

**КООМДУК ТАМАКТАНУУ ИШКАНАЛАРЫНЫН АТААНДАШТЫК
ЖӨНДӨМДҮҮЛҮКТӨРҮНӨ БАА БЕРҮҮ КӨРСӨТКҮЧҮН ЖОГОРУЛАТУУ****IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF CATERING**

Дүйнөлүк деңгээлде ишкердик чөйрөсүндө атаандаштык шарты күн санап өсүүдө. Мындай шартта, коомдук тамактануу ишканалардын узак мөөнөттүү ийгилигин шарттай турган негизи чоңдуктар тамак- аш жана кызмат көрсөтүү сапаты болуп саналат. Макалада коомдук тамактануу ишканалардын атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүнө баа берүү өзгөчөлүктөрү каралган.

Ачкыч сөздөр: коомдук тамактануу ишканалары, атаандаштык, сапат, коопсуздук.

В сфере бизнеса на мировом уровне конкуренция растет с каждым днем. При таких условиях основу долгосрочного успеха предприятий общественного питания составляет качество блюд и обслуживания. В статье рассматривается оценка конкурентоспособности предприятий общественного питания и их особенности.

Ключевые слова: предприятие общественного питания, конкуренция, качество, безопасность.

The global competition grows in business sphere every day. Under such conditions the basis of long-term success of the catering is made by quality food and service. The article presents the evaluation of the competitiveness of catering and their features.

Keywords: catering company, competition, quality, security.

Ишкерлер чөйрөсүндө болуп жаткан тынымсыз өзгөрүүлөр жана күн санап өскөн атаандаштык коом талап кылган, керектөөчүлөрдүн суроо- талабына туура келген продукция же кызмат көрсөтүүлөрдү сунуштоо менен ишкананын атаандаштыкка туруштук берүү жөндөмдүүлүктөрүн жогорулатууга кадам шилтөөгө мажбур кылып жатат.

Кыргызстанда акыркы жылдары коомдук тамактануу ишканаларынын сандык көрсөткүчтөрү жогорулаганы менен тамак- аш жана кызмат көрсөтүү сапатына байланыштуу маселелер чечилбеген бойдон калып келүүдө.

Тилекке каршы, азыркы мезгилде ишканалар көпчүлүк убакта кыска мөөнөттүү пайда табуу кызыкчылыгын биринчи планга коюшуп, ишкананын атына эмес, сандык көрсөткүчүнө багыт алышкан.

Коомдук тамактануу ишканаларынын атаандаштыкка баа берүүдө тамак- ашты өндүрүү жана кызмат көрсөтүү шайкештигин жөнгө салуу, анын сапаттарын жакшыртуу боюнча механизмдерди иштеп чыгуу болуп саналат. Ишканаларда атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүн жогорулатуу боюнча механизмдерди иштеп чыгуунун маани – маңызын төмөндөгүдөй түшүндүрүүгө болот [1].

1. Атаандаштык шартында коомдук тамактануу ишканаларынын иш - аракеттерине жараша так бөлүштүрүү;
2. Ишкана кызматкерлери тарабынан маркетингтик иш- чараларды толугу менен түшүнүүнүн негизинде кардарлардын туруктуулугун камсыз кылуу;
3. Рыноктогу үлүшүнүн жогорулашы. Сапаттуу тамак- аш жана кызмат көрсөтүү

- сунуштаган ишканалар рыноктогу үлүшүн жогорулатууга жетише алат;
4. Кызматкерлердин, жумушчулардын туруктуулугун камсыз кылат. Сапаттуу продукция сунуштаган ишкананын кызматкерлери ал ишканада эмгектенгендигине сыймыктанышат. Башкача айтканда кызматкерлер үчүн мотивация булагы катары кызмат кылат;
 5. Чыгымдар төмөндөйт. Сапаттуу тамак- аш даярдаган ишканада өндүрүмдүүлүктү жогорулатып чыгымдарды азайтат;
 6. Баа атаандаштыгына карата туруктуулукту жогорулатат. Сапаттуу тамак- аш жана кызмат көрсөтүү менен рынокко чыккан ишканалар, жогорку баа менен продукцияларын өткөзө алышат.

Коомдук тамактануу кызмат көрсөтүү ишканаларынын атаандаштыкка баа берүүдө ишкананын түрүнө, кызмат көрсөтүү түрдүүлүгүнө жараша аныкталат. Андыктан, коомдук тамактануу ишканаларындагы кызмат көрсөтүү стандарттарына карата типологиялык көрсөткүчтөрдөн турган өзгөчөлүктөрдүн негизинде да коомдук тамактануу ишканаларынын атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүнө баа берүүгө болот.

Кызмат көрсөтүүнүн сапаттык көрсөткүчтөрүнө багытталган, 1985 - жылы А.Парасураман, Л.Берри жана В.Зейтхамл тарабынан сунушталган «SERVQUAL» методикасы коомдук тамактануу ишканаларында атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүнө баа берүүдө эң негизи методикалардын бири болуп саналат. Бул методикага ылайык кызмат көрсөтүүнүн сапатын башкарууда керектөөчүлөр жана ишкана жетекчилигинин сапаттык көрсөткүчтөр боюнча күтүлгөн жана кабыл алынган деңгээлдеринин ортосундагы айырмачылыктарды эске алуу зарылдыгын белгилешкен[2].

Ал эми, Ф. Котлер тарабынан сунушталган кызмат көрсөтүү сапатын баалоодогу беш критерий бардык кызмат көрсөтүү тармагына универсалдуу болуп эсептелет. Коомдук тамактанууда кызмат көрсөтүү (керектөөчүлөрдү тейлөө, керектөөнү уюштуруу) жана товар (керектөөчүлөргө тамак- аш жана суусундуктарды) бирдей өлчөмдө, бир убакытта болуусун талап кылат. Ошондуктан, ишканалардын атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүнө баа берүүдө бир гана кызмат көрсөтүү эмес, тамак- аштын түрдүүлүгү, даярдалышы, эң негизгиси сапаттык көрсөткүчтөрү каралышы белгиленген [3].

Демек, коомдук тамактануу ишканаларынын атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүнө баа берүүдө тамак- аш жана кызмат көрсөтүү сапаты, ошондой эле, керектөөчүлөрдүн сатып алуу жөндөмдүүлүктөрүн да эске алуу керек.

Биздин оюбуз боюнча, коомдук тамактануу ишканаларында атаандаштыкка баа берүүдө биринчи орунга жалпыланган «Ассортимент» көрсөткүчү коюлушу зарыл, себеби коомдук тамактануу ишканаларына керектөөчүлөр алгач тамак-аш керектөөлөрүн камсыздоого келишет. Демек, керектөөчүлөр үчүн бир кыйла маанилүү фактор, тамак-аш түрдүүлүгү, азык-түлүктөрдүн сапаты, тамак-аштын баасы ж.б. саналат.

Андан кийин керектөөчүлөр үчүн өтө маанилүү болгон «Тейлөө маданияты» көрсөткүчү, бул ишкананын атаандаштык көрсөткүчүнө абдан таасирин тийгизген фактор. Рыноктук шарттарда керектөөчүлөр бир ишканадан башка бир ишканага кардар болуу мүмкүнчүлүктөрү жогору.

Керектөөчүлөрдүн пикири боюнча кем эсептеп алдоо же орой мамиле кылуу, буюмдарынын жакшы сакталбагандыгы, меню сапаты, түзүлүшү жана түрдүүлүгү ж.б. критерийлери ишкана тарабынан толугу менен иштелип чыгышы зарыл. Ошондой эле, конокторго сабаттуулук менен кызмат көрсөтүү, ал үчүн кызматкерлер профессионалдуу түрдө даярдалып жана ички маданият деңгээли жогору болушу зарыл. Ошондон улам, бул методикага «Тейлөөнүн оперативдүүлүгү» жана «Коопсуздук» көрсөткүчүн киргизүү

керектелет. Ишкана үчүн дагы бир маанилүү «Сырткы көрүнүш» көрсөткүчү. Кардар имараттын сырткы көрүнүшүндөн ишкана боюнча: азык-түлүк коопсуздугу, жабдыктар жана шаймандардын тазалыгы, тейлөө кызматкерлеринин кийимдери, кызмат көрсөтүүлөрдүн сапаты ж.б. критерийлери боюнча түшүнүктөрдү кабыл алышат.

Коомдук тамактануу ишканалардын атаандаштык көрсөткүчтөрүнө баа берүү критерийлери жалпыланып, төмөндөгү таблицада (табл.2) берилген.

2 - Таблица. Коомдук тамактануу ишканаларында кызмат көрсөтүү атаандаштыкка баа берүү көрсөткүчтөрү

Жалпыланган көрсөткүчтөр	Жалпыланган көрсөткүчтөрдү сыпаттоо
Ассортимент	Тамак- аштардын сапаты жана пайдалуулугу, кеңдиги жана түрдүүлүгү, кызмат көрсөтүүлөрдүн түрдүүлүгү, сатып алуу мүмкүнчүлүктөрү
Тейлөө маданияты	Коомдук тамактануу ишканалардынын жетекчилери жана кызматкерлери жоопкерчиликтүү, сылык мамиле кылуусу жана өз ишин мыкты билүүсү
Коопсуздук (ишенимдүүлүк)	Айтылган кызмат көрсөтүүлөрдү так жана негиздеп аткаруу, санитардык- гигиеналык талаптарды жана эрежелерди сактоо
Тейлөөнүн оперативдүүлүгү	Керектөөчүлөргө жардам берүү жана тездик менен кызмат көрсөтүү
Сырткы көрүнүшү	Кызматкерлердин тыкандыгы жана маалыматтык материалдардын өзүнө тартуусу, имараттын фасадынын жасалгасы жана тазалыгы, жаңы технология жана жабдыктарды көрүү мүмкүнчүлүгү

Жогорудагы жалпыланган коомдук тамактануу ишканаларында кызмат көрсөтүү сапаты атаандаштыкка баа берүүдө ишкананын көрсөткүчтөрү жана ишканага коюлуучу талаптары негизинде кызмат көрсөтүү сапатына баа берүүгө болот. Ошондой эле, коомдук тамактануу ишканаларынын атаандаштыкка баа берүүдө ишкана топтору, класстары жана рыноктогу кызмат көрсөтүү өзгөчөлүктөрү эске алынышы керек.

3 - Таблица. Коомдук тамактануу ишканаларында кызмат көрсөтүү боюнча атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүнө баа берүү көрсөткүчтөр тизмеси

Ассортимент	1. Сунушталган тамак- аштардын кеңдиги жана түрдүүлүгү
	2. Тамактанууда жаңы тенденцияларды киргизүү (рационалдуу тамактануу, вегетариандык тамактануу ж.б.)
	3. Сунушталган тамак- аштын баланстуу жана сапаттуу болуусу
	4. Коноктордун каалаган жеринде кызмат көрсөтүү
	5. Кошумча кызмат көрсөтүүлөрдүн бар болуусу
	7. Сатып алуу мүмкүнчүлүктөрү
Тейлөө маданияты	1. Ишкана кызматкерлери жана кардарлары ортосунда ишеним жана өз ар түшүнүшүү атмосферасын түзүү
	2. Коомдук тамактануу ишкана кызматкерлеринин кардарларга сылык мамиле кылуу жана таалим-тарбиялуулук менен кызмат көрсөтүү

	3. Коомдук тамактануу ишкана кызматкерлери тарабынан туура эмес жана кем эсептеп алдоо иш- аракеттеринин болбоосу (кассалык эсептөөлөрдө, заказдарды алуу жана жеткирүүдө)
	4. Коомдук тамактануу ишканаларындагы кызмат көрсөтүү тыкандыгы жана тактыгы
Коопсуздук (ишенимдүүлүк)	1. Санитардык- гигиеналык талаптарды жана эрежелерди сакталышы
	2. Тамак- аш даярдоо технологиялык процесстердин жана конокторго кызмат көрсөтүү процесстеринин уюштуруу деңгээли
	3. Коомдук тамактануу ишканалары кардарларынын коопсуздук жана ишенимдүүлүк сезиминин бар болуусу
	4. Ишкананын кадыр- баркын жана брендин жаратуу
Тейлөөнүн оперативдүү үлгү	1. Коомдук тамактануу ишкана кызматкерлери коноктордун өзгөчө калоолорун камсыздоого багытталган иш- аракеттер
	2. Коомдук тамактануу ишкана тарабынын алынган заказдарды тез жана оперативдүү аткаруу
	3. Ишканалардын иштөө убактысынын ийкемдүүлүгү
Сырткы көрүнүшү	1. Коомдук тамактануу ишканасынын сырткы жасалгалоосу
	2. Имараттын жана залдын жасалгалоосу
	3. Ишкана кызматкерлеринин кийимдери жана тыкандыгы
	4. Прейскурант жана меню жасалгалоосу
	5. Бийлөө аянтчасы жана эстраданын, банкеттик залдын жана өзүнчө кабиналардын бар болуусу

Жогорудагы көрсөткүчтөр дээрлик бардык түрдөгү коомдук тамактануу ишканаларынын сапаттуу кызмат көрсөтүүдөгү критерийлери, ошондой эле, коноктор ар бир ишканадан талап кылган көрсөткүчтөр топтоштурулган.

Коомдук тамактануу ишканаларындагы атаандаштыкка баа берүүдө эмпирикалык изилдөөлөрдүн жыйынтыктары, статистикалык маалыматтарга таянуу менен бирге, тармактын ишкана кожоюндары, жетекчилери, коомдук тамактануу бөлүмдөрүнүн башкаруучулары жана кызматкерлери арасында сурамжылоо жүргүзүү аркылуу биринчи жолу жыйналган маалыматтарга таянуу менен ишке ашырылган.

2013- жылы Бишкек шаарынын чакан жана орто ишканалары арасында жүргүзүлгөн сурамжылоого ылайык, катышкан жетекчилердин 45% ы атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүнө баа берүү менен тааныш, ал эми 55% ы тааныш эмес экендиги белгилүү болгон. Ошондой эле, коомдук тамактануу ишканалары жетекчилери атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүн арттыруу эмес, сатууга негизделген концепцияга көбүрөөк басым жасаганы аныкталган.

Бул жагдайлар коомдук тамактануу ишканаларынын өнүгүшүнө, сапаттуу тамак-аш жана кызмат көрсөтүүлөрдүн өнүгүшүнө тооскол болууда.

Ошондой эле, жүргүзүлгөн сурамжылоонун жыйынтыгында, коомдук тамактануу ишканаларынын атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүн жогорулатууда таасирин тийгизген факторлор аныкталган. Мисалы, коомдук тамактануу ишканалардын ичинен барлар үчүн материалдык эмес (кызмат көрсөтүү жана атмосфера) көрсөткүчтөрү эң маанилүү болсо, ал эми ашканалар үчүн карама- каршы көрсөткүчтөр материалдык товар (тамак- аштар) саналат.

Сурамжылоого катышкандардын 42,3 жана 36,4%-ы кафелерге баруунун эң негизги себеби даярдалган продукциянын жана кызмат көрсөтүү сапаты, андан кийин жасалгалоо жана атмосфера көрсөткүчтөрүнүн таасирин белгилешкен.

Ашкана кардарларынын 81% ы даярдалган тамак-аш сапатын эң маанилүү фактор катары белгилешкен, муну ашканалардын негизги функцияларына далили катары айтууга болот, ал эми кардарлардын 15,6% ы ишкананын атмосфера жана кызмат көрсөтүү көрсөткүчтөрүн белгилешкен.

Сурамжылоого катышкан ресторан кардарларынын эң биринчи орунга ашканада даярдалуучу тамак-аштардын өзгөчөлүгүн (50% дан ашуун), экинчи орунга кызмат көрсөтүү (45% дан ашуун) жана үчүнчү орунга ресторандын жасалгоолосун (29% дан ашуун) белгилешкен. Ресторан атмосферасын кардарлар (53% ы) маанисиз жана төртүнчү орунда болгондугун айтышкан.

Жыйынтыктай турган болсок, коомдук тамактануу ишканаларынын атаандаштыкка баа берүүнүн көрсөткүчүн жогорулатуу ишкана максатына жетүү үчүн зор мааниге ээ. Ар кандай типтеги коомдук тамактануу ишканалары үчүн өздөрүнө ылайык жана туура иш аракеттерди жүргүзүү менен атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүн жогорулатуу ишкана максатына ылайык болот.

Колдонулган адабияттар

1. Решетов В.В. Методические подходы к анализу конкурентных преимуществ предприятия в рыночной среде[Текст] В.В.Решетов // Экономический анализ. - 2005. - №15. - б.27 –37.

2. Parasuraman, A., Leonard L. Berry, Valarie A. Zeithaml. (1988). SERVQUAL: Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing. Volume 64. №1

3. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент[Текст] / Г.А.Аванесова. - М: 2005.

4. Смагина И.Н., Смагин Д.А. Организация коммерческой деятельности в общественном питании [Текст] / И.Н. Смагина, Д.А. Смагин. -М.: 2005.