**4-тақырып. Қонақжайлылық индустриясындағы сервистік қызметті жүзеге асырудың негізгі әдістері**

**Жоспар**

1.Туризм мен қонақжайлылық саласында сервистік қызмет көрсету тәсілдері.

2. Әлеуметтік-мәдени сервис саласында қолданылатын ресурстар және оларды бағалау әдістері.

1.Туризм мен қонақжайлылық саласында сервистік қызмет көрсету тәсілдері. Тұрмыстық қызмет - өндірістік, қоғамдық-саяси іс-әрекеттен тыс, адамдардың тіршілік қажеттілігін қамтамасыз ететін материалдық және мәдени жағдай. Адамның тіршілік қажеттілігінің ең бастылары тамақ, киім-кешек, тұрғын үй, демалыс көңіл көтеру, денсаулық сақтау болса, осылардың қамтамасыз етілуі үшін тұрмыстық қызмет саласы дамуы керек.

Жаһандану дәуірінде бұл қызмет ұлттар мен ұлыстардың әдет-ғұрпын, дәстүрін, ұлттық ерекшеліктерін сақтап, дамытуға кеңістік беретін-бір сала болып табылады. Дәстүрлі қазақ қоғамына тән өзіндік ерекшеліктерді тікелей қамтамасыз ететін өндіріс салаларының ұлттық мәдениет пен өнерден тамыр тартқаны абзал.

Жалпы алғанда салада қызметті жақсарту тенденциясын айта кету қажет: бірінші қажетті қызметті қызметтен жоғары қызметке дейін, сонымен қатар таза қызмет көлемінің кеңеюі. Егер бұрын ауыл тұрғыны киім, аяқ киім тігумен және жөндеумен, фотоателье және шаштараз жұмысымен шектелсе, онда қазір ауыл тұрғындары жөнеу және тұрмыс машиналары мен құралдарын жөндеу, химтазалау, құрылыс және ғимаратты жөндеу, жиһазға тапсырыс беру және т.б. бойынша қызметтерді тұтынады.

Саланың функционалды ерекшеліктері өндірісте және халыққа тұрмыстық қызметтерді өткізуде, сондай – ақ ұйымдар мен мекемелерге материалды қызметтерді өткізуде көрінеді, яғни саланың өндірістік функциялары нақты көрінген. Тұрмыстық қызмет үй еңбегі түрлерінің айырбасы немесе тек эквиваленті деу, отбасылық – тұрмыстық қатынастарының туындайтын түрлі қызметтерді көрсететін кәсіпорындардың біртектілігін анықтау немесе халықтың жеке материалдық – рухани қажеттіліктерін қанағаттандыру түрлерін, формаларын және әдістерін атау жеткіліксіз [13].

Сервис жүйесінің қызмет ету негіздерін теориялық талдау түрлері

Халыққа тұрмыстық қызмет көрсету халықтың оны үй шаруашылығының жеке және отбасылық – тұрмыстық қажеттіліктерін қанағаттандыратын кең индустриалды жәнек механизацияланған негіздегі кәсіпорындар мен ұйымдардың өзіндік кешені ретінде болатындығы өте маңызды.

 Нақты функционалдық анықтылыққа қарамастан, оның кәсіпорындары экономиканың көптеген басқа салалары бойынша шашырыраған. Тұрмыстық қызмет көрсетуге тар топ қызметтері, негізінен жеке мәселелері бойынша немесе тұрмыстық ыңғайлықты құру бойынша немесе адамның жеке гигиенасымен байланысты өндірістік емес қызметтер тікелей жатады.

Сонымен қатар индустриалды негізде жаңа дамушы саланың ерекшелігі, біздің ойымызша, келесі маңызды белгілермен көрінеді:

Біріншіден, егер тұтыну заттарының жаппай өнеркәсіп өндірісінде әр жеке тұтынушы өнім құрылымын қалаптастыруға қатыспаса, онда тұрмыстық қызмет көрсетуде тұтынушы – орталық тұлға, оның тұрмыстық қызметті жүзеге асыру үрдісіне қатысуы міндетті, ол түрлі қызмет түрлерінің тапсырыс берушісі және сапасын бағалаушысы.

Екіншіден, тұрмыстық қөызмет көрскету кәсіпорынның әрекеті жэергілікті аймақтық ерекшеліктерге, тұрмыстық қызмет түрлеріне сұраныс жағдацйлапрына байланысты (халық санының өзгерісін, әлеуметтік – экономикалық, мәдени – тұрмыстық, жастық – жыныстық, географиялық және басқа да факторлардың ескеруімен).

Үшіншіден тұрмыстық қызмет көрсету кәсіпорындары мен ұйымдар жұмысының ырғақтылығы сала қызметін жоспарлауда ескеруді қажет ететін объективті фактор болып табылатын сұраныстың маусымдық ауытқуларына тікелей байланысты болады.

Төртіншіден, тұрмыстық қызметтер индустриясының айырықша ерекшелігі тұрмыс қызметі жұмысшыларының көптеген клиенттермен күнде араласуы және тапсырыстардың белгілі мерзімінде орындалуы болып табылады. Халыққа максималды ыңғайлылық құру үшін минималды шығындармен тапсырыстардың тез орындалуы тиіс. Ал бұл өз кезегінде қызмет көрсетудің прогресивті формаларын таратудың импульсі болып табылады.

 Бесіншіден, өндірістің жекеше сипатындағы жұмыстар мен қызметтердің маңызды номенклатурасы – салның айырықша ерекшелігі.

 Алтыншыдан, халыққа тұрмыстық қызмет көрсетудегі еңбек өзінің технологиялық сипаты бойынша экономиканың басқа салаларындағы тура сол немесе басқа нақты түріне ұқсас.

 Сонымен, жетіншіден, делдалсыз тұтынушымен тікелей байланысу саладағы өндіру және өткізу функцияларының бірігуі туралы айтуға мүмкіндік береді. Іс жүзінде халыққа көрсетілген барлық қызметтер қызмет көрскету, сондай – ақ өндіәріс спецификасы бойынша топтастырылады.

 Тұрмыстық қызметтерді топтастыруды жетілдіру мақсатында сала бойынша қызметті бөлшектеп топтастыру және нақтылау жолы бойынша жүру қажет немесе статистикада барлық қызмет көрсету салалары қорытындылап беріледі.

 Сервис жүйесінің қызмет ету негіздерін теориялық талдауды жүзеге асыру әдістері

Жоғары технологияларды енгізуге және инновацияларды қолдауға бағытталған біртұтас мемлекеттік стратегия жүргізу барысында мыналарды ескеру қажет:

Біріншіден, өзіміздің бәсекелестік артықшылықтарымызды негізге ала отырып, технологиялар трансфертін белсенді әрі байыпты жүргізуіміз керек. Сырттан жаңа технологиялар әкеліп, оларды жетілдіруді жүзеге асыратын, сондай-ақ отандық ғылыми әзірлемелерді өндіріске енгізумен шұғылданатын конструкторлық бюролар мен жобалау ұйымдарының желілерін құруға жәрдемдесу қажет.

Екіншіден, жоғары технологиялар саласындағы жобаларды қаржыландыруды, соның ішінде венчурлық негізде қаржыландыруды қолдайтын құрылымдар жасақтау керек. Қазақстан ғалымдарының үздік әзірлемелерінің «сыртқа» кетуіне жол беруге болмайды.

Үшіншіден, Қазақстан бизнесінің инновациялық белсенділігін көтермелеу шарт. Ғылыми-зерттеу және конструкторлық қызметтегі зор күш-жігер жеке меншік сектордың еншісіне тигені жөн.

Төртіншіден, зерттеу жұмыстарына мемлекеттік тапсырыстар жасауды бір жүйеге келтіру қажет, сонда ғана бұл жұмыстардың нәтижесіне экономиканың нақтылы секторында сұраныс туатын болады.

Бесіншіден, зияткерлік меншік пен сауда белгілерінің қорғалуын нығайтып, технологиялық сектордың дамуына ықпал ету керек.

Сонымен, тауар өндіруден бастап тауардың тұтыну процесіне енгенге дейін жүріп өтетін жолын- қызмет көрсету деп атасақ та болады [14].

**2.Әлеуметтік-мәдени сервис саласында қолданылатын ресурстар және оларды бағалау әдістері.** Әлеуметтік-мәдени қызметті мақсаттар мен міндеттерді орындау, нақты нәтижелерге қол жеткізу үшін ресурстарды ұйымдастыру түрінде ұсынуға болады.

Ресурстық база - бұл мәдени тауарлар мен қызметтерді құруға, өнімді өндіруге қажетті компоненттер жиынтығы.

Әлеуметтік-мәдени институттар ресурстың өзін-өзі қамтамасыз етуі бойынша жіктеледі.

Ресурстық базаны сипаттайтын ресурстардың әр түрлі түрлері бар: нормативтік ресурс-әлеуметтік-мәдени қызметті дайындау және жүзеге асыру тәртібін алдын ала анықтайтын ұйымдастырушылық-технологиялық және нормативтік құжаттардың, Нұсқаулық ақпараттың жиынтығы; Кадрлық немесе зияткерлік ресурс-ұйымның функцияларына сәйкес келетін және сапалы мәдени қызметтер мен тауарлар өндіруге кепілдік беретін зияткерлік және кәсіби деңгейде құрылған мамандардың, техникалық және көмекші персоналдың номенклатурасы; Материалдық-техникалық ресурс-мәдени өнімді өндіруге, пайдалануға, бос уақыт, мәдени, ағарту қызметін ұсыну үшін қажетті орта құруға арналған мүлікті, арнайы жабдықты, мүкәммалды қамтиды; мәдени мақсаттағы объектілердің қызметін қамтамасыз ететін жылжымайтын мүлік; қаржы ресурсы-бюджеттік және бюджеттен тыс қаржыландыруды қамтиды;

Қазіргі әлемде мәдени нысандардың әлеуметтік-экономикалық жағдайын және мамандандырылған және коммерциялық қызметті дамыту тетіктерін құрайтын матрица кеңінен қолданылады. Матрица олардың экономикалық жағдайына байланысты әлеуметтік-мәдени сала объектілерінің типологиясын құруға мүмкіндік береді:

* мемлекеттік мақсаттағы әлеуметтік-мәдени қызмет саласының объектілері (мұражайлар, театрлар, шығармашылық ұжымдар, қорықтар және т.б.), ұлттық мәдени байлықты білдіреді. Олар мемлекеттік және мемлекеттік емес ұйымдардың қаржылық қолдауына ие, жоғары құнды қызметтерді ұсына алады.
* Бюджеттік қаржыландырудағы (толық немесе ішінара) өңірлік мақсаттағы әлеуметтік-мәдени қызмет саласының объектілері. Сипаты: тұрақсыз экономикалық және экономикалық жағдай, әлсіз материалдық-техникалық база, банктегі ресми қолданыстағы (немесе жоқ) есеп айырысу шоты, тұрақсыз жағдай, кадрлардың ауысуы.
* Өз бағдарламалары мен жобаларына ресурс ұстаушылар (муниципалдық органдар, донорлар, демеушілер мен меценаттар) тарапынан үлкен инвестицияларды қажет ететін мекемелер мен ұйымдар. Сипаттамасы: меншіктің әртүрлі нысандарын пайдалану, қаржыландыруды таңдау еркіндігі, мәдени қызмет түрлері.
* Толық немесе ішінара өзін-өзі өтейтін салалық мекемелер мен ұйымдар. Тән: белсенді экономикалық ұстаным, мәдени қызмет пен бос уақытты өткізу түрлерін таңдаудағы Тәуелсіздік, оның дамуына, сыртқы бағдарламалар мен жобаларға инвестиция салу.

*Әлеуметтік-мәдени қызмет пен туризмдегі басқару әдістері.* Басқарудың әлеуметтік-психологиялық әдістері сенімге, моральдық ынталандыруға, санаға сүйенеді, қоғамның әдет-ғұрыптары мен дәстүрлі құндылықтарына сүйенеді. Әлеуметтік-психологиялық әдістер ұйымның ішкі және сыртқы ортасында әлеуметтік-психологиялық факторларды ескеруге бағытталған. Топтық өзара әрекеттесудің әсері, жұмыс нәтижелері, Еңбек өнімділігі, клиенттермен және серіктестермен қарым — қатынас адамдардың көңіл-күйіне, олардың жасына, жынысына, білім деңгейіне, сипатына, менталитетіне, мойындалған құндылықтарға байланысты [15].

Әлеуметтік-психологиялық әдістер клиенттермен немесе серіктестермен жұмыс жасауда ғана емес, сонымен қатар жалдамалы қызметкерлермен жұмыс жасауда да өзін ақтайды. Мысалы, көшбасшылыққа негізделген немесе «жаңа» корпоративтік мәдениетті қалыптастыруға негізделген әдістер салыстырмалы түрде арзан және басқаруда өте тиімді.

Бұл әдістер тобына мыналар жатады: әлеуметтік белсенділікті арттыру әдістері, тәжірибе алмасу, сын, өзін-өзі сынау, ұжымдық келісім, келісімдер, тәлімгерлік, ұсыныс, көшбасшының жеке мысалы, бағдарлау жағдайларын жасау, қызметкерлердің жеке мінез-құлқын басқару әдістері, іскерлік, басқарушылық және кәсіби әдеп.

Ұйымдастырушылық және әкімшілік әдістер бұйрықтарға, бұйрықтарға, заңдарға және басқа да нормативтік құжаттарға негізделген және «билік ресурстарын» қолдануға негізделген. Ұйымдастырушылық және әкімшілік әдістер барлық экономикалық ұйымдарға тән. Әлеуметтік-мәдени сервис және туризмде олар әсіресе сатушылар, сатып алушылар, делдалдар мен серіктестердің қызметін реттеу, үйлестіру және үйлестіру тұрғысынан өзекті.

Бұл әдістер тобына: тікелей әсер ету әдістері (бұйрықтар, командалар, нұсқаулар, бұйрықтар, қаулылар, кеңестер, түсіндірулер, кеңестер, ұйымдастырушылық әсер ету әдістері, реттеу, нормалау, әдістемелік нұсқау) және жанама әсер ету әдістері (бейресми қатынастарды орнату және пайдалану әдістері) жатады. Бұл әдістер үш нысанда ұсынылуы мүмкін: міндетті, келісім, ұсыныс. Бұл әдістер тәуелсіз мәнге ие болуы мүмкін (Жұмыс сипаттамасы, жарғы, ереже және т.б.).) және басқа әдістерді (ынталандыру, бақылау әдістері) жүзеге асыру құралы ретінде әрекет ету.

*Экономикалық әдістер* материалдық (экономикалық) мүдделерді пайдалануға негізделген. Нақты экономикалық әдіс әсер етудің жеке әдістерін де, олардың жиынтығын да қамтиды. Нақты нәтижеге қол жеткізуге бағытталған өзара байланысты экономикалық шаралар кешені басқарудың экономикалық тетігін құрайды. Басқарудың экономикалық әдістерін қолдана отырып, сатушылар мен қызметтерді сатып алушылардың экономикалық қатынастары мен мүдделері келісіледі, қызметкерлермен қарым-қатынаста ымыралар ізделеді, ықтимал қақтығыстар шешіледі.

Бұл әдістер тобына: коммерциялық есептеу әдісі, экономикалық есептеу әдісі, баға саясаты, бюджеттеу, қаржылық жоспарлау, экономикалық талдау жатады. Барлық деңгейлердегі экономикалық мүдделердің алуан түрлілігін көрсететін барлық экономикалық тұтқалар объективті қолданылады: өзіндік құн, рентабельділік, пайда, қор шығару, баға және т. б.

Әдістердің ерекше тобы жаңа басқару, инвестициялық немесе қаржылық шешімді дәл негіздеуге мүмкіндік беретін экономикалық-математикалық модельдер мен әдістерден тұрады. Төменде келтірілген экономикалық модельдер жағдайды талдап қана қоймай, болашақ қызметті жоспарлауға, жағдайды бақылауға және жоспарланған іс-шараларды жедел жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

 Әлеуметтік-мәдени саланың экономикалық сипаттамасы тұрғысынан ерекшелігі, ең алдымен, оның ресурстық әлеуетінің ерекшеліктерінде көрінеді.

 Ресурстардың өзіндік ерекшеліктерінің ішінде мыналарды атап өтуге болады:

 1. Әлеуметтік-мәдени саланың еңбек пәні адам болып табылады және бұл фактор саланың ресурстық базасының құрылымы мен сипатына шешуші әсер етеді. Мәселен, бір жағынан, әлеуметтік-мәдени салада шикізат және негізгі материалдар сияқты ресурстар түрі (барлық шығындардың 10-12%) өте шектеулі көлемде ұсынылған, ал өнеркәсіпте оларға 60% - дан астамы тиесілі. Екінші жағынан, соңғы онжылдықтар әлеуметтік-мәдени саланы тікелей нәтиже (өнім) жасау үшін қажет және осы нәтижелерді тұтыну процесінде пайдаланылатын материалдық құралдардың өсіп келе жатқан көлемін пайдалану саласы ретінде сипаттайды, бұл оның ажырамас бөлігі болып табылады (жайлылық, заманауи жабдықты пайдалану қызметтердің сапасын едәуір анықтайды немесе мүмкін етеді дәл осындай қызмет көрсету).

 2. Әлеуметтік-мәдени сала қызметтердің жоғары еңбек сыйымдылығының салыстырмалы түрде аз қор және материал сыйымдылығымен (өнеркәсіпке қарағанда 2,5 есе аз) үйлесімімен сипатталады. Мәдени қызметтің нәтижелері нарықтық жағдайда өнім түрін қабылдайтын қызметті жасаушының қызметінде немесе еңбек шығындары да маңызды болатын объект түрінде болуы мүмкін.

 3. Әлеуметтік-мәдени саланың еңбек (кадр) ресурстары кәсіби біліктіліктің жоғары деңгейімен ерекшеленеді және осы көрсеткіш бойынша мәдениет саласы шаруашылық тетігінің басқа салаларынан әлдеқайда жоғары (әрбір үшінші қызметкердің жоғары білімі бар, ал өнеркәсіпте - әрбір он екінші). Материалдық өндірісте жұмысшының еңбегі, әлеуметтік-мәдени салада - маманның еңбегі шешуші мәнге ие.

 4. Жыныстық-жастық қатынаста, әлеуметтік-мәдени салада әйелдердің басым болуы байқалады (70-75% - ға дейін).

 5. Әлеуметтік-мәдени саладағы еңбектің ерекшелігі-әлеуметтік-мәдени қызмет көрсету технологиясының ерекшеліктері тірі еңбекті материалдандырылған жұмыспен алмастыруға мүмкіндік бермейді. Сондықтан шығындардың ішінде ең маңызды үлес «тірі еңбек» шығындары мен оны төлеу қаражатына жатады. Сонымен қатар, мәдени қызмет нәтижесінің сипаттамалары: жасаушы көзден бөлінбейтіндіктен, өндіріс пен тұтынудың сәйкес келуінен, сақталмайтындығынан, кейде қызметтің материалдық болмауынан, оның сапасының өзгермейтіндігінен, бірегейлігінен тұрады [16].

**Бақылау сұрақтары**

1. Қонақ үй бизнесі, қонақжайлылық индустриясының мәселелері
2. Туризм мен қонақжайлылық саласында сервистік қызмет көрсету тәсілдері.
3. Әлеуметтік-мәдени қызмет пен туризмдегі басқару әдістері
4. Әлеуметтік-мәдени қызмет саласындағы курорттық рекреациялық ресурстарды бөлудің тиімділігін бағалау әдістері