

ӘОЖ 640.4
МРНТИ 06.71.51

ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІ («ҚазЖол» қонақ үйінің мысалында)

А. РАМАЗАНОВ¹, Т.Қ. ӘЖІҚҰЛ¹

(¹Алматы технологиялық университеті, Қазақстан, Алматы)
E-mail: ramazanov_altay@mail.ru, toka-97.13@mail.ru

Қонақжайлылықтың бәсекеге қабілеттілігі субъектілердің бәсекелестік артықшылықтарымен анықталады. Бәсекеге қабілетті артықшылықтар қонақ үй қызметтерінің кешенді ұсынысы, соның ішінде барлық бөлмелі санаттарды ұсыну мүмкіндігін қамтиды. Қонақжайлылықтың икемді база саясаты арнайы бағдарламалық өнімдерді, қонақ үй қызметтеріне жеңілдіктерді қамтиды. Стратегиялық бәсекелестік артықшылықтарына қонақжайлылықтың корпоративтік жауапкершілік принциптері жатады. Қонақжайлылықтың бәсекеге қабілеттілік деңгейін анықтау үшін SWOT талдау әдісін қолдануға болады.

Негізгі сөздер: бәсекеге қабілеттілік, қонақжайлылық, қонақ үй, нөмір, жауапкершілік, әлеуметтік - корпоративтік, бизнес.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА (на примере гостиницы «КазЖол»)

А. РАМАЗАНОВ¹, Т.К. АЖИКҰЛ¹

(¹Алматы технологический университет, Казахстан, Алматы)
E-mail: ramazanov_altay@mail.ru, toka-97.13@mail.ru

Конкурентоспособность сферы гостеприимства определяется конкурентными преимуществами, которыми обладают субъекты. Конкурентные преимущества включают возможность комплексного предложения гостиничной услуги, включающей предложение всех категорий номеров. Гибкая ценовая политика гостеприимства включает специальные программные продукты, скидки на гостиничной услуги. К стратегическим конкурентным преимуществам относятся принципы корпоративной ответственности гостеприимства. Для выявления уровня конкурентоспособности гостеприимства можно применять метод SWOT – анализа.

Ключевые слова: конкурентоспособность, гостеприимство, гостиница, номер, ответственность, социальная корпоративность, бизнес.

HOSPITALITY INDUSTRY COMPETITIVENESS (on the example of "KazDzhol" hotel)

A. RAMAZANOV¹, T.K. AZHIKUL¹

(¹Almaty Technological University, Kazakhstan, Almaty)
E-mail: ramazanov_altay@mail.ru, toka-97.13@mail.ru

The competitiveness of hospitality is determined by the competitive advantages that the subjects have. Competitive advantages include the possibility of complex offerings of hotel services, including the offer of all categories of rooms. Flexible price policy of hospitality includes special products

programs, discounts on hotel services. The strategic competitive advantages include the principles of the corporate responsibility of hospitality. To determine the level of competitiveness of hospitality, you can use the SWOT analysis method.

Key words: competitiveness, competitive, hospitality, hotel, room, responsibility, social corporatism, business.

Kipicne

Қонақжайлылық индустриясы - бұл адамдардың игілігі үшін жұмыс істейтін сала. Бұл мемлекет пен инвестициялардың барынша қолдауын қажет ететін, белсенді жұмыс істейтін және дамып келе жатқан қуатты сала. Осылайша, қазіргі заманғы қонақжайлылық бизнесі қонақтық қызметтер пакетін ұсынады және ұлттық экономиканың дамуына өз үлесін қосады.

Қонақжайлылықта тұтынушы – қандайда болсын тауарларды (өнімді, бұйымды, көрсетілетін қызметті) тұтынатын (сатып алатын) тұлға немесе қонақжайлылық ұйым; сондай-ақ жеке бастың тұрмыстық мұқтаждары үшін қонақжайлылық орындалатын жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді ақырғы пайдаланушы, сатып алушы, оларға тапсырыс беруші, не оларды сатып алуға немесе оларға тапсырыс беруге ниет білдіруші. Қонақжайлылық тұтынушы көбінесе қызметтің бағасына, пайдалылығына, қолайлылығына, сапасы мен әдемілігіне баса назар аударады.

Бәсекелестік стратегиясының өңделуіне көңіл бөлуі, кәсіпорынның баға қақтығысын, сату көлемінің ауытқуы мен басқа да кері әсерлердің болмауын қамтамасыз етеді. Тауардың мүлтіксіз орналасуы және маркетинг-

микс тәсілінің жүзеге асуы, бәсекелестерді қарсылас ретінде емес, жұмыс барысындағы серіктестер ретінде қарастыруға мүмкіндік береді.

Зерттеудің объектілері мен әдістері

«ҚазЖол» қонақ үйінің құрылымына 175 нөмірден тұрады, 4 класқа жіктеледі. «ҚазЖол» қонақ үйінің нөмірлері – Suite, Deluxe, Comfort Deluxe, Standard деп 4 класқа жіктелінгені 1 – суретте көрсетілген.

Suite

Бөлменің жалпы көлемі 44 м. Кең екі бөлмелі, үлкен ваннасы бар. Классикалық әсемділік пен заманауи классика үйлеседі. Бөлмеде үлкен ыңғайлы кереует, жұмыс орны, қонақ күту бөлмесі және техникалық жабдықтар қарастырылған.

Deluxe

Үлкен тұрғын зона, қонақ күту зонасы және ванна бөлмесі үйдегі жайлылықты сыйлайды. Бөлмелерде 1 үлкен немесе 2 бөлек кереует, жұмыс орны, заманауи техникалық жабдықтар, ыңғайлы ванна бөлмесі және гардероб орналасқан. Ең кішкентай қонақтар үшін менеждер қарастырылған. Бөлменің құнына «шведтік үстел» таңғы асы кіреді, сағат 7 ден 10 ға дейін, демалыс күндері 11ге дейін беріледі [1].



1 сурет - «ҚАЗЖОЛ» қонақ үйінің нөмірлер классы

Ескерту [1] дерек көзі негізінде авторлармен құрылды, 2018

Comfort Deluxe

Бөлменің жалпы көлемі 25 м². Бұл категориядағы бөлмелер өз ыңғайлылығымен және ерекше дизайнымен таңқалдырады. Бөлмелер жана тоғыз қабатты корпуста орналасқан, кейбір бөлмелердегі кең көлемді терезелер керемет таулардың көрінісін сыйлайды. Бөлмелерде 1 үлкен немесе 2 бөлек кереует, жұмыс орны, заманауи техникалық жабдықтар және ыңғайлы ванна бөлмесі орналасқан. Екі ересек адаммен бірге сәби тұратын жағдайда қосымша кереует немесе манеж қою мүмкіндігі қарастырылған. Темекі шекпейтін қонақтар үшін бөлмелер қарастырылған. Бөлменің құнына «шведтік үстел» таңғы асы кіреді, сағат 7 ден 10 ға дейін, демалыс күндері 11-ге дейін беріледі.

Standard

Бөлменің жалпы көлемі 20 м². Жаңа жайлы заманауи бөлмелер демалысқа арналған барлық қажетті заттармен жабдықталған.

Бөлмелердің ақшыл түсті дизайны қосымша жайлылықпен әсемділік береді. Бір үлкен немесе екі бөлек кереует, жайлы жұмыс орын, терасса, балконмен және балконсыз, темекі шегуге болатын және болмайтын, ыңғайлы ванна бөлмесі және гардероб бар. Бөлменің құнына «buffet» таңғы асы кіреді, сағат 7 ден 10 ға дейін, демалыс күндері 11ге дейін беріледі.

Нөмірлік қызметке келетін болсақ, Suite бөлмесінде тұрған жағдайда, Standard ұсыныстардан тыс келесі ұсыныстар сізді күтеді: аэропорттан тегін күтіп алу, күнделікті баспасөз, кофе машина, күнделікті десерт (кішкентай тәтті тоқаштар ассортименті), бөлмеде ұсынылатын таңғы ас, кешкі демалысқа бөлмені күнделікті дайындау, «экспресс» киім жуу қызметі үшін кәдімгі баға.

«ҚазЖол» қонақ үйі нөмірлердің түріне, орын санына байланысты белгілі бір баға ұсынады. «ҚазЖол» қонақ үйінің нөмірлер бағасы 1 – кестеде көрсетілген.

1 кесте - «ҚазЖол» қонақ үйінің нөмірлер бағасы

	Нөмер түрі	Бағасы, тенге	
		Бір орынды	Екі орынды
1	Standard	27000	32000
2	Suite	45000	50000
3	Deluxe	35000	40000
4	Comfort Deluxe	30500	32000
Ескерту: [1] дерек көзі негізінде авторлармен құрылды, 2018			

1-кестеде «Қаз Жол» қонақ үйінің бағасы көрсетілген, яғни бір орынды Standard нөмірлер 27000 теңге, екі орынды стандарт нөмірлер 32000 теңгені құрайды. Бір орынды Suite нөмір бағасы 45000 теңге болса, екі орынды Suite нөмір 50000 теңге. Deluxe нөмірлер бір орынды 35000 теңге, екі орынды 40000 теңге. Бір орынды Comfort Deluxe 30500 теңге, ал екі орынды 32000 теңге. Бөлменің бағасына: таңғы ас, Wi-Fi интернет, тұрақты орын, 12% ҚҚС кіреді. Нөмірдегі мини бар қонақ үйдің бағасы есебіне кірмейді. Оған қосымша төлем ақы төленеді [1].

Аэропорттан күтіп алу/ шығарып салу: жеңіл машина – 4500 тг., Минивэн – 12000 тг., автобус (35 орын) - 20000 тг., автобус (45 орын) – 25000 тг.

«ҚазЖол» қонақ үйінің тұрақты тұтынушылары немесе қонақтарына тоқталатын болсақ: КЭУ (Украина Халықаралық Әуежелілері) әуе компаниясы, АЭРОФЛОТ (Ресей-

лік авиакомпания) осы екі әуе компаниялар тұрақты тұтынушысы болып табылады. Яғни бұл әуе компанияның персоналдары «Қаз Жол» қонақ үйіне келіп тұрақтайды [1].

2005 жылдың қаңтар айынан бастап «Қаз Жол» қонақ үйінде тұрақты қонақ бағдарламасы жұмыс істейді. Сіздің бізге келуіңізді сіз үшін бұрынғыдан да жайлы ету үшін біз сіздің келулеріңіздің санына сәйкес келетін бонустар мен жеңілдіктер жүйесін ұсынамыз.

KAZZHOLSILVER

Күнтізбелік жыл ішінде ақысы төленген 15 түнді бізде өткізуіңізден кейін және сауалнаманы толтырғаннан кейін сіз «Қазжол Силвер» карточкасына ие боласыз және келесідей жеңілдіктер мен бонустар алуға құқылысыз: кепілдендірілген резерв жасау (өтінім кем дегенде 72 сағат бұрын келіп түскеннен кейін); түнде шығу (16:00 дейін); «Қазжол» қонақ үйінде тұруға 5% жеңілдік; «Керуен»

мейрамханасынын мен нөмірдегі мини – бардың қызметтеріне 5% жеңілдік.

KAZZHOLGOLD

Күнтізбелік жыл ішінде ақысы төленген 40 түнді бізде өткізуіңізден кейін және сауалнаманы толтырғаннан кейін сіз «Қазжол Голд» карточкасына ие боласыз және келесідей жеңілдіктер мен бонустар алуға құқылысыз:

- кепілдендірілген резерв жасау (өтінім кем дегенде 48 сағат бұрын келіп түскеннен кейін);

- түнде шығу (18:00 дейін);

- «Қазжол» қонақ үйінде тұруға 7% жеңілдік;

- «Керуен» мейрамханасынын мен нөмірдегі мини-бардың қызметтеріне 10% жеңілдік;

- «Аквафит» фитнес орталығының қызметтеріне 10% жеңілдік;

KAZZHOLPLATINUM

Күнтізбелік жыл ішінде ақысы төленген 60 түнді бізде өткізуіңізден кейін және сауалнаманы толтырғаннан кейін сіз «Қазжол Платина» карточкасына ие боласыз және келесідей жеңілдіктер мен бонустар алуға құқылысыз:

- кепілдендірілген резерв жасау (өтінім кем дегенде 24 сағат бұрын келіп түскеннен кейін);

- түнде шығу (20:00 дейін);

- «Қазжол» қонақ үйінде тұруға 10% жеңілдік;

- «Қазжол» қонақ үйінің кафесі мен нөмірдегі мини-бардың қызметтеріне 15% жеңілдік;

- «Аквафит» фитнес орталығының қызметтеріне 15% жеңілдік;

- «Қазжол» қонақ үйінде біржолғы тегін демалыс [1].

Қонақ үй кешені ретінде «ҚазЖол» қонақ үйі Алматы қаласының әлеуметтік саласының маңызды орын алады. Қонақтар саяхатқа шыққандардың қажеттіліктерін қанағаттандыруға көмектеседі. «Қазжол» қонақ үйінде нарықтық күштердің әсері бәсекеге қабілеттілікті арттыру және тұтынушылардың қанағаттануын арттыру, кәсіпорынның, оның қызметкерлері мен иелерінің әл-ауқатын қамтамасыз етуді талап етеді. Осыған байланысты, бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін, максималды пайда алу үшін нарықтағы ұстанымдарды нығайту керек.

«Қазжол» қонақ үйінің бәсекеге қабілеттілігі факторларды айқындайды, бұл факторларды деректерді жинаудың бірыңғай әдіснамасын, оларды өңдеу және сәйкестендіру мүмкін емес. «Қазжол» қонақ үйінің бәсекеге қабілеттілік проблемасын шешу, арттыру жолдары мен әдістерін іздестіруді талап етеді. «Қазжол» қонақ үйінің бәсекеге қабілеттілігін анықтау үшін SWOT - талдау әдісін қолдануға болады.

SWOT-талдау - стратегиялық және маркетингтік жоспарлардың кез-келген деңгейін жасаудың міндетті кезеңі, зерттеудің маңызды элементі. Ситуациялық талдау нәтижесінде алынған деректер компанияның стратегиялық мақсаттары мен міндеттерін дамытудың негізгі элементтері болып табылады [2].

Күшті және әлсіз нүктелер, мүмкіндіктер мен қауіп-қатерлер «Қазжол» қонақ үйінің қонақжайлық нарығында бәсекеге қабілеттілігін анықтайды. 2 кестеде - «ҚазЖол» қонақ үйінің SWOT – талдауі көрсетілген.

2 кесте - «ҚазЖол» қонақ үйінің SWOT – талдау әдісі

Басым жақтары	Мүмкіндіктері
<ol style="list-style-type: none"> 1. Қонақ үйдің өте тартымды орналасуы. Кірме жолдардың ыңғайлылығы. 2. Қонақ үй бөлмесі осы класс қонақ үйлері үшін халықаралық талаптарға сәйкес. 3. Туроператормен қамтамасыз етуді күшейту. Алматыдағы туризм. 4. Дамуға жеткілікті қаржы ресурстары. 5. Қызметкерлердің біліктілігінің жоғары деңгейі. Қонақ үйдің жоғарғы басшылығымен көп тәжірибе жинай алған. 6. Қосымша қызметтер кешені (бизнес, экскурсия, көлік қызметтері, косметология және т.б.). 7. Қонақ үй қызмет көрсету нарығында 2000 жылдан бері елеулі тәжірибе. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Іскерлік белсенділіктің өсуі, туристік трафиктің артуы, бұл нарықтағы сұраныстың артуына әкеледі. 2. Басқа қонақ үйлердің лизингі (басқару-сатып алу) арқылы желіні кеңейту. 3. Беделі жақсарту үшін қаражаттың болуы. 4. Ішкі басқару реформаларын жүргізу мүмкіндігі. 5. Бөлмелердің және қызмет көрсету бөлмелерінің техникалық жабдықталуын жаңғырту. 6. Туристік агенттіктермен және туроператорлармен ынтымақтастық шеңберін кеңейту.

Қауіпті жақтары	Әлсіз тұсы
1. Сыртқы ортадағы ғаламдық өзгерістерге байланысты жабылатын іскерлік белсенділік. 2. Әртүрлі ынтымақтастық нысандарында (аренада) жаһандық желілер өкілдерімен келіссөздер жүргізу. 3. Бәсекелестердің тұтынушылық преференцияларындағы өзгерістерге тез бейімделуден бәсекелестікті күшейту. 4. Тұрақты туроператордың осы қонақ үймен жұмыс істемеуі (қаражатты жоғалту және жаңа туроператор табу үшін уақыт). 5. Әлеуметтік-экономикалық және саяси жағдайдың тұрақсыздығы. 6. Қонақүй пайдаланатын қызметтердің бағасының өзгеруі. 7. Заңнаманың өзгеруі (атап айтқанда, салық).	1. Нөмірленген қордың ауданының қонақ үйдің жалпы ауданына қанағаттанарлықсыз қатынасы, бұл жоғары деңгейге алып келеді. Тұрақты шығындар 1 ш.м. бөлме қорының ауданы. 2. Қызметкерлер айналымы. Түлектердің жетіспеушілігі. 3. Бір туроператормен ынтымақтастық. 4. Қонақ үй қызмет көрсету нарығында мінез-құлықтың анық стратегиясының жоқтығы. Әлсіз жарнама науқаны. 5. Қонақүйдің кейбір нысандарын жаңарту қажеттілігі. 6. Қызметкерлердің орыс және шет тілдерін білуі жеткіліксіз.
Ескерту: [1] дерек көзі негізінде авторлармен құрылды, 2018 ж.	

Қонақжайлылық бизнесі қоғамның институты болып табылады. Қонақжайлылық бизнесі, мемлекеттік мекеме ретінде, мораль нормалары қолданылады. Қонақжайлық бизнестің мінез-құлық нормалары басқарылуы керек. Қонақжайлылық бизнесін дамыту персоналдың, жергілікті тұрғындардың және тұтастай Қазақстандық қоғамның мүдделеріне сәйкес болуы керек. Осылайша, XXI ғасырдағы қазақстандық қонақжайлылық бизнесін дамыту стратегиясы корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік болып табылады. Бұл стратегия Қазақстандық қонақжайлылық бизнесінің әлеуметтік және сапалы дамуына сандық өсуден тұрады.

Э. Кэрроллдың айтуынша, корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік корпорацияның

экономикалық, құқықтық, этикалық және филантропиялық міндеттерінің төрт компонентінен тұратын көп деңгейлі жүйе болып табылады [3]. Э. Кэрролл әлеуметтік жауапты корпорация өзінің корпоративтік азаматтық рөлін атқаруға тырысу керек деп санайды. Корпорацияның негізгі мақсаты - соңғы тұтынушыларды сапалы өніммен қамтамасыз ету және жаңа жұмыс орындарын құру болып табылатын экономикалық жауапкершілік.

Э. Кэрроллдың Корпоративтік Әлеуметтік Белсенділіктің үлгісі пирамида түрінде салынған, онда төрт критерий негізге алынады: экономикалық, құқықтық, этикалық және жауапкершілік. Тік критерийлердің салыстырмалы маңыздылығы олардың пирамидада орналасуын анықтайды (2 сурет).



2 сурет - Кэрроллдың Корпоративтік Әлеуметтік Белсенділіктің Пирамидасы
 Ескерту: [4, с. 194] дереккөзі негізінде құрылды, 2018

Б.Шелдон былай деп жазады: «Компания әлеуметтік жауапкершілік бойынша іс-қимылдарды өзінің экономикалық және құқықтық жауапкершілігін орындағаннан кейін ғана жүзеге асыру мүмкіндігін қарастыру керек. Өмір мен өсім үшін азық-түлікке қажет болғандықтан, компания өмірге және өсуге пайда әкеледі. Ақшаны максимизациялау азық-түлікті максимизациялауға әкеледі» [3]. Ұсынылған ережелердің негізінде мейманхана бизнесі бойынша ұсынуым А. Рамазановтың әдістемесі болып табылады [4]. Қонақжайлылық бизнесінің корпоративтік әлеуметтік жауапкершілігінің қағидалары кепілдік ретінде жасалды: қонақжайлылық индустриясына жоғары талаптар, қонақжайлылық бизнесін моральдық ынталандыру, қонақжайлылық бизнесінің сана-сезімі, қонақжайлылық бизнесінің Қазақстандық сәйкестігі, мейман-

хана бизнесі патриотизмі, корпоративтік мәдениет, қонақжайлылық бизнесі этикасы.

Қонақжайлылық бизнесінің корпоративтік әлеуметтік жауапкершілігінің формалары: қайырымдылық, демеушілік, қызметкерлерді әлеуметтік қорғау, қызметкерлерді пайдаға қатысу үшін тарту, қызметкерлерді басқаруға тарту.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік қонақжайлылық бизнесінің әлеуметтік әріптестігі механизмдері арқылы жүзеге асырылады (3 сурет).

А. Рамазанов корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің негізгі ұстанымын айқындайды: «Корпоративтік әлеуметтік жауапкершіліктің бастапқы экономикалық негізі - меншік құқығының шектелуі, яғни меншік құқығының шекараларын белгілеу, оның мазмұны мен жүзеге асыру шарттары» [5].



3 сурет - Қонақ үй бизнесінің әлеуметтік серіктестігінің механизмдері
Ескерту: [4] дерек көзі негізінде авторлармен құрылды, 2018

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік ұлттық қонақжайлылық бизнесін жүргізу үшін жаңа идеология құруды талап етеді: «мейманхана қоғамның жауапты мүшесі», яғни мейманхана экономикалық ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік мекеме болуға тиіс. Бұл экономикалық ғылымдағы қонақүйдің рөлі туралы жаңа көзқарас қалыптастыруды талап етеді. Қонақүйдің миссиясы тек қана емес, сонымен қатар әлеуметтік құндылықтардан тұруы керек. Сондықтан, бізге белгілі

классикалық мейманханалардың орнына, мейманхана жаңа міндеттер мен жаңа миссияны шығару керек.

Нәтижелер және оларды талдау

Қонақжайлылық көрсету нарығында жұмыс істейтін кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату үшін резервтерге әсер ететін факторларды қарау керек, атап айтқанда:

- кәсіпорынды сипаттайтын факторларға;

- қызметті сипаттайтын факторларға;
- Қызмет көрсетуді сипаттайтын факторларға;
- маркетингті сипаттайтын факторларға (4 сурет).

Қонақжайлылық бизнесінде «іскерлік бедел» тұжырымдамасын жасау керек. Іскер-

лік беделі айтарлықтай материалдық және позитивті актив болып табылады, ол материалмен салыстырылады. Ол бизнесте де, бизнестің сыртында да мінез-құлық пен қызметтің қатынастарынан тұрады.



4 сурет - "Қаз Жол" қонақ үйінің бәсекеге қабілеттілігін жоғарлату факторлары
Ескерту: авторлармен құрылды, 2018

Қорытынды, тұжырымдар

«Қаз Жол» қонақ үйінің SWOT – талдауында басым жақтары: қонақ үйдің өте тартымды орналасуы; кірме жолдардың ыңғайлылығы; қонақ үй бөлмесі осы класс қонақ үйлері үшін халықаралық талаптарға сай келуі; туроператормен қамтамасыз етуді күшейту. Алматыдағы туризм; Дамуға жеткілікті қаржы ресурстары; қызметкерлердің біліктілігінің жоғары деңгейі; Қонақ үйдің жоғарғы басшылығымен көп тәжірибе жинақталған және т.б. басым тұстары көрсетілген. Қауіпті жақтарына келетін болсақ: әлеуметтік-экономикалық және саяси жағдайдың тұрақсыздығы; халықтың көпшілігінің табыс деңгейі төмен; конкурстың күшеюі; қонақүй пайдаланатын қызметтердің бағасының өзгеруі; заңнаманың өзгеруі (атап айтқанда, салық). Мүмкіндіктері: іскерлік белсенділіктің өсуі; туристік трафиктің артуы; бұл нарықтағы сұраныстың артуына әкеледі; Қонақ үйді жаһандық қайта құру желісіне қосу; Басқа қонақ үйлердің лизингі (басқару-сатып алу) арқылы желіні кеңейту. Шетелде қонақ үйдің тұрғын емес жерлерінде жалдау ақысын көтеру және тағы басым көптеген мүмкіндіктері жоғарыда

көрсетілген. Сонымен қатар әлсіз тұстарына келетін болсақ нөмірленген қордың ауданының қонақ үйдің жалпы ауданына қанағаттанарлықсыз қатынасы, бұл жоғары деңгейге алып келеді. Тұрақты шығындар 1 ш.м. бөлме қорының ауданы; қызметкерлер айналымы; түлектердің жетіспеушілігі; бір туроператормен ынтымақтастық; әлсіз жарнама науқаны; қонақ үй қызмет көрсету нарығында мінез – құлықтың анық стратегиясының жоқтығы және т.б. көрсетілген.

Бизнестік құрылымдары, әлеуметтік жауапкершілік қозғалысына қосылған Қазақстанның қызметтері болашаққа стратегиялық шешімдерді қабылдайды.

Корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік ұлттық бизнеске қоғамға қызмет ету этикасына негізделген. Елдің қонақжайлылық қоғамдастығында этикалық және адамгершілік құндылықтарды, корпоративтік мәдениетті қалыптастыру қажет. Қонақжайлылық коммерциялық қызметі моральдық талаптарға сәйкес болуы керек. Этикалық стандарттар ХХІ ғасырда табысқа жетудің шарттары мен факторлары болып табылады. Қонақжайлылық бизнесінде этикадан тыс мінез-құлық

шығындарға әкеледі. Халықаралық және отандық бизнестің көптеген мысалдары бар, егер адалдық тек экономикалық сипаттың ғана емес, сонымен қатар экономикалық емес табыстың ингредиенті болады. Отельдің іскерлік ортадағы моральдық тәртібі еліміздің өркендеуінің ажырамас факторы болып табылады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Гостиница «Қаз Жол». [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://www.hotelkazhoh.kz/> (дата обращения: 01.06.2010).
2. Никифорова А.А. Бабаева С. Особенности организации внутренней среды гостиничного предприятия // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. – 2016. – Т. 7. №1. – С. 213-218.
3. Шелдон Б. Корпоративная социальная ответственность: Не побочная деятельность, а составная часть бизнес-стратегии // Социальное партнерство. - № 1. - 2014. - С.10-16.
4. Рамазанов А. Управление собственностью: Учебное пособие. – Астана: Фолиант, 2015. – 224 с.
5. Рамазанов А. Концепция корпоративной социальной ответственности // Проблемы теории и практики управления. - № 12. - 2007. - С.38 – 46.