

# БИШКЕК ШААРЫНДАГЫ КООМДУК ТАМАКТАНУУ ИШКАНАЛАРЫНЫН ӨЗДҮК WEB САЙТТАРДЫН КОЛДОНУУ АНАЛИЗИ

ТУРГАНБАЕВА Н.К.,  
ИСАКОВА Д.Б.,  
САМАТОВА Г. Ж.

*Учурда интернеттин чеги жок аалам сыяктуу, адамга керектүү болгон баардык маалыматтарды интернет баракчаларынан алса болот. Дүйнөлүк тажрыйбага таянсак, ресторан ишкердүүлүгүнө интернет кызматтары чоң таасирин тийгизгендиги жана кеңири колдонулушу байкалат. Баарыбызга белгилүү болгондой интернет менен байланышкан өндүрүштөр өтө тез өнүгүп жаткандыгы анык. Бишкек шаарында ресторандардын көңүлгө татыктуу интернет сайттарга ээ болгон ишканалар каралып чыкты. Анын ичинен ресторан ишкердүүлүгүндө интернет кандай мааниге ээ болгону жана интернет сектордун атаандаштык фактору экендиги каралып чыкты.*

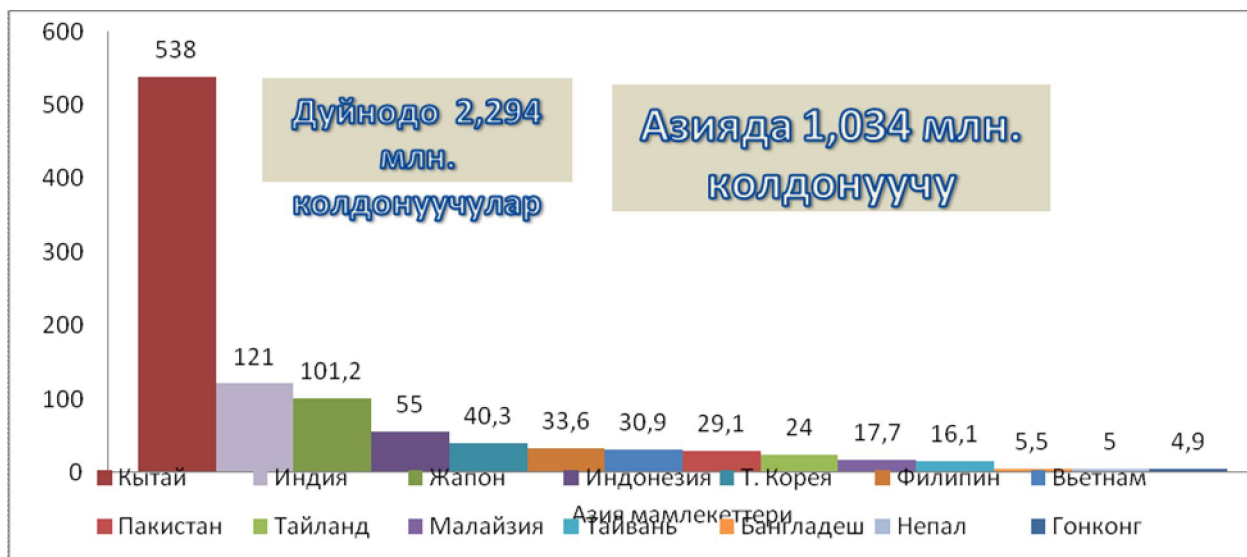
Азыркы күндө Интернет глобалдуу маалыматтык тутум, анын бөлүктөрү уникалдуу даректик мейкиндик аркылуу ачык же жеке түрдө өз ара байланышып, жогорку деңгээлдеги коммуникациялык кызматты камсыз кылат. Интернет аркылуу электрондук почтаны, жарыя такталарды, маалыматтык базаларды пайдалануу мүмкүнчүлүгү жана ой-пикирлерди талкуулоочу топторго катышуу мүмкүнчүлүгүн жаратты. Интернет мүмкүнчүлүктөрү жогорулаган сайын колдонуучулардын саны дагы геометриялык прогрессия менен өсүшү адистер тарабынан кызыгууну тереңдетти.

Өнүккөн өлкөлөрдө, мисалы АКШда 2010-жылдын соңунда Интернет колдонуучу саны 243 542 822 адам болгону аныкталган. Бул көрсөткүч АКШ калкынын 79 %ын түзөт, Түркияда 30 981 601 адам, 39,82 %, Кытай мамлекетинде колдонуучулардын саны 456 238 464 адам, 34,30 %, ал эми Данияда 4 893 418 адам, 88,72 % Сингапур, Тайвань жана Түштүк Кореяда калктын 40% көбү интернет каражаттарын колдонушат.

Мындай көрсөткүчтөр жыл сайын өзгөрүүдө, Женевада 2012-жылдын 11-октябрында болгон, “Measuring the Information Society, 2012” конференциянын билдирүүчүлөрдүн маалыматы боюнча акыркы жылга караганда интернет колдонуучулардын саны 11% жогорулаганы, ал эми дүйнө боюнча 2,3 млрд түзгөнү, анын ичинен 45% колдонуучулар 25 жашка чейинки жаш тинейджерлер экендиги белгиленген.

Pingdom швед компаниясынын изилдөөлөрдүн натыйжасында 2011-жылдын акыркы айларындагы статистикалык маалыматы боюнча дүйнө жүзүндө интернет колдонуучулардын 45%ын Азия мамлекеттеринин интернет колдонуучулары түзөөрүн маалымдады.

Диаграмма 1. Дүйнөдө, анын ичинен Азия мамлекеттеринин интернет колдонуучулардын саны.



Pingdom,2011

Бул багытта Женевадагы БУУнун штаб-квартирасынын эксперттеринин айтуусу боюнча өнүккөн мамлекеттерге караганда, өнүгүп келе жаткан мамлекеттерде интернет колдонуучулардын саны үч эсе тез көбөйүшүн (16%га) ошондой эле үйдөн интернетке кирүү жолдорун көздөгөн колдонуучулардын санынын 2005-жылга караганда 2011-жылы 26,7%га жогорулаганын билдиришти (диаграмма 2).

Диаграмма 2. Дүйнөдө колдонуучулардын интернетке кирүү жолдорунун анализи.



(Based on Eurostat, Community Survey on ICT usage in households and by individuals, May 2012)

Ал эми, Борбордук Азия мамлекеттеринде интернет колдонуучулардын санын төмөнкү таблицадан көрсөк болот.

Таблица 1. Борбордук Азия өлкөлөрүндө интернет колдонуучу көлөмүнүн анализи:

Мамлекет	Калк	Колдонуучу	Пайыз
Кыргызстан	5 418 300	2 815 000	51%
Казакстан	15 460 484	5 300 000	34,2%
Өзбекстан	27 865 738	5 573 148	20%
Тажикстан	7 487 489	700 000	9,3%
Түркмөнстан	4 940 916	108 700	2,1%

(Кыргыз мамлекеттик байланыш агенствосу, 2010)

Кыргыз мамлекеттик байланыш агенствосунун маалыматына таянсак 2010-жылы интернет колдонуучулардын саны 2 млн 815 миң (активдүү колдонуучулардын саны 1 млн) жана 65 интернет провайдерлердин саны көрсөтүлгөн.

Бул маалыматтарга караганда Кыргыз Республикасында интернет экономикалык рыногунда бош нишаны түзөрүн белгилейт. Маркетинг боюнча адистердин айтуусуна таянсак, интернет баардык бизнес тармактарына таралып жана бизнести өнүктүрүүдөгү туруктуу, негизги аспап экенин белгилешет. Мындай маалыматтар баардык бизнес тармактарына тийиштүү жана Интернет желесине мүмкүн болушунча тез кирүүгө анык экенин билгизет. Кыргызстандын Улуттук статистикалык комитетинин маалыматтык-коммуникациялык технологияларын пайдаланган отчетунун негизине таянсак 2011-жылы 8894 уюмдардын жана ишканалардын ичинен интернетти колдонгон 3435 ишкана, алардын ичинен жеке веб-сайттарга ээ болгон орус тилинде 700 жана кыргыз тилинде 135 ишкана экендигин көрсөтүшкөн.

Ошондуктан атаандаштык күн санап курчуп келе жаткан бүгүнкү күндөгү ресторан ишкердүүлүгүнүн чөйрөсү маалыматтык-коммуникациялык технологияларга тынымсыз үйрөнүүгө, өзүн өзү өнүктүрүүгө, интернет менен иш жүргүзүүгө умтулууну жаратууда.

Коомдук тамактануу жайлары өтө тобокел ишмердүүлүк болгондугуна карабастан, Кыргызстанда ар тараптуу деңгээлдеги ресторандар, кафелер, тез тамактануу жайлары жылдан жылга көбөйүүдө. Мамлекеттик статистикалык комитеттин маалыматына караганда 2011- жылы Кыргызстанда тамак-аш ишканалардын саны 2004тү түздү. Бул көрсөткүч боюнча 2010-жылдан бери коомдук тамактануу жайларынын саны дээрлик 102%га жогорулаганын көрсөк болот.

Таблица 2. 2012-ж. 1-январына карата Ишмердиктин түрлөрү боюнча туризм чөйрөсүндө катталган чарба жүргүзүүчү субъектилер (бирдик):

Жылдар	2009	2010	2011	2010-ж. карата пайыз
Ресторан, барлар жана ашканалар, бирдик	1923	1949	2004	102

(Кыргыз Республикасынын керектөө рыногу, 2012)

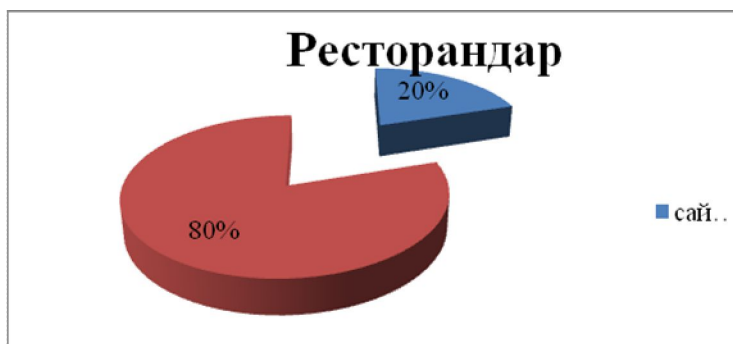
Таблица 3. Аймак боюнча туризм чөйрөсүндө катталган ресторан, бар жана ашканалар:

Аймак	2010-ж., бирдик	2011-ж., бирдик
Баткен облусу	12	12
Жалал-Абад облусу	31	33
Ысык-Көл облусу	70	82
Нарын облусу	26	30
Ош облусу	22	41
Талас облусу	46	53
Чүй облусу	140	167
Бишкек ш.	1569	1536
Ош ш.	33	50
Жалпы	1949	2004

(www.stat.kg)

Ал эми Бишкек шаарында жайгашкан 1536 коомдук ишканалардын ичинен 88 ресторан жана кафелердин интернетке кирүү мүмкүнчүлүгү жана жеке Web сайтынын бар же жок болгондугу телефон аркылуу сурамжылоо жүргүзүлгөн.

Диаграмма 1. Сайтка ээ болгон ресторан саны.



Бишкек шаарындагы коомдук тамактануу ишканаларынын интернет баракчалары бар болгон 20% ресторандардын ичинен кээ бирлердин интернет баракчалары тилекке каршы толугу менен уюштурулбаган, кээ бир баракчаларын жоктугу же ачылбагандыгы маалым болду. Натыйжада мындай жагдайлар ресторандын имиджин жана кызыкчылыгынын төмөндөшүнө алып келет. Бирок профессионалдуу уюштурулган веб баракчалары бар ишканалар жок эмес. Заманбап маалыматтык-коммуникациялык технологияларды колдонгон башкаруучулар (мисалы “Восток Запад” рестораны, “Прадо” рестораны, “Сере” рестораны ж.б.) үчүн жеке WEB сайттар менен иш алып баруу ресторан ишмердүүлүгү үчүн маанилүү жана пайдалуу экенин белгилешкен.

Учурда банкетти өткөрүү үчүн шаардын туш-тушуна кыдырбай, тааныштардын ой-пикирлерин сураштырбай эле интернеттин жардамы менен талкуулоочу сайттарына (мисалы, [www.diesel.elcat.kg](http://www.diesel.elcat.kg), ж.б.) кирип, көз карандысыз эксперттердин ар кандай ой-пикирлерин эске алуу жана анализдөө менен керектүү жайды тандап алууга мүмкүнчүлүк түзөт. Тандалган жайдын сайтына кирип керектүү маалыматтарды, менюну, тамактардын бааларын, столдорду брондоо, банкет өткөзүлө турган тарыхын белгилөө, каалаган тамактарды буюртма берүү жана үйлөрүнө жеткирүү боюнча кызматтары WEB баракчаларында көрсөтүлүшү керек. Чындыгында, идеалда, мындай шарттар өнүгө турган ишканалардын сайттарында болушу зарыл жана күн сайын текшерилип, жаңыртылып туруш керек.

Дүйнөлүк тажрыйбага жана эл аралык ишканалардагы ишкердүүлүккө интернет кызматтары чоң таасирин тийгизгендиги жана кеңири колдонулушу байкалат.

Маркетинг адиси Е.Климюк диаграммасында ресторан ишмердүүлүгүнө интернет төмөнкү эффективдүү таасирин тийгизгенин мүнөздөгөн.

Диаграмма-5. Ресторандык бизнесе эффективдүү интернет колдонуунун натыйжалары.



(Климюк Е. 2008)

Интернеттин жардамы менен ишканалардын жарнамага керектелүүчү каражаттарын үнөмдөө жана мөөнөтсүз экендиги көрсөтүлүп, бул болсо чыгымдардын азайышына алып келет. Интернет аркылуу жаңы кадрларды издөө, тандоо жана окутууга негизги жана эффективдүү

каражат экендиги анык. Интернет аркылуу кардарлар менен маек түзүү, алардын ишканага көз караштарын жана ой-пикирлерин билүү, ошого жараша тейлөө сапаттарын жакшыртуу, ишкананын атаандаштыкка ээ болуу үчүн эң маанилүү чечим экенин билгизүүдө.

Рынок шарттарында кандай гана иш-аракет болбосун керектөөчүлөрдүн муктаждыктарына жараша жүргүзүлүшү керек. Атап айтсак, ресторан ишмердүүлүгүндө иш потенциалдуу кардарларды эске алуу менен ишке ашырылышы зарыл, алардын ичинен жогоруда айтылып кеткендей Кыргызстан калкынын 50%ын түзгөн интернет колдонуучуларына тийиштүү.

#### **Колдонулган адабияттар:**

1. Алексунин, В.А., Родигина В.В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: Учебное пособие / В.А.Алексунин, В.В.Родигина. – М.: Дашков и К, 2005
2. Глинский О.Ю., Ковальчук Е.Б. Повышение эффективности работы веб сайта как инструмента маркетинговой коммуникации. Белорусского государственного экономического Университета
3. Загородняя Ю.П., Войтюшенко Н.Н. Интернет-технологии в предприятии ресторанного хозяйства. Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М.Туган-Барановского. 2005
4. Гредасова Е. Развитие ресторанного рынка через интернет технологии, 2011
5. Климюк Е., Голованова О. PR в ресторанном бизнесе, 2008
6. Кыргыз мамлекеттик байланыш агенствосу, 2010
7. Кыргыз Улуттук Статистикалык Комитети, www.stat.kg, 2010
8. Based on Eurostat, Community Survey on ICT usage in households and by individuals, May 2012. <http://dx.doi.org/10.1787/888932693265>.
9. OECD Tourism Trends and Policies, 2010