына 5-15% қосымша табыс әкеледі. Осыған сүйене отырып, жүйе қанша тұрса да, қосымша кірісті есептегеннен кейін, мұндай қаражатты қайтару өте жылдам [4].

Индивидуалды бағаларды елемеу. Кірісті басқарудың кемшіліктерінің бірі-ол негізінен жалпы тенденцияларды талдайды, яғни ол жеке бағаларды елемеуге бейім. Бір мысал-қонақ үй-егер клиент олармен біраз уақыт тұрса, олар бірнеше күн бұрын бөлмені брондаған адам сияқты қызмет үшін көбірек ақша төлеуі мүмкін. Бұл тұрақты клиенттерді жазалауға әкелуі мүмкін және қажет емес.

Маусымдық фактор. Өнімділікті басқару бағасы маусымға байланысты өзгереді. Мысалы, қонақтар сұраныстың жоғарылау кезеңінде жоғары бағаларға тап болуы мүмкін. Дегенмен, жоғары бағаны төлейтін қонақтар мұның бәрі тұру құнына байланысты екенін сезінеді. Егер олардың тәжірибесінде сапасыз қызметке әкелетін сәйкессіздіктер болса, онда бұл қонақ үйді жаман пікірлер алу қаупіне ұшыратады және брендке одан әрі зиян тигізеді.

Клиенттердің үміттерін ескермеу. Кірісті басқару сұраныс пен ұсынысқа негізделгендіктен, қонақтар ең жоғары маусымда жоғары бағаны төлейді. Алайда, жоғары

бағаны төлейтін қонақтар бөлменің қанша тұратындығы туралы бәрін ескереді. Егер қонақтың тәжірибесінің қандай да бір элементі жұмыс істемесе, бұл қонақ үйді нашар пікірлер алу қаупіне ұшыратады.

Нашар болжау мүмкіндігі. Дұрыс болжау үшін қонақ үйлер баға жүйесіне енгізу үшін деректерді жинап, оларды жүйелеп, жауапты адамдармен үйлестіруі керек. Алайда, бірде-бір болжам 100% дәл емес. Сұранысқа әсер ететін көптеген факторлар болғандықтан, кемшіліктердің бірі-кіріс болжамдары нарықтың нақты тенденцияларына сәйкес келмеуі және осылайша кіріске қауіп төндіруі мүмкін.

Өсіп келе жатқан міндеттер саны. Соңғы жылдары кірісті басқару менеджерлерінен фаст — фуд мейрамханаларынан, іс-шаралардан және барлық дерлік ыңғайлылықтардан түсетін барлық кірістерді оңтайландыру сұралады-бұл оңай емес. Менеджерлерге барлық осы кіріс көздері үшін деректерді орталықтандыру, жүйелеу және түсіндіру ғана емес, сонымен қатар үнемі жаңа деректер арналарын табу қажет. Қонақ үйлер жинайтын деректер көлемі үнемі өсіп келеді және сіздің міндетіңіз шексіз болып көрінетін ақпарат көлемін ашу және пайдалану болып табылады.

Деректер мен аналитикалық ақпаратқа шектеулі қол жетімділік. Тағы бір мәселе-баға шешімдерін, стратегияны, кіріс мүмкіндіктерін, белгілі бір уақыттағы сұраныс деңгейін және т. б. негіздеу үшін деректерге жеткілікті қол жетімділіктің болмауы.

Барлық тарату арналары бойынша сұранысты оңтайландыру өте қиын болуы мүмкін. Интернеттегі туристік агенттіктер, саяхат агрегаторлары (мысалы, іздеу жүйелері, брондау агенттіктері және т.б.) және басқа веб-аналитикалық мүмкіндіктер арасында үлкен көлемдегі деректерді сүзу және сұранысты оңтайландыру қиындықтар туғызуы мүмкін.

Кірістерді басқарудың артықшылықтары кемшіліктерден әлдеқайда көп және салмақты. Әрине, бұл мінсіз жүйе емес, өйткені машиналар мен болжамдарға сүйенсеңіз, қателіктерге орын бар. Қонақ үйлер, білуімізше, болашақты болжай алмайды, бірақ дұрыс құралдармен бұл оңайырақ болады. Кірісті басқару әдістерін енгізу арқылы қонақ үйлер шағын инвестициялар арқылы кірісті арттыра алады.

Осылайша, жоғарыда келтірілген талдаудан кірістерді басқару қонақ үй бизнесі үшін қаншалықты маңызды екендігі туралы қорытынды жасауға болады. Басқарудың бұл түріне сұраныс жыл сайын артып келеді. Қонақ үйлер оны жүзеге асырудың көптеген артықшылықтарын көреді. Басқарудың бұл түрі қонақ үйдің кірісін арттыруға көмектеседі. Сонымен қатар, баға белгілеу қателерін азайтуға көмектеседі және тұтынушының қалауын түсінуге көмектеседі. Айта кету қажет, бұл қазіргі бәсекелестік әлеміндегі ең маңызды функциялардың бірі.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. "Қонақ үйдің кірісін басқару принциптері" / "Bonnie Business press Бизнес-энциклопедиясы", / <http://prohotelia.com/>
2. Evolution of Hotel Pricing, / <https://www.xotels.com/>
3. Revenue management for the hospitality industry, <https://utntyh.com/wp-content/uploads/2018/10/Revenue-Management-for-the-Hospitality-Industry.pdf>
4. Қонақ үй кірісін басқару, <https://welcometimes.ru/opinions/upravlenie-dohodami-otelya>