**8-тақырып. Қазақстан Республикасының қонақжайлылық саласындағы әлеуметтік-мәдени сервис сипаты**

Жоспар

1 Қоғамның әлеуметтік тарапта даму сипаты

2 Қазақстан Республикадағы туризмде қонақүй қызметін мемлекеттік қолдауы

3 Қонақүй индустриясының даму жағдайлары және факторлары

4 ҚР қонақжайлылық саласының даму ерекшеліктері.

1. Қоғамның әлеуметтік тарапта даму сипаты. Біздің елімізде қонақүй қызметті арттыру мәселесі үлкен орынға ие. Қонақжайлылық индустриясында қонақүй саласында персоналдың имиджін құру, квалификациялы білікті жұмыскерлерді дайындау – халықаралық қатынас пен байланыстағы, республика аумағындағы өзекті мәселелердің бірі болып табылады, Қазақстан деңгейін қолдаудағы қонақүйлік туристік индустриясын дамутуға бағытталған барлық мемлекеттік бағдарламаларды жүзеге асыру керек.

Өткен ХХ ғасыр мен ХХІ ғасырдың бірінші онжылдығы туризмнің даму жолында көптеген оқиғалар мен құбылыстарға толы болды. Бүгінгі туризм әлем экономикасындағы маңызды әлеуметтік-экономикалық тармақтарын басқарып, халықаралық деңгейдегі экономикалық байланысын дамуына зор ықпал етуде.

Қонақүйлік индустриясы қоғамдағы экономикалық мәселелерін шешуде маңызды әсер етуде. Дамыған елдерде туризмнен түскен табыс қара және түсті металлдардың халықаралық саудасынан түскен табыстан екі есе жоғары екені белгілі. Туризмнен түскен табыс сол аумақтың экономикасын көтеруге қабілетті. Қонақүй индустриясы дамып жатқан аумақтың инфрақұрылымына, тұтынушылық нарығына және басқа да кәсіпкерлік қызметтердің дамуына экономикалық ықпалын тигізеді.

Әлемде туризмнің дамуына көп көңіл бөлуде, себебі бұл салалар жоғары табысты және тез өтуші. Валюталы түсіміне қарай туризм әлемде үшінші орынға ие. ДТҰ сарапшыларың болжамы бойынша туризм ХХІ ғасырда да ілгері дамиды және әлем экономикасының қозғалтқышы болады.

Қонақүй индустриясы Қазақстан Республикасындағы іскерлік шеңберде қызығушылықтарды арттырады. Демек, ішкі нарықтағы мемлекетік емес экономикалық және өндірістік құрылымдардың жаңа бастау алған кәсіпкерлердің табыс көзі болып табылады. Сондықтан, Қазақстандағы қонақүй индустриясы мен туризм нарығындағы персонал имиджін қалыптастыруды ішкі туристік саудасы мен халықаралық байланысын күшейту мәселесі тұр.

Туризм инфрақұрылымы мен қонақүй индустриясының бастапқы бағыттарының арасында Республикамыздың «Қазақстан 2030» әлеуметтік-экономикалық стратегиясында маңызды мәселелер бөлініп отыр. Бұл мәселелер тез арада өз шешімін табу керек.

Қазақстан егемендігін алғалы бері кәсіпкерлердің алдында қонақүй бизнесін және туризмді дамытуға зор мүмкіндіктері туындады. Үкімет туризмнен түскен табыс халықтың әлеуметтік және экономикалық жағдайын көтереді. Бірақ топталып шыққан заңнамалар туристік нарықта Қазақстанның жағымды имиджін қалыптастыра алмады. Қонақүй бизнесінің даму мәселесіне жанама немесе тікелей қатысты құқықтық құжаттар (заң шығарушы және нормативті актілер) ықпал ете алмады.

Әлемдегі туризмге салынған қаражаттардың аз мерзімде өтелетіні туралы жарияланған мақалалар да кәсіпкерлік белсенділікті көрсетпеді және персонал имиджінің көтерілуіне алып келмеді.

Қонақүйлік бизнеске кәсіпкерлердің көңіл бөлмеуде, соның бір себебі туризмде қонақүй имидждің болмауында. Соңғы онжылдықта экономикада да, заңнамада да елеулі өзгерістер болды. Кіші және орта бизнестегі кәсіпорындар пайда болды. Олардың саны онмыңға жетеді. Сонда да қазіргі кезде қонақүй бизнесі қоғамдық және мемлекеттік қолдауды, жағымды имидждің қалыптасуын, оның даму жолдарының әдістерін талап етеді. Экономика саласы ретінде қонақүй бизнесі және туризмде персонал имидждің және кәсіпкерлік қызметтің даму мәселелері арнайы қарастырылу керек, яғни тасымалдау, орналастыру, тамақтану және ойын-сауық кешені сияқты қызмет көрсету нарық сегменттерінде халықтың экономикалық белсенділігінің барлық түрлері жатады.

Қонақүй индустриясы және туризм туристік қызметтерді өндіру саласында бастаушы бола отырып, кәсіпкерліктің дамуы үшін үлкен мүмкіндіктері бар.

Экономика саласы бола тұрып, рекреацияны, демалысты және қонақүй мен рекреация қызметтерде әлем халқының өсіп отырған қажеттіліктерін қамтамасыздандыратын қызмет түрлерін ұйымдастыру үшін жаңа территорияларды іздеумен үнемі байланысты. Қонақжайлылық индустрияның даму мақсатында Қазақстанның туристік-рекреациялық әлеуетін, оның табиғи және мәдени-тарихи объектілерін игеру отандық туроператорларда жаңа ойлар, кәсіпкерлік ынтасы болуы тиіс, яғни бар ресурстарды жаңаша пайдалану болып табылады.

Саяхатшыларға қызмет көрсету бойынша экономикалық қызметтер түрлері туристік территорияларды игеруде және осы индустрияда объектілерді құруда кәсіпкерлікті дамыту үшін жағдайды қамтуды талап етеді [26].

Қазіргі уақытта экономикасы дамыған елдерде де, кеңестен кейінгі ақпараттық кеңістікте де туристік кәсіпкерліктің жалпы қабылданған экономикалық теориясы әлі де қалыптасқан жоқ. Мұны шаруашылық философиясы, халық ділі, және тұлғалық деңгейдегі экономикалық тәжірибесі әлеуметтік және мәдени тәртіп жағдайының көптеген ерекшеліктері бойынша әртүрлігімен ақталады.

Әлем экономикасындағы халықтар мен мемлекеттердің бірігуі, менеджерлік ілім жүйесін қалыптастыруды қажет етеді.

Қазақстан бизнесі жиырма жылдық тарихы барына қарамастан, «менеджер» анықтамасы іскерлік белсенділік саласына кірген әр азаматқа лайық деп саналады, соның шінде қонақүйлік кәсіпорынның менеджерлері де бар.

Сонымен бірге әрбір менеджер іскерлік адам ретінде таныла алады, ал кезкелген іскер адам шындығына келгенде кәсіпкерлік феномен туралы айтсақ, кәсіпкерлік сапасына жатпайды. Тек қана тұлғалық сапаның болуы мен қызметтің белгілі бір түрімен айналысу талпынысы болғаны немесе мотивациядан бөлек өзіне жауапкершілік алу мен тәуекелге бару аз. Персоналдың дамуы тек осы қызметті қамтамасыздандыратын нақты жағдайлардың болуы ғана мүмкін. Бұл жағдайлар нарықтық қатынастарды дамытады. Мұндай жағдайлардың қалыптасуы белгілі бір қоғамдық ахуалды тұспалдайды, егер идеологиялық, саяси және әлеуметтік-экономикалық жағдай персоналдың белсенділігі қоғамдық қажетті деңгейін көрсетсе.

Менеджерлікті нәтижелі дәрежеде жүзеге асырылады тек белгілі бір қоғамдық жағдайда – кәсіпкерлік орта, нарық, нарықтық қатынастар жүйесі, сонымен қатар кәсіпкердің жеке еркіндігі, яғни оның жеке тәуелсіздігі мен құқықтық қамтылуы.

Қонақүйде персонал ортаның қалыптасуы, басқа салада сияқты – басқарушылық үдеріс. Бұл үдеріспен басқару әдістері, алайда, тек әкімшіліктік сипатта емес. Мұның негізінде қонақүй қызметтің субъекттеріне ықпал ете алмайтын іс-шаралар емес, персоналдың тұрқы пайда болуы үшін жағдайлармен байланысты, олар республиканың туристік кеңістігін игереді және қонақүй индустриясын құрады.

Тауарлар мен қызметтерді өндірудің әр секторында кәсіпкерлік ортаны құрастыру – көпжақты шешім. А.В. Бусыгин ойынша, ол келесідей элементтерді қосады:

- Қонақүйде қоғамдық экономикалық және әлеуметтік-экономикалық философияның өзгеруі;

- Тұжырымдамаға сәйкес ұлттық қоғамдық психологияның өзгеруі;

- Заңнама қамтыған қонақүй инфрақұрылымды құру акцентімен ұлттық бағдарламада қабылдау, яғни кәсіпкерліктің барлық институттары.

Феноменнің күрделігіне қарағанда, әлемде кәсіпкерліктің жалпыға бірдей унитарлы анықтамасы жоқ, бірақ кәсіпкерлік мәселесінде әр зерттеуші өздігінше оны ұғындырады.

Американдық ғалым профессор Роберт Хизрич кәсіпкерлікті «жаңаны табу үдерісі, бағасы бар, ал кәсіпкерді – осыған уақыты мен күшін жұмсап, өзіне қаржылық, психологиялық және қоғамдық тәуекелге барып, соңында табысқа жететін адам» ретінде анықтайды.

Американдық ғылыми әдебиетте көптеген басқа анықтамалар берілген, яғни кәсіпкерлік пен кәсіпкерлік қызметтің экономикалық, саяси, психологиялық, басқарушылық және басқа кө-қарастармен сипатталған.

Ағылшындық профессор Алан Хоскинг бекітеді: «Жеке кәсіпкер деп өзінің шоты есебінде істі басқарады, өзі бизнесті алып жүреді және өзі қажетті құралдармен қамтымасыз етуде жауапкершілік алады, өзі шешім қабылдайды. Оның сыйақысы кәсіпкерлік қызметтен еркін табыс алу және қанағаттану болып табылады. Бірақ сонымен бірге ол өзінің кәсіпорынның банкрот жағдайына тап болса, онда тәуекелін қабылдауы тиіс».

Берілген ұғымдарды үлгі ретінде қабылдамай, белгілеп алсақ, мұнда кәсіпкерліктің іскерлік белсенділігінен, ал кәсіпкерлік қызметті жай қарапайым бизнестен бөлетін негізгі сипаттамалар құрайды.

«Жеке кәсіпкерлікті қолдау және сақтау туралы» Заңның 1 бабында кәсіпкерлікке анықтама берілді:

1. Жеке кәсіпкерлік – бұл өз тәуекеліне және мүлігіне өз атынан (жеке кәсіпкерлік) немесе юристік тұлға (ұжымдық кәсіпкерлік) жауапкершілігімен ұжымдық мүлігіне негізделіп, тауар (қызмет, жұмыс) сұранысын қанағаттадыру жолымен немесе жеке тапқан табыспен айналысатын азаматтардың қызметі деп аталады.

2. Жеке кәсіпкерлердің мүлігі дербес және заңмен сақталады. Кәсіпкер қызметін шектеуге болмайды, тек берілген Заңнан басқа жағдайда.

Кәсіпкерлік кеңістіктің қоғамда кезкелген шектеулердің болмағанына қарамастан (кәсіпкерлерге барлығы болады), экономикалық және қоғамдық даму деңгейі бойынша осы кеңістіктің бастапқы қалыптасуында нарықта қоғамдық шектеулер енгізілген (мысалы, құқықтық немесе экологиялық).

Туризмде табиғи қорлармен және тарихи-мәдени мұраны пайдаланумен қызметтің көптеген түрлері байланысты, мұндай заңнамалық актілер тыйым салынған-салынбаған сипаттағыларға «Арнайы қорғалатын табиғи территориялар туралы» және «Тарихи-мәдени мұраны пайдалану мен қорғау туралы» ҚР Заңы болып табылады.

Бұл салада «Жеке кәсіпкерлік туралы (1997)» заңын қабылдаумен шектеліп қоймады, одан кейін де жеке, кіші және орта кәсіпкерлік анықтамаларын енгізу оның объективтік құрамына және мақсаттарына қайшы тұрды.

Қонақүй қызметінің құқығының саралау үдерісін жалғастыра отырып, белгілеп алсақ, жоғарыда берілген Заңның 1 бабында жеке кәсіпкерлік жеке-меншік ретінде түсіндіріледі «...азаматтардың қызметі табыс алуға бағытталған, өзінің мүліктеріне негізделген және сол азаматтың атынан жүзеге асатын, тәуекелі үшін және мүлігі үшін жауапты».

Берілген анықтама көрсетіп тұрғандай өзінің функцияналдық негізі бойынша батыс зерттеушілердің берілгендеріне анағұрлым жақын.

Өкінішке орай бюрократиялық құрылымдар айналымға «жекеше», «кіші және орта» кәсіпкерлік терминдерін енгізді, өздігінен пікір бола алады, Кәсіпкерлік, зерттеушілердің ойынша – мекендік немесе сандық мағынада болмауы мүмкін. Қоғамдық өндіріс құрылымда экономикалық қатынасының нақты субъектінің орны мен ролін сапалы бағалау түрінде болады.

Сандық бағалау тек жекеше, шағын, орта және ірі қонақүйлерде, кәсіпорында жүргізіледі. Ал қонақжай индустриясында қонақүй бизнесін жеке-меншік формасы кәсіпкерлікті әлеуметтік-экономикалық әрекет ретінде мүлдем қарастырмайды.

Іс жүзінде қонақүй қызметін кеңістік үш саланың соммасы ретінде сипаттауға болады, оларды саралауда кәсіпқой қызметті ұйымдастыру тактикасы мен стратегиясын құруға мүмкіндік береді. Бұл құқықтық, әлеуметтік және экономикалық салалар [27].

Құқықтық саласы – бұл қоғам қонақүйдің кәсіби қызмет етуі үшін орнатып жатқан «ойын шарты», яғни – бұл экономикалық үдерістер мен қатынастардың негізгі субъектілерін іскерлік белсенділігін реттейтін Заңдар және актілер, осыны кәсіпкер нәтижелі қызмет жасау үшін дамытады.

Әлеуметтік сала өзінің құрылымы және оны құрайтын бөлімдер көлемі бойынша әртүрлі, олар туроператордың, туристік шаруашылық объектінің қонақүй қызметіне тікелей ықпал етеді. Осы салада келесідей элементтерді бөліп көрейік:

- Экономика даму концепция саласында, қоғамда басымдылық;

- Әлеуметтік санада сақталған ұлттық дәстүрлер, шаруашылық салттар, іскерлік және қонақжайлылық;

- Жалпы қоғамның және ұлттың білім деңгейі, туристік қызмет көрсету саласында мамандарды кәсіби даярлаудәрежесі;

- Қонақүйдің бизнесінің қоршаған ортасына қатынасы;

- Нәтижелі кәсіпкерлік белсенділік үшін қажетті инфрақұрылым;

- Қонақүй бизнесіне мемлекеттің қатынасы.

Экономикалық саласы деп кәсіпкердің таңдаған туристік және қонақүйлік бизнесте бәсекелестік жағдайы, мұнда мөлшерлік және сапалық жақтары бар. Мөлшерлі жақтары нарықта кәсіпкердің өндіріп жатқан туристік тауарлары мен қызметтерінің бөлігімен сипатталады, ол іс жүргізуде тұрақтылық деңгейін көрсетеді. Сапалық жақтары кәсіпкермен өндіріліп жатқан турөнімдер мен қызметтердің сапасы тұтынушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру дәрежесін сипаттайды.

Туризм саласында қонақүй қызметі экономикалық табыс алумен байланысты, мақсаттарға жетуге бағытталған, жеке факторларына негізделген жеке тұлғаны деп атауға болады. Туризм капитал салуда ең жетісті саласы болып табылады, және істі дұрыс жүргізуді ұйымдастыруда салымдар тезарада өтеледі.

Әрбір қызмет шаруашылығының әрекет ету күші – қоғамның және әр адамның қажеттілігін қанағаттандыру үшін тауарлар мен қызметтерді өндіру жолымен белгілі бір мақсаттарға жету. Ереже бойынша, нарықтық экономика жағдайында қонақүй басшысы алдына келесідей мақсаттарды қояды: табыс алу (шығыннан көп табыс соммасы); еңбектен қанағат алу (өзінің ойларынды жүзеге асыру, басқаруда өзінді табу және басқа); әлеуметтік мәселелерді шешу (жұмыс орындарын қалыптастыру, денсаулықты алдын алу және басқа).

Қонақүй қызметтің көзі жеке мүмкіндіктер мен жеке фактор туралы білімді кеңейту бойынша интеллектуалдық қызметте қатынасынан тұрады. Жеке факторлар болып табылады: жеке мүлік; физикалық, ой-саналық қабілеттілігі, білімі және тәжірибесі; қоғамдағы орны; заңмен қойылған құқығы; кәсіпкерлік басқарудағы бөлек мүлкі; жеке әрекеттерді болжамдау.

Туризм экономикасында қонақүй қызметі шаруашылық шешімдерді қабылдау барысында жүзеге асады. Бастапқы кезеңде негізгі қабылданатын шешімдерге жатады:

- қызмет саласын таңдау және оның масштабтары;

- қонақүйдің орнласуын таңдау;

- қаржыландыру құралын және салымдарды таңдау;

- қонақүй қызметтің формасын және атын таңдау;

- құжаттарды даярлау және қонақүйді тіркеу.

Қызмет саласын анықтау кәсіпкер өздігінен қарастырады. Мұнда келесідей факторлар сараланады:

- ұсынып жатқан қызметтер түрлеріне сұраныс;

- табыс алу болашағы;

- қорлар иен құралдарды тарту мүмкіндіктері.

Кез келген қонақүйді құру табыс береді, себебі қонақүй клиенттерге - өнімді және қызметтерді ұсынады, жұмысшылар мен қызметкерлерге – жалақы мен басқа төлемдер; мемлекетке (ауданға) – салық, жиындар. Мұның бәрі қонақүй кәсіпорына жатады. Туризмде қызмет көрсету кәсіпорны анағұрлым капиталды қажет етеді (қонақүйлер, мейрамханалар, транспорттық кәсіпорындар мен компаниялар). Мұндай кәсіпорындар әртүрлі капиталмен байланысты.

Қонақүйдің дұрыс орналасу жері оның өмір сүруінде маңызды болып саналады. Қонақүйдің орналасуы тауар айналым деңгейі, туристік тауар мен қызметтің бағасы, турөнімнің баға мөлшері, сондай-ақ табыс тәуелді. Ең жақсы нұсқа шығындардың табысқа қатынасымен есептеледі. Бастапқы кезеңде шаруашылық шешімдерді қабылдауда үнемдеу қағидасын сақтаған маңызды – қонақүйдің қызмет шаруашылығының жетістікке жетудің бірі, оның негізі тұтынушының қажеттілігін қанағаттандыру мақсатымен өндірісте шектеулі құралдарды үнемдеу болып табылады.

Туризмде нарықтық қатынастар, бір жағынан, туроператорлардың, турагенттердің, контрагенттердің туристік өнімдерді жүзеге асыру мен өндіруі бойынша шығындарын өтейді, және табыс алады. Басқа жағынан – еркіндік, өзара келісім, қайтырылуы, бәсекелестік және эквиваленттілік негізінде туристердің төлем қабілеттілік сұранысын қанағаттандыру [28].

 **2 Қазақстан Республикадағы туризмде қонақүй қызметін мемлекеттік қолдауы.** Қонақжайлылық индустриясында қонақүй қызметінің теориялары мен тәжірибелерін зерттегенде және персонал белсенділігінің дамуын ынталандырушы факторларды іздеу үдерісінде «қонақүй қызметтің объектісі мен субъектісі» категориясы маңызды болып табылады. Бұл жерде белгілеп алсақ, туризмнің тұжырымдамалық үлгісі «қонақүй қызметтің объектісі мен субъектісі» жүйесі ретінде, мұнда турист субъект болады, ал объект – туристік қорлар, қонақүйлер мен ұйымдар.

Қонақжайлылық индустриясында қонақүй қызметінің белсенділігінің негізгі субъектісі персонал болып табылады, яғни, турөнімнің, турқызметтің немесе туристік тауарларды өндіруші. Алайда жаңа турөнімді өндіруші туроператор қонақүй қызметтің бір ғана субъектісі емес. Кезкелген жағдайда ол тұтынушымен (туристпен) контрагенті ретінде өзара әрекеттесуі тиіс, сонымен қатар мемлекетпен де, оның қызметінде әртүрлі жағдайларда көмекші немесе қарсылас ретінде шығады.

Бусыгиннің ойынша тұтынушы да, мемлекет те, қонақүй қызметінің белсенділікте субъект категориясына жатады, және оған жұмысшылар да, серіктестіктер де жатады, олармен туроператор турөнімнің қалыптасуында немесе оның нарықта жылжуында өзара әрекеттеседі.

Қонақүй қызметтің объектісі менеджерлік идеямен жиі байланысты, онымен турөнімді өндірудің инновациялық үдерісін, қызмет көрсету үдерсінің жаңа технологиясын жасауын, нарық өтімін іздеуде және т.б. ұйымдастыруға немесе басқаруға бағытталған.

Қонақжайлылық индустриясында қонақүй қызметінің объектісіне турөнім немесе қорлар жатады, олардан қалыптасады (олардың жаңа тәсілі), турөнім немесе оны ұсыну үдерісі, яғни туристің қажеттіліктерін қанағаттандыруы мүмкін және туристік нарықта сатып алу мен тұтыну үшін ұсынылады.

Іс-жүзінде, қонақүй персоналының белсенділілігі жалпы мақсаттарға және берілген шешімдерді қабылдауға үнемі бағытталу.

Қалыптасқан жағдайға тәуелді қонақүй персонал белсенділік объектіге жаңа идеялардың туындалуы, жаңа құралдарды өндіру немесе оларды іріктеу, негізгі капиталға қаржы салу, жаңа технологияларға ауысу, кадрларды таңдау мен оқыту болуы мүмкін. Бұл мағынада менеджер терең ойлау қабілеті (іскерлік адамдардың орташа ойлану деңгейімен салыстырғанда), саралау жасауы және қонақүй саласы мен туристік өнімді өндіруде жаңалықтарды ескеру, басқа туристік өнімді өндірушілермен жұмыс істей ала білуі қажет.

Мұнда персоналдың маңызды ерекшелігі идеяны жүзеге асыру немесе жаңа технологияны нарық қалай қабылдап алады секілді, өндіру құралды және капиталды тиімді пайдалану туралы болжау қабілеті тұр. Осы құраушыларды бір үдеріске байланыстыра білу және өз күшін, белсенділігін осыған жұмсау – қонақүйдің болашақтағы жетістікке жету кепілі.

Осы көзқарас бойынша қонақүй турөнім мен туристік қызметтерді өндіру нарығында орын алу мақсатында белгілі бір нарықтық жағдайды және бірегей білімді байланыстыру формасы болып табылады. Ол инновациялық (техникалық, ғылыми, технологиялық, инвестициялық, ұйымдастырушылық немесе басқарушылық) жетістіктерді енгізу арқылы нәтижелі функциялану деңгейіне оның тұрақты аудару мақсатымен реформалау немесе революциялық жолмен жаңа экономикалық мүмкіндіктерді ашуды қарастырады.

Кезкелген қоғамда экономикалық қатынастардың жүйесі мен құрылымы жеткілікті күрделі әрі өзіне көптеген элеметтерді қосады. Қонажай индустриясында мұндай қатынастардың басты сызығы ретінде екі негізгі субъектілер өзара әрекеттеседі – өндіруші (туроператор) және тұтынушы (турист).

Шын өмірде осы әр субъектілердің тәртібі көптеген факторларға тәуелді, олар, өз қатарына, оның белсенділігіне ықпал етеді және мұндай белсенділіктің бағытын қалай дұрыстап отырса да, солай бастапқы экономикалық мүддесін де ұстайды.

Қазіргі ғылыми және оқулық әдебиеттерінде қонақүй қызметі мәселесін тар шеңберде қарастырады. Әдетте қонақүй туралы оқулықтар жеке алаңда әрекет ететін менеджерлердің қызметіне арналған. Бірақ қонақжай индустриясында қонақүй қызметі қағидаларының экономикалық белсенділіктің арнайы формасы ретінде тек жекелей емес, мемлекеттік экономикалық алаңда да пайдаланылуы мүмкін, пайдаланылады және пайдалану керек.

Осыдан келіп келесілер ажыратылады:

- жеке менеджмент;

- персонал менеджменті.

Қонақжай индустриясында персонал менеджменті – құрылтай кәсіпорынның атынан экономикалық белсенділігін жүзеге асыру формасы ретінде:

А) мемлекеттік басқару органдары, олар мемлекеттік мүліктерді, қорларды (мысалы, «Яссауй» ұлттық компания) басқаруға уәкілетті (заңмен сәйкесінше);

Б) жергілікті басқару органы (әкімшілік, аудандық туризм басқармасын немесе облыстық әкімшілікпен құрылған).

Мұндай жеке меншік жартылай мемлекеттік немесе муниципалдық мүлкісі, жартылай бюджеттік құралдар мен басқа көздер формасы болады. Осындай қонақүйлердің маңызды сипаты өздерінің жеке меншігіндегі мүлкімен тәуекел етіп, міндеттерімен жауап береді (олардың міндеттеріне мемлекет те, өздері де мемлекеттің міндеттеріне жауап бермейді).

Туристік қызметте жеке кәсіпкерлік - бұл қонақүй (тіркелген) немесе кәсіпкер (жеке оператор) атынан экономикалық белсенділікті жүзеге асыру формасы.

Осы түрлерінің әрқайсысы өзіндік өзгешеліктері бар, бірақ олардың белсенділігінің негізгі қағидалары көбінесе келеді. Екі жағдайда да туристік қызметті іске асыру ынтаны, инновациялық әдіс жауапкершілікті, жоғары табысқа талпынуды болжамдайды.

Қоғамдық өмірде әлеуметтік-экономикалық өзгерістер кезеңінде шаруашылық қызметінің субъектісі ретінде адамға талап ететін мамандықтар тобы пайда болды. Бүгінде кәсіби іріктеу үлкен шамада экономика облысында әрекет ететін адамға бағытталған.

Коммерциялық құрылымда экономикалық қызметте өз күшін салатын адамдар үшін нарық жағдайында күрделі мамандықтар туралы айту қажет емес. Кейбіреулер маклер және агенттен бастайды, біреулер агенттіктің басқарушысы, енді біреуінің басқару қызметіндегі дәстүрлік құрылымды ұстанады.

Осы топтағы адамдар менеджер болатындығын айтып, өзінің өмір стилін және өзінің тұлғалық мінездерін шаруашылық қызмет сипатымен сәйкесінше өзгертеді. Осы қызметтің маңызды мінездемесі тәуекелге баратын адамға талаптары мен оның мінезі болып табылады.

Демек, бірінші кезекте «прагматикалық» тәуекелге дайындығы, себебі сатып алу мен жоғалту қаражат өлшемінде модальді, сондай-ақ «интелектуалдық» тәуекелге де дайындық, өйткені шешім қабылдау қабілеті мен ақпараттың анықталмаған жағдайда әрекет ету қонақүй қызметінің қажетті жағдайы болып табылады.

Қонақүйде кәсіпкерліктің ұлттық ынтасы - азаматтық қоғамның құқықтық алаңы шеңберінде экономикалық дербестіктің негізгі формаларының бірі.

Жалпы мәдениеттік және цивилизациялық алғы шарттарды ұғыну, және, жиі оның қорларын толығымен пайдаланбау тек саяси және институттік сипатта жүрмейді, экономикалық мәдениет пен шаруашылық психологиясын қалыптастыру мәселесінің кешенінде негізделген.

Бұл мәдени психологиялық механизмдердің экономикалық реформалардың жылжуына теріс әрекеттерімен және қонақүй кәсіпкерліктің шағын формаларын жүзеге асыруды жеткілікті күрделігімен түсіндіріледі.

Бұл механизмдердің әрекет ету себептері жеткілікті салмақты және демократиялық ұйымдастырушылық экономикалық құқықтық өмірдің терең дәстүрлерінің болмауымен, саяси және құқықтық сана деңгейінің, шаруашылық мәдениеттің жоғары еместігімен түсіндіріледі және ұйымдастырушылық, құқықтық, әдістемелік сипаттың қонақүй қызметте өз мүмкіндіктерін байқап көрушілер үшін бұлардың бәрі экономикалық құрылыстың формалары мен әдістеріне, құрамына теріс әсер етеді, қоғамда реттелген экономикалық жағдайға кедергі болады [29].

Қонақүй бизнесіне мемлекеттік қолдауы, туризм көптеген елдердің экономикасының маңызды бөлігі және халықаралық қатынастар мен іскерлік белсенділігінің құраушысы ретінде, құқықтық реттеуді талап етуден тұрады, сондықтан тәжірибелік қызметтің негізгі саласы туристік құқық қалыптасты. Көптеген елдерде қонақүй бизнесі туралы ұлттық заңдар қабылданған, оларда дамудың негізгі қағидалары мен ережелері анықталған, сонымен қатар резиденттер мен резиденттер емес компаниялар үшін қонақүй қызмет нормалары белгіленді. Соңғылар үшін қызметте белгілі бір шектеулер жиі енгізіліп тұрады, туризм ұйымдастырушылар мен клиенттер қатынастарын реттеу ерекше қарастырылады. ҚР-да «ҚР-да қонақүй қызмет туралы» (2001ж.) ұлттық заң қабылданған.

Үкімет қонақүй қызметті реттеу қаулысы мен маңызды заң жобалар қатарын қарастырды, мұнда қонақүй қызметінің субъектілері арасындағы норматиті-құқықтық қатынастар және мемлекеттік реттеу негіздері анықталады. Бұл құжаттар сондай-ақ қонақүй қызметтердің ерекше сұрақтарын реттейтін нормалар қамтиды. Нормативтік-құқықтық негіз мағыналы түрде әртүрлі ережелермен, қағидалармен кеңейтілген. Халықаралық туризм мақсаттары үшін туристік немқұрайлықтарды анықтайтын ұлттық заңдар мен нормативті актілер қабылданды. ҚР «Қонақүй қызмет туралы заңы заңнама негізінде қабылданды және, демек баптың көп бөлігі мен ережелеріне тікелей қатынасы жоқ. Заң қонақүй қызметтің ерекшеліктерін ескеретін қосымша құқықтық қаулыны жорамалдайды. Бұл жайды қонақүй қызметтің және жалпы халықаралық туризнің дамуына күш берді. Мұның бәрі экономикалық және кәсіпкерлік ретінде қонақүй қызметін реттеу нормаларын құру қажеттілігін шақырды.

Қазіргі уақытта мемлекетте аралас экономика шеңберінде өзінің кең диапазонында экономикалық реформалардың жүруін ынталандыру құралдары өз бұйрығында. Қазіргі нарықтық экономикада маңызды роль атқара отырып, мемлекет жұмыссыздық деңгейін төмендетуі туралы ойлауға міндет, немесе жұмыссыздық нарықтың нәтижелікке қабілетсіздігінің нашар белгісі болып табылады.

Экономикалық реформаларды кеңейтуге ынталандыратын мұндай құралмен адам қорларын толық пайдаланбау үдерісіне қатыстыру және Қазақстанда халықтың жұмыс бастылығын қамтамасыздандыру шағын кәсіпкерлікті Мемлекеттік қолдау бағдарламасы болып табылады.

Туризм саласында қонақүй қызмет үшін оған қатысушыларға еркіндік құқығын мойындаған кезде ғана мүмкін. Жеке немесе заңды тұлғалардың еркін қонақүй кәсіпкерлік қызметі құқығы ҚР Конституциясы 4 бөлім, 26 бап, 2 бөлім 40 бап, және 3 бөлім 44 баппен, сонымен қатар ҚР Президентінің «азаматтардың және жеке тұлғалардың қонақүй кәсіпкерлік қызметі еркіндік құқығын қорғау туралы» Қаулысымен бекітілген, мұнда 7 бапқа сәйкес қонақүй қызметі жеңіл даму жағдайына ие болады. Қызмет саласын таңдау мәселесін шешкенде кейбір өндіріс түрлеріне жеңілдік жағдайында қаржыландыратындығын пайдалануға болады. Бұл үшін ҚР «Шағын кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау» (1997ж.) Заңын, «Еуропалық банктің Дамытуды қалпына кетіру несие бағыты шеңберінде шағын кәсіпкерлікті несиелендіру бағдарламысын жүзеге асыру туралы» (1997ж.), «жұмыс орындарын құру, шағын және орта бизнестің, шаруашылықтың дамуын несиелендіру туралы» (1998ж.) Үкіметтің Қаулысын жақсы білу керек.

Қонақүй қызметін мемлекеттік реттеу жүйесін жетілдіру жаңа әдістерді талап етеді, өзгерген әлеуметтік-экономикалық жағдайларға, мақсаттарға, қағидалар мен шешімдерге толық жауап беру. Туризмді кешенді дамытуды тиімді қамтамасыздандыру саланы мемлекеттік реттеу әдістерін таңдауға тікелей тәуелді.

Қонақүй персоналы сала қызметіне байланысты емес, белгілі бір облыста, еңбек, тұрмыс саласы немесе демалыс болса да адам құқығының жол бастаушысы болып табылады.

Қазақстан Республикасының тұңғыш Президенті Н.А.Назарбаевтің «Қазақстан-2030» халқына жолдауында туризмнің дамуы туристік-рекреациялық тарихи-мәдени және табиғи қорларды игеру мақсатымен қатар экономикалық шешімдерді қабылдауда басты бағыттарының бірі болып есептеді.

Қазақстан Республикада халықаралық және ішкі туризмнің дамуы осы қонақүй қызмет саласында сәйкесінше ұйымдастырушылық-құқықтық заңнамаларды құруды талап етті. 1992 жылдан 1998 жылға дейінгі кезең аралығында қонақүй қызметі мен туризмнің ұйымдастырушылық-құқықтық негізін анықтайтын нормативті-құқықтық құжаттардың қатарлары жасалып қабылданды.

Қазақстан Республика территориясында туризм және қонақүй қызметінің құқықтық, экономикалық, әлеуметтік және ұйымдастырушылық негіздерін анықтайтын құжаттарға:

- Қазақстан Республикасында 1992 жылы қабылданған «Туризмде қонақүй қызметі туралы» Заңы;

- Қазақстан Республикасының Президенттік Қаулылары негізінде 1992 жылғы 15 шілде мен 15 тамызда сала концепциясы және қонақжай индустриясын дамытуының ұлттық бағдарламасы жасалды;

- ҚР Президентінің 1995 жылғы 2 мамырдан «Шаруашылық серіктестігі туралы» Қаулысы күшке енді;

- 1996 жылдан 18 шілдеде «ҚР-да кәсіпкерлікті лицензиялау туралы» ереже;

- ҚР 1997 жылдан 7 тамызда Үкіметпен Қаулымен бекітілген «1997-1998 жылға тұтынушылар құқықтарын мемлекеттік қорғауды жетілдіру» бағдарламасы;

- Президенттің 1998 жылдан 27 сәуірден «Кәсіпкерлік қызметтің еркіндігіне азаматтар мен заңды тұлғалардың құқықтарын қорғау туралы» Қаулысы.

Сонымен бірге, мемлекет құқықтық және нормативтік негізді құруда белсенді ролін сақтап қалу үшін экономикаға өз қатысын саналы түрде шектеді, жеке меншік құқықты қалыптастыруды қамтамасыздандырды, бәсекелестік нарықты және мықты экономикалық саясаты құруға көмектесті.

Елдің тұңғыш Президенті халыққа «Қазақстан 2030» жолдауында тікелей мынаны көрсетіп отыр: «мемлекеттің жаңа ролі адамдардың атынан шешім қабылдау емес, меншікті дамуда тиімді шараларды қолдану үшін еркіндік жағдайын қалыптастыру болып табылады» («Қазақстан 2030» барлық қазақстандықтардың гүлденуі, қауіпсіздігі және әл-ауқаттылығының жақсаруы. Казахстанская правда – 11.10.1997 жылдан.).

Мемлекеттік қызметтердің деорталықтануы экономикалық өмірдің ақиқатты жақтарын қамтиды, мұны басқаруда ескеру қажет. Мемлекеттік мәлемет шын мәнінде мағыналы дәрежеде жекелей әрекет етеді және мемлекеттің басқа басқару бұтақтармен өзара әрекеттесуін мағыналы ескермейді. Алайда, мемлекет өзінің қызметтерін шектеуде маңызды роль атқарады және оның бірінші қызметі өмірде «экономикалық идеяның ережелерін» жасау мен өткізу болып табылады. Бұл ережелер былыққан дамуды тоқтату мақсатында заңдық еріксіздікпен көндіреді, оларға жеке меншік құқығын заңдастыру, қаржылық және ақшалық-несиелік операцияларды бақылау, экономикалық қызметке қолжетімділікті реттеу және т.б. арқылы.

Нарық мемлекеттік емес экономиканы шамалайтын жағдайда қымет ете алатындығы негізсіз болып саналады. Сондықтан «тұрақсыздық даму транзиттік кезеңде экономиканың өзі бола тұра, мемлекеттің реттеу ролі мен оның араласуы барабар болуы тиіс». («Қазақстан 2030» барлық қазақстандықтардың гүлденуі, қауіпсіздігі және әл-ауқаттылығының жақсаруы. Казахстанская правда – 11.10.1997 жылдан.).

Қонақүй қызметін басқаруда қаражат салу бойынша сала шеңберінде басқарудың жалпы жүйесіне шоғырланды. Мұндай жүйенің құраушы бөліктеріне және белгілі бір басқарушылық қызметтерді орындаушыларына: мемлекет, жергілікті басқару органы, ұлттық (аудандық) және жергілікті шаруашылық субъектілер – қонақүйлер жатады.

Халықаралық туризмнің даму тәжірибесі көрсетіп отырғандай, мемлекеттік реттеу ролі мен қонақүй бизнесінің дамуына мемлекеттің, батыс мемлекеттер қатарының араласуы 50-60 жылдары орын тапты, бірақ 70 жылдар ортасынан қазіргі уақытқа дейін қонақүй бизнесінің дамуы кегендік әдістерді қалыптастыру бойынша мақсатқа бағытталған қызметті жүргізу және мемлекеттік, ұлттық, аудандық, қоғамдық пен туризмді реттеу жүйесінің жеке элементтері өзара әрекеттесудің бірегей үйлестік механизмін құру, яғни қонақүй бизнесінде бірегей саясатты қалыптастыру.

Заманауй нарықтық шаруашылыққа міндетті түрде мемлекеттік, қоғамдық және салалық реттеушілік пен үйлестірушілік құрылымдар болуы тиіс.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикада қонақүй қызметті реттеудің үйлесімдік механизмі қалыптасу үдерісінде болып отыр және басқарушылық иерархияның тігінен бойынша (мемлекеттік, ұлттық ұйымдар, ассоциациялар мен компаниялар, аудандық, жергілікті қоғамдық ұйымдар мен кеңестер, жеке шаруашылық субъекттер), көлденең бойынша туризм саласын мемлекеттік басқару органдары (туризм саласында жергілікті орындаушылық органдар, туристік шаруашылықтың жеке және мәлеметтік кешендері).

Ұлттық деңгейде қонақүй бизнесінің даму концепциясы жасалынды, ол экономиканың, мәдениеттің, экологияның және әлеуметтік өмірдің өзарабайланысты мәселелері кешенін көрсетті. Ұлттық деңгейде қонақүй саясат институттары қонақүй қызметі бойынша заңнамаларда негізделді, ол қонақүй бизнесінде әртүрлі федерация кеңестерінің және басқа шаруашылық субъекттерінің жарғылық қызметтері үшін негіз болып табылады. Соңғылары орындарда қонақүй қызметіне мемлекеттік саясаттың жол бастаушысы болып табылады.

Басқарушылық иерархияның әртүрлі деңгейі арасында тығыз байланыс бар. Әкімшіліктік биліктің мемлекеттік органдары, жергілікті органдары мен ассоциацияның қонақүйдің келген ақпаратты пайдаланады, ол, өз кезегінде, өз қызметіне негізделеді, әдетте, қонақүй бизнесінің дамуы ұлттық және жергілікті концепциясында.

Мемлекеттік және жергілікті реттеу органдардың бағдарламалық өңдеулері қонақүйдің шаруашылық субъектілері үшін бағдары болып табылады.

Жергілікті басқарушылық органдар, туризм мен спорт бойынша комитеті және бөлек шаруашылық субъектілер арасында қызметті нақты бөлу қажет. Басқа жағдайда олардың қайталануын және бюджеттік қаражатты дұрыс пайдаланбауға әкеп соғады.

Қонақүй бизнесі экономиканың ерекше облысының бірі деп мойындасақ, мемлекет қонақүй қызметке көмектеседі, оның ерекше бағыттарын анықтайды және қолдайды, жалпы туризм индустриясының дамуы үшін жағымды жағдай жасайды.

Әлемдік экономикалық жүйеге Қазақстанның шаруашылығының интеграция стратегиясын анықтағанда, туризм үшін Қазақстанның қолайлы имиджі бар ел ретінде көрінісін қалыптастырады, халықаралық деңгейде туристік ұйымдар мен қазақстандық туристерді қорғау мен қолдауды жүзеге асырады.

Қорыта келгенде, мұндай жағдайды жасағаннан кейін қонақүйдің кәсіпкерлік қызметі дамиды, сонда да, мұндай нормативтік-құқықтық актілердің молдығы құқықтық нормаларда бағдарлау қиындықтарын тудырады.

 Моральді ескірген заңдарды сақтау және жаңалармен олардың ұстанымдарын қайталау – құқықтық анықтамаларды «еркін» түсіндіруіне, бюрократиялық іркушілікке жағдай жасайтын нормативті қоспа пайда болады, және жалпы қонақүй қызметі кәсіпкерлік ортаның қалыптасуы бойынша заңнамалық шараларды жүзеге асыру үдерісін тоқтатады [30].

**3.Қонақүй индустриясының даму жағдайлары және факторлары**. Егер кез-келген қонақүй қызметінің мақсаты табысты (пайда) алу болса, онда бұл мақсаттың құралы тауар мен қызметті өндіру болып табылады. Туристік өнімді өндіру жаңа тұтынушылық бағаны құру немесе барды күрделендіру, жақсарту үдерісі жатады. Персонал өндірісті ұйымдастырушы ретінде мұндай өндірісті қалай ұйымдастыру керектігін білу қажет, және оны ұйымдастыру жағдайда болуы тиіс. Алайда оны турөнімді немесе қызметтерді өніруді ұйымдастыру үшін осы ұйымдастыру мүмкін болу үшін белгілі бір жағдайлар қажет.

Туристік өнімді өндіру біріншілік қорларды қажет етеді, яғни қонақүй қызмет жағдайында, ол экономикалық теорияда өндіріс факторлары деп атайды. Экономикалық ғылымы өндіріс факторларына дәстүрлі еңбекті, капиталды және орны жатқызады.

Еңбек – бұл физикалық және интеллектуалдық жігер, олар туристік өнімді өндіру үшін персонал күш жұмсайды. Қонақүйде ол тірі және заттанған түрде болады. Әсіресе туристік қызметтер мен өнімді өндіруде тірі еңбектің үлесі жоғары.

Капитал – бұл туристік қызмет пен өнімді өндіру үшін инвестициялық қорлары ретінде жинақталатын және қолданылатын интеллектуалдық квалификациялы шамасы мен материалдық игіліктер соммасы. Қонақүйде бұл каптитал салудың жоғарғы нормалық өтімділікпен ажыратылады.

Қонақүйде қызметтерді өндіруде жер маңызды фактор болып табылады, өйткені табиғи және әлеуметтік-мәдени жағдайлар демалу орынның негізгі себебі болып табылады. Ауылшаруашылықта сияқты жер өндірістің негізгі факторы бола тұрып, табыстың басым бөлігін анықтайды, сол секілді қонақүйдің рекреациялық қорларды бағалау технологиялық үдерісті тек туристік табиғи қолдану формалыры мен тәртібін анықтау үшін ғана емес, сондай-ақ туристік рентаны анықтау үшін құрайды –туристік табиғи қолдану сипатына тәуелді оның рекреациялық игілігін дамуы мен қалпына келтіруге берілетін табыстың міндетті бөлігі.

Заманауй жағдайда экономикалық белсенділіктің арнайы формасы ретінде қонақүй қызметі өндіріс факторларының кең жиынтығын қажет етеді.

Туризмде қонақүй қызметі – бұл экономикалық дамуды қамтамасыз ететін факторлардың тиімді қиылыстарын жүзеге асыру. Қонақүй бизнесінде, әсіресе жаңа идеяларды пайдалану маңызды және оларды жүзеге асыру еркіндігі, тек факторлар жиынтығының бар болуы ғана емес.

Қонақүй қызметін жүзеге асыру жағдайда А.В. Бусыгина ойынша, келесідей негізгі факторлар жатады:

- Қонақүйлік қызметте кәсіпкерлік идея;

- Кәсіпкерлік идеяға сәйкес өндіру технологиясы;

- Таңдалған технологияны пайдалану формасы ретінде өндіру құралы;

- Кәсіпкерлік капитал, кәсіпкерлік ойлау және тәптіп түрі.

Қонақүй қызметінде менеджерлік идеяның болуы – қонақүй қызметін жүзеге асыруда бірінші және негізгі жағдай. Бастаушы персонал, ең алдымен, инновациялық кезеңге кіретін немесе инновацияға негізделген кәсіпкерлік идея болуы керек. Өндіріс үшін барлық қажеттіліктер мен капиталға ие болса да, егер идея болмаса, онда капитал сол өндіру үдерісіне енбесе, мұндай игіліктердің қажеті жоқ [31].

Қонақүйлік қызметінде менеджерлік идея – бұл қызмет санасында персоналмен өндірілетін қызметтердің тұтынушыларда пайда болатын (ұғынылған немесе ұғынылмаған) тілегінің болуы. Бұл нақты көрініс туристің немесе турөнімді сатып алушының қажеттіліктері персоналдың белгілі бір және нақты әрекеті жолымен қанағаттануы мүмкін.

Тәжірибеде көрсетіп тұрғандай, қонақүйлік қызметте менеджерлік идеяның мәселесінің екі ерекшеліктері бар:

- Біріншіден,қонақүйде нақты кәсіпкерлік идеяның болмауы мүмкін емес (әсіресе бастаушылар үшін маңызды);

- Екіншіден, кезкелген персонал бизнесте кәсіпкерлік идеяның салыстырмалы саралауынан және іріктеуден, қорлану үдерісінен құтыла алмайды.

Белгілеп алсақ, тәжірибелі персоналмен қатар бастаушыға да идеяның салыстырмалы саралауынан және іріктеуден, қорлану мәселесімен жұмыс істеу қажет. Персонал өзінің кәсіби тәртіп қатарын таңдайды және жасайды, бірақ идеяның салыстырмалы саралауынан және іріктеуден, қорлану ортақ кескіні болады, бұл барлық тұлғалар үшін сипатты.

Біріншіден, персонал идеяларды жинақтайды, ол оның қызмет белсенділігі құралын біріктіруі мүмкін (нақты бір жағдайда). Идеяларды жинақтау – кәсіпкерлік орта мен айналадағы шындықты ұғыну қорытындысы: туристік нарықты, қызмет көрсету саласында нарықтық жағдайды, тұтыншылардың тәртібі, туризм мен рекреалогия туралы ғылымның, жалпы турөнім мен қызметтерді өндіру техника мен технологияның даму деңгейі.

Екіншіден, персонал жинақталған идеялар жинағынан нақты идеяларды іріктеуді жүргізеді. Оларды іріктеу персонал жұмыс істейтін нақты берілген жағдайға байланысты әртүрлі критерилер бойынша жүргізіледі. Мұндай критерилер болуы мүмкін:

- Табыс алуда идеяның тиімділігі;

- Нарықта жайды нығайту тұрақтылығының болашағы;

- Идеяларды іске асыру уақыты (идеяны жүзеге асыруды бастау кезеңінен нақты турөнімді немесе қызметті тұтынушыға беру кезеңіне дейін, осы идея құраушысы);

- Қажетті капитал көлемі, көзі, оны инвестициялау мүмкіндіктері;

- Қорлар мен шикізаттың, жабдықтардың және турөнім немесе қызметтерді өндіруді ұйымдастырудың басқа құралдардың қолжетімді дәрежесі;

- Қажетті профильде кадрлардың болуы мен квалификацияның жеткілікті деңгейі.

Әрбір нақты жағдайда критерилерді таңдау және олардың маңыздылығы кәсіпкерлік идеяның өзінің сипатына байланысты ерекшеліктері болады. Бұл жерде белгілеп алсақ, мұнда тек олар тәжірибелі түрде іске асатын идеялар таңдалады, нақты қызметтерді өндіруші немесе туроператордың көзқарасы бойынша, өзінің қызметінде қолдануды жоспарлайды.

Үшіншіден, персонал таңдалған кәсіпкерлік идеяларды салыстырмалы түрде саралайды. Мұндай саралау жоғарыда көрсетілген критерилер бойынша жүзеге асады. Әр идеяны критерилер бойынша бағалай отырып, персонал белгілі бірсоммаланған қорытындыны алады, ол барлық таңдалған идеяларды салыстырмалы саралау үшін негіз бола алады. Персонал ең жақсы идеяны таңдау туралы шешімі алдына қойған мақсаттарына сәйкес жүзеге асады.

Қажетті ақпаратқа ие болу қонақүй қызметтің екінші жағдайды көрсетеді. Идеяны іздеу, іріктеу мен іске асыру жорамалдайды:

- Туристік бағыттағы белгілі бір қызметтерде тұтынушыны, оның мотивтерін және қажеттіліктерін білу;

- Персонал өзінің қабілеттіліктеріне, біліміне, іскерлігі мен дағдысына объективті бағасы, олар идеяны жүзеге асыруға мүмкіндік береді;

- Қамтамасыз ететін туризм географиясы, рекреалогия мен басқа ғылымдар облысында ғылыми жетістіктер туралы ақпаратқа ие болу, сонымен қатар техника мен технология.

Идеяны тәжірибеде іске асыру туралы шешімді қабылдаған персонал турөнімді немесе қызметтерді өндіру технологиясы туралы ақпаратқа ие болуы керек, ол идея құраушысы есептеледі. Және де ол өңдеу кезеңімен қатар жұмыс істеп жатқандар ішінде ең тиімдісін табуға үміттену керек. Мұндай технология персонал үшін техникалық та, қаржылық қатынаста да қолжетімді болуы тиіс. Берілген мәселені шешу персонал үшін маңызды роль атқарады, өйткені оның қызметінде инновациялық кезеңдер жиі жаңа технологияда өндірушілік үдерісінде немесе олардың элементтерін ендіру шешіміне келеді.

Технология мәселесі – арнайы тақырып, мамандардың (экономисттер, социологтар және басқалар) бағасы бойынша, қазіргі әлем дүниежүзілікте әлеуметтік, экономикалық жағдайына ықпал ететін технологиялық революцияны кешіп отыр.

Технология – екінші маңызды өзгергіш – дәстүрліге қарағанда кең мағынасы бар. Күрделі бизнестен алшақ көптеген адамдар технологияны ойлап табумен, машинамен және компьютермен байланысты деп санайды. Алайда американдық әлеуметтанушы Чарльз Перроу, технологияның қызметтік ұйымдастыру мен қоғамға ықпалы туралы көп жазған, технологияны шикізаттың өзгерту құралы ретінде – ол адам, ақпарат немесе физикалық материалдар – өнімдер мен қызметтерді көрсетеді [23].

Люис Дейвис жұмысты жоспарлау туралы жазған, ұқсас анағұрлым кең анықтама беріп отыр: «Технология – бұл квалификациялы дағдылардың, жабдықтардың, инфрақұрылымның, құралдар мен сәйкес техникалық білімдердің материалдарда, ақпаратта немесе адамдарда қажетті өзгерістерді іске асыру үшін керекті үйлесім».

Қонақүй персоналы жұмсақ технологияны пайдалануға көңіл бөлу қажет, олар турөнімді немесе қызметтерді бір түрінен екінші түрге өндіруді өзгерту жеткілікті тез әрі арнайы ымырасыз кескіндеуге мүмкіндік береді.

Үшінші факторға, қонақжайлық индустриясында қонақүй қызметінің жағдайын анықтайтын – өндіріс құралы болып табылады. Туристік өнім мен қызметтерді өндіру үдерісін ұйымдастыру үшін қонақүй персоналы таңдайды, пайдаланатын технология белгілі бір материалдық қамтамасыздандыруды қажет етеді, оларға жабдықтар, машиналар, аппараттар, құралдар (қонақүйлік және мейрамхана шаруашылығы), энергетикалық, транспорттық, шикізат қорлары. Одан басқа, персонал мұндай жабдықтарды орнатуға арналған мекемені пайдаланады, сондай-ақ өндірушілік күшке сатып алынған немесе жалға алынған жер учаскілері (офис, қонақүй корпустары, турбазалар, мейрамханалар және т.б.).

Қонақүй бизнесі шаруашылық саласы және адамның қызметі түрі ретінде орман өндірісі, балық аулау мен ауылшаруашылық сияқты қорлық бағдары бар табушы қызмет турі мен саласы тобына жатады.

 Рекреациялық мамандану деңгейіне тәуелді С.Р. Ердавлетов рекреациялық жерді пайдаланудың үш негізгі түрлерін бөлді:

1. Жерді пайдаланушылар мүлдем жоқ немесе болмашы мағынада жоғары қарқынды рекреациялы территориялар (саябақтар, жағажайлар, және басқа көпшілік демалу зоналары);

2. Біруақытты кейбір экологиялық және өндірушілік қызмет атқаратын орташа қарқынды рекреациялы территориялар (қала шетіндегі жасыл отырғызулар, эрозияға қарсы ормандар және т.с.с.);

3. Мағыналы емес салыстырмалы салмақты рекреациялы территориялар.

Жерлерді бұру баламалық жағдайдың көп бөлігі рекреациялық жерді пайдаланудың екінші түрімен байланысты.

Туризм мен ауылшаруашылықтың ауылды аймақта жерлерді пайдаланудың экономикалық тиімділігін есептеуді өткізу керектігі туралы жиі айтып жатады. Кейбір жағдайда жерлерді ауылшаруашылықтан гөрі рекреация мен туризм мақсатында пайдалану экономика тұрғысында тиімді.

Мұның барлығы бірге өндірістің техникалық элементтеріне жатады немесе қонақүйдің негізгі капиталы болып табылады (жалақылық қорымен бірге айналым капиталы категориясына жататын шикізат пен қорлардан басқа).

Төртінші жағдайға қонақүйлік қызметтің қажетті формада және қажетті көлемде капиталдың болуы (материалдық немесе қаржылай). Жоғарыда айтылған барлық жағдайлар – қонақүйлік қызметте менеджерлік идеяны іске асыруда, технологияны таңдау да, оны материалдық қамтамасыздандыру да капиталды операциялау мүмкіндігісіз дерексіздік болады.

Капитал болмаса – қонақүй бизнесі болмайды, қонақүй қолындағы капитал неғұрлым тиімді әрі күшті болса, оның қызметінің қорытындысы соғұрлым жемісті болады, қоғамның қажеттіліктер көлемін қанағаттандырады. Экономикасы ұйымдастырылған қоғамда қонақүй капиталын өсіп жетілдіруіне кедергі болмайды, өйткені кәсіпкерлік капиталдың нақ соммарлық көлемі мағыналы дәрежеде ұлттық байлықтың деңгейін анықтайды. Бұл мағынада, мемлекеттің шешімі қонақүй капиталдың өзіндік көбеюі үшін мүмкіндіктерді құру мақсатымен қатар персоналдың қоғам игілігіне әрекет етуіне үміттенуге немесе мәжбүрлеуге, оның қызмет етуге экономикалық жағдайы мақсатымен әлеуметтік-экономикалық үдерісті реттеу болып табылады [32].

Қонақжай индустриясында мұндай жағдайға жету мен экономиканың дамуы үшін жағдайды жасауда мемлекеттік саясат болып табылады, ол қонақүй бизнесінің дамудың қазіргі кезеңін қадағалайды:

- Қонақүйлік қызметтік құрылымды қалыптастыруды қолдау;

- Қонақүй қызметін қаржылы қолдау құрылымды ұйымдастыру мен қамту заңнамасын дамыту;

- Қонақүйлік қызметте менеджменттік құрылымдарды ұйымдастырушылық қатайту.

Мұндай саясатты іске асыру туристік қызметтер нарығы мен қонақүйлік қызметтің дамудың жылпы үдерісінде қолайлы ықпал етеді:

- Қонақүйлік бизнесте персоналдық орта мен оның құрылымдарының тұрақты күрделенуін шақырады;

- Туристік қызметтер мен тауарларды өндіруде айналысатын персонал ортасында бәсекелестік деңгейін жоғарлатады;

- Алдымен қысқартуға, содан соң туристік қызметтер тапшылығын жоюға, тауарлар мен қызметтер сапасы мен көлемінің өсуіне және олардың ассортиментінің кеңеюіне әкеп соғады;

- Қонақүйлердің демпингтеуге (бағаларды түсіруге), немесе тұтынушының табыс деңгейін жоғарлатуға мәжбүр етеді, себебі капитал айналымы оның сатып алушылық қабілетіне байланысты.

Капитал астында жеке меншіктің қандай да бір заттық объектілерді түсінуге болмайды. Капитал материалданған немесе материалданбаған түрде (білім, тәжірибе, дағды, қабілеттілік, тауар мен каптал ретінде бағалайтын ноу-хау немесе кәсіби құпия) бола береді.

Осыдан келіп, каптал материалдық немесе қаражаттық құрал деп түсініледі, сонымен бірге турөнімді, турқызметті өндіру үдерісінде пайдаланылатын интеллектуалдық жұмыстар мен ұйымдастырушылық дағдылар және табыс алу құралы ретіндегі қызметкерлер болып табылады.

 Басқа сөзбен, капитал деп:

1. турөнім мен қызметті (мекеме, рекреациялық құрал-жабдықтар, транспорт, туристік реквизит және т.б.) өндіру үшін пайдаланатын барлық техникалық құралдар, кәсіпкермен заң негізінде қолданылады (тек жеке меншік ретте емес, жалға алу, сенімді пайдалану құқығы ретінде де);

2. айналымдағы капиталдың материалдық элементтері (қорлар, қызметтер, шикізат, кадрдың квалификациялық деңгейі, қысқа немесе бір реттік қолданыстағы реквизит немесе құрал-жабдық);

3. айналымдағы құралдар (қаржы түрінде – жалақы фонды, қызметті немесе шикізатты алуға, рекреациялық бағыттағы жерлерді сатып алуға қаражаттар, яғни өндірісті ұйымдастыруға арналған барлық қажеттіліктер);

4. интеллектуалды жеке меншік (кәсіпкерлік идея, қызметтерді өндіру немесе олардың сапасын көтеру әдістері, қызмет көрсету үдерісін ұйымдастырудің жаңа тәсілдері, яғни «инновацияға» жататындардың барлығы).

Қазіргі уақытта қонақжайлық индустриясында қонақүй бизнесін мемлекеттік қолдауы мақсатты бюджеттік инвестицияларды мүлдем қарастырмайды, алайда ҚР Тұңғыш Президенті Н.А.Назарбаев: «Елдің аман болашағы – бүгіннен басталады», республикалық белсенділік мүшелеріне назар аударып, ол айтты, кезкелген инвестициялық жоба жұмыс орнын өсуіне қызмет ету керек: «Үкімет және жергілікті билік туризмге бағытталу тиіс – мұнда мүмкіндіктер үлкен, ең алдымен, жаңа жұмыс орны жағынан».

Қонақүй қызметінің белсенділігі салада жұмыс орындарын жасағанда қонақүй кадр туралы мәселені шешеді, саяхаттау уақытысында туристерге қызмет көрсету мен турөнімді өндіру үдерісін сапалы әрі кәсіби қамтамасыз ете алуын қарастырғаны жөн. Сондықтан қонақжайлық индустриясында қонақүй қызметінің бесінші жағдайы кадр болып табылады, олсыз әрбір қызмет мүмкін емес.

Қонақжайлық индеустрияның дамуы мақсатына негізделген арнайы мамандығыны және белгілі бір идеялогияға сүйенетін дайындалған кәсіпқой-маман қолайлы әлеуметтік қызметтермен ғана саяхатты ұйымдастырады. Соған орай, қоғам назарында да, туристердің назарында да мемлекеттік органдар қонақүй қызметіне тек кәсіби дайындалған адамдарды өткізуі тиіс, ал қонақүй – өзінің персоналына квалификациялық талаптарды көтеру мен үнемі өсуге талпынуы тиіс.

Қонақжай индустриясы әлемдік экономикада және мәдениетіндегі ролі тұрақты әрі жылдам өсуде, ал осымен қонақүй менеджерлердің кәсіби ролі де өсуін көрсетеді. Сондықтан кадрларды кәсіби дайындау туризмнің әлеуметтік және экономикалық өсуіне сәйкес тұрақты дамыту қажет.

Турөнімді өткізу үшін және оның туристік қызметтер нарығында орын алу үшін персонал клиенттерге ең қызықты экзотикалық турларды жасап ұсынуға ұмтылуы қажет. Осыған орай, қонақүй мамандары жоғары сапалы қымет көрсету мен турларды экзоткалық элементтермен құрастыру дағдылары болуы тиіс.

Тек осы сапасы, ЕуроОдақ Комиссиясы ойынша, үшінші мыңжылдықта саяхаттауға планета халқының шығынның өсуін анықтайды.

Комиссия эксперттерінің болжамдары бойынша, туризм тенденциясына сүйеніп, қонақүй менеджері болуы тиіс:

- туристік тасымалдау технологиясын тереңінен білу;

- үлкен кісілір мен жастардың туристік мотивтері психологиясын түсіну;

- мәдени ескерткіштерге бару мен белсенді демалумен байланысты турларды аярлау технологиясын білу;

- туристік саяхаттарды өткізу аудандарда қоршаған ортаның жағдайымен қолайлы басқару;

- орналастыру құралын басқарумен туроператорлық қызметті орындау, өйткені туроператормен жеке отельдерді алу тенденциясы белгіленді;

- өзінің қызметтер мен тауарларының өтімі қатарларын басқару дәрежесін үнемі көтеруі;

- белгілі бір бағдарламаны жасауда туризмнің әлеуметтік жақтарын есептеу.

 Қонақүйлік кызмет негізгі жайғдайлары мен факторларын жүзеге асырудың сараптамасын қорыта кетсек: біріншіден, туризм саласында қонақүй қызметін жүзеге асыру үдерісі туристік қызмет пен өнімді өндірудің міндетті бес қажетті жағдайы мен факторлары қарастырады: кәсіпкерлік идеяны; идеяны жүзеге асыру технологиясы; белгілі бір технологияны пайдалануға мүмкіндік беретін өндіру құралдары; капитал; кадр. Екіншіден, тиімді қызметтің белсенділігін іске асырудың негізгі жағдайы туристік тауарлар мен қызметтерді өндіруде жетістіктерге жетудің өндіріс факторларын қосудың қолайлы формасын таңдау қажетті [33].

**4. ҚР қонақжайлылық саласының даму ерекшеліктері.** Қазіргі уақытта жалпы ұлттық өнімнің 50%-ы көбі әлемнің әр түрлі елдерінде қызмет көрсету саласында өндіріледі. Үдемелі даму қарқыны және геоэкономикалық кеңістіктегі қызмет көрсету саласының басымдығы ХХ ғасырдың екінші жартысы мен ХХІ ғасырдың басындағы ең маңызды экономикалық құбылыстарға айналды. Осы кезеңдегі қызметтердің әлемдік нарығы екі есеге өсті, бұл өнеркәсіптік және ауылшаруашылық өндірісінің даму қарқынынан едәуір асып түсті.

Қызмет көрсету нарығының басты артықшылығы - бұл қосымша жұмыс орындарын құру және ондағы шағын және орта кәсіпкерліктің кең таралуына байланысты жұмыс істеу қабілеті, және ол тұтыну секторы сұраныстарының үнемі өзгеруіне тез бейімделеді.

Қазақстанда бұл бағыттың, яғни қонақжайлылық индустриясының дамуына барлық жағдайлар бар: көркем табиғат, өзіндік мәдениет, байтақ жеріміздегі туризмның алуан түрлілігі, ұлттық бренд. Қонақжайлылық индустриясының дамуы ел экономикасына едәуір пайда әкеледі. Ең біріншіден, бұл жұмыссыздықтың азаюы.

Қызмет көрсету саласы, біз білетіндей, әлемде ең тез дамып жатқан салаларды бірі. Бірақ, бұл саланың қарқынды түрде елімізде дами алмай жатқанына көптеген себептер де бар. Мысалы, қазіргі уақытта елге: визалық режимнің қиындықтары, құрылысқа рұқсат алу, халықаралық сауда, сыбайлас жемқорлық, нарықтың сегменттелуі және жіктелуімен байланысты қиындықтар, туризм индустриясы қызметтерінің бағалары көтерілген сияқты проблемалар тән. Жалпы осы индустрияның халықаралық бәсекелестікке шығатындай сапада болмауы. Сондай-ақ, туристер мен саяхатшыларды ірі қалаларда да, аймақтарда да ақпараттық қолдаудың жоқтығы.

Саланы және қонақ үй бизнесін ел экономикасының тұрақсыз құрамдас бөлігі ретінде жалған қабылдауға байланысты туризм индустриясының кадрлық ресурстарымен байланысты проблемалар. Туристік қызметтерді ұсыну деңгейінің жеткіліксіздігі салдарынан қарапайым отандық туристер нарығы ғана дамып келеді. Осы мәселелердің бәрі жақын арада шешілсе, Қазақстан экономикасының дамуына қонақжайлылық индустриясының үлкен үлес әкелетіні түсінікті. Мысалы, Алматының өзін алып қарасақ, бір қаланың радиусында сан түрлі туристтік ескерткіштер мен табиғат кереметтері шоғырланған. Сонымен қатар, Алматы - орталық Азия аймағындағы үш ірі қаланың бірі. Қала - Қазақстанның қаржылық, туристік және мәдени орталығы. Болашақта елдің Дүниежүзілік Сауда Ұйымына кіруі қолайлы инвестициялық жағдай туғызады және бұл іскери туристердің санын көбейтеді. Елорда Астанамен қатар, Алматы республикадағы ең көп баратын қалалардың бірі болып қала береді. Осы аталған факторлар, бүкіл ел емес, Алматының өзінде ғана қонақжайлылық индустриясын дамыту қандай пайда әкелетінін көрсетеді.

Бүгінгі таңда Қонақжайлылық индустриясы аймақтың немесе туристік орталықтың қуатты экономикалық жүйесі және туризм экономикасының маңызды құрамдас бөлігі болып табылады.

Қонақжайлылық индустриясы ұжымдық және жеке тұрудың әртүрлі құралдарынан тұрады: қонақ үйлер, қонақ үйлер, мотельдер, жастар жатақханалары, пәтерлер, туристік баспаналар, сондай-ақ туристерді орналастыруға қатысатын жеке сектор.

Қонақ үй индустриясы Экономикалық қызмет түрі ретінде қызмет көрсетуді және қонақүйлерде, мотельдерде, кемпингтерде және басқа да орналастыру құралдарында сыйақы үшін қысқа мерзімді тұруды ұйымдастыруды қамтиды.

Ең тартымды және маңызды көрсету объектілері республиканың оңтүстігінде Қазақстанның алғашқы отырықшы қоныстары ретінде белгілі елді мекендерде орналасқан: Түркістан, Отырар, Баба-ата, Испиджап (Сайрам), Тараз, Меркі, Талхиз (Талғар), Қойлық (Талдықорған).

Көптеген проблемалар қазірдің өзінде шешілуде, бірақ әлі де шешілуі керек. Бүгінгі күні Қазақстанда туризмнің барлық қажетті белгілері – жарнама, сауда қызметтері, көлік, орналастыру, тамақтандыру, байланыспен қамтамасыз ету және т. б. бар тұтас жүйесі жоқ екенін атап өту қажет.

Республика шетелдік қонақтар үшін тартымды бола қоймады, бұл негізінен туризм инфрақұрылымының дамымағандығымен және саланың материалдық-техникалық базасының нашарлығымен түсіндіріледі. Қолданыстағы орналастыру құралдары жайлылықтың және техникалық жарақтандырудың өте төмен деңгейімен ерекшеленеді, бұл отандық туристік қызмет көрсетуді бәсекеге қабілетсіз етеді. Сервисті халықаралық стандарттар деңгейінде Алматыдағы жекелеген жоғары класты қонақ үйлер ғана қамтамасыз ете алады: «Риджент Алматы» және «Хайят Ридженси» 5 жұлдызды қонақ үйлері, «Достық» Интеротелі, «Астана» және «Премьер Алатау» 3 жұлдызды қонақ үйлері, ең көркем Алмаарасан шатқалдарының бірінде орналасқан биік таулы «Күмбел»\*\*\*\* VIP-қонақ үйі, сондай-ақ Астананың 5 жұлдызды «Астана-Интерконтиненталь» қонақ үйі, алайда, олардың қызметтері өте қымбат және оларды шетел азаматтарының аз ғана бөлігі пайдаланады.

Қазақстан қонақ үйлерінің қызметін жақсарту үшін елімізде қазақстандық қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы (КАГиР) құрылды, оның функцияларына Қонақ үйлерді озық технологиялармен қамтамасыз ету мәселелерін шешу, Қазақстанның халықаралық қонақ үй ұйымдарына кіруіне дайындық, заңнамалық базаны жақсарту жөніндегі қызмет және т.б. алайда қоғамдық ұйым ретінде КАГиР Қазақстанның қонақ үй қызметтерінің сапасын жақсартудың көптеген мәселелерін шешпейді және шеше алмайды [34].

Бұл қазақстандық қонақ үйлердің қызметіне мемлекеттік араласуды кеңейту тәсілдері және Қазақстан Республикасында КАГиР-дің одан арғы іс-қимылдарын, әсіресе қонақ үй қызметтерінің сапасын бақылау және елде қонақ үй тізбектері мен буындарын дамыту бағыттары бойынша авторлық ұсынымдарды әзірлеу үшін негіз болды. Қазақстанда «Хаятт» жүйесі бойынша қонақ үй тізбегін құру қажеттілігі, сертификаттау және Ұлттық қонақ үй кәсіпорындарын жіктеудің ұлттық жүйесін әзірлеу арқылы барлық қонақ үй индустриясын санаттау процесін жеделдету қажеттілігі айқын көрінеді.

Қазақстандағы қонақ үй бизнесінің дамуын бағалау жалпы ел бойынша қонақ үй қызметтерінің сапасын бағалауды жақсарту бойынша авторлық ұсыныстарды әзірлеуге, оларды дамытудың басым бағыттарын айқындауға, сондай-ақ болашақта Қазақстанның қонақ үй индустриясын дамытуға, онда қонақ үй қызметтерінің жай-күйіне авторлық SWOT-талдауды ұсынуға, қонақ үй шаруашылығын дамыту проблемаларын жүйелеуге мүмкіндік берді.

*Әлсіз жақтары+Күшті жақтары:* орта және шағын қонақ үйлердегі тиімді менеджмент жеткіліксіз; қонақүйлерді толтырудың төмендігі; шағын қонақ үйлерде компьютерлік базаның жетіспеушілігі қосымша қызмет түрлері ретінде; логистика мамандарының жетіспеушілігі; жергілікті халық үшін жоғары бағалар; шығынды кәсіпорындардың үлкен саны; санатталмаған қонақ үйлердің көп саны; ауылдық жерлерде қонақ үй шаруашылығының нашар дамуы; жастардың орналастыру орындары мен автокемпингтердің дамымауы; жарнама мен маркетингтік зерттеулердің төмен тиімділігі; толыққанды статистикалық ақпараттың болмауы; көптеген қонақ үйлерді қайта құру және қонақ үй шаруашылығына инвестициялық қаражат ағыны қажеттілігі; көптеген қонақ үйлерде қауіпсіздіктің толық жүйесінің болмауы; көптеген қонақ үйлерде толыққанды кластерлік қызметтердің (қоғамдық тамақтандыру, ойын-сауық және т.б.) болмауы; ірі кәсіпорындарда тиімді менеджмент үлгілерінің болуы; орналастыру орындарының тұрақты резервінің болуы; үздік қонақ үйлерде логистикалық операциялар тәжірибесінің болуы; елдің көптеген қонақ үйлерінде маркетингті дамыту стратегиясының болуы; қонақ үй шаруашылығындағы тиімді менеджментті дамыту жолдарын үнемі іздестіру; әлемдік үздік жетістіктерді талдауға және оларды қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы (КАГиР) тарапынан қазақстандық қонақ үй индустриясына енгізуге көмек көрсету; елдегі тұрақты жағдай; сақтандыру нарығының жедел даму қарқыны; қонақ үй қызметтері нарығындағы бәсекелестіктің өсуі; елдегі қонақ үй ғимараттарын жөндеу мен қайта құрудың тұрақты қарқыны.

*Қауіптер+Мүмкіндіктер:* саланың шығындылығының өсуі; елдің кейбір аумақтарында қонақ үй индустриясында монополизмді тудыруы мүмкін қонақ үйлердің бірігуі; шығу туризмінің саланың жағдайын үнемі нашарлататын және көптеген кәсіпорындарды банкроттыққа әкелетін және мемлекеттік бюджетке қонақ үйлердің қызметінен түсетін аударымдардың төмендеуінен басым болуы; әлсіз заңнамалық база, сала үшін нақты белгіленген басымдықтардың болмауы; арнайы бағдарламалар мен мемлекеттік қолдау құралдарының болмауы; шетелде және ел ішінде жарнаманың болмауы тұтынушылардың хабардар болмауын арттырады; шағын және орта кәсіпорындардың өсуіне негіз болатын заңнамалық және салықтық базаны жетілдіру; саладағы шағын және орта кәсіпорындардың өсуіне негіз болатын заңнамалық және салықтық базаны жетілдіру; менеджментті жетілдіру саладағы қызметкерлердің тартымдылығы және оларды клиентпен қарым-қатынас жүйесін оқыту үшін жағдай жасауға мүмкіндік береді, яғни халыққа белгілі бір тәрбиелік әсер етеді; қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін негіз құратын қонақ үй тізбектерінің дамуын күшейту; ұлттық қонақ үй қызметтерінің тартымдылығы мен бәсекеге қабілеттілігін арттыратын маркетингті дамыту; клиенттердің қауіпсіздігі туралы толық қамқорлық; қонақүйдің имиджін арттыру; қонақ үйді бәсекелестік ортада ерекшелейтін және оған бренд құратын ұйымдастырушылық мәдениетті құру; клиенттердің үміттерін анықтайтын қонақүйлерді кеңінен санаттау; ілеспе қызметтерді дамытуға олардың бәсекеге қабілеттілігін едәуір арттыратын кластерлік тәсіл; клиенттерге қызмет көрсетудің логистикалық қағидаттарын енгізу, бұл ұлттық Қонақ үйлерді халықаралық стандарттар деңгейіне жеткізеді.

Сарапшылардың пікірінше, қонақ үй қызметтері нарығы Қазақстанда тек Алматы мен Астанада ғана дамыған. Бұл қалалардағы қонақ үй нарығының құрылымы негізінен жергілікті төмен дәрежелі қонақ үйлермен және жоғары деңгейлі Халықаралық Бизнес - Қонақ үй брендтерімен ұсынылған, бұл нарықтағы теңгерімсіз жағдайға әкеледі. Қазіргі уақытта қонақ үй қызметтерінің ішкі нарығы «қызмет көрсететін пәтерлер» ұғымдарының ыңғайлы және арзан қонақ үйлеріне (ас үйі, жуынатын бөлмесі және жатын бөлмесі бар қонақ үй құрылымындағы шағын пәтер ретінде), сондай-ақ төмен бағадағы қарапайым қонақ үйлерге мұқтаж, бірақ тек бизнес туристер үшін ұсынылады.

Бүгінгі таңда қонақ үй индустриясында көптеген жаңа компьютерлік технологиялар қолданылады: жаһандық компьютерлік резервтеу жүйелері, интеграцияланған коммуникациялық желілер, мультимедиа жүйелері, Smart Cards, менеджменттің ақпараттық жүйелері және т.б. қазақстандық нарықта негізінен Amadeus, Galileo, Wordspan сияқты жаһандық резервтеу жүйелері ұсынылған.

Заманауи компьютерлік технологиялар Қонақ үй өнімін жылжытуға үлкен әсер етеді. Сонымен, жарнама саласында электронды пошта арқылы қонақ үй ақпаратын тікелей тарату және Интернетте өз сайттарын құру кең таралды.

Қонақ үй бизнесіндегі инновациялық технологиялардың негізгі бағыттарының бірі мультимедиялық технологияларды, атап айтқанда анықтамалықтарды, буклеттерді, каталогтарды енгізу болып табылады. Мультимедиялық технологияларды қолдану ықтимал қонаққа қонақ үй туралы ақпаратты жедел ұсынуға мүмкіндік береді және сол арқылы қонаққа қажет қонақ үй өнімін тез және дәл таңдауға мүмкіндік береді.

Қонақ үй, мейрамханалар және қонақ үй кәсіпорнының басқа бөлімшелерінің қызметін автоматтандыру бағдарламаларын әзірлеу менеджментте айтарлықтай өзгерістерге әкеледі, сонымен қатар қызмет көрсету сапасын жақсартады. Қонақ үй кәсіпорнының қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесі инновациялық технологиялардың көмегімен де шешілуде.

Қазіргі уақытта мейманның тұру қауіпсіздігін: телевизиялық бақылау жүйесімен; кіруді бақылау жүйесімен; қорғау жүйесімен, ішкі өлшемді электрондық сейфтерді қолданумен қамтамасыз етуге болады. Электрондық құлыптар жүйесін орнату ұрлықтан қорғаудың ең тиімді алдын-алу құралдарының бірі болып табылады. Нақты кілтті жалған жасау іс жүзінде мүмкін емес, сонымен қатар Нөмірді қай карточкалар ашқанын, оларды қай уақытта және кім бергенін анықтауға болады. Қонақ үй ұрлықтары кәсіпорынның пайдасына, көрсетілетін қызметтердің сапасына әсер ететін және ең бастысы клиенттер бәсекелестерге кететін, тұрақты қонақтар санын азайтатын көптеген мысалдар келтіруге болады. Қонақ үй кәсіпорындарын электронды қауіпсіздік жүйелерімен жабдықтау мәселелері қызметкерлер саны шектеулі шағын қонақ үйлер үшін өте маңызды.

Соңғы жылдары заманауи компьютерлік технологиялар қалааралық, әсіресе халықаралық келіссөздерге шығындарды едәуір азайтуға мүмкіндік береді, онсыз бірде-бір қонақ үй кәсіпорны жасай алмайды.

Компьютерлік телефонияны пайдалану Кәсіпорындардағы басқару процесін едәуір жылдамдатады, шығындардың жалпы төмендеуімен оның тиімділігі мен сапасын арттырады. Қазіргі уақытта қонақ үй бизнесін компьютерлендіру саласындағы нарықта ұсынылған бағдарламалық өнімдер іс жүзінде өзін дәлелдеді, пайдаланушылардың қажеттіліктеріне сәйкес үнемі жетілдіріліп, жаңартылып отырады. Қонақ үй кәсіпорнының барлық салаларына инновациялық компьютерлік жүйелерді енгізу қонақтарға назар аударуға лайықты қызмет алуға мүмкіндік береді. Алайда, қонақ үй қызметтерінің ішкі нарығында инновациялық технологияларды қолдану халықаралық бренд қонақ үйлеріне тән екенін атап өткен жөн.

Қазақстандағы қонақ үй бизнесінің ағымдағы жағдайын талдау осы салада қарқынды өсу мен даму күтілетіні туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Алайда бизнестің тиімділігі мен пайдалылығы сапалы менеджмент буынымен, отандық қонақ үй кәсіпорындарында инновациялық технологияларды пайдаланумен, нарық пен қонақ үй қызметтерінің сұранысына маркетингтік зерттеулер ұйымдастырумен, сондай-ақ клиенттерді тарту бойынша тиімді баға саясаты мен маркетингтік іс-шаралар жүргізумен тікелей байланысты болады [35].

**Бақылау сұрақтары:**

1. Қоғамның әлеуметтік тарапта даму сипаты.

2. Қазақстан Республикадағы туризмде қонақүй қызметін мемлекеттік қолдауы

3. Қонақүй индустриясының даму жағдайлары және факторлары

4. ҚР қонақжайлылық саласының даму ерекшеліктері.