

ХҒТАР 06.71.57

А.А. Әмірбаева
Г.К. Сапарова
Г.К. Бекбусинова

«Тұран-Астана» Университеті, Астана, Қазақстан
(E-mail: saparova_g.k@mail.ru, g.bekbusinova@tau-edu.kz, sun-is-shine@mail.ru)

Қонақ үй сипаттамаларының рейтингтері негізінде бәсекеге қабілеттілігін анықтау: Ақтау қаласы мысалында

Аннотация. Соңғы жылдары қонақ үй индустриясы Маңғыстау облысында өте қарқынды даму үстінде. Демек, бәсекелестік орта нығыздалып, кейбір қонақ үйлерге жұмыс жасау қиындап барады. Қонақ үйлердің бәсекеге қабілеттілігін анықтау менеджерлер үшін нарықта орнын қорғауда тиімді стратегияларды жасауда және олардың бизнесін жылжытуда өте маңызды. Бұл мақалада қонақ үйлерді салыстыру үшін статистикалық әдістер қолданылады. Booking.com онлайн-сайтының деректері алты қонақ үйдің рейтингісін талдау және салыстыру үшін пайдаланылды. Бірінші кезекте, қонақ үй туралы жалпы мәліметтер жиналды, тұтынушылардың жазған пікірлер саны салыстырылды, әр қонақ үйдің туристер сегменті анықталды. Келесі кезекте, рейтингтерге негізделіп, стандартты ауытқу әдісін қолданып, қонақ үйлердің бәсекелестік ортада сапалы қызмет көрсету тұрақтылығын анықтадық. Үшінші кезекте, қонақ үйдің сипаттамаларының тұтынушыларға қаншалықты маңызды екенін талдай отырып, алты қонақ үйдің сегіз белгіден қалай ерекшеленетінін көрсету және салыстыру үшін қабылдау картасы жасалды. Ұсынылып отырған әдістер зерттеушілер мен қонақ үй менеджерлері үшін қонақ үйлердің бәсекеге қабілеттілігін бағалауда және әлеуетті тұтынушыларды едәуір тарту үшін жақсартуды қажет ететін маңызды сипаттамаларды анықтауда пайдалы.

Түйін сөздер: қонақ үй; бәсекелестік; рейтинг; сипаттамалар; Booking.com; стандартты ауытқу; қабылдау карта.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2789-4320-2022-3-228-238>

Кіріспе

Туризм – жаһандық экономикалық дамуға елеулі үлес қосқан әлемдегі ең маңызды салалардың бірі [1]. Заманауи технологиялардың дамуы қол жетімді және қауіпсіз көлікті

қамтамасыз етуге мүмкіндік берді, осылайша адамдарды бос уақытында саяхаттауға ынталандырды [2]. Саяхатты жоспарлау кезінде туристер үшін уақытша түнейтін жерді таңдау маңызды іс болып табылады. Соңғы жылдары қонақ үй секторында үздіксіз өсу байқалды,

әсіресе туризмге қатты тәуелді елдер мен аймақтарда ішкі және халықаралық бәсекелестік күшейе түсті.

Қонақ үй менеджерлерінің негізгі міндеттері бәсекелестерден қадам алдында болу үшін бизнесті дамыту және жылжыту болып табылады. Егер қонақ үй бәсекеге қабілетті сипаттамаларға ие болса, онда ол клиенттерді тарту, олардың премиум бағасын төлеуге дайын болуын және олардың адалдығына ықпал етуде артықшылыққа ие болады. Ерекше артықшылықтарды білу қонақ үй менеджерлері үшін тиімді, себебі оларға өз қонақ үйлерін басқа қонақ үйлерден ерекшелеуге және әлеуетті клиенттерге оң және ықпалды хабарламаларды жеткізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, қонақ үй менеджерлеріне бәсекелестік кемшіліктерді уақытында түсіну және бәсекеге қабілеттілігін сақтау үшін қонақ үйдің маңызды сипаттамаларын жақсартуға бағытталған ресурстарын дұрыс қолдануға мүмкіндік береді [3].

Интернеттің дамуы саяхатшыларға белгілі бір платформаларда өз тәжірибелерімен бөлісуге және пікірлер жазуға мүмкіндік берді. Қонақ үйлердің рейтингтері менеджерлермен сату әдісі ретінде жиі пайдаланылады және олар жаңа клиенттерге қонақ үй туралы алғашқы әсер береді. Егер қонақ үйдің қандай да бір нақты сипаттамасы жоғары бағаланса, онда бұл сипаттама қонақ үйдің сату нысанына айналады немесе оның артықшылығын білдіреді [4]. Бұл зерттеу жұмыс қонақ үйдің бәсекеге қабілеттілігін анықтау үшін сипаттамалардың тек рейтингтерін өзін айту жеткіліксіз деп болжайды. 3 қонақ үйді мысалға алып, қарастырайық: «А» қонақ үйі орналасқан жері бойынша рейтингісі жоғары, бірақ қызмет көрсету бойынша рейтингісі төмен, «Ә» қонақ үйі орналасқан жері бойынша рейтингісі төмен, бірақ қызмет көрсету бойынша рейтингісі жоғары, ал «Б» қонақ үйі орналасқан жері мен қызмет көрсету бойынша рейтингісі орташа болып бағаланған. Әр қонақ үйдің өзіндік артықшылығы бар. Демек, белгілі бір сипаттамаға бәсекеге қабілетті. Бұл зерттеуде қонақ үйлердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау қонақ үй сипаттамаларының

жиынтығын анықтаумен ерекшеленеді. Қонақ үйді қарсыластардан ерекшелендіру үшін тек бірнеше сипаттаманың жоғары рейтингісіне сүйенбей, барлық сипаттамалар жиынтығын ескеру керек. Бұл жағдайда сипаттамалар жиынтығы айқын артықшылықты немесе кемшілікті көрсету мүмкін. Ол үшін, қонақ үйдің бір-біріне қарағанда қаншалықты бәсекеге тұрақты екенін осы мақалада ұсынылып тұрған стандартты ауытқу мөлшерін анықтау әдісімен қарастырылады. Сонымен қатар, тұтынушылардың талғамдарын зерттей келе, қонақ үйдің сипаттамалар маңыздылығы мен рейтинг көрсеткіштерін пайдаланып, нарықта бәсекелестердің қалай жайғасқанын қабылдау картасы арқылы көрсеттік.

Бұл әдістердің артықшылығы – бір уақытта бірнеше қонақ үйдің рейтингісіне және олардың ерекшеліктеріне талдау жүргізу мүмкіндігінің болуы. Ұсынылған әдістер Ақтау қаласындағы қонақ үйлердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін осы жұмыста кейстерде қолданылып, көрсетіледі. Бұл әдіс зерттеушілер мен менеджерлерге қонақ үйдің бәсекеге қабілеттілігін бағалауда және бизнесті жақсарту үшін оңтайлы стратегияларды құруда тиімді.

Зерттеу әдістері

6 қонақ үйдің ерекшелігі мен ұқсастығын анықтау үшін көп нұсқалы статистикалық әдістер қолданылды. Деректер Booking.com сайтынан алынды. Бұл платформа пайдаланушыларға қонақ үйдің орналасқан жері, тазалығы, қызметкерлердің жұмысы, нөмірлердің ыңғайлылығы, жайлылығы, баға мен сапаның ара салмағы деген әрбір сипаттамасына сандық баға беруге мүмкіндік береді [5]. Бұл платформа туристердің өздері тұрған қонақ үйге қатысты субъективті пікірлері мен тәжірибелерін және қонақ үйдің сапасын көрсетеді. Қонақ үйдің бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін қонақ үй сапасының индикаторлары ретінде рейтингтер қолданылды.

Әр зерттеліп тұрған объектінің пікірлері арқылы сұраныстылығын салыстыра алдық, сондай-ақ тұтынушылар сегментін анықтап

Қонақ үйлер жайлы жалпы мәлімет

Қонақ үйлер тізімі	Санаты	Бөлмелер саны	Ең төмен сату бағасы, тг
Холидей Инн Актау	4*	129	24700
Холидей Инн Сисайд	4*	69	34290
Ренессанс Актау	5*	120	28224
Риксос Уатер Уорлд Актау	5*	482	119170
Гранд Хотел Виктори	5*	90	26100
Каспиан Ривьера Гранд Палас	5*	136	35460
Ескерту: авторлармен [8] дереккөз негізінде құрастырылған			

алдық. Келесі кезекте рейтинг деректерге негізделіп, орташа мән және стандартты ауытқу деген ұғымдарды пайдаландық. Стандартты ауытқу инвестиция және сауда стратегиясында көп қолданылатын әдіс. Ол кез-келген құбылыстың немесе объекттің тұрақсыздығын өлшеуге көмектеседі. Стандартты ауытқу деректердің орташа мәннен қаншалықты өзгертетінін көрсететін өлшем болып табылады [6]. Рейтингтер орташа мәнге жақын болса, стандартты ауытқу аз болады. Егер рейтингтер орташа мәннен алыс болса, стандартты ауытқу үлкен болады. Біздің жағдайда стандартты ауытқудың нәтижесі жоғары болған сайын, қонақ үй өз қызмет ұсыну сапасында тұрақсыз, ал стандартты ауытқудың нәтижесі төмен болған сайын, қонақ үй барлық параметр бойынша бәсекеге қабілетті және тұрақты сапада жұмысын атқаруда.

Сонымен қатар, қабылдау картаны қолдану арқылы 6 ірі қонақ үйге салыстырмалы зерттеу жүргізілді. Қабылдау карта – координаталар жүйесіне негізделген графикалық схема. Ол арқылы тұтынушылар қонақ үйдің қызметін сатып алғанда қандай критерийлерге мән беретінін және олардың санасында қонақ үйлерді қалай қабылдағанын бейнелейтін, нарық құрылымын талдаудың мүмкіндігін ұсынады. Басқаша сөзбен айтқанда, қабылдау картасы нарықтағы қонақ үйлердің мақсатты тұтынушының санасында қалай орналасқанын анық түсінуге көмектеседі және қызметтің бәсекеге қабілеттілігін шынымен бағалайды [7]. Координаталар жүйесінде екі

өлшем ретінде маңыздылық пен рейтинг көрсеткіштерін алдық.

Кез келген қонақ үйді салыстыру үшін белгілі бір критерийлерге негізделу керек. Критерийлер қонақ үй менеджерлерінің қажеттіліктері мен қызығушылықтарына байланысты. Мысалы, менеджер өз қонақ үйін басқа қонақ үйлермен салыстырғысы келсе, олардың орналасқан мекен-жайы туралы ақпаратты пайдаланып, төңірегіндегі бәсекелестерді іріктеп алады. Немесе, бес жұлдызды қонақ үйдің менеджері өзіне ұқсас басқа қонақ үйлермен салыстырғысы келсе, онда өз сыныбына ұқсас қаладағы қонақ үйлерді жинайды. Бұл мақалада, Актау қаласындағы қонақ үйлердің санының аз болуына байланысты, зерттеуге қала ішіндегі барлық бес және төрт жұлдызды 6 қонақ үйлер алынды.

Талқылау және нәтижелер

Актау қаласында таңдалған алты қонақ үйлер туралы негізгі ақпарат 1-кестеде көрсетілген.

Санаты бойынша Холидей Инн Актау, Холидей Инн Сисайд 4 жұлдызды қонақ үйлер болса, Ренессанс Актау, Риксос Уатер Уорлд Актау, Гранд Хотел Виктори, Каспиан Ривьера Гранд Палас 5 жұлдызды қонақ үйлер категориясына жатады. Көлемі жағынан Каспиан Ривьера Гранд Палас, Ренессанс Актау, Холидей Инн Актау қонақ үйлері орташа көлемді қонақ үйлер болып табылады. Ал Риксос Уатер Уорлд Актау үлкен көлемді қонақ үй са-

Кесте 2

Қонақ үйлердің Booking.com сайтына тіркелген жылдары мен жалпы пікірлер саны

Қонақ үйлер	Booking.com сайтында жұмыс бастаған кезі	Қонақтардың қалдырған пікір саны
Гранд Хотел Виктори	24 наурыз 2011	738
Ренессанс Актау	13 қыркүйек 2011	1017
Каспиан Ривьера Гранд Палас	23 қазан 2014	692
Холидей Инн Актау	18 қыркүйек 2015	474
Холидей Инн Сисайд	11 маусым 2019	172
Риксос Уатер Уорлд Актау	20 мамыр 2020	399

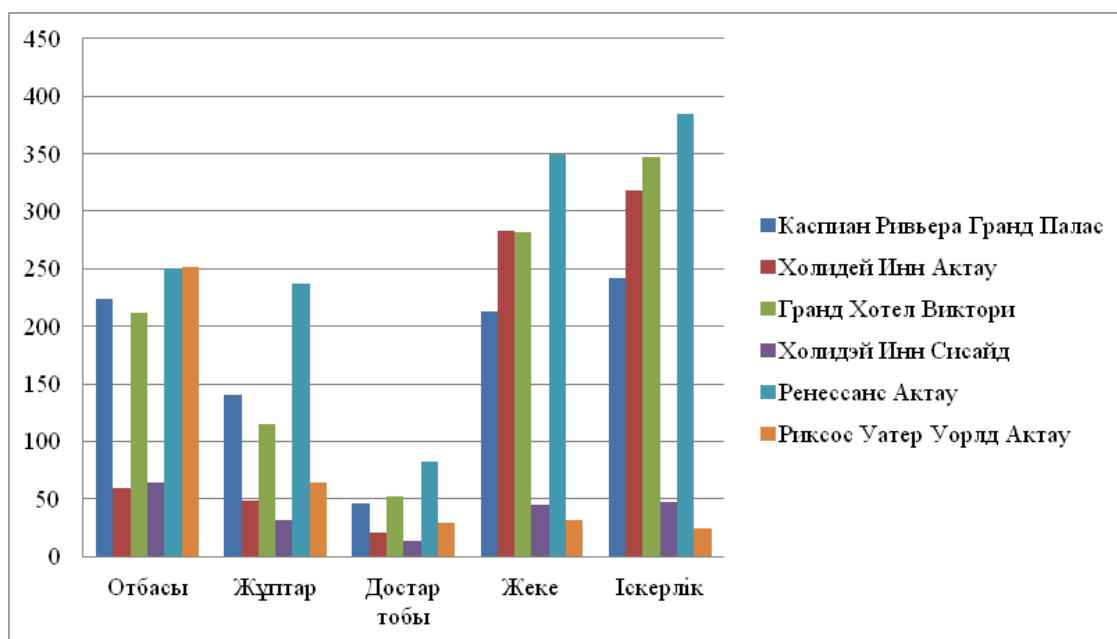
Ескерту: авторлармен [9] дереккөз негізінде құрастырылған

натына жатса, Гранд Хотел Виктори және Холидей Инн Сисайд қонақ үйлері кіші көлемді жатын орындар болып келеді. Риксос Уатер Уорлд Актау қонақ үйі өзін жоғары сапалы премиум қызмет провайдері ретінде көрсетеді, ал қалған қонақ үйлер мақсатты нарық пен бөлме түріне байланысты орташа бағада қызмет көрсетеді.

Келесі деректер жиынтығы Booking.com сайтынан 2021 жылдың 1-ші қараша күнгі мәліметтен тұрады. Қонақ үйлердің Booking.com

платформасында тіркеліп, жұмыс бастаған сәтінен қабылдаған қонақтардан алған пікірлер саны 2-кестеде көрсетіліп тұр.

Бүгінгі күнге дейін әр қонақ үйдің қызмет етіп келе жатқан жылдар саны мен барлық пікірлер санының арақатынасы негізінде, 1 жыл ішінде қонақтардан неше кері байланыс алғанын есептей аламыз. Нәтижесінде, 1 жыл көлемінде ең көп пікір жинаған қонақ үй Риксос Уатер Уорлд Актау болып тұр, шамамен 400 пікір жазылған. Яғни, бұл қонақ үй



Сурет 1 – 6 қонақ үй арасындағы қонақтар сегментін салыстыру

Ескерту: авторлармен [9] дереккөз негізінде құрастырылған

Қонақ үйлер сипаттамаларының рейтингтер жиынтығы

Қонақ үйлер / Сипаттамалар	Қызметкерлер	Қолайлылық	Тазалық	Жайлылық	Бағаның сапаға қатынасы	Орналасуы	Wi-Fi	Орташа мән (μ)	Стандартты ауытқу (σ)
Холидей Инн Актау	9,5	9,1	9,4	9,4	8,8	9,3	8,6	9,157	0,3156
Ренессанс Актау	8,7	8,5	8,8	8,9	8,4	9,2	8,8	8,757	0,2441
Риксос Уатер Уорлд Актау	8,1	8,6	8,7	8,8	7,6	8,8	7,6	8,314	0,5026
Гранд Хотел Виктори	8,5	8,6	8,8	8,7	8,3	8,8	7,4	8,443	0,4562
Каспиан Ривьера Гранд Палас	8,6	8,7	8,9	9	8,3	9,5	8,5	8,786	0,3642
Холидей Инн Сисайд	9,4	9,1	9,4	9,5	8,7	9,4	8,8	9,186	0,2997
Орташа мән (μ)	8,8	8,77	9	9,05	8,35	9,17	8,28	-	-
Маңыздылық	0,34	2,84	6,58	2,39	2,15	5,46	0,43	-	-

Ескерту: авторлармен [9] дереккөз негізінде құрастырылған

бүгінгі таңда ең жоғарғы сұраныстағы қонақ үй. Жылына 100-ге жуық пікір жинаған Ренессанс Актау және Каспиан Ривьера Гранд Палас қонақ үйлері. Қалған 3 қонақ үйлерге 1 жылда 90-нан кем пікір жазылған екен, оның ішінде Гранд Хотел Викториде 74 пікір ғана. Демек, Риксос Уатер Уорлд Актаудың қысқа мерзімде көп пікірге ие болуы, ол қонақ үйдің сенімділігі мен беделінің көрсеткіші болып табылады.

Келесі 1-суретте Booking.com платформасында қалдырған пікірлердің дайын жіктелуін пайдаланып, қонақтар сегментін салыстыра аламыз. Яғни, қай мекеме қандай сегменттегі қонақтарға қызмет көрсетуде танымал екенін бақылаймыз.

Барлық тұтынушылар сегментіне қызмет көрсетуден Ренессанс Актау қонақ үйі танымал. Қысқа мерзімде көп пікір жинаған Риксос Уатер Уорлд Актау отбасы болып келген қонақтар сегментіне жұмыс жасайтыны айрықша көрсетілген. Холидей Инн Актау және Гранд Хотел Виктори қонақ үйлері жеке және бизнес мақсатта жүрген тұтынушыларды қабылдап жатқан уақытта, Холидей Инн Сисайд бірегей әр сегментке аздап қызмет жасауда.

Барлық қызметтер бойынша жалпы көрініс алу үшін, алдыменен барлық қонақ үйлердің

әр сипаттама бойынша рейтингтерінің орташа мәнін (μ) келесі формуламен есептеп:

$$\mu = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{N} \quad [10],$$

мұндағы μ – орташа мән;

N – мәндердің жалпы саны;

$\sum_{i=1}^N x_i$ – мәндер қосындысы, 3-кестедегідей нәтиже аламыз. Мұнда тұтынушылар қонақ үйлердің сымсыз интернет қызметіне (Wi-Fi) көңілі толмайды екен. Wi-Fi сипаттаманың орташа мәні барлық сипаттамаларға қарағанда ең төменгі көрсеткішке $\mu=8,28$ ие болып тұр. Орташа мәні $\mu=9,17$ болып, ең жоғарғы көрсеткішті қонақ үйлердің орналасуы көрсетіп тұр. Демек, Актау қаласының қонақтары қонақ үйлердің орналасуына қанағаттанады.

Келесі кезеңде тізімдегі әр қонақ үйдің қайсысы бәсекеге қабілетті екенін талдаймыз. Оны да, әр қонақ үйдің рейтингінің орташа мәнін есептеумен айқындаймыз. Бұл жерде Холидей Инн Актау ($\mu=9,157$) және Холидей Инн Сисайд ($\mu=9,186$) қонақ үйлердің орташа мәндері бір-біріне өте жақын.

Сондықтан, ендігі кезекте қай қонақ үйдің бәсекеге қабілеттілігі жоғарырақ екенін талдаймыз. Жалпы, кәсіпорындардың барлық

қызмет бөлімшелерінің тұрақтылық жағдайы оның бәсекеге қабілеттілік жағдайын айқындайды [11]. Демек, біздің жағдайда әр сипаттаманың көрсеткіші бір-бірінен қатты ауытқымау керек. Оны табу үшін стандартты ауытқу формуласын қолданамыз:

$$\sigma = \sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N (x_i - \mu)^2} \quad [12],$$

мұндағы σ - стандартты ауытқу;

μ – орташа мән;

N – мәндердің жалпы саны;

x_i – құндылықтар. Ол дегеніміз рейтинг көрсеткіштері қанша шамаға орташа мәннен ауытқып тұрғанын көрсетеді. Холидей Инн Актау жағдайында барлық сипаттамалар көрсеткіштері орташа мәннен $\sigma=0,32$ шамаға ауытқып тұр. Ал Холидей Инн Сисайд жағдайында барлық сипаттамалар көрсеткіштері орташа мәннен $\sigma=0,29$ шамаға ауытқып тұр. Бұл дегеніміз, Холидей Инн Актау өз қызметінде қарсыласына қарағанда тұрақсыз, себебі стандартты ауытқу көрсеткіші үлкен мәнге ие.

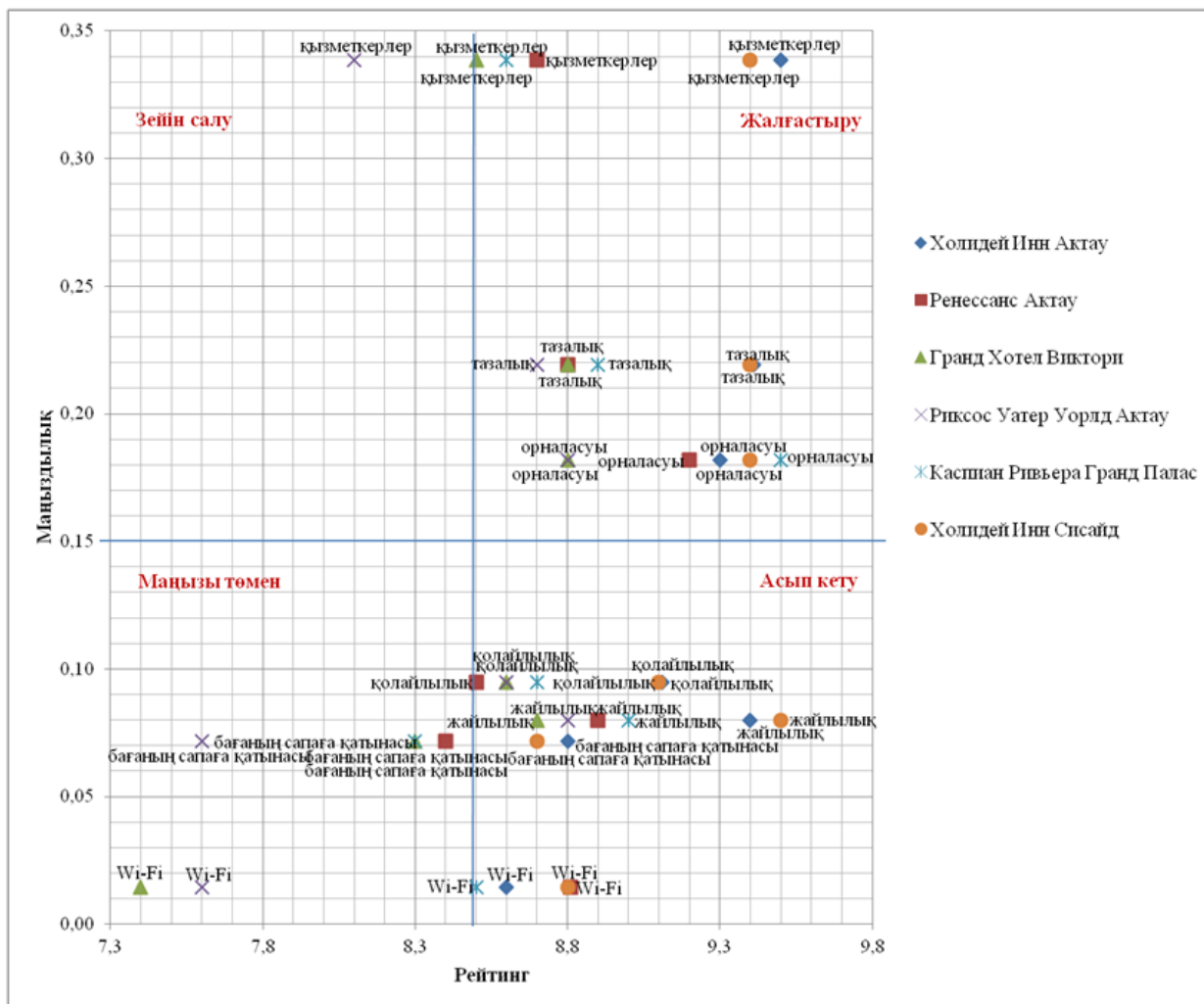
Тізімде ең үлкен стандартты ауытқу көрсеткіші $\sigma=0,50$ Риксос Уатер Уорлд Актау қонақ үйінде. Оның себебін айқындасақ, қызметкерлер жұмысына, бағаның сапаға қатынасы және Wi-Fi қызметтеріне, тіпті қарсыластарына қарағанда ең төменгі бағалар қойылған. Бұл қонақ үй бар жоғы 1,5 жыл ғана жұмыс жасап келеді. Ал ең төмен стандартты ауытқу көрсеткіші $\sigma=0,24$ Ренессанс Актау қонақ үйінде. Демек, қызметтерінің сапасы бірыңғай, тұрақты ырғақта жұмыс жасауда. Жоғары жазылған мәліметтен аңғарсақ, бұл мекеме 2011 жылдың қыркүйек айынан бастап жұмыс жасауда, яғни 10 жыл нарықта қонақтарға қызмет етіп келеді. Екі мекеме де халықаралық қонақ үй желілер құрамына кіреді. Соншалықты айқын айырмашылықтың мүмкін себебі, олардың жылдар бойы жинаған тәжірибесінде. Басқаша сөзбен айтқанда, Риксос Уатер Уорлд Актау қонақ қымбат сегменттегі Актау нарығында жаңа қонақ үй және өте жоғары сұранысқа ие қонақ үй болып тұр. Жаңа жұмысқа алынған қызметкерлермен барлық бөлімшелердің мінсіз жұмыс жасауын қамтамасыз ету қиын болғаны, ал ұдайы үлкен қонақтар ағынына көңілден шығатын

қызмет көрсетуі осы уақытта мүмкіндік болмай тұрғанында. Себебі, Kazakh Tourism ұлттық компаниясының айтуы бойынша, Манғыстауда желілік қызметкерлердің тапшылығы сезілуде [13].

Келесі кезекте маңыздылық пен рейтингке негізделіп, қонақ үйлердің бәсеке қабілеттілігін қабылдау картасында көрсетеміз. Басқаша сөзбен айтқанда, тұтынушы 7 сипаттаманың қайсысына оң, не теріс баға қойса да, әр сипаттамаға қойылған барлық бағалардың жалпы саны оның тұтынушыға қаншалықты маңыздылығын көрсетеді. Ол үшін Booking.com платформасында қойылған барлық бағаларға сүзгі функциясын қолданып, әр сипаттаманы неше адам бағалағанын көруге болады. Осы мәліметтің көмегімен, әр сипаттамада жиналған бағалау санын жалпы бағалар санына қатынасы негізінде маңыздылықты есептеп аламыз. Оны келесі формулаға түрлендірейік:

$$\text{Маңыздылық мәні} = \frac{\text{Сипаттама } x_1, x_2, \dots, x_n \text{ бағалар саны}}{\text{Барлық сипаттамалар бағалар саны}}$$

Сондағы, маңыздылық бойынша «қызметкерлер» - 0,34, «тазалық» - 0,22, «орналасу» - 0,18, «қолайлылық» - 0,09, «жайлылық» - 0,08, «бағаның сапаға қатынасы» - 0,07 және «Wi-Fi» қызметі - 0,01 мәндерге ие ($\sum=1$). Шыққан көрсеткіштерді Y оське саламыз. Ал, X оське әр қонақ үйдің сипаттамалар рейтингтерін жайғастырамыз. Оң жақ жоғарысында «жалғастыру», сол жақ жоғарысында «зейін салу», оң жақ төменде «асып кету» және сол жақ төменде «маңызы төмен» деп қабылдау картаны логикалық шешіммен 4 квадрантқа бөлеміз (2-сурет). Нәтижесінде, қабылдау картасында 4 қонақ үй маңыздылығы ең жоғары «қызметкерлер» сипаттамасында үлкен шаманы көрсетіп, осы ағынмен жұмысты жалғастыру квадрантында жайғасқан. Тұтынушылар қонақ үй іздегенде мән беретін 2-ші маңызды критерий – «тазалық». Бұл сипаттамада барлық қонақ үйлер жоғары бағаланып, осы ағынмен жұмысты жалғастыру квадрантында жайғасқан. Маңыздылығы бойынша 3-ші орында тұрған «орналасу» сипаттамасында да барлық қонақ үйлер жоғары көрсеткішке ие, демек қонақтар қонақ үйдің қала ішінде орналасуына мән береді және бүгінгі таңда барлық



Сурет 2 – Ақтау қала қонақ үйлерінің қабылдау картасы

Ескерту: авторлармен [9] дереккөз негізінде құрастырылған

қонақ үйлердің қалада орналасуына көңілдері толық. Бөлменің, төсектің «жайлылығы», қызметтердің «қолайлығы», «баға», «Wi-Fi» деген сипаттамалар тұтынушылар үшін аса маңызды орын алмайды. Дегенмен, «қолайлылық» және «жайлылық» жағынан барлық ұсыныс берушілер жоғары бағаланып, аса көп көңіл бөлінген квадрантында орын алып отыр. Ал «бағаның сапаға қатынасы» және «Wi-Fi» қызметіне көпшіліктің жартысы төмен баға алып, аса маңызды емес квадрантында жайғасқан.

Ендігі кезекте 2-суреттегі көрініске қарап, қабылдау картадағы әр қонақ үйді сипаттаймыз. Холидей Инн Ақтау «қызметкерлердің» жұмысы мен қонақ үйдің «тазалығы» бойынша жоғары сапа көрсетуде және осы ағынмен

жұмысты жалғастыру квадрантында орналасып тұр. «Бағаның сапаға қатынасы» мен «Wi-Fi» қызметінде де қарсыластарына қарағанда жоғары бағаланып, аса мән беріп, жұмыс жасауда квадрантында орналасқан. Одан кем емес жақсы көрсеткіштерді оның ағайыны Холидей Инн Сисайд да барлық сипаттамаларда 1-ші, не 2-ші орынды иеленіп тұр. «Персоналдың» қызмет көрсету сапасы, «тазалық», «жайлылық» пен «қолайлылық» критерийлері осы 2 қонақ үйдің басқа қарсыластардың алдында стратегиялық артықшылығы ретінде қолдана алады.

Риксос Уатер Уорлд Ақтау «персоналдың» жұмысы, қонақ үйдің «тазалығы» және «орналасуы» бойынша өте төмен көрсеткішке ие,

яғни бұл оның қазіргі уақытта қарсыластардың қатарынан қалдырып тұрған кемшілігі. Жоғарыда атап өткендей көп бөлмелі қонақ үйде персонал тапшылығы себебінен, жұмыс сапасы түсіп қана қоймай, үлкен сұраныс кезінде тазалықты қамтамасыз ету тіпті қиын. Бұл қонақ үй қарсыластарына қарағанда қаланың сыртында 14 км алшақ орналасқан. Ең бастысы бұл қонақ үйге толықтай зейінді персоналға жұмылдырып, оларды сапалы қызметке үйретіп және мотивация арқылы жұмыста ұзақ мерзімге ұстап қалу әрекеттерін жасау керек. Бағасы да өте жоғары болғандықтан ең төменгі көрсеткішке ие, дегенмен, маңыздылығы төмен квадрантында жайғасқан. Бұл дегеніміз тұтынушылар қазіргі уақытта бағасының жоғарылығы және сапасының төмендігіне аса мән бермей жергілікті тұрғындар мен сырттан келген қонақтар жаппай бұл қонақ үйден қызмет сатып алып жүр.

Каспиан Ривьера Гранд Палас барлық критерий бойынша қарсыластар ішінде орташа көрсеткіштерге бағаланған. Тек, жұмысты жалғастыру квадрантында жайғасқан «орналасу» критерийінде көшбасшы болып тұр. Оған бірден-бір себеп, қаланың көрікті жерлерінің бірі тау үңгірінің дәл үстінде және Каспий теңізінің жағасында орналасқаны. Бұл қонақ үй «қызметкерлер» мен «тазалықты» жақсартуды мақсат етіп қойса, болашақта сұранысы азаймайды.

Гранд Хотел Викторидің «қызметкерлер» сипаттамасы да зейін салу квадратына жақын орналасып, Риксос Уатер Уорлд Ақтау алдында жайғасып тұр. Яғни, персоналдың жұмысын оңтайландыруға аса мән беру тиіс. «Тазалық» пен «орналасуы» бойынша да, қарсыластар ішінде төменгі көрсеткішке ие. Бұл сипаттамалар маңыздылығы бойынша тұтынушыларға қажет талап, сондықтан бәсекелестіктен көшбасшы болу үшін осы критерийлерді жақсартуға ұмтылу керек. Мүмкін қала іші трансферін тегін жасау, қызметкерлер санын көбейтіп, тазалықты жақсарту әрекеттері қажет.

Ренессанс Ақтау қонақ үйі Ақтау қаласында 10 жыл бұрын бірінші халықаралық бренд деңгейдегі қаланған қонақ үй еді. Мүмкін

ескірген жиһаз бен бөлмелер себебінен «қолайлылық» сипаттамасында өте төмен мәнге ие. Бұл қонақ үйде, жоғары мәліметке сүйенсек (1-сурет), бизнес мақсатта келген қонақтар тоқтайды. Алайда, бизнес ғимараттар мен қала орталығынан алшақ және теңізге қол жетімсіз болып, жол бойында киғаштап тұруына байланысты «орналасу» сипаттамасы орташа бағаланған. «Жайлылық», «тазалық» және «қызметкерлер» сипаттамаларында орташа дейгей көрсетуде, алайда «тазалық» пен «қызметкерлер» атрибуттары тұтынушыларға жоғары маңызды критерий болғандықтан, осы сұрақтарды шешуге көңіл бөлу керек.

Қорытынды

Туризм саласы, оның ішінде жаппай қонақ үй сегменті Ақтау қаласында дамып келеді. Туризм саласына 2021-2025 жылдары 300 миллиард теңге бөлініп, 13 жобаны жүзеге асыру жоспарлануда [14]. Kazakh Tourism ұлттық компаниясының айтуы бойынша, Маңғыстау өңіріне 2025 жылғы уақытқа дейін 1,7 миллион туристер келеді [13]. Қонақтарды қабылдау үшін сыйымдылығын көбейту мақсатында қонақ үйлер көбейеді. Бұл дегеніміз, Ақтау қаласының қонақ үй нарығында бәсекелестік орын алады. Қазіргі бар қонақ үйлерге өздерінің қандай мақсатты аудиториямен жұмыс жасайтынын, олардың ой пікірлерін, талғамдарын, сұраныстарын және қарсыластар туралы да осы ақпаратты білу үшін нарыққа талдау жүргізу керек. Бұл мақалада, қолдағы бар құралды, яғни тегін Booking.com платформасын пайдаланып, қалау бойынша таңдалған қонақ үйлердің бәсекелік артықшылықтары мен кемшіліктеріне көз жеткіздік. Ол үшін стандартты ауытқу есебін пайдаланып, қонақ үй жұмысының тұрақтылығын талдадық, пікірлер санын қолданып, мақсатты аудиторияны анықтадық, және қабылдау картасын құрастырып, әр атрибут бойынша қонақ үйлердің бәсекеге қабілеттілік деңгейін анықтадық. Маңыздылығы жоғары «персонал» және «тазалық» атрибуттары екі қонақ үйден басқасы, ең төменгі рейтингтерге ие.

Қонақ үйлер қызметкерлеріне оқу жүргізсе, тазалық бойынша кемшіліктерді көрсететін арнайы фокус-группа құрса және осы мәселелерді түзетсе, онда олар рейтингтерін тез көтеруі мүмкін. Бағаның сапаға қатынасы ең төменгі бағаланғандықтан, дегенменде тұтынушылар қонақ үйлердің қызметін қолданып келеді, және қабылдау картасынан көріп тұрғандай баға мәселесі қонақтарға аса ауыртпалық көрсетпей тұрғандықтан, қымбат бағада, бірақ сапалы ұсыныс қосу керек. Мысалы, ұйқының сапасы барлық қонақ үйлерде маңызды шарт, әсіресе егер қонақтар ұзақ саяхаттан кейін шаршап келгенде, төсектің жайлылығын ойластыруға болады. Ол үшін

матрацтың қаттылық деңгейін таңдау ретінде ұсыныс бере алу керек. Жалпы қонақ үй тауар емес, сервистік қызмет болғандықтан, оның физикалық белгілері жоқ, қонақ үй иесі тұтынушыларға ұсынылған қызметтің сапасын, құндылығын анық білу қажет. Ақтау қаласы шағын көлемді, қонақ үйлердің жаппай ашылуы белсенді бәсекелестік ортаны құрады. Қонақ үй менеджерлері бұл мақалада ұсынылған талдау жолдарын қолданып қана қоймай, қосымша туристік жәрмеңкелерге қатысуды әдет етіп, қызметтерін жарнамалық акцияларда ұсына отырып, тұтынушылармен қарым-қатынасты басқару әрекеттеріне назар аударып тұруы керек.

Әдебиеттер тізімі

1. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2020. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/OECD-Tourism-Trends-Policies%202020-Highlights-ENG.pdf> (қаралған күні: 19.05.2021)
2. Dr Hayley S. The history of tourism. [Электрон. ресурс] – URL: <https://tourismteacher.com/history-of-tourism-2/> (қаралған күні: 22.05.2021)
3. Артюхова И.В., Гафарова Р.Р. Конкурентные преимущества гостиничного предприятия // Инновационная наука. – 2016. – №2(1). – С. 28-30.
4. Paolo N., Elisabetta R., Emilio P. Are customers' reviews creating value in the hospitality industry? Exploring the moderating effects of market positioning // International Journal of Information Management. – 2016. – Vol. 36. – № 6. – P. 1133-1143. doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.02.010
5. Seočanac M., Čelić I. What do Booking.com reviews say about the service quality of serbian spa hotels? // Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja. – Vrnjačka Banja: TISC, 2019. – Vol. 4. – P. 553-570.
6. Ферри Р.А. Всё о распределении активов. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 400 с.
7. Тимошенко З.И., Мушин Г.Б., Дышлева В.П. Маркетинг гостинично-ресторанного бизнеса. Учебное пособие. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 210 с.
8. Крупнейший каталог мест размещения в Казахстане. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.apartamenty.kz/ru/aktau/hotel.html> (қаралған күні: 29.10.2021)
9. Booking.com B.V. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.booking.com/> (қаралған күні: 01.11.2021)
10. OnlineMathHelpAndLearningResources. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.onlinemathlearning.com/population-mean.html> (қаралған күні: 19.11.2021)
11. Мошнов В.А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия. [Электрон. ресурс] – URL: https://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml (қаралған күні: 19.11.2021)
12. Math Is Fun. [Электрон. ресурс] – URL: <https://www.mathsisfun.com/data/standard-deviation-formulas.html> (қаралған күні: 26.11.2021)
13. В Мангистау обучат тысячу человек линейного персонала для туротрасли. [Электрон. ресурс] – URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/mangistau-obuchat-tyisyachu-lineynogo-personalaturotrasli-440993/ (қаралған күні: 10.01.2022)
14. В Мангистауской области реализуют турпроекты на 300 млрд тенге. [Электрон. ресурс] – URL: <https://kapital.kz/economic/100406/v-mangistauskoy-oblasti-realizuyut-turproyekty-na-300-mlrd-tenge.html> (қаралған күні: 10.01.2022)

А.А. Амирбаева, Г.К. Сапарова, Г.К. Бекбусинова

Университет «Туран-Астана», Астана, Казахстан

Определение конкурентоспособности гостиницы на базе рейтингов характеристик: на примере г. Актау

Аннотация. В последние годы гостиничная индустрия динамично развивается в Мангистауской области. В результате конкурентная среда укрепляется и некоторым гостиницам становится сложнее работать. Определение конкурентоспособности гостиниц очень важно для менеджеров в создании эффективных стратегий по защите позиций на рынке и продвижению их бизнеса. В этой статье используются статистические методы для сравнения гостиниц. Данные Booking.com использовались для анализа и сравнения рейтингов шести отелей. В первую очередь были собраны общие данные об отеле, сравнивалось количество отзывов гостей, определен сегмент туристов каждого отеля. Далее, основываясь на рейтингах и применяя метод стандартного отклонения, определили стабильность качественного обслуживания гостиниц в конкурентной среде. В третью очередь, анализируя значимость характеристик отеля для потребителей, разработали карту восприятия, чтобы продемонстрировать и сравнить, как шесть отелей отличаются по восьми характеристикам. Предлагаемые методы полезны для исследователей и менеджеров гостиниц при оценке конкурентоспособности гостиниц и определении важных характеристик, требующих улучшения с целью значительного привлечения потенциальных потребителей.

Ключевые слова: гостиница, конкуренция, рейтинг, характеристики, Booking.com, стандартное отклонение, карта восприятия.

A.A. Amirbayeva, G.K. Saparova, G.K. Bekbusinova

«Turan-Astana» University, Astana, Kazakhstan

Determination the competitiveness of a hotel based on ratings of its characteristics on the example of Aktau city

Abstract. The hotel industry is developing dynamically in the Mangistau region in recent years. As a result, the competitive environment is strengthened in this area. Thus, it becomes harder for some hotels to operate due to increased competition. Determining the competitiveness of hotels is very important for managers in creating effective strategies to protect market positions and promote their business. This article uses statistical methods to compare hotels. Data from Booking.com was used to analyze and compare the ratings of six hotels. First of all, there was collected general data about the hotel. Many guest reviews were compared. The authors determined the segment of tourists of each hotel. Further, there was determined the stability of quality hotel service in a competitive environment using the standard deviation method. Third, analyzing the importance of the characteristics of a hotel for consumers, there was developed a perception map to demonstrate and compare six hotels and their differences in eight characteristics. The proposed methods are useful for researchers and hotel managers in assessing the competitiveness of hotels and identifying important characteristics that need to be improved in order to significantly attract potential customers.

Keywords: hotel; competition; rating; characteristics; Booking.com; standard deviation; perception map.

References

1. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2020. [Electronic resource] – Available at: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/OECD-Tourism-Trends-Policies%202020-Highlights-ENG.pdf> (Accessed: 19.05.2021).
2. Dr Hayley S. The history of tourism. [Electronic resource] – Available at: <https://tourismteacher.com/history-of-tourism-2/> (Accessed: 22.05.2021).
3. Artyuhova I.V., Gafarova R.R. Konkurentnye preimushchestva gostinichnogo predpriyatiya, Innovacionnaya nauka [Competitive advantages of a hotel enterprise, Innovative science], 2 (1), 28-30 (2016). [In Russian]

4. Paolo N., Elisabetta R., Emilio P. Are customers' reviews creating value in the hospitality industry, Exploring the moderating effects of market positioning, *International Journal of Information Management*, 36 (6), 1133-1143 (2016).
5. Seočanac M., Čelić I. What do Booking.com reviews say about the service quality of serbian spa hotels, *Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja*, 4, 553-570 (2019).
6. Ferri R.A. Vsyо o raspredelenii aktivov [All About Asset Allocation] (Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 2014, 400 p.). [In Russian]
7. Timoshenko Z.I., Munin G.B., Dyshleva V.P. Marketing gostinichno-restorannogo biznesa. Uchebnoe posobie [Marketing of the hotel and restaurant business, Textbook] (Moscow: YUNITI-DANA, 2011, 210 p.). [In Russian]
8. Krupnejshij katalog mest razmeshcheniya v Kazahstane [The largest catalog of hotels in Kazakhstan]. [Electronic resource] – Available at: <https://www.apartamenty.kz/ru/aktai/hotel.html> (Accessed: 29.10.2021)
9. Booking.com B.V. [Electronic resource] – Available at: <https://www.booking.com/> (Accessed: 01.11.2021)
10. Online Math Help And Learning Resources. [Electronic resource] – Available at: <https://www.onlinemathlearning.com/population-mean.html> (Accessed: 19.11.2021)
11. Moshnov V.A. Kompleksnaya ocenka konkurentosposobnosti predpriyatiya [Comprehensive assessment of the competitiveness of the enterprise]. [Electronic resource] – Available at: https://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml (Accessed: 19.11.2021)
12. Math Is Fun. [Electronic resource] – Available at: <https://www.mathsisfun.com/data/standard-deviation-formulas.html> (Accessed: 26.11.2021)
13. V Mangistau obuchat tysyachu chelovek linejnogo personala dlya turotrasli [A thousand line personnel for the tourism industry will be trained in Mangistau]. [Electronic resource] – Available at: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/mangistau-obuchat-tyisyachu-lineynogo-personala-turotrasli-440993/ (Accessed: 10.01.2022)
14. V Mangistauskoy oblasti realizuyut turproekty na 300 mlrd tenge [Projects worth 300 billion tenge are being implemented in the Mangystau region]. [Electronic resource] – Available at: <https://kapital.kz/economic/100406/v-mangistauskoy-oblasti-realizuyut-turproyekty-na-300-mlrd-tenge.html> (Accessed: 10.01.2022)

Авторлар жайлы ақпарат:

Әмірбаева А.А. – Корреспонденция үшін автор, «Экономика» мамандығының 2 курс докторанты, «Тұран-Астана» Университеті, Ы.Дүкенұлы көш., 29, Астана, Қазақстан.

Сапарова Г.К. – экономика ғылымдарының докторы, профессор, «Тұран-Астана» Университетінің экономика және инновациялық бизнес кафедрасының профессоры, Ы.Дүкенұлы көш., 29, Астана, Қазақстан.

Бекбусинова Г.К. – экономика және инновациялық бизнес кафедрасының меңгерушісі, экономика ғылымдарының кандидаты, «Тұран-Астана» Университетінің доценті, Ы.Дүкенұлы көш., 29, Астана, Қазақстан.

Amirbaeva A.A. – **Corresponding author**, The 2nd year Ph.D. student in Economics, University «Turan-Astana», 29 Dukenul str., Astana, Kazakhstan.

Saparova G.K. – Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Economics and innovative business, «Turan-Astana» University, 29 Dukenul str., Astana, Kazakhstan.

Bekbusinova G.K. – Candidate of Economic Sciences, Head of the Department of Economics and innovative business, Associate Professor of the University «Turan-Astana», 29 Dukenul str., Astana, Kazakhstan.