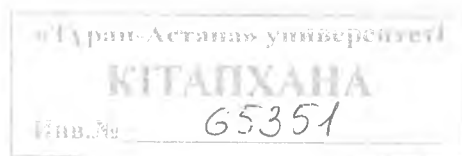


БАТЫРОВА Н.Т.

МЕЙРАМХАНА ІСІ

Оқулық



Алматы 2021

ӘОЖ 641/642 (075.8)

КБЖ 65.431 я 73

Б 27

Баспаға Қожа Ахмет Яссауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университетінің ғылыми - әдістемелік кеңесі шешімімен ұсынылған
(хаттама № 10, «20» мамыр 2021 жыл)

Рецензенттер:

Ахмедьярова М. – АМУ, э.ғ.д., профессоры

Мусабеков К. – Қ.А.Ясауи атындағы ХҚТУ э.ғ.д., профессоры

Нурымбетов Т.Я. – М.Әуезов атындағы ОҚМУ э.ғ.к., профессоры

Батырова Н.Т.

Б27 МЕЙРАМХАНА ІСІ: Оқулық туризм, экономика, мемлекеттік басқару, менеджмент, логистика және басқа мамандықтарының студенттеріне арналған.
Алматы: Лантра Трейд ЖШС, 2021. – 156 б.

ISBN 978-601-243-454-5

Оқулықта туризм экономикасының дамуындағы ерекше маңызға ие мейрамханалық істі ұйымдастыру проблемасының тереңдетілген теориялық мәнін түсіну мен негіздеуді қажет ететін мейрамханалық шаруашылықты тиімді жолдармен онтайландырудың экономикалық негіздерінің ерекшеліктері жан-жақты қарастырылған.

Оқулық жоғары оқу орындарының туризм, экономика, мемлекеттік басқару, менеджмент, логистика және басқа мамандықтарының студенттері мен магистранттарының мейрамханалық іс жайындағы білімдерін арттыруға арналған маңызды курс болып табылады.

ӘОЖ 641/642 (075.8)

КБЖ 65.431 я 73

ISBN 978-601-243-454-5

© Батырова Н.Т., 2021

© Лантра Трейд ЖШС, 2021

КІРІСПЕ

Меймандарды күту - қазақтың қанына сінген қасиет.

Келімді-кетімді кісінің жүріп – тұруын әрдайым ойлап тұрған абзал.

Н.А.Назарбаев.

Бүгінгі таңда мейрамханалық іс экономикамыздың дамуының әлуетті және болашағы зор салаларының бірі болып танылып отыр. Мейрамханалық іс – қонақтармен қарым - қатынаста қонақжайлық принциптеріне сүйенетін ықылас пен мейманшылдық таныту сияқты қызмет көрсету түрлерінен тұратын кәсіпкерлік түрі.

Қазақстанда, соңғы жылдар ішінде, мейрамханалық іс пен соған қатысты механизмдердің қалыптасуы жүзеге асырылуда. Туризм саласындағы өнімге деген сұраныс пен ұсыныстың механизмі жұмыс істей бастады және осы бағыттағы бәсекелестіктің бірінші белгілері пайда болды.

Қазіргі уақытта Қазақстанның мейрамханалық бизнесінде көптеген мейрамханалар әрекет етеді, жәнede олардың негізгі бөлігі үлкен әлуетті қалаларда шоғырланған. Сондықтанда олардың арасындағы бәсекелестікте осы жерде жоғарылайды. Осы күреске төтеп беру үшін, мейрамханалар көрсететін қызмет сапасын жоғарылатуы, бәсекелестік қабілетті бағаны ұстауы, жәнede басқа әдістермен әлуетті тапсырыскерлерді өзіне тартуы керек. Бұл саладағы зерттеулермен маркетинг айналысады.

Бүгінгі күнде мейрамханалық істегі менеджмент тақырыбы өте көкейтесті болып табылады. Қазақстандық фирмалар менеджмент саласында бірінші тәжірибелерін алуда.

Мейрамханалық істе басқарудың алатын орны ерекше. Бұл нарықты дер кезінде зерттеу, тапсырыскерлердің қажетсінуін айқын анықтау және бәсекелестердің қызметін тұрақты талдау өзінің мүмкіндіктерін дұрыс бағалауға және дұрыс стратегиялық шешім қабылдауға мүмкіндік беретінімен байланысты.

І МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІСТЕГІ СЕРВИСТІК ҚЫЗМЕТТІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

1 Мейрамханалық істегі сервистік кәсіпорындардың мәні мен қызметі

«Мейрамхана» ұғымы адамзат өркениеттілігі сияқты ескі ұғым. Оның өркендеуі, ел кезушілермен бір түйір нанды бөліп жеудің ертедегі дәстүрінен бастап мейрамханалық бизнестің қазіргі көпфункционалды конгломераттар қызметімен аяқталады.

Мейрамханалық істің бірінші кәсіпорындары – "таверналар" – туралы еске алуларды ғалымдармен көне дәуірге жатқызылатын манускриптерден (қолжазбалардан) табуға болады. Таверналар, көбінесе «азғындар үйлерінің» функциясын орындай отырып, күдікті атақтарға ие болды.

Қазақстан – жүзден астам ұлты бар, мейман күткіш республика. Мейрамханалардың тарихы ежелден өзінің тамырларымен қонақты қабылдау әдеті мен салт-дәстүрінен басталады. Қонаққа әрдайым ерекше көңіл бөлінетін, ол төрде отағасының оң жағында отыратын.

Мейрамханалардың қарқынды дамуы Ұлы Жібек Жолының пайда болуынан басталды. Ежелден және Ортағасырларда Жерортадан Қытайға дейін Еуразияны қиылысқан керуен жолдарының жүйесі халықтың сауда және мәдени байланыстарының пайда болып, дамуының қайнар көзі саналды. Бұл жерлерде ірі сауда орталықтары тұрғызылған болатын, сондықтан да әр түрлі елдерден саяхатшылар келетін. Барлық саяхатшыларды киіз үйге сыйғызу мүмкін емес болды, сол себептен, тұрақты аулалар, мейрамханалар пайда бола бастады. Аулаларда ең қажетті қызметтер: орналастыру, тамақтандыру, су беру қызметтері көрсетілген. Сауда жолдарында керуен-сарайлар салынып, түйе мен жылқылар үшін арнайы жайғастыру пункттері болған.

Саяси жағдай дипломаттар мен саудагерлерге жол жүру кестесін таңдауды анықтап берді. Бұның өзі туризм мен мейрамханалық бизнестің пайда болуына себеп болды. Қалалар өздерінің базарларымен көріне бастады. Минералды сулары бар жерлерде – санаторийлер тұрғызылды. Емдік туризмінің Қазақстанда дамуымен байланысты таулы туризмнің рөлі зор, яғни маңызды болып туристерге арналған түнеу объектілері салына бастады.

Республикамыздың мейрамханалық бизнесіндегі көптеген көркем жерлерінде туристік базалар салынды. Жыл сайын мейрамхана мен мейрамханадағы орындар санына қарағанда, қызмет көрсетудің орналастыру құралдарының қосымша түрлеріндегі орындар саны тез өсе бастады. Әуелі, мейрамханалық бизнесіндегі орналастыру құралдарының негізгі және қосымша түрлерін шектеу мүмкін емес болды, мейрамханадағы сияқты, жалға берілетін жеке пәтерлерде де сондай қызметтер көрсетіледі.

Жаңа туризм мен мейрамханалардың Қазақстанда пайда болуы ХХ ғасырдан бастау алады.

Мейрамханалық бизнесіндегі мейрамхана бизнесін, туристік бизнесі, сондай-ақ туризм мен мейрамханаларды бөліп қарастыруға болмайды, керісінше, оның маңызды құраушылары ретінде жүреді.

Соңғы кездері мейрамханалық бизнесіндегі мейрамхана бизнесі әлемде пайдалы бизнестің біріне айналды. Ол өзімен қоса туризмді дамытады. Ал туризм болса, әлеуметтік тұрмыстық инфрақұрылымның салааралық кешені ретінде әлемдік экономикада басты рөлді алады, әлемдік ұлттық өнімнің 1/10 бөлігін қамтамасыз етеді. Сондықтан да алдағы кезеңде оның ең маңызды факторына айналмақ.

Мейрамхана бизнесі мейрамханалық бизнесіндегі және туризм индустриясының құрамды бөлігі болып табылады. Туризм индустриясында қызмет көрсету маркетингінің орналастыру құралдары маңызды орынға ие болған.

Мейрамханалық бизнесіндегі дамыған бәсекелестік фирмалардың пайдалылығын төмендетеді деген пікір тараған, өйткені көбінесе қосымша бірқатар шығындарды талап ететін жаңа қызметтерді әзірлеуге, жарнамаға жұмсалатын шығындарды көбейтуге тура келеді. Дегенмен бәсекелестік артықшылық барлық уақытта пайдалылықтың қысқаруымен қатар жүрмейді. Ең маңызды бәсекелестік артықшылық фирманың экстенсивті дамуының есебінен жүзеге асырылмайды, ал оның қолданудағы құралдарының тиімді пайдаланылуын жоғарылатымен жүреді, яғни шығындарды төмендетумен, қызметкерлердің кәсіптілігін жоғарылату жолымен менеджментті жақсартумен және т.б.

Ұзақ жолда әр баланың көңіл-күйіне, тамақтану жағдайына көңілді демалысына бар ықыластарын аударып, қамқорлық етуі, мейірімді, жылы жүзді қарым-қатынастары, ұстаздарға деген құрметі

өздерінің атқарып жүрген жұмыстарының білімді, білікті, білгір мамандары екенін танытты.

Қонақасы (дәстүр). Қонақ келсе үйіне Жалғыз қойын соятын, Барын алға қоятын, Біздің халық ер халық. Халқымыздың тарихи әлеуметтік, тұрмыстық жағдайындағы ерекше қымбат дәстүрі мейманшылдық. Үйіне келген қонақты құрметпен қарсы алып, мал сойып қонақасы беру жомарттықтың, елдіктің, азаматтықтың үлкен белгісі. Қазақ семіз қойын, басқа да жылы жұмсақ тағамдарын қонаққа әдейі сақтап «қонақ келеді» деп күтініп отырған. «Құдайым би қылмасаң да би түсетін үй қыл» деп тілек тілеген қазақ үйіне қонақ түскенді мәртебе, бақыт санаған. Қазақтың әр үйінде «қонақтың ырыздығы, несібесі бар» деген ұғым қалыптасқан. Халық дәстүрінде қонақты үйге түсірмеу немесе дұрыс қонақасы бермеу, үлкен айып болып саналады.

Мейрамханалық істегі әлемнің барлық елдерінде үйге қыдыра келген бейтаныс немесе туыс кісілерге ерекше назар аударылып, аса зор құрмет көрсетіледі.

Рим империясы кезінде мейрамханалық бизнесіндегі керуен сарайлар мен таверналар барлық жерде пайда бола бастады. Керуен сарайлар, әсіресе барлық басты, үлкен жолдарда, іскерлікпен тұрғызылды және өз уақыты үшін ыңғайлы болды. Олар жуық шамамен бір – бірінен 25 миль жерлерде орналасты, бұл үкіметтік шенеуніктер мен хабаршылар, шабармандар жолда қатты шаршамауы үшін, олардың әрқайсысында демалуы үшін жасалынды.

Ерте римдік керуен сарайлар қожайындарын өз уақытының Конрадтары, Хилтондары деп атау қиын шығар. Олардың азаматтық құқықтары болған жоқ. Бұл бизнеспен айналысушылардың моральдық ұйытқысына күмән келтірілген жоқ.

Кәдуілгі таверналар күнәлер қордасы деп есептелінді және онда қарапайым халықтан өзге, әбден азған ақсүйектер ғана кіретін еді, ал жоғары топқа жататындар қоғамдық моншаларда демалуды қалады.

Ерте Персияда түйелермен, үлкен керуенмен жолаушылады. Шатырларда немесе керуен сарайларда түнеді – оларды мейрамханалер кешенінің прототипі деседе болады.

Англияда керуен сарайлар саяхаттаушыларға бағдарланды. Сол жылдардағы адамдар мен саяхаттаушылар патша сарайымен немесе шіркеумен байланысты болды. Саяхаттаушылардың көбісі миссионерлер немесе дін қызметкерлері және қасиетті жерлерге

саяхат жасаушы пилигримдер еді. Әрине, барлық керуен сарайлар осы адамдарды тамақтандыру арқылы жақсы табыс табуға ұмтылды.

Орта ғасырларда адамдар көбірек жолаушылай бастады және керуен сарайлар саны көбейіп, ондағы қызмет көрсету дәрежесіде жоғарылай бастады. Көптеген жолаушылар аухатты, ақшалы адамдар болғандықтан, бұл қызмет көрсету саласының да өркендеуіне әкелді.

Бай адамдар, ол кезде, өзінің меншікті мезіретін құра отырып, үйде тамақтануды дұрыс көрді. Сондықтан байлар ұлан-асыр той жасап, онда жүздеген қонақтарға қызмет көрсетілді. Тойларда қызмет көрсетуді «кемсітушілік» деп атауға болатын, өйткені әртүрлі шендегі қонақтарға әртүрлі ас берілетін. Жоғары ақсүйектер әрине тамақтың ең жақсы кесектерін алды.

Әншейінде, әрбір тамақтануға ондаған астың түрлері дайындалып, өте ұқыпты ыдыстар жайылды, бірақ оларды ішіп-жеу рәсімдік жолмен өтпей, тағылық, дөрекі әдістермен өтті. Шанышқының ролін қолдың саусақтары атқарды, майлы сорпаға қол салынып ішінен ет кесектері саусақпен алынып желінді. Пышақ екі қызмет атқаратын: онымен кесетін және онымен жейтін. Тамақты ағаш тақтайлардың үстіне салып немесе өте қатып қалған нан кесегінің бірдей кесілген түйірлері үстіне қойып жейтін.

Орта кластың өкілдері үшін таверналар болды, оларда жалпы столға отырғызылып кезекші тағамдар берілді: ет пен көкөністерден жасалған ашы рагу. Асшеберлік сапасы шектеулі болды, қазанға өте арзан өнімдер түсетін. Жас ет өте сирек кездесетін, көбіне иістенген еттен қолданылды. Оған қосылатын дәмдеуіштер еттің иісін кетіре алмайтын. Еуропадада кофеханалар ашыла бастады. Бастапқыда қоғам бұл сусынды қабылдамады және оны «таза еместер сусыны» деп атады. Тек қана папа Клементенің тұсында, 8 ғасырда кофе христиандар сусыны статусын алды. Ал келесі ғасырда кофеханалар бүкіл Еуропа бойынша саңырауқұлақтар сияқты өсе бастады.

Мейрамханалық ісіндегі өзінің әйгілілігіне қарамастан, кофеханаларды жақтамаушы қарсыластарда табылды. Әйелдер оны өте жек көрді, өйткені кофеханаларда басқа қоғамдық мекемелер сияқты көбінесе ер адамдар компаниясын жинады. Әйелдер билік басындағыларға қарсылық хаттарын жазып, барлық күнәлерге кофеханалардың кінәлілігін білдірді, бірақ бұның бәрі босқа қалды, кофеханалар одан әрі өркендей бастады.

Кәдуілгіде кофе пиала типті шыны аяқтармен берілетін, олар қазіргі кофе беруге арналған шыны аяқтарға қарағанда үлкен мөлшерде болатын. Кофеханалар өзінің компаниялық атмосферасымен әйгіленді: ол жерде қолға шыны аяғыңды ұстап, хош иісті сусынды іше отырып, стол басындағы басқа келермендермен әңгіме – дүкен құрып жақсы уақыт өткізуге мүмкіндік болды.

Бүкіл Еуропаның үлкенді-кішілі қалаларында кофеханалар гүлденіп өркендеген кезде, дилижанспен саяхаттаудың әйгілілігінің өсуі жол бойындағы мейрамханалық бизнесін революцияландырды. Жол ұзақ болған сайын, қатып қалған жолда селкілдеп-солқылдап жүру де қиын болды, сондықтан жолаушыларға жол бойындағы керуен сарайлар өзінің дәстүрлерімен өте ыңғайлы еді – сол уақыттың өлшемімен бұл өте бірегей құбылыс деп есептетінді.

Ауылдық жерлерде бір керуен сарай барлық жолаушыларға қызмет көрсететін. Әлеуметтік айрықшылық қатаң сақталды – аухатты кісілерге асханада немесе өзінің бөлмелерінде қызмет көрсетілді. Кедейлер әдетте керуен сарай қожайынымен және оның отбасымен бірге асүйде тамақтанды. Оларға таңдауға күқықсыз қарапайым астар берілді, бірақ олардың бағасыда өте төмен еді. Аухатты кісілерге қожайынның қоржынындағы бар өнімдерден, өзіне арнайы тағамдар дайындауға тапсырыс бере алатын еді. Кәдуілгіде, қожайын аты осы регионға тараған жергілікті тағамды ұсынатын.

Континентті Еуропада керуен сарайлар, барлық көрсеткіштері бойынша, ағылшындардікінен қалыс қалатын. Жабдықталу жағына соншалықты күй таңдамайтын ағылшын саяхатшылары, Еуропада болған кездерінде, ағылшындардың керуен сарайымен салыстырғанда, ерекше бишарашылық жағдайдағы керуен сарай жағдайларынан үрейленіп кететін. Тіпті, сол уақыттың өзінде өзінің жоғары асшеберлік стандарттарымен әйгілі болған, Франциядада, керуен сарайлар тамақтың өте төменгі сапасымен және жиіркенішті шыбын-шіркейлердің орасан зор көп болуымен ерекшеленді.

Ерте ғасырда, тіпті орта ғасырдың өзінде микробтар мен гигиена туралы соншалықты ешкім ойланyp жатпайтын. Тағамдар сөрелерде сақталатын, көбінесе еденге құлапта жататын. Тағамды қалай сақтау керек екенін, қандай жағдайларда және қандай температурада сақтау керектігін ешкімде білмейтін. Осының нәтижесінде мүмкіндікті жұқпалы аурулардың бәрі бірінен екіншісіне, бай мен кедей арасындағы айырмашылықты ескерместен, беріліп отырды.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Алғашқы тамақтану орындары туралы мәлімет беріңіз.
2. Европадағы мейрамханалық істің даму тарихы туралы айтыңыз.
3. Әлемдегі халықаралық шынжырлы мейрамханалар ісі және олардың географиялық таралуы бойынша мәлімет беріңіз
4. Туризмде мейрамханалық кәсіпорындары туралы мәлімет беріңіз және қосымша орналасу кәсіпорындарын атаңыз
5. Мейрамханалық іс туралы жалпы түсінік беріңіз және анықтамаларын келтіріңіз
6. Мейрамханалық іс ерекшеліктерін атап түсіндіріңіз
7. Мейрамханалық іс басқа кәсіпорындардан айырмашылықтарын атап қысқаша түсіндіріңіз.
8. Мейрамханалық іс қалай жіктеуге болады?

2 Мейрамханалық істегі сервистік қызметтің даму тарихы

Француз революциясы жуық шамамен, америкалық колониялардың тәуелсіздіктері үшін соғысты бастаған кезімен қатар келді. Француз революциясы адамзаттың аспаздық дәмнің даму бағытының өзгеруіне ықпал етті.

Ұлы Француз революциясы болған кезде, Париждегі мейрамханалар кәдуілгі құбылыс болатын.

М.Буланже, "мейрамхана әкесі" Баель көшесінде тәулік бойына жұмыс істейтін таверна ұстады. Басты тағамы көже болатын, ол оны *restorantes* деп атады (беріктендіруші, күштендіруші), "ресторан" (мейрамхана) атауы осыдан шыққан.

1782 жылы Ришелье көшесінде бірінші, нағыз мейрамхана "Гранд Таверн де Лондр", ал үш жыл өткеннен соң Пале-Росльға жақын жерде – тағы бір мейрамхана "О Труда Фрер Прованс" ашылды. 1794 жылы, сөздің шын мәнінде Париж көшелерінде кесілген бастар домалаған кезде, ол жерде бес жүзге жуық мейрамханалар болған. Сондықтан мейрамхана Француз революциясының өнертабысы деп айту дұрыс еместеу, дегенмен ары қарай француз мейрамханаларының тағдырына көз салсақ, шынындада соның арқасында мейрамханалар идеясы бүкіл әлемге таралды деуге болады. Францияда ақсүйектер үйлерінің ең сенімді аға – аспазшылары ғана қалды, ал басқаларын революция дауылы бүкіл Еуропаға бетімен жіберді. Көп аспазшылар мұхитты кесіп өтіп

Америкағада жетті, ең бастысы Новый Орлеанда – Новый Светтің жалғыз, нағыз француз қаласында. Олардың барлығы дерлік мейрамханалық бизнеспен айналыса бастады.

Француз асшеберлері өздерімен бірге француздың аспаздық дәстүрлерін әкелді. Шамалыдан соң американдықтардың дәмсіз тамақтарына қышқыл дәмді тұздықтар дәм кіргізді. Басқа елдерде француздың аспаздық өнерінің эффектісін сезіне бастады, және көптері олардың кейбір принциптерін қабылдады. Бұл қатарға жатпағандар тек италиандықтар еді, олар өздерін күшті аспаздық дәстүрдің мұрагерлеріміз деп және тіпті француз тамақтарының түбірі италяндықтардан шыққан деп есептейді.

Француз тамақтары, басқаларға қарағанда оның алдында міндетті, екі елмен сөзсіз қабылданды деп айтуға болмайды, - Ұлыбританиямен және Құрама Штаттармен. Француз тағамы әрине барлық жағынан ағылшындықтардікінен басым түсті, ағылшын аспазшылары әрине осы арқылы өздеріне қауіп төнгенін сезініп, бірденнен дәстүрлі ұлттық аспаздықты қорғауға кеуделерін тосты, сөйтіп өжеттік шовинизмді көрсетті. Дәстүрі жоқ АҚШ-да, пуритандар оданда асып түсті, олар француз тамақтарын күнәлі деп жариялады, сондықтан Франциядан келген қоныс аударушылар аспаздық дағдыларын өзінде қалдыруға мәжбүрлі болды.

1800 жылы ағылшындар өзінің француз көршілерінен олардың мейрамханалық бизнесіндегі мейрамханалық тұжырымдамаларын шын ниетпен қабылдай бастады. Ағылшын мейрамханасы ұлыландырылған мекемеге айналды – жоғары тағамдар, жоғары әшекейлік, жоғары қызмет ккрсету әлемі болды. Ол жерде тамақтануға көп адамның мүмкіндігі болмады.

Еуропадағы мейрамханалық бизнесіндегі мейрамханалар гүлденіп, өркендеуін жалғастырды. Бай мейрамханаларда ас үйі ұсына алатын тағамдардың барлық тізімі келермендерге берілді. Мезірет дәуірі басталды.

Американдықтар барлық уақытта әрбір адамның тапсырысын қанағаттандыра алуымен ерекшеленеді. 1848 жылы Нью-Йоркте қоғамдық тамақтану нүктелерінің өзіндік иерархиясы болды. Бұл пирамиданың ең төменінде "алтышенсті жалмаушылар" тұрды. Одан бір саты жоғары үлкен сырбаздыққа ұмтылатын мекемелер тұрды, оларда келермендерге мезірет ұсынылды, ол мезіреттің шегінде бағасы туралы дерек пен басқада аспаздық «ерекшеліктер»

ескертілген және даяшылар уақыт бойында столдарға өте жақын келіп келермендер өтінішін біліп кетіп жүрді.

Дельмонико атақты кәсіпорыны американдық мейрамханалардың тізімінің бастаушысы болды. Ұзақ уақыттар бойында олар Құрама Штаттардың жалғыз қымбат және барынша ақсүйектікті мейрамханалары болып қалыптастырды.

АҚШ-да, басқа елдердегідей сияқты, мейрамханалық бизнесіндегі қоғамдық тамақтанудың қалалық орындары үлкен дәрежеде, енді жол бойындағы таверналармен қанағаттануға тура келетін келушілерге қарағанда, жергілікті тұрғындарға бағдарланған болды. Қажеттіліктен ғана емес, рахаттану үшін үйден тыс жерде түстену дәстүрге айнала бастады.

XIX ғасырда мейрамханалық бизнесіндегі, оның осыған дейінгі бүкіл тарихындағыға қарағанда, көбірек жаңалықтар пайда болды деп айтуға болады. Бұрын тек қана ерлердің компаниясын жинайтын, батыс әлемінің мәртебелі мейрамханаларында, енді әйелдерде түстенетін болды. Соншалықты қамтамасыздығы жоқ халықтың бөлігі, қуырылған ет немесе балықтан жасалған тағамдар берілетін, еркін достық жағдайда түстенуге болатын, шағын мейрамханалардың келермендері болды.

Сонымен қатар XIX ғасырда мейрамханалық бизнесіндегі қызмет көрсетудің жаңа стилі пайда болды – бұл швед столы еді. Ол бізге қатаң Скандинавиядан келді, ол жерде викингтер мен орман кесушілер, балықшылар мен аңшылар тұрады.

Бұл өте үлкен, бірақ тұрғындары аз елде адамдар келесідей жағдайларда жиналатын: тіл мейрамдарында немесе Рождествода. Жалынды бітелі қаңылтыр банка үйдің алдына қойылатын, ол алыс жерлерден, әртүрлі уақытта келетін қонақтарға арналған еді.

Стол әдемі дастарханмен және гүл шоғымен әрлендірілді. Оның бір шетінде тарелкалар, шанышқылар, пышақтар және бокалдар тауы үйіліп тұрді. Екінші шетінде – суық тағамдар. Әншейінде, сельдь, ысытылған қуырылған балық, картоп пен пісірілген көкөністерден жасалған салаттар, тұздалған қияр, пісірілген жұмыртқа, қуырылған суық ет, кептірілген жемістерден жасалған компот, тәттілер және, әрине, нан берілді. Тамақтар майда етіп кесілетін. Олардан сүйектері, сырт қабығы, қабыршақтары, дәнектері алынып тасталатын. Аспаптар азырақ қолданылуы үшін, тағамдар көбінесе жеңіл тамақ түйірлері түрінде немесе тұтас бутербродтық торт түрлерінде берілді.

Кішкентай мөлшерлі түйірлер тәбетті ашып, ал жеңіл тағамдар түрлерінің көптігі тоюға әсер етті. Қонақтардың әрқайсысы өзіне-өзі қызмет көрсетті, өзінің қалауынша, қажетті мөлшерінде алып жеді және ерте бастан орын сайланбағандықтан, ыңғайлы орындарда ұнамды кісілермен әңгіме-дүкен құруға мүмкіндік болды.

Швед патшасының көрші территорияларды басып алу шамасына қарай, олардың қарсыластарының тағамдары швед столынан орын ала бастады.

Нарва мен Полтава түбіндегі шайқастан соң швед столында сорпалар пайда болды. Орыс щіі, шведтер дәмдіктерімен тұздықталып, аптасына бір реттен кем емес экзотикалық тағам ретінде беріліп отырды. Бефстрогандар мен картоп салаттары "алярюс" жергілікті мезіретте тұрақты орын алды.

Ақырында, 1810 жылы швед ас үйі үшін тағдырлы болған уақиға болды. Француз маршалы Жан Батист Бернадот Наполеонға өзінің қызметтен кетуі туралы өтініш жасады, сөйтіп швед әскерін бұрынғы басшысына қарсы басқарды, швед тағына патша Карл XIV Юхан атымен шықты, ал көптеген жылдардан соң швед ас үйіндегі сәнділіктің заңгері болды. Сарайда жаңа француз аспазшылары, ал зиялы қабылдаулар мен рауттарда жаңа тағамдар пайда бола бастады, шведтерде барлық талғампаздық пен нәзіктікке дәмділік туды.

Мейрамханалық бизнесіндегі Швед столындағы соңғы жаңалықтардың бірі – дәм енгізгіштер мен шөптерді қолдану шығыстан келген жаңалық.

Жылдан жылға шведтер ас үйі мен олар ойлап тапқан швед столы өте әйгілі болды. Бүкіл дүниежүзінің мейрамханалық бизнесіндегі көптеген мейрамханалары қызмет көрстеудің осы әдістерін пайдаланады, және қонақтардың қажетсінуі мен әдеттерін қанағаттандырады.

Кесте 1. Қонақжайлылық индустриясының ХІХ-ХХ ғ.ғ. даму жолдары

Жылдар	Іс-шаралар	Алғы шарттары	Ескертпелер
	Бостонда елдегі алғаш рет «Тремонт» - атты І-ші кластағы коридорларымен, тіркеу бөлмесімен (регистратурасымен), нөмір есіктеріндегі	Қонақжайлылық индустриясының шапшаң дамуына алып келген көліктің тез арада қайта құрылуы, саяхатшылардың өсуші сұраныстарының	АҚШ-тағы мейрамхана мейрамхана бизнесінің Шығыс жағажайды, содан Орталық Батысты, кейін Батыс және

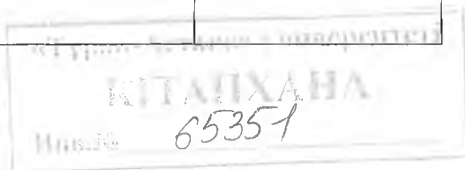
1829	<p>құлып-кілттерімен, конақтар үшін тегін іс сабын берілетін мейрамхана ашылды.</p> <p>Америкада орталықтандырылған жылу жүйесі бар мейрамхана салынды.</p> <p>Әлемдегі ең бірінші 6 этажды биік құрылыс АҚШ-та мейрамхана ретінде салынған.</p>	канағаттандырылуы.	<p>Оңтүстік аймақтарын жаулап алған дамушы бастауышы ретінде қабылданды.</p> <p>Американдықтардың тек қана техникалық жаңалықтарды ендіруге ғана емес келушілердің жағдайын жақсартуға ұмтылушы ретінде атағы шықты.</p>
1854	Англияда алғашқы рет саяхатшыларға және туристерге арналған мейрамханалар мекен-жайы туралы анықтама кітапшасы шығарылды.	Саяхат бюроларының құрылуы, әртүрлі мейрамхана шаруашылық кәсіпорындарының және ресторандық бизнестің пайда болуы неше түрлі елтанушы анықтама кітапшаларының және жолкөрсеткіштердің шығарылуына әсер етті.	Әйгілі кітапшығарушы Дж.Мари саяхатшылар үшін Handbooks қолайлы түрінде анықтама кітапшаларын шығара бастады. Олардың ішінде өте көркем және тартымды етіп елдің көрнекі жерлері көрсетілген және көптеген пайдалы ескертпелер берілген.
1883	Лозаннада (Швейцария) конақжайлық индустриясына мамандар дайындайтын бірінші мектеп ашылды - The Ecole hoteliere de Lausanne.	Дамушы конақжайлық индустриясына және туризмге байланысты осы салада жұмыс істейтін мамандарды дайындау мақсатында мамандандырылған білім беру жүйесінің құрылуы туралы проблема өсті.	Мұндай оқу орындарының құрылуына итермелеуші Швейцария болды, өйткені ол көптеген шетел саяхатшылардың келуіне байланысты конақжайлық жүйесіндегі

			мамандардың жетіспеушілігінде қатты қиналды.
1908	Элсворт Статлер Буффалода «Буффало Статлер» атты мейрамхананы ашады.	Кәсіпкер және коммерсанттарға арнап мейрамхана салынуының басталуы. Барынша көп қолайлы жағдай жасауға негізделген мейрамхана ісіндегі жаңа бағыттың басталуы.	Бірінші кездері мейрамхана секілділер әр елден келген, осы жерде жиналып бірнеше күн тұрып үйлеріне қайтқанда дәл осындай бірақ өзінің мекемесін салуды көздеген кәсіпкерлерге арналған.
1900 ж. соны	Демалыс курорттық мейрамханалардың өсуі. Курортты жерлерде темір жол арқылы келген демалушыларға жағдай жасау мақсатында оларға арнап мейрамханалар салына бастады	Темір жол көлігінің дамуы.	Демалыс кезеңдерде көптеген қала тұрғындарының экзотикалық аймақтарға демалуға ұмтылуы.
1910	«Хостель» атты бірінші жастар мейрамхананың ашылуы.	Жаңа университеттердің ашылуы барысында студенттер қатарының өсуі.	Бір бөлмеде бірнеше адамнан орналасып, аз жағдай жасалынған.
1925	Сан-Луис Обиспо (штат Калифорния) калифорниялық архитектор Артур Хайнеман автомобилистер үшін бірінші мейрамхананы – ммейрамхана салады.	Автомобильдердің пайда болуы. Туристер автомобильдік көлікті қолдана бастағанда мейрамхана бизнесі соларға қолайлы жағдайлар жасай бастады.	Автомобильдік көліктің дамуы жол жағасындағы тамақтану орындарының пайда болуына себеп болды.
1930 ж. басы	Алғашқы мамандандырылған спорттық-сауықтыру	Ұлы депрессия кезінде көптеген кәсіпкерлер келушілерге қызмет	Қарастырылған мекемелер ыңғайлы жерлерде ашыла

1930 ж. екінші жартысы	мекемелері ашылды. Туристік және альпинистік лагерьлердің, биік таулық бастырмалары, курорттық мейрамханалардың салынуы.	көрсетудің жаңа түрлеріне өтті. Сұраныста спорттық және сауықтыру туризмі болды.	берді, олардың салынуы көпшілікті болған жоқ.
1946	Лондонда мейрамхана басшыларының швейцариялық қауымдастығының бастауымен Халықаралық мейрамхана ассоциациясы (ХҚА) құрылды.	Қонақжайлылық индустриясының және туризмнің дамуы әртүрлі ұйымдардың бірлестігін талап етті. ХҚА мейрамхана қызметкерлері Халықаралық ассоциациясы (Еуропа, 1869ж.) және Халықаралық мейрамхана бірлестігінің (1921ж.) біріктірілері арқылы құрылды	ХҚА-ның халықаралық туризмнің дамуына маңызды үлесі 1981 жылы Халықаралық мейрамхана ережелерінің қабылдануы болды. Онда тұтынушы мен мейрамхана басқармасының арасындағы қарым-қатынастарының принциптері ашықталған, олар бүгінгі дейін пайдалануда.
1950	Мейрамхана ісінің ұйымдастырылуының екі негізгі моделінің қабылдануы. Бірінші модель – Ритц мейрамханалер жүйесі (Цезарь Ритцпен құрылған), екіншісі – «Холидей Инн» мейрамханалер жүйесі (К.Уилсонмен құрылған 1952ж.)	Шығындарды азайтуға ұмтылу мақсатында ең біріншіден жаңа мейрамханаінің ашылуымен және басқару үрдістерін жеңілдетумен байланысты, Америкада және Еуропада аты және жұмыс істеу әдістері ұқсас мейрамханаьдер пайда бола бастады.	Ежелгі қонақүй шынжырларының бірі Ұлы депрессияның алдында 1927 жылы К.Хилтонмен құрылған.
	Мейрамханаь мен ммейрамханаьдер жол бойындағы	Американдықтар автомобильдерге құмарланып кетті,	Сол кездері қызмет көрсету персоналының саны

	үйреншікті бөлігі болып қалыптасты.	сондықтан оларға түнеп шығатын қолайлы жерлер қажет болды, тіркеліп бір бөлме алып терезе түбіне көлігін қоятын.	100 бөлмеге 11 адамға дейін үнемделді. Қожайын жерде, құрылыста және пайдалану шығындарында үнемдеп, қонақтарға бөлменің арзандығы қолайлы болды.
1950-1960	1960 жж. Хилтон және Шератон аркасында франчайзинг мейрамханалардың және мейрамханаарындардың өсуі мен дамуының негізгі стратегиясы болды. 1970-1980жж. осы тенденция сақталды. Travelodge фирмасымен алғашқы рет серіктестік қолданылды. Осы жоспарға орай бір некелік жанұя мейрамханаарындарды бизнеске кіру мақсатында оның бағасының жарты құнын төлеген. Содан жұбайлар басқарушы ретінде жалақы алып, мекеменің кірістері компания мен олардың арасында теңдей бөлініп отырды. Жалға беру (лизинг) 1950-1960жж. зор	Темір жол көлігінің, автокөлігінің және әуежай транспортының дамуымен қоғам ықшамдала бастады. Бұл ықшамдық өз кезегінде мейрамхана ісіндегі кіші мекемелер индустриясын, әдетте жеке меншіктегі және тәуелсіздік негізде басқарылудағы, қазіргі заман индустриясына әртүрлі меншік және басқару түрлері бар – франчайзингке, серіктестікке, жалға беруге және келісім бойынша басқаруға трансформациялануына алып келді.	Франчайзинг жүйесі қонақжайлылық индустриясында Ritz Development Company нью-йорктік фирманың Ritz – Carlton аталу құқығын сатып алғанда 1907 жылы қолданыла бастады. Жалға беру компанияға және жалға берушіге нарыққа шығып онда тұрақтануды қамтамасыз етті. Мейрамханаарындар сату көлемінің пайыздық мөлшерінде жалға берілді, әдетте 20-дан 50 пайызға дейін.

	орасан сұранысты орын алды. Мейрамхана шаруашылығын мұндай әдіспен басқару әлі күнге дейін бар.		
1970	Таймшер («уақытты бөлу») индустриясының дамуы.	АҚШ-тағы пәтерлермен және үйлермен алмасу бағдарламасынан шыққан индустрия.	Таймшер демалыс орнын немесе пәтерді бір немесе екі аптаға сатып алумен анықталады. Пәтердің бағасы бірнеше иегерлердің арасында бөлінеді.
1975	Детроитте жаңа қонақүйлік кешеннің құрылысы бітті. 70-қабатты цилиндрлік башня жан жағынан төрт 30-қабаттылықтармен қоршалған. Осы бес құрылысты 4-қабатты подиум біріктірді.	Салалардың индустриалдануы, ауқымды ғылыми-техникалық жобалардың іске асырылуы, биік мегаполистердің туылуы, капиталдардың орталықтандырылуы және басқа бірқатар факторлардың орын алуы тұтынушылар мен мейрамхана иегерлерінің биік көпқабатты кешендерге деген қызығушылығын арттырды.	1990 жж. дейін әлемнің кейбір тукпірлерінде биік мейрамхана кешендерін салуға құмарлығы жалғассада мұндай биік кешендердің салынуы айтарлықтай төмендеді.
1970-1980	Әуежайвокзалды мейрамханалердің пайда болуы. Көптеген әуежайвокзалды мейрамханалер жеткілікті толықтырылады, өйткені ірі		



	аэропорттардан көпшілік жеке және топ құрылымындағы жолаушылар өтеді: іс сапарда жүргендер, демалушылар. Мұнда тоқтайтындардың кейбіреулері таңертеңгі немесе түнгі рейспен келгендер, біреулері бір жерге жету үшін басқа көліктерге ауысуымен байланысты.		
	Апартамент және «кондмейрамханаи» атты мейрамханалар көп сұранысқа ие болды.	«Кондмейрамханаыдер» құрылыстарының дамуы жылжымайтын мүлікке жаңа меншік «кондоминиум» түрінің пайда болуымен байланысты болды.	
1984-1987	Бірнеше компьютерлік брондау жүйесінің өңделуі: Sabre, Amadeus, Galileo	Компьютерлік брондау жүйелерінің тез арада сiңiсiп кетуi туристерге қызмет көрсету түрлерiн резервтеудiң глобалды жүйелерiнiң дамуына себепкер болды.	Ең жас компьютерлік брондау жүйесі болып 1990 жж. басында пайда болған WorldSpan жүйесі болып есептеледі.
1980-1990	Өте үлкен мейрамханаларға тұтынушылардың қызығушылығы, негізінен үлкен қалада тұруға деген құмарлықтары басыла бастады.	Оған себепшілер - өмірге қауіптілік тудыратын жол жылжулары, ауаның ластануы т.б. себептер	Адамдардың көпшілігі қалалық зәулім сарайлардан және көпбөлмелі пәтерлерден қала сыртындағы виллаларға және жаздық үйлерге көше бастады.
1989	Коксиде қаласында (Бельгия) мейрамхана бизнесі мектептерінің және қоғамдық	XX ғ. екінші жартысында ұлттық және халықаралық мамандандырылған	Қарастырылған Ассоциация қызметінің негізгі бағыттары болып:

	тамактану Ассоциациясы құрылды.	білім беру жүйесін қолдау мен даму сұрақтарымен айналысатын европалық және халықаралық бірнеше ұйымдар құрылды.	білім беру мекемелері мен мейрамхана және ресторандық бизнес мүшелерінің іскерлік қарымқатынастарын нығайту мақсатында жылсайындық конференциялар ұйымдастыру; оқытушылар үшін семинарлар және менеджмент бойынша европалық диплом алу мақсатында европалық емтихандар ұйымдастыру.
1990ж. басы	Көптеген елдерде мейрамхана индустриясының дамуы айтарлықтай басылды.	Бұл жағдайға барлық елдерді жаулап алған экономикалық басымдылық себепкер болды.	Ойландыратын экономикалық басымдылық қиын саясаттық және төмен қауіпсіздік жағдайға алып келді.
1992	Лас-Вегасқа 21,8 млн. адам барыпты, әр қайсысы орташа алғанда онда 3,3 тәулік күн болған. Нәтижесінде қалалық мейрамханаыдердің орташа толуы 83,9 пайызды құраған.		Қонақжайлылық бизнесіне инфрақұрылымның кішкене бөлігі болып Батыстың айтарлықтай кіріс-табыстары бар әдетғұрыптық казинолары кірді: мың бөлмелік мейрамханаыдер, ресторандар, кабаре, голь ойнайтын алаңдар.
Ескерту: автормен құрылған.			

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Алғашқы тамақтану орындары туралы мәлімет беріңіз.
2. Европадағы мейрамханалық істің даму тарихы туралы айтыңыз.
3. Әлемдегі халықаралық шынжырлы мейрамханалар ісі және олардың географиялық таралуы бойынша мәлімет беріңіз
4. Туризмде мейрамханалық кәсіпорындары туралы мәлімет беріңіз және қосымша орналасу кәсіпорындарын атаңыз
5. Мейрамханалық іс туралы жалпы түсінік беріңіз және анықтамаларын келтіріңіз
6. Мейрамханалық іс ерекшеліктерін атап түсіндіріңіз
7. Мейрамханалық іс басқа кәсіпорындардан айырмашылықтарын атап қысқаша түсіндіріңіз.
8. Мейрамханалық іс қалай жіктеуге болады?

3 Мейрамханалық істегі сервистік қызметті басқарудың функциялары мен құрылымы

Мейрамхана ісіндегі басқару функцияларын жоспарлауға, ұйымдастыруға, мақсатқа бағыттанушылыққа, үйлестік (тәртіп) пен бақылауға бөлуге болады.

Мақсатқа жету үшін мейрамхана кәсіпорындары динамикалық формадағы басқару функцияларын орындаулары тиіс. Ал табысқа жету үшін, мұны жоспар бойынша және үйлесімді істеулері істеулері керек. Бұларды орындауда қызметкерлер мотивациясы тәсілдері туралы ұмытпау керек, себебі ұйым мен оның әрбір қызметтерінің мақсаттарын біріктіру тек үйлесімді мотивацияда ғана мүмкін.

Бұл жағынан қарағанда, мейрамхана менеджерлері өздерінің басшылық міндеттерін орындауда мәліметтік байланыс рөлін ескеріп, өте қысқа байланыс каналдарын ең аз уақыт шығынымен пайдаланулары керек.

Жоспарлау

Жоспарлау – бұл алдын-ала белгіленген бір немесе бірнеше мақсатқа жету үшін қажет амалдар мен жолдарды алғаш анықтау және бекіту. Басқа анықтама бойынша, жоспарлау – бұл жетуге тиіс мақсаттарды анықтау, бұл мақсаттарға жету амалдарын, процестердің кезектілігін анықтау, яғни қандай да болсын іс-әрекет кім, қашан, қалай және қай жерде жүзеге асырады.

Кейде кәсіпорын мақсаттарына жету үшін жоспарлауда бірнеше альтернатив болуы мүмкін. Ең алдымен қайда және қалай жүруді

анықтау керек. Осы көзқарас бойынша жоспарлау дегеніміз мақсатты анықтайтын және оған қалай, қай жерде, қашан жетуге болатынын көрсететін іс-әрекет.

Жоспарлау күші мақсаттар бөлінетін топтарды анықтаудан және оларға жету жолдарынан тұрады. Мейрамхана табысы өзіне бөлме беруді, тамақты енгізетін тауарлар мен қызметтерді сатуға байланысты болады. Бөлменің, тамақтың және қызметтің түрі мен сапасы нарық потенциалын ескерудегі кәсіпорын басшылығының саясатымен анықталады. Одан әрі, басқару менюде көрсетілген тамақты жасау үшін, техникалық жарықтандыру, атмосфера, ұсынылған қызметтер үшін қажет материалдар мен азық-түлікті дайындау жоспарын жүзеге асырады, сонымен қатар қызметкерлер жөніндегі сұрақтарды, азық-түлік пен материалдарды табу мен аяқтау мүмкіндіктерін, сатып алу ерекшелігін шешеді.

Барлық мақсаттарды анықтағаннан кейін қызметкерлер арасында функцияларды, уәкілдіктерді және жауапкершілікті бөліп беру сатысы басталады. Уәкілдік пен жауапкершілік қызметкерлердің іскерлігіне, тәжірибесіне, өнімділігіне қарай бөлінеді.

Мейрамхана басшылары кәсіпорынның өмір тіршілігін жалғастырып, үздіксіз жұмыс істеуіне жауапкершілікте болады. Басшының кәсіпорынның келешек сұрақтарын, қайда бағыттталатынын, келешекте қандай көрсеткіштер көрсететінін болжай білуі жауапкершіліктің маңызды бөлігін құрайды. Сонымен бірге, ертеңгі күнге сеніммен қарайтын және болжай білетін қасиеті бар басшылар өте аз, немесе күнделікті міндеттерден және ескішілдіктен шығып кете алмайды, және осылар оған маңызды сұрақтармен қоян-қолтық айналысуына кедергі келтіреді. Осы жағынан қарағанда, ертеңгі күнге сенімсіз басшылар кәсіпорынның келешекте дамуы жөнінде қабылданған шешімдердің жүйелі зертеуі қажеттігін сезінеді. Мейрамхана бизнесінің ерекшеліктерін ескергендегі жоспарлау осылай жүргізіледі.

Мейрамхана басқарушысы жоспарды белгіленген, оны орындай бастасаң болды ойлауы мүмкін.

Алайда ұйымдық және қоршаған орта жағдайларының тез өзгеруі жоспарларды қайта қарап, жаңа жаңдайларға лайықтап істеуге мәжбүрлейді. Жоспарда түзегуге мәжбүр ететін факторларға жаңа заң немесе қаржы жинақтарды, және экономиканың мейрамхана саласындағы әртүрлі өзгерістер жатады.

Басқарушының табысы нақтылы мақсатқа бағытталған және жүзеге асатын жоспарлау арқылы болады. Жоспарлаудың маңызды бөлігі – басқарушының бұрынғы және қазіргі өнімділікті білуі. Басқаша айтқанда, бұрын кәсіпорын қандай болып еді, неге жетті және қазір ол қандай. Бұрынғы және қазіргі жағдайлар мен жайды білмеушілік ақталмаған шығынның, мақсатқа жету қиындығының және одан алыстап кетудің, қызметкерлердің үміті мен армандарының қыйраюның және соның нәтижесінде кәсіпорынның өзінің құруының себебі болады. Екінші жағынан, бұрынғы мен қазіргіні білу материалды дұрыс бағалауды, өнімділікті ұлғайтуды, бәсекелестікті және ұсынатын қызмет сапасын ұлғайтуды мүмкін етеді. Мейрамхана бизнесіндегі жоспарлау сатысын былай бөлуге болады. Басты мақсатты, кәсіпорынның өмір сүру мақсаттарын, өндірілетін тауарлар мен қызметтер түрін анықтау.

Мақсат бөлімшелерін, оларға жету мерзімдерін анықтау.

Мақсаттан тыс жолдарды табу, олар қалай, қашан, қайда және қандай уақыт аралығында жүзеге асатын болады.

Кәсіпорын қорларын анықтау.

Қаржылық – материалдық, уақыттық және әлеуметтік көзқараспен альтернативті салыстыру.

Жүзеге асыратын альтернативті таңдау.

Жоспарлау жұмыстары өзінде келесі сипаттамаларды алып жүреді:

- Жоспар бойынша кәсіпорын мақсаттары ең аз шығынмен жету керек, жоғары табыс алу керек.
- Жоспарлау оралымды болуы керек, сыртқы және ішкі жағдайлар арасындағы үйлесімдікті қадағалау керек.
- Жоспар үнемшіл болуы керек.
- Жоспарлар қысқа, орташа және ұзақ мерзімді болуы керек.
- Өздерінің болашаққа бағыттанушылығына байланысты жоспарлар келешектегі белгісіздікті барынша азайтулары керек.
- Жоспарлар уәкілдікті екінші кісіге тапсыруды жеңілдетуі керек.
- Жоспарлар үйлестікті қамтамасыз етуі керек.
- Жоспарлар бақылауды жүзеге асыратын стандарттарды жасауы керек.
- Жоспарлауға кеткен шығындар жоспарлау нәтижесінің пайдасынан асып кетпеулері керек.

Мейрамхана бизнесінің ұйымдық құрылымы әртүрлі бөлімдерден тұрады, және олардың әрқайсысы тауарлар мен қызметтерді ұсынудың өзгеше түріне маманданады. Жоспарлау ұйымдық құрылым иерархиясының кейбір бөлімдерінде өткізілуі мүмкін. Бұл сатыда осы бөлімдердің әртүрлі бөлімдері және бөлімшелерінің жоспарларының келісушілігі керек. Жоспарлау бойынша бұл жұмыс жоспарында мейрамхана бизнесінде нақты екі амалға бөлу керек: тактикалық және стратегиялық жоспарлау.

Тактикалық жоспарлау – бұл барлық кәсіпорын мен оның бөлімдерінің күнделікті іс-әрекетімен байланысты жоспарлау.

Стратегиялық жоспарлау – бұл кәсіпорынмен бақыланбайтын сыртқы факторларды ескере отырып, кәсіпорынның дамуы мен ұлғаюына әсер ететін ұзақ мерзімді жоспарлау.

Сипаттамалардан көріп тұрғандай, стратегиялық жоспарлар тек жоғары басқару эшелондарымен ғана жасалады, осынысымен басқа формальды жоспарлардан ерекшеленеді. Міне сондықтан да стратегиялық жоспарлар – кәсіпорын тіршілігіндегі ең маңыздылары.

Бұдан басқа, стратегиялық жоспарлауда бұрынғы жұмыс тәжірибесін, оны талдауды, сонымен қатар кәсіпорынның үйлесімді хронологиясындағы келешек дамуын да ескеру қажет.

Ұйымдастыру

Басқару функциясының екінші сатысы болып табылатын ұйымдастыру қойылған мақсаттарды орындауда маңызды рөл атқарады. Ол басқарушының іс-әрекетіне әсерін тигізеді және нәтижесін анықтайды.

Ұйым – бұл қызметкерлердің жұмысын және уәкілдігін, олардың топтағы абыройын және олардың арасындағы мәліметтік байланысты көрсететін құрылым.

Басқа анықтама бойынша, ұйым – бұл әрекеттерді анықтау, өзара ұқсас жұмыс түрлерін біріктіру және оларды белгіленген адамдарға беру және үйлесімді тәртіп орнату.

Басқарушы жоспарлауды бітіргеннен кейін оларға жету жолдарын анықтауы керек. Бұл үшін кәсіпорынға қажет қызметкерлердің үйлесімді санымен сапасын, өндіріс құралдарын және басқа элементтерді қамтамасыз етуі керек. Бұдан басқа, қызметкерлердің міндеттерін, уәкілдігін және жауапкершілігін белгілеу керек. Осылайша кім, қалай және кімнен, қандай міндеттерді

орындайтыны анықталады. Бұл кезеңде қандай да бір міндетті қабыл алушы адамның білімінің шегіне ерекше назар аудару керек.

Мақсатқа жету үшін кәсіпорын келесі процестерді орындауы керек:

- Алда тұрған жұмыстарды анықтау және жіктеу.
- Түрі ұқсас жұмыстарды іс-әрекетті талдау көмегімен топтастыру.
- Қандай да болсын жұмысқа талап етілетін қызметкердің іскерлігін, білімін және тәжірибесін анықтау.
- Ыңғайлы кандидаттарға міндеттерді тапсыру.
- Өрбір қызмет түрінің уәкілдігі мен міндеттерін түсіндіру және бөліп беру.
- Материал көздерін пайдалану шекарасын (өндірістік құралдары, адам қоры), қандай сұрақтарда, қалай және қандай мөлшерде кәсіпорын ұсынылатынын және келісімдердің, басқа уәкілдіктердің және жауапкершіліктің қандай сұрақтар бойынша жасалатынын анықтау.
- Байланыс каналдарын анықтау (кім, кіммен және қандай байланыс каналдары бойынша).
- Мейрамханаі және оның бөлімшелерінің уәкілдік басқарушыларының арасында горизонталды қатынас құру, олардың арасындағы байланыс құралдары.
- Бөлім басқарушыларының кіммен, қандай қызметкерлер тобымен, қандай қатынастарда болатынын, қалай, қашан және қай жерде мұның өтетінін және қандай уәкілдік шеңберінде өтетінін анықтау.
- Төменде тұратын басқарушылардың жоғарыда тұратын басқарушылар алдында есепті қалай, қашан өткізетінін, міндетті түрде ме немесе қолдауымен бе, бәрін анықтау.
- Жиналыстың қашан, қалай және қайда өткізілетінін, оған кім қатысатынын (барлық басқару деңгейі арасында) анықтау.
- Барлық осы қызметкерлерді жұмысқа болашақтағы қызметінің уәкілдігі мен міндеттерін ескере отырып, ғылыми қабылдау.

Бағыттау (Нысана)

Бағыттау (Нысана) – бұл басқарушының бұйрықтар немесе басқа жолдар арқылы ненің орындалуы керек екенін түсіндіруі. Мейрамхана басқарушысының міндеті – қызметкерлердің білімі мен іскерлігін тиімді қолдану. Қызметкерлер қатынасын реттеу үшін және олардың жоғары өнімділігін жасау үшін басқарушы осыған сай

қолайлы орта жасауы керек, қызметкерлердің мамандығын көтеру үшін жолдар табуы керек. Ал қызметкердің тәжірибесі мен ынтасы мотивацияға байланысты екені белгілі.

Кәсіпорын және қызметкерлердің мақсаттарын біріктіру туралы барлық әдістерді мотивация өзіне енгізеді. Сонымен, мотивацияны адам қажеттігін қанағаттандыруға бағытталған процес ретінде көрсетуге болады. Басқарушылар бұл қажеттіліктерді білуі тиіс, өзара қарым-қатынасты талдауы тиіс және әрбір қызметкердің басқаға ұқсас еместігін ұмытпауы керек. Сонымен, қызметкерлерде мотивацияны құра отырып, мейрамхана басқарушысы сонымен бір мезгілде әрбір жұмысшы толығымен беріліп және әсермен істейтін жұмысшы ортасын жасайды. Осы көзқарас жағынан, басқарушы адам қатынастарына қатысты кең көлемді білімді болуы керек.

Табыстың тағы бір факторы – жақсы байланыс. Бағыттау (беталыс) бір жақта элемент болып саналады, яғни жоғарыда тұрғандар төменде тұрғандарға бұйырады, керісінше бұл процес мүмкін емес. Алайда, жоғарыда тұрғандардың дұрыс шешім қабылдай алуы үшін және тиянақты бұйрықтар бере алуы үшін олардың төменде тұрғандармен байланысу қажеттігі және тексерілген, дұрыс мәліметтердің де қажеттігі туындайды. Ал бұл тек информациялық байланыс жүйесінің бар болуында ғана мүмкін болады.

Тиімді бағыттаушы жүйе құру үшін келесі факторларға баса көңіл бөлу керек:

- Ұйымда командалық рух құру.
- Жұмыскерлердің жақсы білімі.
- Жұмысы жоқ болып қалған штаттарды қысқарту.
- Қызметкерлермен және кәсіпорынмен тығыз байланысу.
- Өзінің абыройы мен қызметкерлермен қатынасы арқылы олар үшін үлгі болу.
- Қызметкерлерді үнемі бақылап тұру.
- Жазбаша есеп беруде жалпы жиналыс пен бөлім жиналысын жиі өткізу.
- Ұсақ-түйектен қашу.
- Командалық сезімді, өзара жәрдемдесу сезімін және қызметкерлердің басқарушымен істескісі келетінін қолдау.

- Төменде тұрғандарға олардың тәжірибесі мен қабілеттігі бойынша уәкілдіктерді тапсыру.
- Марапаттау және жазалау жүйесін құру.
- Командалық қателіктерге либералды қарау, қосымша тәжірибе алу үшін жолдар көрсету.

Реттеу

Тәртіпке салу – бұл қалаған мақсатқа жетуге бағытталған барлық күшті ретті және үйлесімді біріктіруді, сонымен қатар кәсіпорынды құрайтын барлық элементтерді біртұтас біріктіруді қамтамасыз ететін функция.

Реттеу адамдар күшін біріктіруді, уақыт бойынша бөлінуді, қойылған міндетті орындаудағы кезектілікті құруды және бәрін аяқтаған соң алдыңғы нәтижелерді соңғыларымен ұластыруды қамтамасыз етеді.

Тек осылардан кейін барып басқа функциялар (жоспарлау, ұйымдастыру, бағыттау және бақылау) бірігіп, табысқа апаруы мүмкін.

Бұл жерде ерікті ынта құру маңызды, оның үстіне мүмкіндігінше “өздігінше істеушілікке” жол бермеу.

Реттеу тоқтамайтын процесс, сондықтан оның табысы үшін тек қызметкерлерді бақылау ғана емес, сонымен қатар олардың өнімділігін көтеру үшін қызметкерлердің қажеттіліктерін қанағаттандыру да қажет.

Белгіленген тәртіптелген жүйені құру үшін келесі нерселерге көңіл аудару керек:

- Жоспарлауда көрсетілген мақсаттарды дәл анықтау.
- Көзделген саясатты толық түсіндіру.
- Ұйымдық схеманың басты шекарасын жүргізу.
- Жұмыстың қанағаттанарлық талдауының барлығы.
- Жоғары, орта және төмен басқару эшелондарында осы деңгейлердің міндеттері және жауапкершіліктерімен жүргізілетін саясаттың үйлесімі.
- Белгіленген уақытта барлығының қатысуымен жиналыстар өткізу. Бұл жиналыстарға қызметкердің барлық уәкілдері қатысулары керек және күн тәртібінде барлығына түгел қатысты және оларды қызықтыратын сұрақтар болуы керек.

- Мейрамхана бизнесінің барлық негізгі бірліктерінің дамуы белгіленген уақыт аралығында есеп түрінде көрсетілуі керек.
- Жазбаша нұсқаулардың көлемі барынша аз болуы керек, негізгі қағиынастар көбінесе бетпе-бет өткізілуі керек.
- Жоғары басшылық жоспарлаумен терең айналысуы керек және мақсаттар мен оларға жету жолдарын анық білуі керек.

Бақылау

Бақылау қаржылық және адам шығындарындағы тездетілген және талаптарға сай табысты өлшейді және алдын-ала қарастырады.

Бақылаудың көмегімен істелген жұмыспен және істеуі керек жұмыс арасындағы сәйкестікті анықтауға болады.

Мейрамхана бизнесінің мақсаты – қажетті іс-әрекетті жүргізу, тауарлар мен қызметтерді жасау және ұсыну ғана емес, сонымен қатар осы операцияларды барынша тиімді, ең аз шығынмен және ең көп пайдамен жүргізу.

Осы жағынан алғанда бақылаудың аса зор маңызы бар. Нәтижелерді жоспармен салыстыру және кемшіліктерді жою кәсіпорынның болашақ іс-әрекетінің дамуын қамтамасыз етеді.

Бұл жағдайда жоспар не орындалады, немесе біздің алдымызда барлық аяқталмаған жұмыстар мен қателіктер тұрады. Бұл қателіктерді анықтағаннан кейін, оларды жоюмен және оларды алдағы уақытта болдырмаумен айналысу керек. Алайда, қабылданған шаралар табыс әкелуі үшін, ең алдымен қателікті тауып, оның себебін жою керек, бұл бұдан кейінгі жоспарлауды жүзеге асыруды жеңілдетеді.

Сонымен қатар, қайсы жоспарды жүзеге асыру табыстырақ болғанын білу үшін де бақылау жүргізіледі. Бұл үшін математикалық және статистикалық мәліметтерді пайдаланады.

Бақылау функциясының ерекшеліктерін былайша бөлуге болады:

- Бақылау мақсат пен жоспарға арқа сүйеуі керек.
- Бақылау кәсіпорын қажеттерін нақты көрсетуі керек.
- Бақылау оралымды болуы керек.
- Бақылау ұйым құрылымына сәйкес болуы керек.
- Бақылау келешекке бағытталуы керек.
- Бақылау алдын-ала пішілмеуі керек.

- Бақылау істің жалпы жағдай жақсарту бойынша шаралар қолдануы керек.
- Бақылау барлығын қамтуы керек.
- Бақылау жеткілікті түрде жиі өткізілуі керек.
- Бақылау түсінікті болуы керек.

Мейрамханалар – бұл тек экономикалық іс-әрекет кәсіпорындарының ең маңызды түрі ғана емес, сонымен қатар жеке қызметкерлер мен тұтас бөлімшелер арасындағы басқару міндеттері мен мақсаттарын бөлумен сипатталатын күрделі ұйымдық құрылым.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамханалық іс меншік түріне қарай қалай жіктеуге болады?
2. Мейрамханалық іс құқықтық статусына қарай қалай жіктеуге болады?
3. Жалпы басқару туралы түсінік беріңіз
4. Басқарудың мәні мен мақсаттарын атап түсіндіріңіз
5. Басқару теориялары туралы жалпы мәлімет беріңіз
6. Классикалық басқару теориясының негізгі қағидалары туралы жалпы мәлімет беріңіз
7. Неоклассикалық басқару теориясының негізгі қағидалары туралы жалпы мәлімет беріңіз
8. Қазіргі заман басқару теориялары туралы жалпы мәлімет беріңіз

4 Мейрамханалық істегі ұйымдық басқарудың ерекшеліктері

Ұйымдық басқару құрылымын қатаң түрде қатарласа орналасқан және басқарушы мен бағынушы жүйелер арасындағы өзара байланысты қамтамасыз ететін басқарушы топтардың жиынтығы деп түсіну қажет.

Ұйымдық басқару құрылымы ұйымның жеке жүйелерінің құрамынан, арақатынастарынан, орналасуларынан және өзара байланыстарынан құралады. Мұндай құрылымды құру ең алдымен жеке ұйым бөлімшелері арасында құқық пен жауапкершілікті бөліп беруге бағытталған. Мейрамханаді басқару құрылымында келесі элементтерді бөліп көрсетеді: топтар (бөлімдер), басқару деңгейлері (сатылар) және байланыстар – горизонтальды және вертикальды.

Басқару топтарына құрылымдық бөлімшелер және үйлесімді басқару функциясын немесе оның бір бөлігін орындайтын жеке мамандар жатады (мысалы, бірнеше құрылымдық бөлімшелердің іс-

әрекетін тәртіпке келтіруді және үйлестіруді жүзеге асыратын менеджерлер).

Топты басқаруды құрудың негізінде бөлімнің белгіленген басқару функциясын орындауы жатады. Бөлімдер арасындағы белгіленген горизонтальды сипатта болады.

Мейрамханаді басқару жүйесінде белгіленген сатыны немденетін басқару топтарының жиынтығын басқару деңгейі деп түсінуге болады. Басқару сатылары вертикальды тәуелділікте тұрады және бір-біріне бағынады: жоғарырақ сатыдағы басқару менеджерлері шешім қабылдайды, және олар нақтыланып, төменгі топтарға жеткізіледі.

Ұйымдық құрылым типтері

Қонақжайлық индустриясының басқарушылық практикасында ұйымдық құрылымның келесі типтері көбірек таралған:

- Сызықтық
- Функционалдық
- Сызықтық-функционалдық.

Сызықтық ұйымдық басқару құрылымы. Мейрамханадегі сызықтық байланыстар сызықтық менеджерден шығатын басқарушылық шешімдер мен мәліметтердің қозғалысын көрсетеді, бұл менеджерлер мейрамханадің іс-әрекеттеріне (әдетте, онша үлкен емес) немесе оның құрылымдық бөлімшелерінің (ірі) іс-әрекеттеріне толық жауап береді. Бұл ең қарапайым ұйымдық басқару құрылымдарының бірі. Оның сипаттамасы былай: әрбір құрылымдық бөлімшенің басында жетекші тұрады, оның барлық нәрсеге уәкілдігі болады және барлық басқару функциясын жүзеге асырады.

Сызықтық басқаруда әрбір топ және әрбір бағынышты адамның бір жетекшісі болады, және сол арқылы бір канал бойымен барлық басқару командалары өтеді. Бұл жағдайда басқарушылық топтары өздері басқаратын объектілердің барлық іс-әрекетінің нәтижесіне жауапкершілікте болады. Сөз объект бойынша жетекшілерді бөлуде болып отыр. Олардың әрқайсысы сол объектіні басқаруға байланысты барлық жұмыс түрлерін орындайды және шешім қабылдайды. Сызықтық басқару құрылымында шешімдер “жоғарыдан төмен” қарай шынжыр бойынша берілетіндіктен, ол төменгі басқару тобының жетекшісі жоғары деңгейдегі жетекшіге бағынатындықтан, нақтылы ұйым басшыларының иерархиясы қалыптасады. Осы жағдайда дара басшылық принципі жұмыс істейді,

оның мәні – бағынышты адамдар тек бір басшының ғана бұйрықтарын орындайды. Жоғарыда тұратын ұйымның қандай-да бір орындаушыларға олардың тікелей басшысынан аттап өтіп, бұйрық беруге құқығы жоқ.

Сызықтық басқару құрылымы логикалы түзу және формалды анықталған болып табылады, және сонымен қатар онша икемді болмайды. Басшылардың әрқайсысы толық билікке ие болады, бірақ бір жақты, арнаулы білімді қажет ететін мәселелерді шешудің азғантай мүмкіндіктеріне ғана ие болады. Сызықтық ұйымдық басқару құрылымының өз артықшылықтары және кемшіліктері бар.

Сызықтық ұйымдық басқару жүйесінің артықшылықтары:
бұйрықтардың бірлігі және айқындығы;
орындаушылар іс-әрекетінің келісімділігі;
басқару қарапайымдылығы (бір байланыс каналы);
айқын көрсетілген жауапкершілік;
шешім қабылдаудағы шапшаңдық;
жетекшінің өз бөлімшелерінің іс-әрекеттерінің соңғы нәтижелері үшін жеке жауапкершілігі.

Сызықтық ұйымдық басқару жүйесінің кемшіліктері:
барлық басқару функциялары бойынша тиімді басқаруды қамтамасыз ету үшін жан-жақты дайындалуы тиіс басшыға қойылатын жоғары талаптар;
шешімдерді жоспарлау және дайындау бойынша топтардың жоқтығы;
мәліметтердің шамадан артықтығы, қол астындағылармен, жоғарыда тұрғандармен және сменалы құрылымдармен байланыстардың көптігі;
басқарушылар тобындағы биліктің шоғырлануы.

Функционалдық ұйымдық басқару құрылымы. Функционалды басқару сызықтық басқару жүйесінде шешім қабылдауға қажет нақтылы жұмыс түрлерін орындауға маманданған бөлімшелердің бірқатар жиынтығымен жүзеге асырылады.

Мұның мәні – жеке функцияларды орындау мамандарға жүктеледі. Ұйымда, әдетте, бір профилдегі мамандар құрылымдық бөлімшелерге бірігеді, мысалы маркетинг бөлімі, қабылдау және орналастыру бөлімі, жоспарлау бөлімі және т.б. Сонымен, ұйымды басқарудың жалпы міндеті орташа деңгейден бастап, функционалды

белгілері бойынша бөлінеді. Осыған байланысты былай аталады – функционалды басқару құрылымы.

Функционалды басқару сызықтық басқарумен қатар жүреді, бұл орындаушылар үшін екі жақтама бағынуды туындатады.

2. суретінен көріп тұрғандай, барлық басқару функцияларын талдауы және орындауы керек болатын жан-жақты менеджерлердің орнына өз саясатынан жоғары хабардар және белгіленген бағыт (мысалы, жоспарлау және болжалдау) үшін жауап беретін мамандар штаты пайда болады. Басқару аппаратының мұндай функционалды мамандануы мейрамхана қызметінің нәтижелілігін едәуір көтереді.

Функционалды құрылымда да сызықтық құрылымдағы сияқты артықшылықтар мен кемшіліктер бар.

Функционалды құрылымның артықшылықтары: нақтылы функцияларды жүзеге асыруға жауап беретін мамандардың жоғары хабардарлығы; сызықтық менеджерлерді кейбір арнаулы сұрақтардың шешімімен босату; құбылыстар мен процестерді стандарттау, формализмдеу және бағдарламалау; басқарушылық функциясын орындауда қайталау мен параллелизмді болдырмау; кең профилді мамандарға қажеттікті азайту.

Функционалды құрылымның кемшіліктері:

«өз» бөлімшелерінің мақсаттары мен міндеттерін жүзеге асыруда шамадан артық қызығушылық; әртүрлі функционалды қызметтер арасында тұрақты өзара байланысты ұстаудың қиындықтары; шектен тыс орталықтандыру тенденциясының пайда болуы; шешім қабылдау процедурасының ұзақтығы; өзгерістерге қиын жауап қататын, біршама қатып қалған ұйымдық форма.

Сызықтық құрылымның да, функционалды құрылымның да кемшіліктері елеулі деңгейде сызықтық-функционалды құрылымдармен жойылады.

Мейрамхана басқарудың сызықтық-функционалды (штабтық) құрылымы. Мұндай басқару құрылымында билікті белгіленген ұжымға басшылық етуші сызықтық басқарушы толығымен өзіне алады. Нақтылы сұрақтарды дайындауда және үйлесімді шешімдерді, бағдарламаларды, жоспарларды дайындауда оған функционалды бөлімшелерден (басқару, бөлімдер, бюро және т.б.) тұратын арнаулы аппарат көмектеседі.

Бұл жағдайда бөлімшелердің функционалдық құрылымдары негізгі сызықтық басқарушының қол астында болады. Олар өз шешімдерін өмірге не негізгі басқарушы арқылы, немесе (өз уәкілдігі шеңберінде) тікелей сәйкес келетін қызмет атқарушылар басқарушысы арқылы өткізеді.

Сонымен, сызықтық-функционалдық құрылым өзіне сызықтық басқарушылықтағы арнаулы бөлімшелерді енгізеді.

Сызықтық-функционалдық құрылымның да өз артықшылықтары мен кемшіліктері болады.

Сызықтық-функционалдық құрылымның артықшылықтары: жұмыскерлердің мамандануына байланысты шешімдер мен жоспарлардың өте жақсы дайындалуы; бас сызықтық менеджерді мәселелерді бөлшектеп талдаудан босату; консультанттар мен эксперттерді тарту мүмкіндігі;

Сызықтық-функционалдық құрылымның кемшіліктері: өндірістік бөлімдер арасында горизонталды деңгейдегі тығыз өзара байланыс пен өзара әрекеттестіктің жоқтығы; жауапкершіліктің жеткіліксіз айқындығы, өйткені әдетте шешімді дайындаушы оны жүзеге асыруға қатыспайды; вертикаль бойынша байланыс жүйелерінің шамадан тыс дамуы, яғни орталықтандыруға шамадан тыс бағытталу.

Қарастырылған ұйымдық құрылымдар базалық болып табылады және нақтылы басқару объектісі сәйкестендіріле тәптіштеп талдануы мүмкін.

Мейрамхана кәсіпорнының ұйымдық құрылымы оның мақсатымен, нөмірлік қор сымдылығымен, қонақтардың ерекшелігімен және кейбір басқа факторлармен анықталады.

Мейрамханадың барлық басқарушыларының басқарушылық функцияларын орындайтынына қарамастан, олардың бәрі қызметтің бір ғана түрімен айналысады деп айтуға болмайды. Жеке басқарушылардың басқа басқарушылардың жұмыстарын үйлестіруге уақыт жұмсауына тура келеді, ал олар өз кезегінде төменірек деңгейдегі менеджерлердің жұмыстарын үйлестіреді, және осылайша өнім өндіретін және қызмет көрсететін басқарушы емес қызметкерлер-адамдардың жұмысын үйлестіретін басқарушы деңгейіне дейін.

Мейрамхана кәсіпорнын басқарудың жоғарғы деңгейін мейрамхана қожайыны мен бас директор көрсетеді, олар

стратегиялық сипаттағы жалпы шешімді қабылдайды. Бұл кезде қожайын жеке адам немесе тұтас корпорация болуы мүмкін.

Қожайынның өзімен анықталатын мейрамхана кәсіпорнының стратегиялық мақсатының мысалы белгіленген нарық сегментіне қызмет етуге кәсіпорынның бағытталуы болуы мүмкін: топталған туристер немесе жекеше туристер, демалуға немесе денсаулығын қалпына келтіруге ұмтылған туристер, немесе конгрестер мен конференцияға қатысушылар және т.б.

Стратегиялық мақсаттың дамуында қожайын сонымен қатар мейрамхана комплексінің құрамындағы мейрамханалақ тек өз қонақтарына ғана тамақ ұсына алатын бекіте алады. Кәсіпорынның негізгі мақсатынан шығатын мысал – мейрамханаді орналастыруға белгіленген баға деңгейін бекіту бола алады.

Мұндай шешімдер мен міндеттер жалпы категорияға жатады, олардан кәсіпорынның көлемі және оның құрылымы мен архитектурасы үшін жерді таңдау және интерьер, жиһаз, құрал-жабдықты таңдау, қызметкерлерді іріктеу бағынышты болады.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамханалық іс меншік түріне қарай қалай жіктеуге болады?
2. Мейрамханалық іс құқықтық статусына қарай қалай жіктеуге болады?
3. Жалпы басқару туралы түсінік беріңіз
4. Басқарудың мәні мен мақсаттарын атап түсіндіріңіз
5. Басқару теориялары туралы жалпы мәлімет беріңіз
6. Классикалық басқару теориясының негізгі қағидалары туралы жалпы мәлімет беріңіз
7. Неоклассикалық басқару теориясының негізгі қағидалары туралы жалпы мәлімет беріңіз
8. Қазіргі заман басқару теориялары туралы жалпы мәлімет беріңіз

II ҚР МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІСТІ БАСҚАРУДЫҢ ҰЙЫМДАСТЫРЫЛУ ЖАҒДАЙЫ

5 Мейрамханалық істегі сервистік қызметтің жіктелу негіздері мен ерекшеліктері

Мейрамханалық ісіндегі барлығымен қабылданған бірыңғай мейрамханалар сыныптамасы жоқ, мүмкін мұның тұрақты дамушы бизнес болуынан шығар. Дегенмен барлық эксперттер мейрамханалық бизнесіндегі мейрамханаларды екі үлкен категорияға бөлуге болатынымен келіседі: толық сервисті және мамандандырылған. Мейрамханалық бизнесіндегі басқа категориялар арасында жылдам қызмет көрсетуші мейрамханаларды, түскі астарға мамандандырылатын мейрамханаларды, ерекше жағдайларға арналған мейрамханаларды, күнделікті және ұлттық мейрамханаларды бөліп көрсетуге болады. Осындай бөлу кезінде кейбір мейрамханаларды бірден үш категорияға жатқызуға болады (сурет 1):



Сурет 1 - Мейрамханалардың категорияларға бөлінуі

- жылдам қызмет көрсететін ұлттық мейрамханалар;
- мамандандырылған мейрамханалар, және оның мамандануы – түскі ас;
- толық сервисті мейрамханалар

Мейрамханалық ісіндегі толық сервисті мейрамханалар деп нигамдар таңдауы өте кең, әсіресе порциялы (үлесті) тағамдары көп, мейрамханалар аталады, және столға берілетіндердің бәрі дайындау цехтерінде дайындалады және өндіріледі. Толық сервисті мейрамханалар нысанды немесе нысанды емес бола алады, оларды бағалары, атмосферасы және ұсынылатын мезіреті бойынша сыныптауға болады. Мейрамханалық бизнесіндегі бұл мейрамханалардың көбісінде дайындалатын тағамдар «жоғары тамақтар» разрядына жатады. Оларда, батыстың тамақ талғаушыларының пікірі бойынша дүниежүзінде ең жақсы болып табылатын, француз және италия дәстүрі басымдылықты болады.

Мейрамханалық бизнесіндегі толық сервисті мейрамханалардың көп саны жеке тұлғалар қолында және оларды басқаруды басқарушы немесе директорлар кеңесі жүзеге асырады. Соңғы кездерде осы типті мейрамханалар өте көп пайда бола бастады.

Ерке келермендер өзінің «маңдай тері» үшін үлкен нәрсені қажетсінетін бүгінгі күндерде, қатаң бәсекелестіктің салдарынан, мейрамханалық бизнестің бұл сегментінде пайдамен жұмыс істеу қиындай түсуде.

Мейрамханалық бизнесіндегі толық сервисті мейрамханаларда қызмет көрсету деңгейі әншейінде өте жоғары: метрдмейрамханах қонақты күтіп алып оны стол басына отырғызады, аға даяшы тағам туралы кеңестер беріп, олардың өзіндік ерекшеліктерін, тапсырылған тағамдардың сапасы жайлы түсінік береді, тапсырылған тағамдарға қандай шараптың дұрыс келетінін де сол айта алады. Кейбір талғамға сай толық сервисті мейрамханаларда жеңіл тағамдарға арналған қосымша столдар немесе дөңгелекті арбалар қолданылады – атаулы ағылшынша қызмет көрсетудің міндетті атрибуты.

Толық сервисті мейрамханаларды көркемдеу мейрамхана жасауға тырысатын жалпы атмосфераға сәйкес болады. Сән-салтанатты тамақ, қызмет көрсету және атмосфера - осының бәрі кешенді қолдану кезінде ұмытылмас сезімдер қалдырады.

Мейрамханалық ісіндегі мамандандырылған мейрамханалар.

Мейрамханалық бизнесіндегі мейрамханаларды мамандандыру әртүрлі болуы мүмкін; жылдам қызмет көрсету, отбасылық, күнделікті. Сонымен қатар мейрамханалар ұлттық тағамдарды, кешкі астарды, таңғы асты дайындауға мамандандырылуы мүмкін.

Мейрамханалық ісіндегі жылдам қызмет көрсетуші мейрамханалар гамбургерлермен, қуырылған картоппен, хот-догтармен, қуырылған балапандармен, әртүрлі балық тағамдарымен шектелген мезіретті ұсынады. Мезіреттің бұл шектеулері мен стандартталулары қызмет көрсетуді едәуір жылдамдатуға мүмкіндік береді, бұл уақыты тар адамдарға ұнайды. Келермендер тағамға, мезіретке жарық көп түсетін столдың жанында тапсырыс береді, ол жерде тапсырылатын тағамды барлық көрінісінде көруге болады. Кәдуілгіде жылдам қызмет көрсетуші мейрамханалар бір тағамды дайындауға мамандандырылады. Бұл: пицца, гамбургер, құймақтар, сэндвичтер, теңіз сыйлары, балапан бола алады. Дүниежүзінің көптеген ірі қалаларында шағын мейрамханалар ашылуда, онда адамдар тіке тұрып тамақтанып кете алады. Қызмет көрсетудің мұндай нысаны жеделдігімен ерекшеленеді, өйткені ас үйдің қызметшілері белгілі бір тағамды алдын-ала үлкен мөлшерде дайындап қоя алады, және оларды аз оттың үстіне қойып, қажетті болған кезде аз үлестермен жеткізіп отырады. Бұл нысан келермендер үшін де ыңғайлы және мүдделі, өйткені олар аз ақшаға бірнеше тәтті және ерекше тағамдардан дәм тата алады.

Мейрамханалық ісіндегі отбасылық мейрамханалар – ескі дәстүрдегі кофеханалардың қазіргі нысанға келтірілген түрі десе болады. Мейрамханалық бизнестің бұл сегментінде көптеген мекемелер жеке тұлғалар қолында болады. Олар, әдетте қала шеттерінің беделді аудандарында немесе соларға жақын жерлерде орналасады. Көптеген отбасылық мейрамханалардың көркемделуі қарапайымдылықпен ерекшеленеді, мезіреттерінде, даяшылар отбасының әрбір мүшесіне жағынуға тырысады. Кейбіреулерінде қандайда бір сусынды тапсыруға болады, ең бастылары, сыра, шарап немесе коктейль. Есік алдында қожасы күтіп алып, столға отырғызады, содан соң даяшылар сіздің тапсырысыңызды қабылдайды және ас үйден сіз тапсырған тағамдарды тарелкаларға салып әкеледі. Кейбір отбасылық мейрамханаларда салатты-десертті барлар бар, оларды қолдану бірқатар түрленулер береді.

Мейрамханалық ісіндегі ұлттық тамақтар мейрамханасы.

Ұлттық тамақтар мейрамханаларының көбі меншіктену типі бойынша тәуелсіздерге жатады және олардың қожайындарымен басқарылады, олар жергілікті «ащылаушыларға» қандайда бір ерекше тағам ұсынуға тырысады, ал ұлттық диаспора өкілдеріне – ата-тегі, отаны туралы естеріне салады. Бүкіл бұл мейрамханалар әртүрлі иммигранттық қоғамдар дәміне бағытталған – итальяндықтарға, қытайлықтарға, немістерге.

Барлық ірі қалаларда көптеген этникалық мейрамханалар бар және олардың саны тұрақты түрде өсуде.

Мейрамханалық ісіндегі тақырыпты мейрамханалар.

Тақырыпты мейрамханалар қандайда бір тақырыпқа арналған: Жабайы Батыс, рок-н-ролл, футбол, ұшақтар, ауыл стилі. Әншейінде олар тағамның шектелген санын ұсынады, олардың басты міндеті – көңіл күй, атмосфера жасау.

Адамдар тақырыпты мейрамханаларға көп барады, өйткені онда отыруға, әңгімелесуге қолайлы. Олардың таң қаларлық атмосферасы, бір тыныста көрсетілетін, мезіреттері мен рәсімделуінің ұштасуымен жасалады. Бүкіл дүниежүзі бойынша көптеген тақырыптық мейрамханалар бар, олар тақырыптарға, белгілі күндерге, айналысатын бір іске, хоббиге арналған.

Күнделікті түскі астар "түскі ас үйі".

Күнделікті түскі астар, аты айтып тұрғандай, - бұл сипаттанаттылыққа және ресмилікке қарама - қайшы. Сондықтан, жайбарақат, ресми атмосферасыз кез-келген мейрамхана күнделікті мейрамханалар категориясына жатқызуға болады, мейлі ол этникалық немесе тақырыптық болсын, тәуелсіз немесе желілі болсын, - бұлардың бәрі күнделіктіге арналған керемет мейрамханалар бола алады. Түстенетін үйлер – бұл демалуға болатын жерлер. Бірақ Еуропада мейрамханалар бірден бірнеше категорияларға кіреді.

Қазақстанда мейрамханалық ісіндегі мейрамханалардың барлығын төрт бағалану категориясына бөлуге болады:

- люкс;
- жоғарғы;
- I және II категориялар.

«Люкс» сыныбының мейрамханасы қазіргі интерьермен, басқа мейрамханалармен салыстырғанда мейлінше жоғары қолайлылықпен және көрсетілетін қызметтің әр алуандығымен сипатталады.

Қолайлылық, мысалыға, жоспарлау шешімімен жүзеге асады, сауда залы биік емес қалқалармен, гүлзэрлармен жеке аймақтарға, секторларға бөлінеді. Залға жайлылық пен мәнерлілікті жарық, қабырғаның, төбесінің, еденінің (паркет немесе арнайы жабынды) әшекейленуі, ағашпен, түсті шынымен, керамикамен жасалған декорациялық сәндіктер береді. Дизайн мейрамхананың атауына сай болуы қажет. «Люкс» мейрамханасында банкет өткізетін зал, бар, коктейль-холл, бар столы болады.

Метрдмейрамханадер мен даяшылар бірінші сыныпты мамандар және қызмет көрсету техникасын жақсы меңгерген болуы керек; шетелдік қонақтарды күтетін мейрамханаларда даяшылар әңгімелесуге сәйкесті көлемде шеттілін білуге міндетті.

Даяшылар бірыңғай үлгідегі формалы киімді киінуі керек. Ас жаулықтар тапсырыспен тігіледі. Қызмет көрсету кезінде фирмалық ыдыс (фарфор және хрусталь) пен мельхиор аспаптар қолданылады. «Люкс» мейрамханалар мезіретке тапсырысты және фирмалық тамақтарды ендіреді (сұрыпталымның жартысынан көбі), сұрыпталымның маңызды бөлігін дайындалатын аспаздық және кондитерлік бұйымдар құрайды. Тағамдар күрделі рецептуралы, көркемдік рәсімделуі жоғары дәрежелі болады.

«Люксте» қонақтарға мейрамхана эмблемасы бар проспектер, мезірет, шақырулар және т.б. ұсынылады, кешкі мезгілдерде музыкалық нөмірлер, варьете ұйымдастырылады, эстраданың белгілі жұлдыздары шақырылады, концерттер беріліп, билеуге арналған орын бөлінеді. Қосымша қызметтерде көрсетіледі, мысалы такси шақыру, тірі гүлдер сату және басқ.

Кейде мейрамханаларда даяшылар, дайындалуының қорытынды операцияларын осы тағамды тапсырған тұтынушының қатысуымен жүргізе отырып ұсынады. Тағамдар күрделі рецептуралы, көркемдік рәсімделуі жоғары дәрежелі болады.

Люкс мейрамханаларында тапсырылатын және фирмалық тағамдардан өзге мезіретте көрсетілмеген тағамдарды дайындауға да тапсырыстар алынады.

Люкс категориялы мейрамханалар үшін асханалық ыдыстар мен аспаптарды арнайы тапсырыс бойынша дайындайды. Фарфордан жасалынған әрбір затта кәсіпорынның монограммасы немесе эмблемасы болуы керек. Қабылдаулар мен банкеттерде мельхиор мен хрустальдан жасалған ыдыстар мен аспаптар қолданылады.

Ас жаулықтары залдардың жалпы сервизделуі мен интерьерінің жиілігі көркемдік көрінісімен сәйкесті етіп тапсырыспен тігіледі. Әрбір затта мейрамхананың толық аты немесе эмблемасы, монограммасы кескінделеді. Тұтынушыларға ылғалданған, ыстық майлықтар беріледі. Дастархандар әрбір қонақтардың жаңа тобына қызмет көрсетер алдында ауыстырылып отырады. Жиһаз залдың интерьеріне сәйкес дайындалады.

Люкс категориялы мейрамханаларда көрсетілетін міндетті қосымша қызметтер: үйге тағамдар дайындау және мерекелік столға қызмет көрсетуді ұйымдастыру; тапсырыс бойынша үйге түскі асты, тамақтарды және басқада азық-түліктер жеткізу; белгілі бір уақытқа орындарды сақтап қою; тұтынушылар өтініші бойынша такси шақыру; сувенирлер мен гүлдер сату.

Жоғары категориялы мейрамхана мезіретіне тапсырысты және фирмалық тағамдарды, аспаздық бұйымдарды енгізеді.

Жоғары категориялы мейрамханаларда банкет залы, бар, коктейль – холл болады. Ғимараттар әдемі көркемделген, мейрамхана атына сәйкес белгілі бір стиль ұсталынған болуы керек. Метрдмейрамханаьдер мен даяшылар тұтынушыларға қызмет көрсету техникасын жақсы меңгеруге, сонымен қатар өзінің қызметін орындау үшін қажетті көлемде шеттілін білуге міндетті.

Қызмет көрсетушілер формалық киім мен бірыңғай аяқ киім киюлері керек. Жоғары категориялы мейрамханалардың ас жаулықтары тапсырыспен дайындалады.

Люкс және жоғары категориялы мейрамханаларда мезіреттер қазақ және орыс тілдерінде типографиялық әдіспен басылған болуы қажет. Бұл кәсіпорындарда жеке шетелдік қонақтар күтілген жағдайда мезірет үш тілде басылады. Мезіретке арналған фирмалық сыртқы бетті, жарнамалық афишаларды, буклеттерді, құттықтау және шақыру билеттері және басылым жарнамасының басқа өнімдері қалың қағаздан немесе жылтыр бетті картоннан дайындалады. Сыртқы бетіне мейрамхана атынан өзге оның эмблемасын, сонымен қатар кәсіпорынның тақырыптық бағдарын көрсететін сурет орналастырылады.

Люкс және жоғары сыныпты мейрамханалар қоғамдық, әкімшіліктік және көру кешендерінде, мейрамханаларда, курорттарда, аэровокзалдарда орналасады.

Люкс және жоғары категориялы мейрамханаларда оркестрдің, инструменталды немесе вокалды-инструменталды ансамбльдердің орындаулары, концерттік бағдарламалар қарастырылады. Люкс мейрамханаларында жоғары сапалы стереофоникалық радиоаппаратуралар қолданылады, столдар дыбысты реттеушісі бар дербес динамиктермен жарақталады.

I және II категориялы мейрамханалар магистральдар бойында (қоғамдық көліктер аялдмасына жақын маңда), демалыс аймақтарында, сауда орталықтары кешендерінде орналасады.

I категориялы мейрамханалар мезіретіне тапсырысты және фирмалық тағамдар кіреді, II категориялыларға - тек қана тапсырыстылар.

I категориялы мейрамхана

II қымбаттатылушылықты категорияларға қала асханалары, кафелер базасында ұйымдастырылатын кешкі мейрамханалар жатады. Мұндай мейрамханалар, тұтынушыларға түскі, таңертеңгі, кешкі астарды бере алады. Бұл жерде столдардың өндірістік сервизделуін қолданады.

Қала сыртындағы, ұлттық және тақырыпты мейрамханаларда мезіреттегі тағамдар мен ішімдіктер атауының саны, сұрыпталымның негізін фирмалық тағамдар мен бұйымдар құраған жағдайда, дербес белгіленеді.

Фирмалық тағамдаға арнайы әзірленген рецептура бойынша бір кәсіпорынның дайындайтын тағамы жатады.

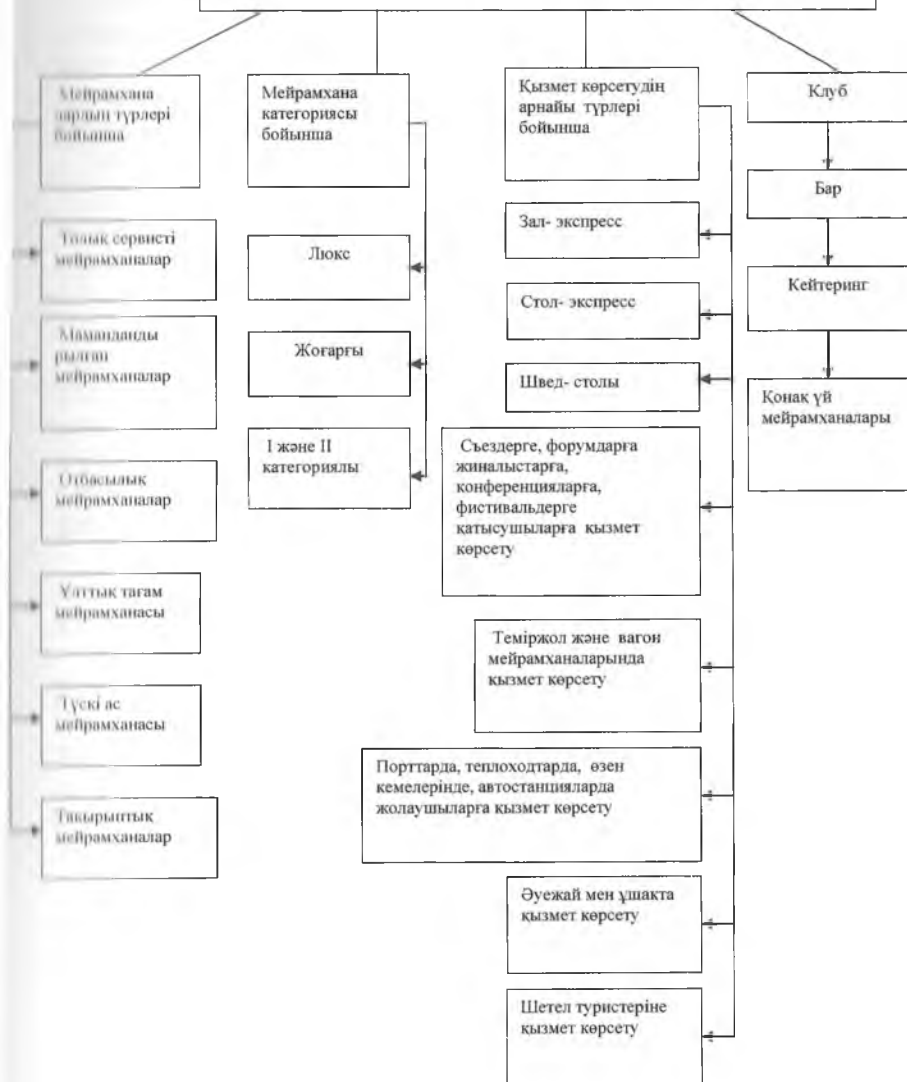
I және II категориялы мейрамханалар үшін мезіретті машинкада басып, оның сыртқы бетін көркемделген қалың қағаздан дайындайды.

Бұл қымбаттатылушылықты категориялы мейрамханаларда металдан жасалған ыдыстар мен тот баспайтын болаттан жасалған аспаптар, фарфор ыдыстар қолданылады, одан өзге, қонақтар үшін күндізгі уақыттағы сервиздеу кезінде дастархан орынына жеке зығыр майлықтар қолданыла алады.

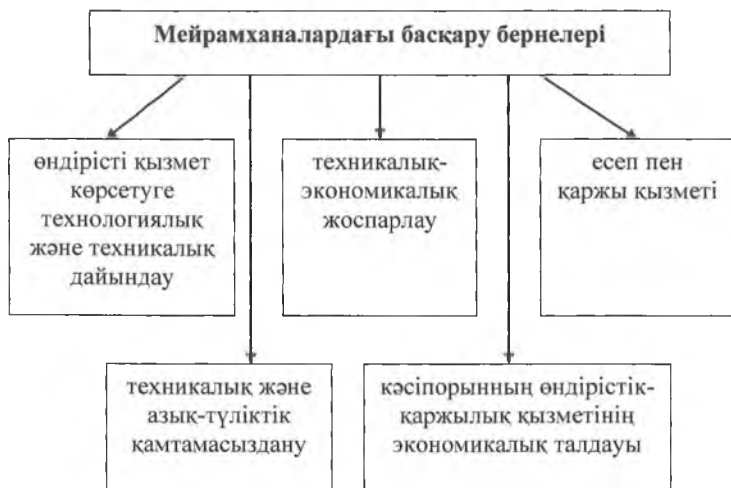
I және II категориялы мейрамханаларда музыкалық қызмет көрсету стереофоникалық радиоаппаратураларды қолданумен жүзеге асырылады.

Үлкен сыйымдылықты мейрамхана холлдарында қолайлылық пен жайлылық жасау үшін, интерьердің архитектуралық-құрылыстық және

Мейрамхананы басқару шаруашылығы



Сурет 2 - Мейрамханадағы жұмысты басқару ерекшеліктері



Сурет 3 – Мейрамхананы басқару бағыттары

декоративтік элементтері көмегімен, сонымен қатар жиһазды және жиналатын шымылдықтарды әртүрлі етіп қоюмен жеке аймақтар бөлінеді.

Мейрамханалар белгілі бір шикізат тобынан (балық, сүт) тағамдар дайындауға немесе анықталған ұлттық тамақты дайындауға мамандандырылады.

Мейрамханалардағы жайлылықтың жоғары деңгейі залдардың интерьерінің қазіргі архитектуралық-көркемдік шешімдерімен, техникалық жарықтанумен, қызмет көрсетудің жоғары деңгейін ұйымдастырумен жүзеге асырылады.

Мейрамхананы басқару құрылымы - белгілі бір қызмет атқаратын, өзара байланысты ұйымдастыру бірліктері немесе буындарының жиынтығы мен бағыныштылығы.

Құрылым элементі болып кәсіпорын әкімшілігі тұлғасындағы басқару органы табылады.

Әкімшілік – мейрамхана директоры бастаған лауазымды тұлғалар тобы. Ол, өзінің міндеттері мен құқықтарына сәйкес ұжымның қызметіне басшылық жасайды.

Басқарушы аппараттың құрылымы мен кәсіпорынның әкімшілікті-басқару қызметкерлерінің саны оның қуатына, жұмыс

жағдайына, сыныптылығына және т.б. тәуелді болады. Басқарушы аппараттың барлық қызметі мейрамхана жұмысының ритмін үздіксіз қамтамасыздандыруға бағытталған.

Кәсіпорынды басқаруда жауапты рольді өндіріс меңгерушісі атқарады, ол бүкіл өндірістік цехтардың жұмысы үшін жауап береді және цехтардың бастықтары арқылы оларды басқарады. Цехсыз құрылым болған кезде ол бригадирлер арқылы жеке бөлімшелерді басқарады.

Жылдам түскі астарды ұйымдастыру ерекшеліктері

Мейрамхана жұмысын ұйымдастыру ерекшелігі көрсетілетін қызметтер сапасымен, деңгейімен және қызмет көрсету жағдайларымен анықталады.

Адамдардың үлкен санына бір мезгілде қызмет көрсету үшін және түстену уақытын қысқарту үшін, мейрамханаларда кешенді түскі астар жасалады, олар суық жеңіл тамақтардан, бірінші, екінші тағамдардан және тәттіден (компоттан) тұрады. Жылдам түстену үшін мейрамханаларда жеке столдар немесе экспресс-залдар жабдықталады, сервиздеу қарапайымдалады. Мейрамханалардағы мұндай столдар мен залдар вокзалдарда, поездарда, аэропорттарда, кемелерде және мейрамханалері жанында кеңірек тараған.

Темір жол көлігіндегі жолаушылардың тамақтануы вокзалдардағы және поездардағы мейрамханаларда жүзеге асырылады.

Мейрамханалық бизнестің *Темір жол станцияларындағы мейрамханаларда, қызмет көрсетудің* аралас әдісі қолданылады: даяшылармен қызмет көрсетілумен қатар өзіне - өзі қызмет көрсету күйесіде таратылған. Аралас әдіс таңғы және күндізгі сағаттарда қолданылады. Келермендермен есеп айырысу, есік көзіне орналастырылған, бақылаушы-кассалық аппарат арқылы немесе даяшымен жүргізіледі.

Мейрамханалық бизнестің *Вагон-мейрамханалары* алыс жолға жүретін поездар құрамына кіреді. Мейрамхана құрамында ас үй, аяушы бөлім, тамақ тарату бөлмесі және салон бар, ол жерде жолаушыларға қызмет көрсету ұйымдастырылады. Салонда 12 жиһанмалы столдар орнықтырылған, ол 48 орынға есептеліп орындықтар қойылған. Қызмет көрсету даяшылармен жүргізіледі. Вагон-мейрамханалардың жемісті жұмысы көп жағдайда ұйымдастыру мен қамтамасыздандыруға тәуелді. Вагон-

мейрамханаларды азық-түлікпен қамтамасыздандыру тәулік бойына ұйымдастырылған және тұрған жері бойынша, жүру жолында жүзеге асырылады. Вагон-мейрамхананың директоры жол ұзақтығы 12 сағаттан асқанда поезд келесі станцияға келгенге дейін азық-түлікке тапсырыс-телеграмма жолдайды. Поездың келу уақытына тапсырысқа сәйкес өнімдер вагон-мейрамханаға жеткізіліп беріледі.

Мейрамханалық бизнесіндегі Аэропорттарда авиа жолаушыларды тамақтандыру үшін қызмет көрсетуде мейрамханалар қарастырылған. Авиация жолаушыларының уақытының шектеулілігіне байланысты аэропорттардағы мейрамханалар қарқынды қызмет көрсету әдісі бойынша таңертеңгі және түскі уақыттарда жұмыс істейді, және кешенді таңғы астар мен түскі астар ұсыныла алады.

Теплоходтарда, кемелерде жолаушылардың тамақтануы, даяшылармен қызмет көрсетілетін, мейрамханаларда ұйымдастырылады. Кешкі уақыттарда мейрамханаларда жолаушылардың көңіл көтеруі, музыкалық қызметтер, концерттер ұйымдастырылады.

Түскі асты күндізгі кезде беретін мейрамханаларда келермендерге қызмет көрсетудің қосымша прогрессивті әдістері қолданылады:

- *бизнес-ланч* – іскер кісілерге арналған түскі ас, күнделікті күндерде сағат 12-ден 16-ға дейін жеке мезіретпен қызмет көрсетіледі, оған суық тағамдар - 4-5 атау, бірінші тағам - 2-3 атау, екінші тағам - 3-4 атау, десерт - 2-3 атау және ыстық сусындар (шай және кофе) кіреді;

- *жексенбілік бранч* – «швед столы» типі бойынша қызмет көрсету. Бранч тақырыптық бағытты болуы мүмкін, мысалы аңшылық, ұлттық және т.б. Тағамдар сұрыпталымы кең, шай мен десерт дастарханы бөлек ұйымдастырылады;

- *кофе-брейк* (кофе-пауза) – мәжілістер мен конференцияға қатысушыларға қызмет көрсету.

Мейрамханалық бизнесіндегі мейрамханаларда қызмет көрсетуді ұйымдастыру бірнеше элементтерден тұрады: келермендермен кездесу, оларды орналастыру, тапсырыстарды қабылдау және рәсімдеу, тапсырыстарды буфетке беру және оларды алу, тапсырыстарды өндіріске беру, тапсырысты алу және келерменге беру, есеп айырысу және столды жинау.

Келермендермен кездесу және орналастыру.

Келермендерді арнайы киім киген швейцар мейрамхана есігінің алдында күтіп алады, ол қонақтармен сәлемдесіп оларға есікті ашады. Егер қонақ машинада келген болса, мейрамхананың арнайы жұмыскері қарауылданатын автотұраққа оның машинасын орналастырады.

Мейрамханада қонақты (қонақтарды) киім қабылдаушы, ал шындығына кіре берісінде - метрдмейрамхана күтіп алады, ол келермендермен сәлемдесіп, олардан столды қанша адамға дайындау керектігін сұрайды және залдан отыратын орынды таңдауларына мүмкіндік береді (зал толық болған жағдайда бос орындарды ұсынады). Мейрамхана қонақтарын тек қана дайындалған дастарханға отырғызады – ол жиналған және алдын-ала сервизделген болуы керек. Келермендердің үлкен тобын метрдмейрамхана бірнеше столдан жиналған жалпы столға орналастырады.

Тапсырыстарды қабылдау және рәсімдеу

Қонақтар қалай жайғасады, солай даяшы беттері ашық түрдегі мезіретті сол қолымен ұсынады. Мезірет алдымен әйел кісіге ұсынылады, егер әйел адам болмаса, онда жасы үлкеніне немесе мерей той инесіне беріледі. Мезіретпен бірге жабық күйде шараптар преискурранты ұсынылады.

Даяшы, қонақтарға таңдау жасауға мүмкіндік беріп, столдан айнақ кетеді, біршама уақыттан соң қайта келеді және қажет болған жағдайда қонақтарға тағамдарды ұсынады, оның дәмділігі, дайындалу әдістері туралы әңгімелеп береді, мейрамхананың фирмалық тағамын және шараптар мен сусындар нұсқаларын ұсынады.

Тапсырысты қабылдау кезінде даяшы тапсырыс беруші келерменнің оң жақ қатарында тұруы керек, тапсырыс көшірме қағаз арқылы келесідей ізділікте есеп айырысу бланкісіне жазылады: суық және жеңіл тағамдар, ыстық тағамдар, бірінші, екінші тағамдар мен десерттер және буфет өнімдері. Тапсырысты даяшы алдымен суық, содан соң ыстық цехқа, тағамдар дайындалатын ыдыспен қосып береді. Буфет өнімдерін алу үшін даяшы буфетте алдын-ала чек соғады. Суық және ыстық тағамдарды алу алдындада даяшы чек соғады.

Жұмыс уақытының ішінде даяшыларға көп салмақ түседі. Олар 300 кг дейін жүк тасиды, орташа шамамен 5 км жуық жол жүреді.

Тапсырысты қабылдауға даяшы жұмыс уақытының 3 % дейінгі бөлігін жұмсайды, дайындау-қорытынды жұмысына-11-ден 24% дейін, өндірістен тапсырысты күтуге - 10 % дейін. Сондықтан, мейрамхананың жұмысын ұйымдастыруда, еңбекті ғылыми ұйымдастырудың маңызы өте зор болады. Оны енгізу еңбек тиімділігін арттырады, жұмыс уақытын дұрыс пайдалануға және жұмыскерлердің денсаулықтарын сақтауға мүмкіндік береді.

Әкімшілік – кәсіпорын ұжымын басқаруды жүргізетін, директор бастаған мейрамхана басшылары.

Директор мейрамхананың өндірістік, саудалық және қаржылық қызметтерін ұйымдастыруға жауапты болады. Ол ұжымды басқарады, кадрларды іріктеумен айналысады, жұмысқа қабылдайды, еңбек заңдары негізінде жұмыстан шығарады, кадрларды тағайындауда бақылау жүргізеді және мейрамхана залдарындағы келермендерге қызмет көрсету мәдениетін бақылайды, материалдық құндылықтарды есептеу, бақылау және сақталу күйін байқайды. Мейрамхана директоры тауарды, шикізатты және жартылай өнімдерді жеткізушілермен шарт жасасады және өнімнің дер кезінде жеткізілуі мен сапасын бақылайды, тауарлы-материалдық құндылықтардың сақталуы үшін жағдайлар жасайды. Ол кәсіпорынның барлық бөлімшелерінің жұмысын бақылайды, оның ішінде шығарылатын өнімдердің сапасында байқайды, сонымен қатар санитария мен гигиенаның барлық ережелерін сақтауды және техника қауіпсіздігі мен өрт қауіпсіздігінде бақылайды.

Директордың орынбасары директордың барлық тапсырмаларын орындайды, мейрамхана директоры тапсырған өндіріс бөлімшелері мен мәселелер үшін жауапкершілікте болады.

Өндірісті меңгеруші толығымен өндірістік процеске жауап береді, оның жетекшілігімен тағамдар рецептурасының сақталуын бақылау жүзеге асырылады, ол аспазшылардан тағамдардың дайындалу технологиясы мен санитарлық нормалардың сақталуын қатаң талап етуі керек. Оның, ас үй жұмыскерлерін өндіріс талаптары мен олардың біліктіліктеріне сәйкес тағайындауға құқығы бар және қажет болған жағдайда жұмыскерлерді бір жұмыс орыннан екіншісіне, өндіріс шегінде, ауыстыра алады. өндіріс меңгерушісі күн сайын, қолдағы бар өнімдерді ескерумен мезірет құрастырады, дайын тағамдар мен аспаздық бұйымдардың сапасын және олардың рецептураға сәйкес екенін тексеруді жүзеге асырады. өндіріс

менгерушісі өндірістің дер кезінде шикізатпен, аспаптармен және құралдармен қамтамасыздандырылуына жауап береді.

Метрдотель күн бойына залда болады, даяшылар жұмысын басқарады, келермендерге дұрыс қызмет көрсетілуін, тазалықты, шестарханның тәртіпті және дұрыс дайындалғанын қадағалайды. Метрдотель, сонымен қатар, швейцардың, киім қабылдаушының, сыпырушылардың жұмыстарында басқарады. Мейрамхананың ашылуы алдында ол даяшыларды осы күнгі жұмыс тәртібіне қатысты нұсқаулық береді, қызмет көрсету дайындығын тексереді, метрреттерді қадағалайды. Метрдотель даяшылар жұмысын ұйымдастырады, оларды залдың бөлек бөлімшелері бойынша орналастырады, жұмыстың белгілі бір бөлімшесін (3-4 столды), қызмет көрсету үшін оларға бекітеді. өндіріс пен сауда залының иісін байланысын ұйымдастырады. Дайын тағамдарды беру дұрыстығы мен олардың көркемделуін қадағалайды. Даяшылардың келермендермен есеп айырысуын бақылайды. Даяшылар келермендерге қызмет көрсету ережелерін бұзған жағдайда, метрдмейрамхана оларды жұмыстан босатуға құқығы болады, бұл тәртіп бұзушылық туралы директорға жеткізеді.

Мейрамхана әкімшілігі жұмыскерлері үшін, осы мейрамхананың ерекшеліктерін ескере отырып, біліктілік пен мамандықтың стандарттарының талаптары негізінде лауазымдық нұсқаулықтар әзірлейді.

Мейрамхананың қызмет көрсетуші қызметкерлері - аспазшылар, метрдмейрамхана (зал әкімгері), даяшылар, сонымен қатар буфет қызметкері, киім қабылдаушы, швейцар, сыпырушылар – келесідей жаппы талаптарды орындауы керек:

- мейрамхананың ішкі тәртіптерінің ережелерін сақтау;
- лауазымдық нұсқаулықтарды білу және сақтау;
- санитария мен жеке гигиенаның, жұмыс орынының гигиенасының талаптарын сақтау;
- келермендерге қызмет көрсетудің кәсіптік этикасы мен мәдениетінің нормасын сақтау;
- еңбекті қорғау, техника қауіпсіздігі мен өрт қауіпсіздігі ережелерін сақтау;
- тұрақты түрде біліктілігін жоғарылату.

Қызмет көрсетуші қызметшілердің формалық киімі мен аяқ киімі таза және мұнтаздай болуы керек. Барлық жұмыскерлердің формалық

киімінде мейрамхана эмблемасы бар жәнеде жұмыскердің аты-жөні көрсетілген қызметтік бейдж болуы керек.

Мейрамхананың барлық жұмыскерлерінің медициналық кітапшалары болуы қажет, олар графикке сәйкес медициналық тексеруден өтеді және екі жылда бір рет санитарлық минимум бойынша емтихан тапсырады. Мейрамхана жұмыскерлері кәсіпорында келермендерге қатысты қонақжайлық атмосферасын жасаулары керек, ілтипатты, әдепті, өнегелі, ұстамды, жанжалдық жағдайлардан аулақ болулары керек.

Мейрамхана жұмыскерлерінің құқығы бар:

- ыңғайлы киім мен аяқ киіммен қамтамасыз етілуге;
- демалыс бөлмесін, душты және киім бөлмесін пайдалануға;
- жұмыс ғимаратында таза микроклиматтың болуына (температура, ауаның тазалығы, жұмысқа әсер ететін түстердің шешіміне);

- ұзақтығы 28 күндік жыл сайынғы демалысқа;

- аурулығы туралы қағаздың төленуіне;

- біліктілігіне қарай еңбегінің төленуіне;

- арнайы шаралардың енгізілу көмегімен еңбекті жеңілдетуге.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Жалпы сапаны басқару теориясы және негізгі қағидалары туралы мәлімет беріңіз
2. Мейрамханалық іс басқару функциялары туралы жалпы түсінік беріңіз
3. Басқарудың жоспарлау функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
4. Басқарудың ұйымдастыру функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
5. Басқарудың координация функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
6. Басқарудың мотивация функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
7. Басқарудың бақылау функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
8. Мейрамханалық іс басқарушы туралы жалпы түсінік

6 Мейрамханалық бизнес инфрақұрылымының негізгі көрсеткіштерін талдау

Қазақстанның туризм саласы мемлекеттік қолдауға зәру. Оның басқа елдердегідей дамымай жатқан себебі де осы. Туризм дегеніміз - жұмысқа, тұрғылықты мекен жайды ауыстыруға қатысы жоқ,

адамның қолы бос уақытында жасайтын сапарлары мен саяхаттары және туристердің қажеттіліктерін өтеуге арналған қызмет көрсету сферасы.

Халықаралық туризмнің функцияларына бірнеше мәселе кіреді, ең алдымен бұл функциялар әлеуметтік сипатымен ерекшеленеді. Кейбір аспектілерін атап айтар болсақ:

1. Туризм дегеніміз демалыстың бір түрі. Ол адамдардың күш-қуаты мен еңбек ету қабілетінің қайта қалыпқа келуіне, ендеше үлкен категориялар тұрғысынан қоғамның психофизиологиялық ресурстарының (байлық көздерінің) орнына келуіне көмектеседі;
2. Туризм адамдардың бос уақыттарын ұтымды пайдалануына себеп болады;
3. Туризм еңбекпен қамту мен жергілікті тұрғындардың өмір сүру деңгейін көтеру мәселелерінде үлкен роль атқарады;
4. Туризм адамдар ойлап тапқан іс-қарекеттердің ішіндегі қоршаған ортаға ең бір залалсызы;
5. Туризм мемлекеттер мен халықтарды жақындастырады, аймақаралық әлеуметтік және экономикалық қатынастарды байытып жандандырады.

Кесте 1. Мейрамханалық іс дамуының күшті және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін талдау

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
<p>1. Туризмнің экономикаға нақты үлесін бағалауға мүмкіндік беретін ТҚШ енгізу</p> <p>2. Туристік индустрия инфрақұрылымының болуы</p> <p>3. Туристік саланы дамытуға арналған ағымдағы және нормативтік-құқықтық негіз</p> <p>4. Халықаралық нарықта экотуризмге жоғары қызығушылық (8,9 млн. адам немесе жалпы әлеуеттің 63%), оны дамыту үшін Қазақстанда әлеует бар:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Алматы қаласында Экологиялық туризмнің ақпараттық ресурстық орталығы жұмыс істейді; - қонақжай үйлер құрылуда; - МҮТП жұмыс істейді. <p>5. Мәдени-тарихи туризмді дамытуға</p>	<p>1. Барлық инфрақұрылым қалаларда және ірі елді мекендерде орналасқан</p> <p>2. Инфрақұрылымның халықаралық талаптарға сәйкес келмеуі</p> <p>3. Туристердің қызығушылық танытатын объектілерде көп күн болуы үшін жағдайлардың болмауы</p> <p>4. Инвесторларға демеу қаржы бөлу, жеңілдіктер беру және салық жеңілдіктерін беру механизмінің жоқтығы;</p> <p>5. Қазақстандағы экотуризмді дамыту тәсілдері және саясаты қалыптастырылмаған.</p> <p>6. Туристік объектілерге апарар жолдың сапасының төмендігі/болмауы</p> <p>7. Кадрлар даярлау бағдарламасының</p>

<p>мүмкіндік беретін Қазақстанның бірегей мәдениеті мен тарихы</p> <p>6. Тау шаңғысы туризмін дамытуға арналған табиғи жағдайлар</p> <p>7. Кадрлық ресурстарымен қамтамасыз етілу</p>	<p>нарықтың нақты қажеттіліктеріне сәйкес келмеуі</p>
<p>Мүмкіндіктер</p> <p>1. Жаңа жұмыс орындарын, оның ішінде ауылдық жерлерде ашу</p> <p>2. Халықаралық туристік қызмет нарығын дамыту Қазақстанның деңгейінің жоғары болуы, бұл бюджетке инвестицияның және кірістің түсуін қамтамасыз етеді</p> <p>3. Ұлттық туристік өнімді құру</p> <p>4. Сырттан келушілер туризм және ішкі туризм бойынша туристердің ағынын көбейту</p>	<p>Қауіптер</p> <p>1. Біркүндік бағдарлар санының көбеюі</p> <p>2. Туристік ағымдар көлемінің төмендеуі</p> <p>3. Инвестициялық белсенділіктің төменгі деңгейі</p> <p>4. Қазақстанның туризм үшін қолайсыз ел ретіндегі бейнесінің қалыптасуы, сонымен қатар оның инвестициялық тартымдылығының төмендеуі</p>

Қазір спорт саласымен бірігіп кеткен туризм саласы әлі күнге дейін өз нәтижесін бере қойған жоқ. Сондықтан ел-елден ағылатын саяхатшыларға лайықты жағдай жасау және аталған саланы өркендетудің жолын іздеген қазақ ұлттық университетінің мамандары ресейлік географтармен кездесті. Мақсат - туризм мен география саласында пікір алмасып, болашаққа жаңа серпін беретін ынтымақтастық орнату.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің профессоры Станислав Ердаулетовтың айтуынша, туризм өзі жеке дара министрлік болуы қажет. Туризм индустриясын дамыту саласындағы мамандар пікірлеріне жүгінсек, «Туризм» кафедрасының меңгерушісі: «Бізде туризм индустриясы қолға алынуы керек. Өзіндік ұлттық жобаларымыздың болуы шарт» деген екен.

Қазақстанға туристік сапармен келушілердің саны жылдан жылға артып отыр. Бірақ оны басқа елдермен салыстыруға келмейді. Мәселен мұнайы да, тіпті сыртқа шығаратын шикізаты жоқ елдерде бір ғана туризмнің өзінен ел бюджетіне 50 пайызға дейін табыс түсетіні белгілі, мысалы Франция, Италия т.б.. Ал, бізде 20 пайызға да жетпейді. Қазір Қазақстандағы туристік кластерді дамыту жобасы негізінде Алматыға айрықша көңіл бөлініп жатыр. Солардың қатарында Шымбұлақ тау шатқалы мен Медеу мұз айдыны сондай-ақ

табиғи ұлттық қорықтарда қызмет көрсету сапасын арттыру қажет-дейді ресейлік ғалымдар. Анатолий Чистабаев, Перм университетінің профессоры: «Шетелдіктерді батыстық стильдегі көрікті жерлер қызықтыра бермейді. Олар әр елдің салтын көріп, танысуға келеді. Кейбір шетелдіктер ауылда тұрғысы келеді. Сондықтан ауылдық жерді туристердің көптеп келетін жеріне айналдыруға мүмкіндік бар». Шетелдік экономистер қалаға келген әрбір туристің бір сағатта 17 жарым доллар жұмсайтындығын есептеп шығарған. Демек 100 мың турист екі сағатта 350 мың долларды қала қоржынына салып кетеді екен. Ал, әрбір саяхатшының тамағын, сатып алатын киімі мен қолданатын қажетті заттарын есептегенде бұл мұнайды сатқаннан да көп табыс әкеледі деген сөз. Осыны басшылыққа алған еліміз 2010 жылға дейін туризм саласын дамытуға арнайы бағдарлама жасалынды. Былтыр бюджеттен осы саланы дамытуға 39 млн. теңге бөлінсе, болашақта туристік саланың жеке құрылымын дамытуға 1 миллиард 900 млн. теңгеден астам қаржы бөлінбек. Міне, жалпы туризмнің әлеуметтік сипатын айтқанда оның ең басты әлеуметтік функциясы ретінде қайта қалпына келтіру мүмкіншілігін атап өткен жөн. Бұл дегеніміз адамның еңбек ету барысында немесе күнделікті тіршілікте жұмсаған күші мен ішкі ресурстарын орнына келтірумен тікелей байланысты. Туризммен айналысқан адамның демалысы қозғалысымен ерекшеленіп, айналысатын қарекет түрін, қоршаған ортасын өзгертуге және басқа адамдармен, таңсық жаңа мәдениетпен, әдеп-ғұрыптармен танысуға, сондай-ақ табиғаттың бұрын беймәлім құбылыстары мен ерекшеліктеріне баса көңіл аударып білуіне мүмкіншілік туғызатын сауықтың нешеме түрін қамтиды. Сондықтан қазіргі Қазақстан жағдайында туризм индустриясын дамытуды денден қолға алып, жобалар жасалуы қажет. Бұл мәселеге жастарды да араластырса, нұр үстіне нұр болары сөзсіз.

Алматы халықаралық дәрежеде қонақ күту талаптарын игеру жолында. Бүгінде Алматыда әртүрлі деңгейде 42 мейрамхана барын ескерсек, отандық мейрамханаыердің ішінде «Достық» мейрамханаі гана халықаралық талап сертификатына ие екен. Өйткені бүгінде туристік және мейрамханалар кәсібі қауымдастығының мамандары мейрамхана бизнесі қалыпты деңгейде дамымай тұр дейді.

Алматы халықаралық дәрежеде қонақ күту талаптарын игеру жолында. Осы орайда қазақ халқының қонақжайлылығын да ұмытпаған жөн. Қонақжайлық демекші- жаңа заман талаптарына

сәйкес етіп жүргізу- Алматыдағы мейрамханалердің алдында тұрған жаңа белес. Осындайда алматыда алғашқылардың бірі болып бой көтерген бес жұлдызды «Хаят Ридженси Алматы», «Рахат Палас» мейрамханаіні айтпай кетпеске болмас. Мейрамхана өзінің 10 жылдық қызметі барысында жақсы көрсеткішке қол жеткізіп үлгерген. Мұнда ең арзан бөлмеде түнеп шығу үшін 50 мың теңге жұмсауыңыз қажет. Бағасына сапасы сай деп жауап қайырған қызметкерлер, мұнда әр-бір демалушыға жеке бөлме ғана емес, іскерлік жұмыстарды жүргізуге арналған кеңсе, ойын-сауық және сауықтыру бөлмелері де ұсынылған дейді.

«Рахат Палас» мейрамханаінің басты мақтанышы жоғарғы деңгейдегі аспаздық бөлме. Азық түліктің барлығы мұқият сұрыпталатындықтан, әзірленген ас ең талғампаз деген адамның көңілінен шығатыны сөзсіз. Мейрамханадің бас менеджері Деян Джорджевич, нарыққа қазіргі Алматы қонай үйлерінің саны азық ететінін көлденең тартады.

Егер де алматыда мейрамханалердің қатары толықса, мейрамхана бизнесімен айналысып жүргендер үшін бұл кезекті белес болар еді. Онда олар міндетті түрде бәсекелестікке төтеп беру үшін қызмет сервистерінің деңгейін жақсартады. Бірақ олардың саны сұраныстан асып кетпеуі де шарт.

Өйткені мейрамхана иелері сұраныстан ұсыныс артатын болса, баға саясаты өзгеріп, жағдай өзгеше өрбитінін айтады. Осы орайда нарыққа тағы бір өзгеріс қажет. Дәлірек айтсақ, жаңа жиын орталықтарының құрылысы.

Менің бұл ұсынысым бойынша Алматыда конференция орталықтарының құрылысын бастайтын кез келді. Алматы өзін халықаралық нарықта осындай қырынан көрсетуі тиіс. Өйткені Орта азияда осы уақытқа дейін конференция орталықтары жоқ. Бұл өте тиімді кәсіптің бірі. Халықаралық, аймақтық және Алматы үшін қызмет көрсетілетін болады. Жуырда Алматының мәртебесі өсіп, көптеген шетелдік қонақтардың іскерлік сапарларының орталығына айналатындығын ескерсек, қаламыз қажетті деңгейде қызмет көрсетуді бүгіннен бастап үйренуі керек. Басты назарды ортаңқол мейрамханалерге аудару шарт. 14 жыл бұрын өз қызметін бастаған «Потенциал» мейрамханаінің қызметі орташа деңгейде. Мұнда ең қымбат бөлмелердің өзі небары 25 мың теңгеге бағалануда. 33 орындық мейрамхана қожайыны Марат Габрахманов Алматыға сапар

шегушілердің легі басталған уақытта айтарлықтай бөлме тапшылығы сезілетіндігін айтады. Бүгінгі кезде орташа гостиницаға сұраныс мол. Ол қонақтар арасында спортсмендер іскер азаматтар бар. Жарыстарға келген кезде қиналып қаласын. Сол кезде гостиница жетіспейді. сондықтан олар частный үйлерге барып, солардың қызметіне жүгінеді. Сондай-ақ қаладағы Абылай хан көшесі пәтер тапсырушылардың тұрақты мекені деседе болады. мұнда пәтер иелері бөлмелерін тиімді тапсырып, күнделікті нәпақасын тауып жүр.

Бүгінде Алматыда әртүрлі деңгейде 42 мейрамхана барын ескерсек, отандық мейрамханалардың ішінде Достық мейрамханасы ғана халықаралық талап сертификатына ие екен. Өйткені бүгінде туристік және мейрамханалар кәсібі қауымдастығының мамандары мейрамхана бизнесі қалыпты деңгейде дамымай тұр дейді. Біріншіден италымыш кәсіпті игерген мамандар тапшы,оның үстіне мейрамханалердің қызметі кімге де болмасын өте қымбат. Соған қарамастан алдағы екі үш жылда «Мариот», «Холидей Ин», «Радисон» сынды бірнеше бес жұлдызды қонақүйлердің ірге тасы қианбақ. Бұйырса Талғар тас жолының бойында да бірнеше мейрамхана кешендері бой көтереді деп жоспарланып отыр.

Біздің мемлекеттер бір-бірімен алшақ орналасса да, бізді біріктіретін нәрселер ұшан-теңіз: қонақжайлық, үлкендерге деген құрмет, кішілерге деген қамқор, өлеңшіл, тілімізде кездесетін жалиылық ортақ сөздер. Мұның барлығы біздің халықтарымыздың достығы сонау тарих тереңінен тамыр алғанын дәлелдейді.

Елімізде қазақстандық және шет елдік азаматтардың әр түрлі туристік қызметтерге деген сұраныстарын қанағаттандыру үшін кең мүмкіндіктерді қамтамасыз ететін қазіргі заманғы аса тиімді және бәсекеге қабілетті туристік кешенді іске асыруға жағдай жасалып жатыр, ұлттық туристік өнімнің сапасын қамтамасыз ету үшін стандарттар әзірленді және қабылданды. Қазақстан Республикасында туризмнің материалды-техникалық базасын дамытуға инвестиция тарту үшін шарттар анықталды. Бұл ретте әлемдік деңгейдегі "Жаңа Ыс" туристік орталығын құру жөніндегі "серпінді" жобаны іске асыру маңызды мәнге ие болып отыр. Алайда, еліміздегі туризмнің жағымды даму тенденциясына қарамай, әлем экономикасындағы қолайсыз жағдай туристік ағымға кері әсерін тигізді, нақты айтсақ, - әкімшілік дерек көздер мен жүргізілген статистикалық зерттеулер дерегі бойынша Қазақстан бойынша көрсеткіштерді салыстырмалы

2007, 2008, 2009 жылдарға алатын болсақ келу, ішкі және сыртқы туризм бойынша туристік фирмалармен қызмет көрсетілген тұтынушылар саны жылдан жылға төмендегенін көреміз

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Жалпы сапаны басқару теориясы және негізгі қағидалары туралы мәлімет беріңіз
2. Мейрамханалық іс басқару функциялары туралы жалпы түсінік беріңіз
3. Басқарудың жоспарлау функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
4. Басқарудың ұйымдастыру функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
5. Басқарудың координация функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
6. Басқарудың мотивация функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
7. Басқарудың бақылау функциясы туралы жалпы мәлімет беріңіз
8. Мейрамханалық іс басқарушы туралы жалпы түсінік

7 Мейрамханалық істегі бәсекеге қабілетті болу жолындағы мәселелерді шешу жолдары

Бәсекеге қабілетті қазіргі заманға тиімді туристік салада халықты жұмыспен қамтамасыз ету, ішкі және кіріс туризмінің көлемін көбейту арқылы облыс халықының табысын тұрақты өсіруге ықпал жасау туризм саласының басты мақсаты болып саналады. Бұл мақсаттарға жету жолында көптеген проблемалық мәселелерді шешу қажет. Атап айтатын болсақ:

- туризмнің инфрақұрылымын дамыту, туризм саласының материалдық базасын жаңарту және жаңа нысандар құрылысын жүргізу;
- дүниежүзілік деңгейге сәйкес ұлттық туристік өнімді қалыптастыру және оның сапасын арттыру;
- табиғи-рекреациялық және мәдени-тарихи ресурстарды пайдалану, туристік ресурстарға қол жетеізуді қамтамасыз ету және туристік қызметтер қажеттілігін қанағаттандыруда ең жоғары деңгейге жету;
- кіші кәсіпкерлікті қолдау, туризм және қызмет көрсету саласында халықты жұмыспен шұғылдануға ынталандыру.

Туристік және көліктік инфрақұрылымдардың жеткіліксіз дамуы мейрамханаларды, пансионаттарды, демалыс үйлері мен базаларын қоса алғанда, орналасу объектілерінің, сонымен қатар санаторийлік-курорттық мекемелердің материалдық базасы жоғары дәрежеде моральдық және физикалық тозғандығымен сипатталады. Бүгінгі

таңда туризм ауқымы, сапа түрлері және туристер үшін ұсынылатын тұратын жерлер халықаралық талаптарға сай емес. Кадрларды даярлаудың, қайта даярлаудың және олардың біліктілігін арттырудың төмен деңгейі және туризмнің ғылыми базасының жоқтығы.

Туризмді дамытуға кедергі жасайтын негізгі проблемалардың бірі қызмет көрсететін салада мамандандырылған туристік кадрлардың болмауы болып табылады. Бұл туризм индустриясы объектілерінде білікті мамандардың болмауы проблемасына ғана емес, сонымен қатар туристік сала үшін кадрлар даярлау сапасына да қатысты.

Туристік индустрияда ұсынылатын қызметтердің төмен сапасы. Бұл Қазақстанда туристік визаларды ресімдеу, шетелдік туристерді тіркеу процедураларына, кедендік және паспорттық бақылау мерзімдеріне қатысты.

Туризм елі ретінде Қазақстанның жеткіліксіз деңгейдегі тартымдылығы. Елдің оң туристік имиджін жылжыту жөніндегі іс-шаралар жүйесіз сипатта, туризм жөніндегі көрмелерге қатысу мемлекеттің жарнамалық қызметінің тиімділігін толық өлшемде қамтамасыз етпейді. Осы уақытқа дейін туристерді тартуда Қазақстан үшін бірінші басымдықты нарықтар болып табылатын елдер - Германия, Ұлыбритания, Оңтүстік Кореяда туристік өкілдіктер (шетелдердегі мекемелер жанынан туризм бөлімдерін) ашу және олардың қызметін қамтамасыз ету мәселесі шешілмей отыр. Сонымен қатар, жыл сайын орасан көп туристерді қабылдайтын, туризм саласында дамыған елдердің (Франция, Испания, Германия) тәжірибесі аталған мәселені шешу қажеттігін куәландырады.

Қазақстан туризмінің әлемдік туристік нарықтағы қалыптасқан бәсекеге қабілеттігі сақталған жағдайда отандық туристік нарықты дамыту мүмкіндігі өмір деңгейін жақсарту және халықтың еңбекпен қамтылуын қамтамасыз ету үшін, сапалы туристік қызметтерге деген артып келе жатқан сұранысты қанағаттандыру және елде туризмді тұрақты дамытуға жағдайлар жасау үшін жеткіліксіз болады.

Ықтимал қауіп-қатерлер

Министрлік өз қызметі процесінде бірқатар қауіптерге кездесуі мүмкін. Қауіптердің типі мен негіздеріне қарай оларды басқару үшін стандарттық және ситуативтік арнаулы шаралар іске асырылатын болады.

Төменде ықтимал негізгі қауіптердің тізбесі берілген (кесте)

Кесте 1. Мейрамханалық бизнесте сервистік қызмет жасау кезіндегі негізгі қауіптердің талдауы

Қауіптің атауы	Алдын ала және (немесе) уақтылы ден қою шараларын қабылдамаған жағдайда ықтимал салдарлар	Басқару тетіктері мен шаралары
Жахандық		
Көмірсутектерге әлемдік бағаның өсуі немесе әлемдік қаржы нарығының тұрақсыздығы	1. Туризмнің барлық гүрлерінен туристік өнім және туристік қызметтер құнының артуы 2. Қызмет көрсету саласында халықтың еңбекпен қамтылу деңгейінің төмендеуі 3. Туризм және спорт инфрақұрылымын дамытуға тартылатын инвестициялардың қымбаттауы	1. Туристік қызмет ауыртпалықтарын мемлекеттік қолдау субъектілері үшін салық төмендету бөлігінде көрсету жөнінде шаралар қабылдау 2. Қолайлы инвестициялық климат үшін және инвесторларға жеңілдіктер мен артықшылықтар беру, соның ішінде АЭА құру, инвестжобаларды іске асыру мерзімдерін ұзарту және т.б. үшін жағдайлар жасау
Ел ішілік		
Инфляцияның өсуіне байланысты бағаның күрт өсуі	1. Туристік қызметтердің қымбаттауы салдарынан ішкі және сырттан келушілер туризмі көлемінің құлдырауы 2. Туристік және спорттық объектілер құрылысы қарқынының төмендеуі	1. Туристік қызмет субъектілері үшін салық ауыртпалықтарын төмендету бөлігінде мемлекеттік қолдау көрсету жөнінде шаралар қабылдау 2. Қолайлы инвестициялық климат үшін және инвесторларға жеңілдіктер мен артықшылықтар беру, соның ішінде АЭА құру, инвестжобаларды іске асыру мерзімдерін ұзарту және т.б. үшін жағдайлар жасау
Эпидемияның пайда болуы (құс тұмауы және т.б.)	Сырттан келушілер туризмі көлемінің төмендеуі және ҚР кірісінің азаюы	Профилактикалық және санитарлық-эпидемиологиялық қызметтердің жұмысын жетілдіру және ҚР ДСМ-мен бірлесе Ескерту және жедел ден қою шаралары жөніндегі іс-қимылдар жоспарын әзірлеу

Табиғи және техногендік апаттар	Сырттан келушілер туризмі көлемінің төмендеуі және елдің төлем балансының "Сапарлар" бабының кіріс бөлігінің азаюы	1. Сактандыру жүйесін жетілдіру 2. ҚР ТЖМ және басқа да мүдделі мемлекеттік органдармен Құтқару жұмыстарын және апатты жағдайларды жоюды ұйымдастыру жөніндегі іс-қимылдар жоспарын әзірлеу
Институционалдық		
Елдің стратегиялық бағдарламалық құжаттарын сипасыз іске асыру	Салалық және өңірлік дамудың тапсырылған параметрлеріне қол жеткізбеу	Тиісті мемлекеттік органдар басшыларының стратегиялық жоспар міндеттерін іске асыруға және олар бойынша адекватты шараларды уақытылы қабылдауға дербес жауапкершілігін арттыру
Жоспарлаудың жаңа жүйесін енгізу шеңберінде серпінді жобаларды сипасыз іске асыру	Министрліктің, мүдделі мемлекеттік органдардың қызметін үйлестірудің болмауы себепті теріс нәтижелер алу	Барлық мүдделі мемлекеттік органдардың қызметіне мониторинг жасау және бағалау жүйесін құру және бірлескен іс-қимылдарды үйлестіру мақсатында олардың қорытындылары бойынша тұрақты түрде кеңестер өткізу
Министрліктегі білікті мамандардың кетуі	Министрліктің кәсіби мүмкіндіктерінің күрт төмендеуі және оның туризм мен спортты дамытудың негізгі міндеттерін орындауға қабілетсіздігі	Мыналар бойынша шараларды қамтамасыз ету: (1) жұмыс күні ұзақтығын қалыпқа келтіру (2) қызметкерлердің еңбек ақысының деңгейін кәсіптік шеберлігіне қарай арттыру (3) қызметтік мақсаттарда көлікпен қамтамасыз ету (4) біліктілігін арттыру (5) моральдық тұрғыдан ынталандыру.

Министрлік қызметінің мақсаттары Қазақстан Республикасында туризмді дамытудың 2007 - 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасында және Қазақстан Республикасында дене шынықтыруды және спортты дамытудың 2007 - 2011 жылдарға арналған мемлекеттің бағдарламасында айқындалған. Аталған бағдарламаларға сәйкес алға қойылған мақсаттарға бес жыл ішінде қол жеткізу мерзімдері елдің әлеуметтік-экономикалық дамуының

орта мерзімді жоспарына сәйкес екі кезеңге бөлінген: I кезең - 2007 - 2009 жылдар, II кезең - 2010 - 2011 жылдар. Осыған орай, жылдан бастап 2010 жылға дейін мынадай нәтижелерге қол жеткізу жоспарланып отыр.

2009 жылы сырттан келушілер туризмінің көлемі 5,6 млн. туристі құрайды, 2010 жылы - 5,9 млн. туристі және 2011 жылы - 6,2 млн. адамды құрайды; ішкі туризм бойынша туристер саны 2009 жылы 4,0 млн.-ға, 2010 жылы - 4,1 млн.-ға дейін және 2011 жылы - 4,2 млн.ға дейін көбейеді.

Мыналар бойынша шаралар қабылданатын болады: Ұлы Жібек Жолының қазақстандық бөлігінде инфрақұрылымды дамыту; туристерге арналған ақпараттық деректер базасының тұрақты негізде қызмет етуі (министрліктің веб-порталы, веб-сайты); ұлттық туристік өнімнің тартымдылығын арттыру.

Мыналар үшін жағдайлар жасалатын болады: мемлекет экономикасының шикізаттық емес салаларының ішінде кірісті сектор ретінде туристік индустрияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру; халықаралық маңызы бар үш туристік орталықтың ("Жаңа Іле", "Бурабай", "Ақтау Сити - Кендірлі") құрылысы жөніндегі жұмысты бастау үшін жеке инвестицияларды тарту;

"Қазақстан - планетаның бірінші ғарыш айлағы" жобасын іске асыру шеңберінде Байқоңыр қаласының маңында жаңаша технологияларды пайдалана отырып, ойын-сауық индустриясы бар туристік кешенді (планетарий, мұражай, сапарларды басқарудың кіші орталығы, кәдесыйлар сату жөніндегі сауда орталығы және т.б. ашу) салу үшін жеке инвестицияларды тарту.

VI. Бюджеттік бағдарламалар (қоса беріліп отыр) (кесте 1)

Кесте 1. Қазақстан Республикасындағы мейрамханалық бизнестің бағдарлама бойынша даму бағыттары

I Бағыт	1. Мейрамханалық бизнесін дамытуда туристік орталықтар салу: Алматы облысында "Жаңа Іле" туристік орталығын салу" (серпінді жоба), Ақмола облысында "Бурабай", Маңғыстау облысында "Ақтау-сити" туристік орталықтарын және "Кендірлі" демалыс аймағы
	2. Ұлы Жібек Жолының қазақстандық бөлігінде мейрамханалық бизнестің дамуына зерттеулер жүргізу

	3. Жол бойы қонақжайлық инфрақұрылымы объектілерінің саны
	4. Туристік және табиғи объектілерге апаратын жөнделген және жаңа жолдардың ұзақтығы
II. Биығт. Мейрамханалық бизнесіндегі қызмет көрсетулердің сапасын арттыруды қамтамасыз ету	1. "UNWTO-Tedqual" туристік білім беру сапасының халықаралық жүйесін енгізу
	2. "Жедел желі" анықтамалық туристік қызметтер саны
	3. Қонақжайлылық индустриясын ұйымдастыру жөніндегі курс тыңдаушыларының саны
III. Халықаралық стандарттарға жауап беретін материалдық-техникалық базаны және мейрамханалық бизнес инфрақұрылымын дамыту	1. Қайта жаңартылған және жаңадан салынған ғимараттарының санын арттыру
	3. Мейрамханалық бизнесіне пайдалы болатын ведомстволық бағыныстағы ғимараттарын, үй-жайларын және құрылыстарын күрделі жөндеу
IV. Қазақстандық мейрамханалық бизнесін бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету	1. Халықаралық дәрежедегі туризм мамандарының санын арттыру
V. Мейрамханалық бизнесіне мамандарды даярлау және олардың біліктілігін арттыру жүйесін жасау	1. Жас туризм мамандарын шет елдерде оқыту
	2. Мейрамханалық бизнес проблемалары жөніндегі мәселелерді шешуге арналған ғылыми зерттеулер саны

Мейрамханалық іс – бұл, мейрамхананың сауда залдарындағы келермендерге қызмет көрсетудің жоғарғы деңгейін ұйымдастырумен, күрделі дайындалатын аспаздық тамақтардың кең ассортиментінің өндірісін ұйымдастыруды ұштастыратын кәсіпорынның ерекше типі.

Мейрамханалар, әдетте, қалалардың орталық, тіршілікті кошелерінің бойында, мейрамханалер жанында, темір жолдар мен автовокзалдарда, аэропорттарда, айлақтарда, көпшілік демалатын орындарда және т.б. орналастырылады.

Мейрамханалық бизнес– бұл жеке тапсырыс бойынша тағамдар мен жеңіл тамақтар дайындауды кеңінен қолданатын, сонымен қатар

мезіретте қарастырылған фирмалық және ұлттық тағамдарды дайындайтын кәсіпорын.

Мейрамхананың жұмысын ұйымдастырудың ерекшелігі – бұл келермендерге қызмет көрсетудің жоғары сыныбы. Сыныпталу, көрсетілетін қызметтің сапасын, деңгейін және қызмет көрсету жағдайын сипаттайтын, кәсіпорынның ерекше белгілерінің жиынтығын болжайды.

Мейрамханаларда, оларды ыңғайлы жиһаздармен жабдықтау, қажетті микроклиматты жасау, атап айтқанда, ауаны желдете салқындату жолымен, интерьер және т.б. арқылы қолайлылықтың жоғары деңгейі қамтамасыз етілуі керек.

Мейрамханалар мерекелік ресми қабылдауларда, мәжілістерде, конференцияларда, съездерде, отбасылық мерекелерде және т.б. қызмет көрсетуді ұйымдастырады.

Мейрамхана бизнесінің эксперттерінің бағалауы бойынша, Алматыда ортабағалы категорияда жұмыс істейтін 100-150-ге жуық мейрамханалар бар. Орташа тордан тыс мейрамханалардың айналымы айына 60-70 мың АҚШ долларын құрайды, ал нарықтың бұл сегментінің жалпы айлық айналымы жуық шамамен 15-20 милл. тең. Ол жылына шамамен миллиард доллардың төрттен бірін құрайды.

Ортабағалы категориядағы мейрамханаларға келетін адамдардың әлеуметтік – демографиялық портретін құратын зерттеу, осы топтың ерекшеліктерін, олардың медиа артықшылығын айқындады, сонымен қатар мейрамханаларға ең жиі келушілерді анықтады.

Біз, көрсетілген мысалдардан көргеніміздей, мейрамханаларға келушілердің басым көпшілігі жұмыс істеуші адамдар. Көбінесе олар жоғары білімді мамандар.

Олардың әрбір үшіншісі шетелге жылына бір рет, ал әрбір төртіншісі жылына 2 рет саяхат жасайды.

Мейрамханалық бизнесіндегі мейрамханаларға бару – бұл бос уақытты өткізудің ең белгілі әдісі.

Мейрамхананың ең белсенді келермендері ерлер болып табылады. Олар үшін аптасына 1-3 рет мейрамханаға бару сипатты нәрсе, ал осы уақыттағы әйелдердің мейрамханаға келуі айына 2-3 рет болады. Ер адамдардың барынша жоғары белсенділігі мейрамханалар тұжырымдамасын әзірлеу кезінде ескерілуі керек:

мүмкін акцент ерлер аудиториясы үшін тартымды символдарға жасалатын шығар.

Адамдар үшін мейрамхананы аяқ астынан таңдау сипатты – респонденттердің (пікірі сұралушылардың) 53 % пайызы осылай жасайды. Жәнеде бұл кезде мезірет – мекемені аяқ астынан таңдаудың басты критериясы болып табылады. Оны бірінші кезекте келермендердің 64 % атайды. Әлуаттік тұтынушылар қалай тамақтармен айқындалып болса, солай кәсіпорынды таңдау оның орналасу орынына бағытталады. Баға респонденттермен үшінші кезекте ғана аталады.

Сонымен, жоғары топты көрсете отырып, мейрамхана келермендері «бағаға бағытталушылар» қатарына жатпайтынын көруге болады. Олар алдын-ала көрсетілетін қызмет деңгейін, мейрамханадағы қызмет қандай бағамен көрсетілетінін білетін болуы керек, жәнеде таңдауды аспаздық артықшылықтарға негіздеп жасайды.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Басқарушының қасиеттері: туа біткен және кейіннен меңгерілген қасиеттері.
2. Мейрамхана басшыларының ерекшеліктері туралы жалпы мәлімет беріңіз.
3. Мейрамхана басшысының атқаратын қызметі мен жауапкершілігін атап жазыңыз.
4. Мейрамханалық іс қызметкер және оның маңызы
5. Мейрамханалық істе жұмыс істейтін қызметкерлер және олардың жалпы ерекшеліктері туралы жалпы түсінік
6. Қызметкерлердің атқыратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
7. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз
8. Мейрамхана қызметкерлерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің сипаттамасы

8 Бірқатар абыройлы мерамханалардың сыныптама ерекшеліктері

Егер Алматы қаласының мейрамханаларын салыстыратын болсақ, онда бірнеше келешекті мейрамханаларды алып оларды салыстыру керек, сол арқылы мейрамханалардың қандай критерияларға сүйеніп таңдалатынын анықтауға болады:

1. "Жерұйық" мейрамханасы. Мейрамхана-мұражай «Жерұйық» - стильді дәстүрлі мейрамхана. Оның интерьерінде фольклорлық және қазіргі күйлер үйлесімді ұштасады. Тұрмыс бөлшектері, қызметкерлер костюмдері, ыдыстар – ерте заманның заттары. Залдың ортасында – үлкен шаңырақ – дала сағаты, күннің қозғалыс жылдамдығының көрсеткіші, үйдің және бейбітшіліктің символы, қабырғада – тас таңбалы суреттер – бұл Ыстықтың қасынан табылған таңба тастардың дәл көшірмесі. Барлық жиһаз арнайы тапсырыспен Италияда жасалған. Әсем безендірілген үстінгі тақтайлар шығыс өрнектерімен мозаикамен жасалған, және олардың біреуі екінші рет қайталанбайды. Шынындада – мұражайлық сирек кездесетін зат! Столдың ортасында кікене батырлар мүсіндері тұр, олар тұзбен және бұрышпен толтырылған, кез-келген уақытта қызмет көрсетеді. Бұл мейрамханада үйлену тойлары ерекше қызықты өтеді. Кейде «Мақпал» сән үйінен сән көрсетушілер шақырылады. Қонақтарды ұлттық стилдегі киімдерді көрсете отырып, әдемі қыздар күтіп алады. Бұл факті мейрамхана ұсынатын қызметтің әрине жоғары деңгейін куәлендіреді. Қазақтың даласы сияқты, мейлінше кең, үлкен залда үлкен банкеттер мен отбасылық мерекелерді өткізу өте ыңғайлы. Мейрамханада сізді меншікті ансамбль орындайтын «тірі музыка» қуантады. Жәнеде, қазіргі дыбыстық жүйе солай орналастырылған, мейрамхананың қай бұрышында болсаңда музыканы сахнада, залдың ортасында тұрғандай сезінесің. Музыка тек қана ұлттық – ешқандай ауытқу болмайды, мейрамхананың стиліде осында. Сонымен қатар бұл жерде театрландырылған шоуға жүргізіледі. Ұлттық киімдер киген артистер, көрермендерін өздерінің иілгіштіктерімен, ритмді сезінулерімен таң қалдырады.

Тапсырысты қазақ, орыс, ағылшын, жапон, қытай, ұйғыр, қырғыз тілдерінде жасауға болады. "Жерұйық" мейрамхана – мұражайының тұжырымдамасы – мейрамхананың барынша жаңа тұжырымдамасы, ол аңыздар мен әңгімелерге бай қазақ халқының тарихы туралы естуге болатындығымен қорытындыланады.

"Жерұйық" мейрамханасының тамағы. Бұл жерден дүниежүзі халықтарының тамақтарының тағамдарын табуға болады: поляктің, немістің, итальянның, кавказдық және, тіпті, непалдың тамақтарын. Бірақ дегенмен негізгісі – әрине қазақтың тағамы, сонымен қатар бұл жерде жаңа ұсталған балықтан жасалған тағамда ұсынады – «түрген форелі».

Шараптар картасыда жеңіл тамақтар мезіреті сияқты әр алуан. «Жемчужина Иссыка», «Тургеньское золотое» және «Тургеньский бриллиант».

"Жерұйық" мейрамханасының қожайындары өзінің клиенттеріне, оларға өзінің алғысын білдіре отырып, кішкентай сыйлықтар жасайды. Ол саздан жасалған күлдіргі ботақанның немесе тапқыш Алдар көсенің пішіндері болуы мүмкін. Мейрамхана-мұражай оданда қымбатты сыйлықтар жасайды. өзінің мерей тойын жасаушылар тәтті торғ пен музыкалық сыйлық ала алады. Тұрақты клиенттері, дисконттық карталары бар клиенттер, «Дастархан» жүйесіндегі барлық мейрамханаларда («Жерұйық», «Тропикана», «Дастархан») 10 % жеңілдікке ие бола алады. Не айтуға болады! Бұл жерде өзінің қонақтарын жақсы көреді, олардың тілектерін тауып, олардың қуаныштарын бөліседі. "Жерұйық" мейрамханасы өзінің қонақтарын сүйеді - олардың тілектерін табады және қанағаттандырады.

2. "Бастау" мейрамханасы - бұл стильді және элегантты орын. Зал интерьері ашық шетенді түсті. Столдар жеңіл, нәзік сабан перделермен бөлінген, осыдан ерекше қолайлылық пен тыныштық сезіледі. Ашық түсті қабырғаларды бір гаммадағы қазіргі картиналар әрлейді, дөңгелек пішіндегі аквариумде керемет әдеміліктегі экзотикалық балықтар шоршиды.

Бұл жерде тірі музыка бар – скрипканың нәзік үні лирикалық көңіл күймен үйлеседі.

3. "Мелисса" мейрамханасы «Premier Alatau Hotel and Business center» мейрамхананың сегізінші этажында орналасқан. Бұл жерде дем алу керемет жеңіл; энергетика таң қаларлықтай, өйткені мекеменің негізгі түстері: ақшыл жасыл, көк, сұр, алтын сияқты. Келермендер терезеге жақын орналасқан орындарды артықша көреді, өйткені терезеден керемет таудың көрінісі көрінеді.

Залдың қабырғаларына ілінген картиналар жоқ, өйткені ауалы кеңістік – бұл жердің басты кейіпкер.

Залдың сыйымдылығы – 100 адам – банкеттер өткізу үшін таятпымас орын. Жәнеде осы залда үйлену тойын өткізуге ұсыныс жасалады – барынша романтикалық орын.

Бұл жерде бизнес ланч өткізу өте қолайлы, негізгі залдан шықпай-ақ басқа бөлімге өтуге болады. Түрік музыкасына басымдылық беріледі. Таң қаларлықтай тағамдардан дәм татқан дұрыс. «Мелисса» мезіреті түрік, ағылшын, орыс тілдерінде жазылған, дүниежүзілік ас үйлердің тағамын таңдауға болады.

Меніңше "Мелисса" мейрамханасының фишкасы болып залдың екінші бөлмесі табылады, онда қолмен тоқылған антиквар кілемдер орналастырылған, ол жерде түрікше дайындалған кофеге, шығыс десерті бахлаваға сұраныс жасауға болады және нағыз түрік кольянын тартып көруге болады.

4. "Золотой водопад" мейрамханасы. Аты айтып тұрғандай, бұл жерде шынындада түрлі-түсті оттармен жарқылдаған, жоғарыдан төмен қарай құлаған су ағынын көруге болады. Жәнеде су құламасын оның төменгі жағындада, жоғарғы ағыс көзіндеде байқауға болады. Балконға орналасқан столдарды таңдауға болады, одан мейрамханада болған күнінің ұзаққа сақталады. Ал мейрамхана дизайны мекеменің бике иесінің жетекшілігімен мәскеулік ұсталармен-шеберлермен орындалды. Не деуге болады, бикенің талғамына тек қана қызыға қарауға болады.

Көргеннен алған әсерді азия және еуропа тамақтарының әртүрлі тағамдары толықтырады. Мейрамхананың ас үйі туралы айтып кетсек: жергілікті аспазшылар жоғары мамандар және тамақ талғағыштарға қазақтың ұлттық тамақтарынан өзге экзотикалық тағамдарда ұсынатын қытай аспазшысыда жұмыс істейді. Ең әйгілі тағам «Хмельные шарики» болып саналады, оның құпиясын әліде ешкім аша алмай келеді.

5. "Траттория парадизо" мейрамханасы. Алматының нағыз орталығында, Республика сарайы мен «Қазақстан» мейрамханаіне жақын, шуы көп Абай проспектісінен оқшауда, тау бұлағы суының сарқырамасы жазғы алаңының қасынан өтетін жайлы жерде «Траттория парадизо» орналасқан. Италия стилінде орындалған мейрамхананың ішкі интерьерін келушілердің ешқайсысын немқұрайлы қалдырмайды, арка типті жасалған жоспарлау кеңістік сезімін береді. Жапондық суши бар зал экзотикасын кескіндей отырып, оны толықтырады.

Мейрамхана ас үйінің өзіндік ерекшелігі, еуропалық іскерлік пен пияздық зиялылықтың контрастын фирмалық тағамдардан дәм тата отырып, нағыз тамақ талғағыштар бағалай алады: жеміс тұздықты жаңа дайындалған қаздың бауыры «фуагра», шампанскийден дайындалған тұздықты қардай лосось еті, қызыл уылдырық, шарапты тұздықты картоп пен пияз қосылған осетр еті және қара уылдырық, ішіне маскорионилі жемістер оралған тәтті құймақтар, коньякта қуырылған ыстық бүлдіргендер және ванильді балмұздақтар.

Алматыдағы мейрамханалардың, кафелердің және пабтардың саны қазірдің өзінде үш жүзден асып кетті. Тек қана соңғы жылдың ішінде оңтүстік астананың мейрамханалық картасында келесідей жаңалықтар ашылды: «Антрекот», «Бисквит», «Маракеш», «Намедни», «Алтын бидай», «Альбион», «Палладиум» және басқалары. Қалада жаңа мейрамханалар жауыннан кейінгі саңырауқұлдақтай қаптап өсуде, бірақ парадокс мынады, дәмді тағам дайындайтын және қызмет көрсетудің жоғары деңгейін ұсына алатын мейрамхананы, бұрынғыша, саусақпен санауға болады. Неліктен алматылық мейрамханалар саны сапаға айналмайды?

Таңдаудың барлық байлығы кезінде, соңғы кездерде алматылықтардың көбісі, еуропалық дәстүрге қосылып, үйден тыс жерде тамақтануды әдетке айналдыруда. Олар мейрамханадағы дәмді түскі және кешкі астарға қажетті соманы жаратуға дайын, бірақ «қайда баруға болады?» сұрағы, бастарын тұрақты ауыртатын мәселе. Қалада мейрамханалар көп-ақ, бір қарағанда таңдау шегі кең. Алматылық мейрамханалар мен кафелермен жақын келіп танысқан кезде, олардың көбісінің дәмсіз тамақтар мен сапасы төмен тағамдар ұсынатыны айқындалады, мезірет тұрақты түрде өзгеріп отырады, қызмет көрсету деңгейіде төмен.

Әрине, оңтүстік астананың мейрамханалық нарығында табысты жобаларда бар, бірақ олар қалалықтарды дәмді мейрамхана тағамы мен баға-сапа қатынасымен (жәнеде сапа бағадан асып түсуі керек) қанағаттандыра алмайды. Мысалы, Алматыда ұлттық тағамдар дайындайтын жап-жақсы мейрамхана бар, ол «Жеті қазына», «Принцессадағы» қытай тағамдары көңіл аударуға тұрады және «Тай» мейрамханасындағы тай тағамдары. Бірақ, келісіңіз, тіпті өте дәмді жасалған лагмандыда, «қытайша үйректіде» немесе әйгілі тай сарпасы «том ямдыда» күнде жей бермейсіз.

Алматыда сапалы және дәмді еуропалық тағамдар ресторанын қажетсіну бар, бірақ мейрамханалық нарықтың осы сегменті оңтүстік астанада күйзелісте десек болғандай. Шындығында, еуропалық тағамдар ресторандары қалада бар, көріктері көз жауын алатындай, интерьерлері бай, бірақ тағамдарының сапасы осы байлыққа сай келмейді.

Дегенмен, айталық, барлық жағынан жағымды, тұрақты «Мама Мия» пиццериясын еске түсіруге болады. Орыс тағамдарын ұсынушылар қатарынан ойға бірінші оралатыны «Медведь» трактирі, ол қала орталығынан алыстау орналасқанмен, өзінің дәмді және сапалы тағам дайындайтын ас үйінің арқасында, міне үш жыл келермендері толық жәнеде өзінің екінші нүктесін (қаланың орталығында) ашпақшы. Дегенмен осының бәрі біржарым миллион халқы бар қала үшін - теңіздегі тамшыдай.

Әжептәуір тағамдар мен жоғары деңгейдегі қызмет көрсетуді, жаңадан ашылған мейрамханалардың бірқатары ұсынады. Осыған қарамастан олар туралы сәтті жобалар деп айту әзірше ертерек. Олардың әуелгі көтерген межеден төмендемеуіне, әрине сенгіміз келеді, бірақ тәжірибенің көрсетуінше: бұл толық мүмкіндікті. Оңтүстік астананың мейрамханалық нарығында келесідей тұжырымдама бұрыннан белгіленген: кәсіпорын ашылады, өзінің дәмді тағамдары мен керемет интерьерлері туралы бар дауыспен жариялайды, ал біраз уақыт өткеннен соң, осы қызмет көрсетуде, дәмді астар дайындауда толығымен бұзылады. Жалпы, әйгілі кеңестер киносының кейіпкері айтқандай, «тұрақтылық жоқ!».

Кәсіпқой еместер бизнесі

Әрине, мейрамханалық бизнеспен айналысуға бел буған адамдардың кездесетін қиындықтарын түсінуге болады. Кадрлардың жетіспеушілігі, қазіргі аспазшылық мектебінің болмауы, бәрінен бұрын кеңестік общепиттен қазіргі мейрамханалық іске көшу жай нәрсе емес және біліктілікті тәсілдемені талап етеді. Еуропалық рестораторларға, олардың мейрамханалық істегі көп жылдық дәстүрлі тәжірибелерімен, әрине қиындықты өтпелі кезеңде мейрамханалық нарықты игеріп отырған отандық кәсіпкерлерге қарағанда, онай. Дегенмен солтүстік көршімізге көз салсақ, қазіргі мейрамханалық бизнес ол үшінде, біздегі сияқты, жаңа құбылыс.

Бұдан екі-үш жыл бұрын Мәскеуде болған, астаналық мейрамханалардан дәм татқан, қазақстандықтар Алматы

мейрамханаларының деңгейі жоғары деген пікір айтқан. Біріншіден, бізде орта деңгейдегі бағалы мейрамханалар болатын, ал Мәскеуде тек қана қымбат мекемелер және арзан фаст-фуд болды. Екіншіден, бізде көптеген жерлерде, мәскеуліктерге қарағанда, дәмді тағам дайындайтын. Және ең бастысы, қызмет көрсету деңгейі, біздің даяшылар мен мәскеуліктердің әңгімелесу стилі байқалатындай ерекшелікті еді. Көптеген алматылық мейрамхана даяшылары келермендермен әңгімелесуде алтын ортаны таба білді, мәскеулік даяшылар қонақтарға тіпті көңіл аудармады немесе керісінше (қымбат мейрамханаларда) шектен тыс жағымпаздыққа кетіп жүрді.

Қазіргі кездегі жағдай қандай? Мәскеуде шынында да дәмді тағамдар дайындайтын, қызмет көрсету деңгейі жоғары мейрамханалар пайда болды, ал кейбір мәскеулік мекемелер соншалықты әйгілі, оларға тек қана алдын-ала жазылып баруға болады. Мәскеулік мейрамханалық нарықтың табысты дамуының себептері бірнеше. Ең негізгілерінің бірі - мейрамханалық бизнеспен онда тәжірибелі мамандар рестораторлар айналысады. Нарықтағы қатаң бәсекелестікте өзінің ролін атқарды, сонымен қатар, мейрамханалық іске тікелей қатысы жоқ фактор, қозғалыссыз мүлікке бағаның артуыда өз әсерін тигізді. Біліксіз менеджментті және ас үйі дәмсіз мейрамханалар, бір метр квадраты 4-5 мың доллар тұратын гимараттарда өмір сүруі өте қиынға соқты. Соның нәтижесінде біліксіздер нарықтан кетті, ал бұл қатарда, үлкен айналымды және лайықты менеджментті мейрамханалар ғана қалды және мүдделері тек мейрамханамен емес, сонымен қатар риэлтерлік бизнеспен байланыстыларда қалды. Әрине түсінікті, осының бәрі мәскеуліктерге ыңғайлы болды, өздерінің барар жері бар және астана қонақтарында ұялмай шақыра алады.

Алматыда мейрамханалық бизнес тіпті басқа сценарий бойынша дамуда. Ауқатты қазақстандықтар арасында мейрамханаларды ойелдеріне сыйлау (немесе басқаруды беру) сәнге айналды. Бірінші және кәсіпқой емес көзқараста бұл бизнес күрделі емес және жұбайыда жұмыс басты болады. Ал егер іс алға баспаса, мейлі снһәрсе бүлініп кеткен жоқ, өйткені бұл басты бизнес емес, ал былай көңіл үшін, құрбы үшін, достар үшін, т.с.с. Жалпы, бала немен айналыссада, тек жыламаса болғаны деген сияқты...

Мейрамханалық бизнеспен айналысқан бикелер, қағидаға сай, көбінесе толық көріністі байқамай, мейрамхананы басқаруды өзінің

ойынша жүргізеді, мейрамхана ісінің жеке құрамаларына көңіл қоймайды. Мысалы, алматылық «рестораторлардың» бірі екінші жыл кәсіпорынын аша алмай келеді, өйткені өзінің талғамына қарай, тұрақты түрде, бірнемені өзгертеді. Егер, мысалыға, зал интерьерін бекітті ме, барлық жұмыс аяқталған уақытта оған бұл жақпай қалды, қайтадан өзгерту енгізу басталды. Дәретхана төбесін өз талғамымен жасатты, бірнеше айдан соң олда ұнамай қалды, қайта жасалынды. Маңдайша жазу дайындалды, одан оны ауыстырды, қайтадан алынып тасталынды, осылай кете береді...

Кейде мейрамхана иелері тиын тенгені құрайды деген девизбен, азық-түлік сатып алудан үнемдей бастайды. Жақсы помидорды алу неге керек, егер оны бәрібір бүтін күйде қоймайтын болса, ол пісіріледі, қуырылады? Осылай арзан көкөніс, арзан ет, зәйтүн майының орнына арзан күнбағыс майы өзгеріліп кете береді. Әрине, осының бәрі тағамдардың дәмі мен сапасына әсер етеді. Тұрақты келермендердің пікірі бойынша, осындай экономияның салдарынан өзінің дәмі мен сапасын жоғалтқан кәсіпорындардың бірі, бір кездегі әйгілі және лайықты Mad Murphy's Irish pub. Осының бәрі қожайынды басқарушы бикеге алмастырғаннан соң пайда болды. Қазір бұл кәсіпорындағы менеджмент қайта өзгерді, бірақ бұл бұрынғы атақты қайтаруға жеткілікті боларма екен, сұрақтың үлкені осы.

Алматылық мейрамханалық нарықтың тағы бір соққысы (бәлесі) – мейрамхана ұстаушылардың туыстары, олар басқарушылар, өндіріс меңгерушілері, кейде аспазшылар ретіндеде қызметке алынады. Айтайық, біреу мейрамхана ашты, бірақ білікті менеджерді шақырмады, өйткені оған әжептәуір айлық төлеу керек, ал оның орынына өзінің туысын директор етіп тағайындады. Біріншіден, ол өзінікі, яғни кәсіпорынды алдамайды және өз қалтасына жұмыс істейді, екіншіден, оған тәжірибелі білікті маманға қарағанда жалақы азырақ төленеді, үшіншіден, мейрамхананы басқару деген соншалықты күрделіме? Жәнеде біздің діліміз туралы ұмытпау керек. Осылай атадан-балаға жеткен, біз туыстарымызды ұмытпаймыз және мүмкіндігінше жұмысқа тұрғызамыз, ал ауқатты қазақстандықтар көптеген өзінің туыстарын меншікті бизнесінеде қосады. Әйелдер менеджментіндегі мысалдай, мұндай тәсілдеме мейрамхананың біліксіз басқарылуына әкеледі (тіпті әйел еркелігінсізде), ақырында ас үй сапасының төмендеуіне және клиенттерді жоғалтуға әкеледі.

Дегенмен, шындық үшін айтуымыз керек, барлық уақытта әйел басқарған мейрамханалар табыссыз бола бермейтінін. Жоғарыда келтірілген бике үшін мейрамхана көңіл көтеретін ойыншық сияқты болағын, ал егер кәсіпорынмен шындап айналысса және білікті кадрларға ақша үнемдемесе әрине ондай кәсіпорын дұрыс қызмет атқара алады. Айтайық, «Жел казына» және «Мама Мия» кәсіпорындарын әйелдер басқарады, және бұл мекеме қалалықтар ішінде өте белгілі. Ал «Мама Мия» мейрамханалық бизнесті табысты жүргізуде мысал бола алады. Бұл пиццерияның клиенттермен проблемасы болған емес, ал тағамдары объективті сапалы және дәмді болған еді, дегенмен соған қарамастан, кәсіпорын Италиядан шепазшы алдыртты, әрине тағамдар оданда дәмдірек, ал мезірет әртүрлі бола бастады. Яғни қожайындар мен басқарушылар клиенттердің мейрамханаға деген қызығушылығы азаюын күтпестен шаралар қолданып, кәсіпорынды әйгілі кезінде-ақ жетілдіре бастады.

Бірақ көптеген жағдайларда кері көріністі байқауға болады. Біліксіз менеджмент және кадрлар мен азық-түліктен үнемдеу, мейрамханаға келушілер санын азайта бастайды. Басшылар бас сауғалап қалайда жағдайды түзеуге тырысады, тағыда біліксіз қадамдар жасай отырып:

- бағаны төмендетеді (салдары - контингент өзгереді, бұрынғы клиенттерден айрылады);

- бағаны жоғарылатады (бұл шара ең сенімді келгіштердіде қорқытады);

- еуропалық тағамдар мейрамханасының мезіретіне, өзіндік құны төмендеу ұлттық шығыс тағамдарын (лағман, манты, самса және т. б.) енгізеді;

- жаңа келермендерді тартатын күшті жарнамалық компанияны жібереді (дегенмен, тағамның сапасын жақсартпастан, кездейсоқ қонақтардан тұрақты келушілер жасау мүмкін емес).

Мейрамхананы айқын жайғастыру керек, еуропалықтан тағамнан ұлттық, орыс немесе қытай тағамдарына бет алуға және бір мақсатты аудиториядан келесісіне сенделудің қажеті жоқ. Сондықтанда мұндай әдіспен мейрамхананы реанимациялау көптің қолынан келмейді және ақырында ол қайта біреуге сатылады немесе толық жабылады. Көрнекі мысалдардың бірі - Old England мейрамханасы. өз жылдарында ол респектабельді клиенттерге толы болатын, бірақ қалада сондай бағалы денгейдегі бірнеше орынның ашылуы және

олардың ағылшын тағамына қарағанда басқа сапалы дәмдерді ұсынуы, «Старый Англия» келермендерінің санын төмендетті. Бұрынғы пайда деңгейін жоғалтқысы келмеген мейрамхана арзан бағалы бизнес-ланчтарды енгізді, ал сонсоң қонақтарға қымыз ұсынды. Әрине, мұндай әдістер ешнәрсегеде әкелмеді, және, өздеріңіз байқағандай, мейрамхана жабылды. Әзірше уақытша жабылды деуде (жөндеуге), дегенмен Old England қайта жаңғыруы күмәнді. Қайтадан өзіне келермендерді тарту үшін, мейрамхана өзінің тұжырымдамасын толық өзгертуі керек.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Басқарушының қасиеттері: туа біткен және кейіннен меңгерілген қасиеттері.
2. Мейрамхана басшыларының ерекшеліктері туралы жалпы мәлімет беріңіз.
3. Мейрамхана басшысының атқаратын қызметі мен жауапкершілігін атап жазыңыз.
4. Мейрамханалық іс қызметкер және оның маңызы
5. Мейрамханалық істе жұмыс істейтін қызметкерлер және олардың жалпы ерекшеліктері туралы жалпы түсінік
6. Қызметкерлердің атқыратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
7. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз
8. Мейрамхана қызметкерлерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің сипаттамасы

9 Мейрамхана ісіндегі ресторатор мамандығының мәні мен маңызы

Алматыда рестораторлар өте аз. Біздің мейрамханалық нарық – бұл негізінен кәсіпкер еместердің нарығы. Ал табысты жобалар – бұл нағыз сол рестораторлармен басқарылатын мейрамханалар. Яғни мейрамханалық бизнес негізгі болатын адамдар, олар өзінің кәсіпорынында күні – түні жүреді. Жәнеде жақсы аспазшылар мен сапалы азық-түлікке ақша аямайды, айналымның төмендеуін күтпейді, мейрамхананы жақсарту және жаңғырту бойынша тұрақты жұмыс жүргізеді және білікті ұжым жинауға барлық күшін салады.

Мысалыға, «Медведь» мейрамханасы ресторатор Вадим Гороховпен басқарылады. CUBA - Юрий Виницкиймен. өз кезінде

San Sira бар жаман бастаған жоқ, онымен ресторатор Михаил Шляхов тығыз айналысты. Қазір ол «Альбион» мейрамханасын ашты, онда әрбір кеште келермендер көп, ал San Sira, оңтүстік астанада тұрақталған дәстүрге сай едәуір төмендеді. Орыс тағамдарын ұсынатын «Намедни» мейрамханасы, бары-жоғы бірнеше апта жұмыс істейді, ресторатор Андрей Пырликовпен басқарылады, және оның айтуынша, мейрамханаға кешке келу үшін, алдын-ала столды сақтап қою қажет. Мәскеулік ресторатор Олег Гладков («Пробка», «Иван Дурдин», «Бавариус») «Американдық гриль-барды», бұл орын сәнді және келушілері көп кезінде, басқарды. Қазір Гладков «Антрекот» мейрамханасын ашты және тағы бірқатар жобалар өткізбекші, оның ішінде кеңес одағы кезінен әйгілі «Самал» мейрамханасын жаңаланған және жаңғырған күйде. Ал, менеджменттің ауысқанынан соң «Американдық гриль-бардың» және «Иль Патионың» (бұрынғы атауы «Патио-пицца»), сапаларының қаншалықты құлдырағанын, соңғы айларда осы кәсіпорындарда болған келермендердің бәріде байқады. Қорыта айтқанда, білікті менеджмент – бұл табысты мейрамхананың негізгі құрамаларының бірі, ал табыстылықтың басқа факторлары туралы рестораторлардың өздерінен сұрайық.

Ресторатор Олег Гладков («Антрекот»): Мейрамханалық істе, көзге ілмей тастауға болмайтын, өте көп нюанстар бар. Қонақтардан үнемдеуге болмайды, ғимараттың жақсы желдетілуі, желдеткіштердің, ауа тазартқыштардың жеткілікті болуы туралы айтпағанда, тіпті сапалы дәретхана қағазы сияқты, сондай майда-шүйделерде өте маңызды мәселе. Немес, айтайық, біз, сыртта күн суытқан кезде қонақтарымызға елу грамм «Царская» арағын ұсындық. Бұлда мардымсыз нәрсе, бірақ осындай ұсақ-түйектен табысты мейрамханалық бизнес құрылады.

Көп нәрсе қызметкерлергеде тәуелді. «Антрекотта», мысалыға, жергілікті аспазшы бірқатар сынақ мерзімінен өтті, менің ойымша, қазақстандық немесе ресейлік аспазшы, егер ол, әрине, білікті болса, американдық немесе еуропалық аспазшыдан әлде қайда күштірек болады. Егер шетелдік аспазшыда, айтайық сельдерей болмай қалса, ал тағамды дайындау рецептурасында сол қарастырылған болса, онда ол бұл тағамды дайындаудан бас тартады. Отандық аспазшылар болмай қалған ингредиентті немен ауыстыруға болатынын табады, ауыстырады, одан тағам дәмсіз болып қалмайды. Қазақстандада, Ресейдеде адамдар жақсы өмір сүре бастағанын ұмытпау керек және

мейрамхана қызметкерлері де жоғары жалақы алуға құқықты. Соған қарамастан, алматылық көптеген мейрамханаларда өмір сүру деңгейінің өсуіне көзді жұмады және даяшыларға бұдан екі жыл бұрынғы жалақыны төлейді, соның нәтижесінде кадрлардың тұрақсыздығы байқалады. Ал қаржылану факторы – қызметкерлер үшін анықтаушылардың бірі, сондықтан оны елемеуге болмайды. Карьерлік өсу мүмкіндігіде өте маңызды. Бізде бір жылдың ішінде мейрамхана менеджері болуыға болады, сондықтан адамдар өзінің орыны мен ұжымын бағалайды. Ал бұған, ақырында, мейрамхананың жайлы атмосферасы тәуелді, онсыз табысты бизнес туралы ойланудыңда қажеті жоқ. Мейрамхананың табысты жұмысының тағы бір құраушысы – қолданылатын өнімдердің сапалылығы. Шетелдік еттердің килограмын 30-40 доллардан сатып алатын мейрамханалар болғаны менен, оларды дұрыс сақтай алмайды. Екі рет мұздатылған еттен жасалған стейкті 25 долларға сатуға болмайды. Я считаю, упор надо делать на локальный рынок продуктов, просто закупать всегда свежее и качественное. А вообще самый основной фактор, которым руководствуются люди, выбирая, в какой ресторан стоит ходить, а в какой нет, это «вкусно - не вкусно». Мәскеуде Сретенкада жетпісінші жылдары ашылған самсахана бар, онда адамдар «мерседеспенде» келеді...

Ресторатор Андрей Пырликов («Намедни»): Тұрақты мекеме - бұл, ең алдымен, тұрақты ұжым. Көптеген мейрамхана қожайындары білікті менеджерлерден үнемдейді және бұл орындарға өзінің, мейрамханалық бизнес туралы ешнәрсе сезбейтін, туыстарын тағайындайды. Ал олар, өз кезегінде, аспазшыларды жұмысқа шақыра отырып, өздері тағайындаған жалақыны төлеуге уәде береді. Көп жағдайларда біліксізбен басқарылған мейрамхана күтілетін пайданы бермейді және жалақыда уәделескен мөлшерден төмен болады. Оны түсінген аспазшы жаңа орынға жылжиды, бірақ басқару принципі бойынша ол ескіден ешқандай айырмашылықты болмайды, сонымен аспазшылар бір жерден екіншісіне көшіп жүреді, бұл әрине қаладағы мейрамханалар деңгейіне әсер етеді. Алматылық аспазшылардың көбісі – «біз жоқ жердің бәрінде жақсы» принципімен жүрген еркін құстар. Сондықтан «Намедниге» аға-аспазшы маманын біз Мәскеуден шақырдық, менің ойымша білікті маманға үнемдеудің қажеті жоқ. Тура осы тілекті даяшы туралыда айтуға болады, олар ас үйі мен мейрамхана қонақтары арасындағы

негізгі байланыстырушы буын болып табылады. Бізде, мысалыға, барлық даяшылар аптасына бір рет ас үйде жұмыс істейді. Бұл, даяшының тағамның дайындалу процесін жақсы білуі үшін және кәсіп болған жағдайларда келермендерге қандай тағамның неден, қандай жасалғаны туралы айта алуы үшін жасалынады.

Қазір көптеген мейрамханаларда келушілермен электрондық жүйемен есеп айырысу қолданылады, бұл даяшылардың мейрамхананы алдауына мүмкіндік бермейді. Дегенмен даяшылардың материалдық ынталандырылуы да керек. Сондықтан, біздің ойымызша, ең қолайлы жағдай, олардың еңбек ақысын төлеу – бұл тұрақты жалақы плюс пайыз плюс шай-пұл болуы керек. өз орындарындағы жұмыскерлердің біліктіліктері мен мүдделіліктеріне мейрамхананың атмосферасы көп жағдайда тәуелді. Қонаққа жеткілікті қуырылмаған ет беріліп қалуы мүмкін, қандайда бір жағдайлар туып жатады ғой, осы кезде оны жаймен теңестіріп, бәрібір келерменнің риза болып кетуіне тырысу керек. Ал ресторатордың өзі еш уақытта қол жеткен табыспен тоқтап қалмауы керек. Ол тұрақты түрде мейрамхананы қалай жақсартуға болатыны және жаңғырту туралы ойлануы керек, бірақ оны таңдалған тұжырымдама шегінде жүргізуі қажет. Біз, мысалы, бизнес-ланчтар мен кешенді түскі астарға түбегейлі қарсымыз. «Намедни» орыс тағамдарының арақты мейрамханасы ретінде жайғасым табады, мұнда арақтың кең таңдауы бар және дәмді тағамдар мен суық жеңіл тамақтар өте керемет булгаковтың профессоры Преображенский армандағандай. Демек, онда түстенуді (кешкі ас туралы айтпағанда) аспай-саспай, сезіммен өткізу керек. Біз түстену мәдениетін насихаттаймыз, рецептурасы көне антикварлық кітаптардан алынған, орыс ас үйінің тағамдары, бұл жүріп бара жатып желінетін американың гамбургері емес.

Келешек туралы

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келіп, жақсы мейрамхана жаман мейрамханадан немен айрықшалынатынына келесідей айқын анықтама беруге болады: білікті менеджментпен, дәмді және сапалы тағамдарымен, баға-сапа үйлесімінің табылуымен, көңілге жай атмосферамен және ықыласты қызмет көрсетумен. Сұрақ, тек қана Алматыда осындай мейрамханалардың саны қашан өсетінінде және оларды өзінің қонақтарына қашан ұсынытынында.

Амал нешік, қадірлі қалалықтар сіздерді ерекше қуантатын жайттар болмай тұр. Көптеген рестораторлардың пікірі бойынша, алматылық мейрамханалық нарықта әлдеде бес жылдай қатаң бәсекелестік болады, яғни біліксіздер әзірше мейрамханалық бизнесте қалады деген сөз. Дегенмен олар біртіндеп ығыстырылады, және оларды жеделдетудің кем дегенде екі факторы бар. Оның бірі біздің нарығымызға ресейлік рестораторлардың келуі. Алматыда жылжымайтын мүлік Мәскеудегідей соншалықты қымбат емес, бәсекелестік төмендеу, ал өсіп келе жатқан алматылықтардың әлауқаты едәуір пайда көруге болатынын көрсетеді. Мысалы, өзінің «Тинькофф» сырасымен және Мәскеудегі мейрамханаларымен әйгілі болған Тиньков мырза Алматыда өзінің мейрамханасын ашуды жоспарлауда. Ал кейбір деректерге сүйенсек бізде өздерінің жобаларын жүзеге асыруға бірнеше басқа мәскеулік рестораторларда жиналуда, олардың аты-жөні әзірше жарияланбайды. Бір жағынан нарыққа мәскеулік рестораторлардың келуін жақсы хабар ретінде қабылдауға болады, өйткені сәтті мейрамханалар (егер олар сондай бола алса) белгілі бір деңгейді береді, ал алматылық мекемелер соның деңгейіне ұмтылады. Екінші жағынан – мейрамханалық іске «жұбайы бизнесі» ретінде қатынасу, бізде отандық рестораторлардың тәжірибе жүзінде болмауына әкелді, егер Алматының мейрамханалық картасын мәскеулік мамандақ игере бастаса, онда біз оларға нарықты «береміз».

Екінші фактор – мейрамханалық бизнеске іскерлік мүдделері тек қана мейрамханалық істерге бағытталған адамдардың келуі. Яғни, бастапқы капитал жинаған, жәнеде оны, өзінің негізгі бизнесі болатын, меншікті кәсіпорынға жұмсағысы келетін адамдар. Банкілік несиелендіру жүйесінің дамуыда және шағын және орташа бизнесті қолдау бойынша бағдарламада оларға қосымша қаражат тартуға мүмкіндік береді, ал алматылық мейрамханалық нарықтың әлуетті сыйымдылығы бұл бизнесті жеткілікті тартымды етеді. Әзірше мұндай мейрамханалар Алматы қаласында көп емес, бірақ олардың саны өсетін болса, онда біліксіздер мен олардың «ойыншық-мейрамханаларына» бәсекелесу қиынға түседі. Бірақ, біз айтып өткендей, бұл әзір болатын тіршілік емес, кем дегенде екі жылдай уақыт керек. Әзірше, тамақ талғампаздар берік болыңыздар. Қай жерде дәмді тамақтануға болады деген сұрақ, әзірше көкейтесті болып қала береді.

ТОО «Тау Дастархан» мысалында мейрамхана кешенін басқару тәжірибесі мен практикасы

Оңтүстік астанада қазір көңіл көтерер жер жеткілікті. Алматылықтар өздерінің кештерін және уик-эндтерін қалай көңілі кінәса және қалтасының қалыңдығы қаншалықты мүмкіндік берсе, солай өткізе алады. Сыра пабтары, ол жерде MTV мен футбол матчтарын көрсетеді, түнгі клубтар, ол жерде өзінде билей аласың, шашман бишілердіде (немесе стриптизерларды) көре аласың, кафелер мен мейрамханалар, ол жерде көңілің қалаған музыканы тыңдай аласың, классикаларды орындайтын квартеттері бар мекемелер, - осының бәрі сіздерге қызмет етеді, қымбатты қалалықтар. Дегенмен кейде тағыда, кәдімгідей емес, бірнәрсе керек болып тұрады. Айтайық, Парижде «Лидода» кешкі асты ішугеде болады және ойындар көруге болады. Не дерсіз, біздің рестораторларда сондай демалыс өткізу түрін алматылықтарға ұсынуға әрекет жасады, ол әрекеттің атауы «Шоу Тау Дастархан» деп аталады, өзіңізде түсінгендей, аттас алматылық мейрамханада. «Тау Дастархандағы» шоу бұрында болатын, бірақ жаңа бағдарлама Алматы мен Барлық Орталық Азиядағы жалғыз ойын-сауық болғандықтан, біз осы әрекетті барып көруді және алған сезімімізбен жұртшылықпен бөлісуді өзіміздің міндетімізге алдық.

Сапалы тағамдардан, ықыласты қызмет көрсетуден, керемет көркемделуден және мейрамхананың бүкіл «Тау Дастархандық» антуражына қарамастан, осындай барлық оң аспектілер кезіндеде, «Тау Дастархандағы» кештер барлық уақытта бұтсыз өтті деуге болмайды. Әрине бұның бәрі кімге қалай дегендей, дегенмен осы әйгілі алматылық кәсіпорында музыка біресе өте қатты дауыста ойналынып, біресе лазерлік шоудың софиттерінің жарығы көзге шағылысып және әңгімелесушіні көруге кедергі жасап отырғанымен ешкім қарсыласа алмаса керек. Біздің «Тау Дастархандағы» соңғы күніміз тіптен басқаша өтті десек болады. Біріншіден, бұл жерге көптен келмегендер мезірет өзгерісіне таң қалады, олар қазір мейрамхана атауы мен тұжырымдамасына сәйкестендірілген. Бұл туралы кейінірек айтайық. Екіншіден, және бастысы, жаңа шоу шынындада көруге тұрарлықтай. Мейрамханалық шоуды жақсы ойлап тауып, оны ұйымдастыру шынындада өте күрделі. Егер, орындаушылар (ең бастысы дрындаушы қыздар) әдемі, сымбатты және дарынды, ал музыка оталдыратындай, костюмдері әдемі болса,

көруге келгендер, коктейль-басқа ішуге келгендер, әрине риза болады. Дегенмен біздің тұтынушымыздың келесідей, мейрамханаға жай коктейлге және шоу көруге біз жиі бармаймыз. Қағидаға сай, мейрамханаға бару мақсаты – жайлы компанияда кешкі ас ішу, ал қожайындар мен ұйымдастырушылардың міндеті – тамақтануға да кедергі келтірмейтін, әрі рахатқа бөлетін ойын-сауық бағдарламасын жасау. Жаңа шоу «Тау Дастархан» кешкі асқа кедергі келтірмейді, ол оны толықтырады, және де барынша сәтті толықтырады. Түстердің, бояулылықтың сан алуандығы, жалындык, албырттық, артистік, эстетикалық тартымдылық, шытырмандық – осының бәрі ойын-сауық барысында көрсетіледі, және де буынды босатып, көңілді көтереді, тәбетті ашады (ас ішуге, билеуге, тағы бір коктейльге тапсырыс беруге, қызбен танысуға, қандайда бір ұсыныс жасауға және т.б.). Шоу «Тау Дастархан» көркемөнерпаздық емес. Керісінше, орындаушылардың біліктілігі мен тұтас барлық көріністің біріктірілуі байқалады. Шоудың әрбір нөмірдің өзінің сюжеті бар, көрермендер корридананы, қапырық жердегі үлкен аңшылықты, Тау Дастарханның аймағындағы ерлер өмірінен новелланы және ча-ча-ча, самба, ламбада, «бала чили ча-ча», және басқа билерге арналған әсерлі музыкаларды көріп, тыңдай алады. Әрбір нөмірге ауыстырылып отырған костюмдер жеке әңгімелеуді керек етеді. Қызғылт-күлгін түсті қауырсындардың тербелуі, қысқа беліне ашық – қызыл хризантемалар қадалған юбкалар, қара фрактар, цилидр пішінді бас киімдер, ананастармен көркемделген бас киімдер, - осының бәрін ұзын аяқты артисткалар ауыстырып үлгеріп отырады. Костюмдер керемет ойлап табылған, сәйкесті деңгейде орындалған, қыздар өте әсем көрінеді. Жалпы, айтатын болсақ, көретін шоуды жазып баяндау мүмкін емес: көріністің ішкі энергетикасында, залдағы ерекше атмосфераныда бәрібір толық шамада бере алмайсыз. Мұның бәрін өз көзіңмен көру керек. Дегенмен, мейрамханаға шоу көруге барар алдында, нені көргіңіз келетінін, не алғыңыз келетінін елестету керек. Егер сізге жоғары өнердің нәзік материясы қонымды болса, онда театрға барғаныңыз жөн (кейде ондада тілеген деңгейдегі нәрсені көру қиын), ал егер көңіл көтеру, шынығу заряды қажет болса, онда сізге тікелей жол - шоу «Тау Дастархан». Ойын-сауық аяғындағы ыстық тропикалық ритмдер, ұстамды классиканы әрине жеңеді, ақ пачкадағы балеринадан оның серіктесі қолының қимылымен көйлекті шешкенде, оның астында жеңіл ашық күміс-қызыл түсті костюм

шығады. Жай мұнды музыканы биге шақыратын дыбыстар алмастырады, ал дәстүрлі балет түйініне түйілген қыздың шашы ұзын аудардай бұрымдарға айналады.

Шоу бітеді, бірақ келермендерге мейрамхана аспазшылары өз оперін көрсетеді, біз ораламыз деп уәде бергенбіз. «Тау Дастарханның» жаңартылған мезіретінде көптеген балықтар мен теңіз сыйларынан жасалған жаңа тағамдар пайда болды. Sea food Алматылықтардың сүйіспеншілігіне бөленді, және бас-аспаздан алатын жаңалықтар оларды қызықтырады. Мейрамханада енді креветкалардан жасалған жульендерді, мидий немесе крабтарды, имбирлі немесе мальти тұздығымен тұздықталған қара патшалық креветкаларды, норвегиялық лангустиналарды, сары майда қуырылған, «Тысяча островов» тұздықты («Услада благородных»), қуырылған теңіз крабтарын, лайма шырынында маринадталған («Ожерелье морской девы»), роммен және жаңа картоппен кедр дәндерімен буланып пісірілген теңіз оқунінің етін («Отрада капитана Энрике»), «Ливерпуль» тұздығымен қытырлақ кокос жаңқасындағы теңіз тілінің етін, ол қуырылған кальмарлар «жастығында» беріледі («Гордость семи островов»), туңтін әртүрлі дайындамасын және тағы басқа көп тағамдарды татып көруге болады. Балықты дайындауға жаңа тәсілдеме қолданылған. Сіз форелді, семганы, осетринаны немесе судакты таңдай аласыз, оны дайындау жолында тапсыруыңызға болады (грилде немесе сорпаның аз мөлшерінде тұздықтар мен ақ шарап қоса отырып), содан соң оған ұсынылатын сегіз ерекше тұздықтардың бірін таңдауыңызға болады, олар көкөніс, теңіз өнімдері немесе экзотикалық жемістер негізінде дайындалған. Ал енді «Тау Дастарханның» фирмалық тағамы жалынды жарияланады, бұл кезде жарық төмендетіліп, музыкамен аспаздық өнер мини-фейерверктермен залға жеткізіледі. Жалпы, «Тау Дастарханда», әрбір әрекет кейде шағын, кейде орасан күрделі шоу. Сондықтан осы мейрамханада өткізген кеш, көрермендер көңілінен шығуы керек.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Қызметкерлерге қойылатын талаптарды атап жазыңыз
2. Мейрамханада қызметкерлерді басқару сатыларын атап қысқаша түсіндіріңіз
3. Мейрамханаларда қонақтарды қабылдау қызметі туралы айтыңыз

4. Мейрамханаларда негізгі қызмет көрсететін бөлімдерінің ұйымдық құрылымын сызып, атқаратын қызметтерін қысқаша түсіндіріңіз.
5. Маркетингтік қызмет бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
6. Қауіпсіздік бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
7. Мейрамханалық кәсіпорындарындағы өнімділікке әсер етуші факторлар
8. Өнімділікке әсер етуші ішкі факторлар

10 Мейрамхана бизнесіндегі кәсіпорындарға қойылатын негізгі талаптар

Мейрамханалық бизнес -орындарына ең негізгі талаптар бойынша маңызды көңіл келесілерге бөлінеді:

Мейрамханалық бизнес объектілерін орналастыруға қойылатын талаптар:

1). Объектілер оңаша тұрған және жапсарлас салынған ғимараттарда, тұрғын үйлер мен қоғамдық ғимараттарға жапсарлас салынған үй-жайларда, алаңы 700 шаршы метрден артық болмайтын ғимараттардың бірінші қабаттары мен төменгі қабаттарында, сол сияқты өнеркәсіптік және басқа да объектілердің аумағында орналаса алады. Бұл жағдайда қоғамдық тамақтандыру нысандарымен қатар немесе олардың үстінде орналасқан адамдардың тұрмысы, дем алу, емделу, еңбек етудегі санитариялық-гигиеналық жағдайлары нашарламауы керек.

2). Тұрғын үйлерде орналасқан объектілердің тұрғындар бөлігінен окшауланған кіретін есігі мен эвакуациялық шығатын есіктері болуы керек. Азық-түліктік шикі заттар мен тағам өнімдерін тұрғын үйлердің ауласы жағынан қабылдауға рұқсат етілмейді.

3). Тұрғын үйлердің бірінші қабаты терезесінің астына, тротуарларға қоғамдық тамақтандыру объектілерінің жазғы алаңдарын орналастыруға, тағам дайындайтын технологиялық жабдықтарын, дыбыс шығаратын аппаратураларын орнатуға рұқсат етілмейді.

4). Объектілерде тұрғын үй-жайларын, қоғамдық тамақтандырумен байланысы жоқ жұмыстар және қызмет көрсету орындарын орналастыруға, хайуанаттар мен құстарды ұстауға болмайды.

5). Үй-жайларды көлемді-жобалағанда және конструкциялық шешімдер шығарғанда технологиялық процестер кезінде болатын шикі заттың, жартылай дайын шикі өнімдердің және дайын өнімдердің, кір және таза ыдыстардың бір-бірімен қатыспауын және де қызметкерлер мен тұтынушылардың бір-біріне кедергі жасамауын ескеретін ағымдылықты қарастыруы тиіс. Бөлмелер құрамында: өндірістік, әкімшілік-тұрмыстық, қойма бөлмесі, техникалық бөлмелер болуы тиіс.

Дайындалуы жоғары деңгейдегі жартылай дайындалған өнімдерден жасалған тамақты дайындап тез қызмет көрсетуді ұйымдастыру жұмыстарында бөлек жұмысшы аймағы бөлінген жылдық бір жобалау рұқсат етіледі.

6). Өндірістік үй-жайлар жинағы мен кейбір шағын қоғамдық тамақ өндіруші объектілері түрлерінің көлемі.

Өндірістік үй-жайлардың қабырғаларына кем дегенде 1,8 м биіктікті қаптайтын тақталар немесе ылғалды тазарту және зарарсыздандыру жұмыстарына төзетін басқа да материалдармен арленуі тиіс, қойма бөлмелері ылғалға төзімді сырмен боялуы тиіс. Едендер соққыға төзімді, адам жүргенде сырғанамайтын материалдардан жасалады және құйылатын траптарға қарай еңіс болуы тиіс. Шикі заттар мен азық-түлікті тиейтін жолдардағы қоймалық және өндірістік үй-жайлардың табалдырығы болмауы тиіс. Шикі заттар мен азық-түлікті тиеу үшін қалқасы бар платформамен жабдықталуы тиіс. Салқын тағамдарды, жұмсақ балмұздақты дайындауға арналған цехтарда, кондитерлік цехтарда бактерицидты шам орнатылуы тиіс.

7). Мейрамханалық бизнес орындарында орталықтандырылған сумен қамтамасыз ету, канализациямен жабдықталуы тиіс. Су құбыры жоқ елді-мекендердегі, шаруа қожалықтарындағы қоғамдық тамақтандыру объектілерін сумен қамтамасыз ету үшін, сумен қамту көздері мемлекеттік санитариялық-эпидемиологиялық қадағалау органдарының санитариялық-эпидемиологиялық қорытындысы негізінде таңдалуы тиіс. Сумен қамту көздері жоқ болғанда қолдануға рұқсат етілген материалдардан жасалған арнайы жабдықталған цистерналар, мырышталған бөшкелер, флягалар мен бидондармен тасымалданатын суды пайдалануға жол беріледі.

8). Канализацияланбаған елді-мекендерде объектілерді орналастырғанда, өндірістік және шаруашылық-тұрмыстық жиналған

сулар бөлек жиналуы үшін жергілікті канализация құрылғылары болуы тиіс. Өндірістік жұмыстарды жүргізу салдарынан жиналған су жерасты бетондалған су өткізбейтін шұңқырға құйылады.

10). Өндірістік үй-жайларды жобалағанда, құрылысын қайта қалпына келтіргенде және пайдалану барысында шудан қорғайтын мынадай шаралар орындалуы тиіс: дыбысты өткізбейтін құрылыс материалдарымен үй-жайларды әрлеу; электр двигательдерін дыбыс сіңіретін қаптаманы қолдана отырып амортизаторларға қондыру; жабдықтарды діріл сіңіретін іргетастарға қондыру; жабдықтарға уақтылы, алдын алу және жөндеу жұмыстарын жүргізу; музыкалық құралдардың дауыс қуаттылығының шығуын шектеу; Негізгі төбе жапқыштан 40-50 см (бұдан әрі - см) ара қашықтықта ілінген төбе жапқыш құрылғылар болуы тиіс. Сормалы-үрмелі желдеткіш жүйесі төбеден 1,5 метрден кем болмау керек.

11). Ылғал, жылу және газдардың бөлу көзі болып табылатын жабдықтар және жуатын ванналар жергілікті сорып айдайтын желдеткіш жүйелерімен жабдықталуы тиіс.

12). Табиғи және жасанды жарықтандыру көздерін қолдану керек. Ылғал, жылу және газдардың бөлу көзі болып табылатын жабдықтар және жуатын ванналар жергілікті сорып айдайтын желдеткіш жүйелерімен жабдықталуы тиіс.

13). Қоғамдық тамақтандыру объектілерінде жәндіктер мен кеміргіштердің болуына рұқсат етілмейді. Дератизациялау және дезинсекциялау шараларын, аталған қызмет түрін жүргізуге лицензиясы бар ұйымдар жүргізе алады. Мекен-жайын ҚР ДСМ МСЭКК Астана қаласы бойынша департаментінен алуға болады.

14). Барлық үй-жайлар таза болуы тиіс. Өндірістік цехтарда жуғыш және зарарсыздандыру заттарымен күнде тазалау жұмыстары жүргізіледі. Әр келушіден кейін тамактанатын үстелді тазалауы тиіс. Күрделі тазалау мен зарарсыздандыру жұмыстары айына бір реттен кем жүргізілмеуі тиіс. Бөлмелерде ыдыстарды жуу, ас-үйлік ыдыстарды жуу, бөліп-кесу құралдар, жұмыртқаны қалай өндеу нұсқаулары ілулі бол керек.

15). Әрбір жұмыскердің өзімен бірге барлық медициналық байқаулар мен тексерістердің қорытындысы және гигиеналық оқытудан өткендігі туралы жазылған жеке медициналық кітапшасы болуы тиіс. Қоғамдық тамақтандыру объектілерінің барлық жұмыскерлері қолдарының тазалығын қадағалауы тиіс, арнайы

киіммен жұмыс істеуі, ұйымнан шығарда және дәретханаға барар шидында санитарлық киімді шешуі, қолдарын жұмысты бастар шидында және дәретханадан шыққан соң, жұмыс арасындағы әрбір үйлістен кейін және лас заттар ұстағаннан кейін сабынмен жуып отырулары тиіс. Шашты қалпақтың немесе шыт орамалдың астына жинауы тиіс, тағамдар, аспаздық және кондитерлік өнімдер дайындағанда зергерлік әшекейлерді, сағаттарды және басқа сынатын заттарды шешулері тиіс, тырнақты қысқа алып және оларды лактауға болмайды.

Қоғамдық тамақтандыру объектілерінің жұмыскерлерінің арнайы киімдері түйрегішпен түйреліп, инемен шаншылмауы тиіс және арнайы киімнің қалтасында жеке басқа тән заттарды сақтауға болмайды.

16). Әрбір қоғамдық тамақтандыру объектілерінде алғашқы көмек көрсетуге арналған дәрмектердің жиынтығы бар қобдиша болуы тиіс.

Өмірде дұрыс Қоғамдық тамақтандыру, сапалы азық-түліктерді қолдану өте маңызды мәселе болып табылады.

Тез бұзылатын азық-түліктерді қолдану тамақтан уланудың алдын алу болып келеді. Тез бұзылатын азық-түліктерге адам денсаулығы үшін қауіпсіз және сапасын сақтау үшін арнайы температуралық режімді талап ететін азық-түліктер жатады, оларды қамтамасыз етпеген жағдайда сапасы өзгеріп, бүліне бастайды және тұтынушылар денсаулығына зиян келтіреді.

Оларға жататындар:

1) консервіленбеген ет, құс және жұмыртқа өнімдері, теңіз өнімдері, сүт және балық өнімдері;

2) кремдік- кондитерлік ұн бұйымдары және салмақ бөлшегінің ылғалдылығы 13% аса өнделген бұйымдар;

3) өсімдік майында жасалған кремдер;

4) өнеркәсіптік өнімдері емес сусындар;

5) қайта өнделген көкөніс өнімдері (салаттар, гарнирдер);

6) құрамында майы бар азық-түліктертер(майонездер, маргариндер);

7) қоғамдық тамақтандыру желідерінде дайындалған барлық азық-түліктер мен тағамдар;

2010 жылы «Тез бұзылатын азық-түліктердің сату мерзімі мен сақтау жағдайына қойылатын санитариялық-

эпидемиологиялық талаптар» жаңа санитариялық ереже өңделіп, қабылданды, олар тез бұзылатын азық-түліктерді дайындау және сақтау кезінде тасымалдау және сақтау жағдайына қойылатын санитариялық-эпидемиологиялық талаптар белгілеген, оларды сақтамаған кезде адам денсаулығына немесе өміріне қауіп төндіреді, сондай-ақ аурудың таралуына және пайда болуына мүмкіндік береді.

Барлық тез бұзылатын азық-түлік өнімдері екі топқа бөлінеді:

1) бірінші топ- тамақ өнімдері, олардың ең көп сақталу мерзімі 72 сағаттан артық емес болғанда Цельсия градусы минус 5 градуспен төмен температура және 60С плюспен жоғары болмауы тиіс;

2) екінші топ- тамақ өнімдері, олардың сақталу мерзімі 60 тәуліктен артық емес, минус 180 С-тен плюс 20 С температурада сақталуы тиіс. Бұл тамақ өнімдер тобына жаңа технология бойынша дайындалған, жетілдірілген жоғары темиературалық режиммен өндеуді және тамақ қосымшаларын қолданған, өнімді қаптаған кезде вакуумде бу-газды жібермейтін орамасында антимикробтық белсендіргіштері бар өнімдер жатады.

Тамақ өнімдерін дайындаушылар өнімнің қауіпсіздігін қамтамасыз етеді және тұтынушыларға өніммен бірге келесіні ұсынады:

1) бұйымдар мен материалдардың, азық-түлік өнімінің сапасы мен қауіпсіздік куәлігі;

2) қолданыстағы санитариялық ережелерге сәйкес сақталу температурасы және сақталу мерзімінің (сағаты мен күні) аяқталуы, объектіде (технологиялық процестің аяқталған уақытынан) өнімнің өндірілген сағаты және күні көрсетілген жүкқұжат;

«Қаптау, таңба және затбелгі салу және оларды дұрыс жапсыру талаптары» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 21.03.08 жылғы № 277 қаулысымен бекітілген, өнімдер техникалық регламент талаптарына сәйкес таңбалануы тиіс, олар Қазақстан Республикасы аумағында сатылатын, дайындаушы қаптамасында қапталған және қапталмаған, импорт және отандық өндірушілер өнімдеріне таратылады және қаптау, таңба және затбелгі салу және оларды дұрыс жапсыру жалпы талаптары қойылады.

Бұл Техникалық регламент ережелерін сату, тасымалдау, сақтау, пайдалану, кәдеге жарату, өнімді жою кезінде, стандарт бойынша нормативтік құжаттар және құқық актілерді өндеуде, белгіленген техникалық регламенттер талаптарын сақтауға мемлекеттік бақылау

жүргізуде, сонымен қатар сәйкестігін бекіту кезінде қолдану қажет. Тез бұзылатын азық-түлік өнімдерін тасымалдау үшін арнайы, санитариялық төлқұжаттары бар (суытусыз изотермиялық кузовтарымен, суытатын кузовтарымен, рефрижератор) көлік құралдарын қолданады.

Жылы жыл маусымы мезгілінде плюс 60 С жоғары емес температурада тасымалдау жүргізіледі:

- суытылатын кузовымен арнайы көлікте алты сағаттан артық емес;
- суытусыз изотермиялық кузовымен бір сағаттан артық емес.

Тамақ өнімдер айналымымен айналысатын кәсіпкерлер тез бұзылатын азық түлік өнімдерін сақтауда дәрежі бұзушылықтар жібереді. Бұл сапасыз азық түлікті сатуда айқындалады. Департамент мамандарымен 2010 жылы анықталып және саудадан алынғандар: атауы 60 аса 15 тонна 69 кг тамақ өнімдері; 2009 жылы – қолдануға жарамсыз 30 тонна 363 кг азық түлік өнімдері.

Қазақстанның тәуелсіздік алуы туристік қызметті реттеу мен халықтың тарихи және мәдени мұрасын жаңғырту үшін негіз болып қаланды.

Өркениетті нарықтық қатынастардың дамуы, әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, бақылайтын, кешенді және тұрақты негізде мемлекеттің реттеуінсіз мүмкін емес. Ең алдымен бұл-туристік индустрияны жоспарлаумен дамыту бойынша ғылыми негізделген нақты мемлекеттік бағдарлама. Оның жүзеге асырылуы туристік қызмет саласына капитал салымының тиімділігін арттырып, еліміздегі туристік ресурстарды мейлінше тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

Өркениетті нарықты қатынастардың дамуы, әлемдік тәжірибеге негізделгендей, бақылайтын, кешенді, және тұрақты негізде мемлекеттің реттеуінсіз мүмкін емес. Кері құбылыстарды дереу артта қалдыру, қарапайым шындықты түсінуге байланысты-мемлекет пен Қазақстандағы туристік саладағы бизнестің ынтымағынсыз әлемдік туристік нарыққа ену қиынға түседі. Осы бағытта салыстырмалы өзіндік бағдарламаларды жүзеге асыруға баса назар аудару қажет. Оның жүзеге асырылуы туристік қызмет саласына салынған капитал салымының тиімділігін арттырып,

еліміздегі туристік маршруттарды мейлінше тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

Туристік қызмет индустриясының дамуын жоспарлау барлық деңгейлерде, яғни халықаралық, ұлттық, өңірлі, аудандармен объектілерге қатысты жүргізілуі қажет. Сонымен қоса, ол дамуды үнемі бақылап, тиімді басқаруға негіз болып, туристік қызмет секторының ұзақ мерзімді табысты қызметін қамтамасыз етеді.

Жоспарлауға деген жүйелі қадам ғана экономика, экология және әлеуметтік мәдени орталардың бірлігі қамтамасыз етіліп, туристік қызмет индустриясының тұрақты дамуына септігін тигізіп, елімізге және жеке өңірлерге айтарлықтай экономикалық тиімділік әкеле алады.

Туризмнің тез және тұрақты өсуін, оның қоршаған ортаға, экономиканың барлық саласына және қоғамның әл-ауқатына күшті ықпалын назарға ала отырып Үкімет қазақстанның ұзақ мерзімді даму бағдарламасында туризмді басым сала деп анықтады.

Қазақстанда туризмнің дамуы үшін нормативтік-құқықтық база құрылды.

Кереметтей табиғат ресурстарына бай Қазақстанның туризмге ерекше көңіл бөліп, оны дамытудың алғышарттары бар. Біріншіден, бұл тарихи және мәдени негіздердің болуы. Мысалы, бүкіл түркі тілдес елдердің рухани астанасы Түркістан мен осындағы Қожа Ахмет Яссауи кешені. Бұдан басқа Тараз және оның маңындағы тарихи-архитектуралық ескерткіштер, Алматыдағы көрікті табиғат пен іскерлік орта, сол сияқты әр аймақтардағы: Көкшетаудағы Бурабай мен Оқжетпес, Зеренді, Қарқаралыдағы Шайтанкөл, Павлодардағы Баянауыл сияқты көркіне көз тоймайтын демалыс және тарихи орындар көп. Еуразияда орналасқан Қазақстан табиғатының әлемдегі барлық дерлік бедерлеріне бай – бұл дала мен таулар, ормандар мен көлдер, сондай-ақ табиғаттын бірегей ескерткіштері, қорықтар мен қаумалдар. Бұдан басқа еліміздің тиімді геосаяси жағдайы, саяси тұрақтылық, көпұлттылық пен бай мәдени мұра, халықтың қонақжайлығы, сонымен климаттық зоналардың түрлілігі – осының бәрін мемлекеттің туризмді дамытудың маңызды алғышарттарына жатқызуға болады.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамханаларда негізгі қызмет көрсететін бөлімдерінің ұйымдық құрылымын сызып, атқаратын қызметтерін қысқаша түсіндіріңіз.
2. Маркетингтік қызмет бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
3. Қауіпсіздік бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
4. Мейрамханалық кәсіпорындарындағы өнімділікке әсер етуші факторлар
5. Өнімділікке әсер етуші ішкі факторлар
6. Өнімділікке әсер етуші сыртқы факторлар
7. Мейрамханалық іс жаңа ақпараттық технологияны қолданудың артықшылықтары туралы айтыңыз
8. Мейрамханалық іс шараларын жүргізуге қойылатын талаптар

III МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІСТЕ СЕРВИСТІК ҚЫЗМЕТТІ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ТИІМДІ ЖОЛДАРЫ

11 Мейрамханалық істе сервистік қызметті ұйымдастырудың тиімді жолдары

Мейрамхана қызметін талдау туралы айтатын болсақ, онда: 1) мейрамхананың өміршеңдігі мен іс – әрекетке қабілеттілігіне ықпал ететін факторларды ескеру қажет. Талдауға кіретіндер: мейрамхана бейіні, орналасу орыны, атмосфера, мезірет, баға, ас үй, қызмет көрсету, интерьер, жиһаз, асхана ыдысы, ас жаулықтары, бар.

Мейрамхана бейіні оның әлуеттік келермендері туралы оймен әзірленуі керек. Көп жағдайларда керісінше болады: біреуге бір бейімдегі, біраздан соң-ақ жаңа мейрамхананың өміршеңдігін қамтамасыз ету үшін, келермендердің өте аз екендігіне көз жетеді.

Жолы болғыш кәсіпкерлер үшін, мейрамхана ашу және онда жұмыс істеу көп қуаныш әкеледі – көп адамдар, жаңа таныстар, ескі достар. Мейрамхана – бұл келермендердің, қызмет көрсетушілердің және әкімшіліктің тамырындағы адреналин қозғалысын үдететін, қарқынды әлеуметтік қатынас орыны. Мейрамханалық бизнес қызықтырады және келешекті: орын мен ас үйді дұрыс таңдау, атмосфера және жаңа ұйымдастырылған қызмет нарықты тарту үшін мүмкіндік береді және инвестицияға жақсы пайда береді.

Соңғы бірнеше онжылдықтарда, өте ұтымды болған, мейрамхана бейінін анықтаушы бірнеше тұжырымдамалар әзірленді.

Егер мейрамханалық бизнесте жеңіс теңдеуі бар болса, онда ол келесідей тұжырымдалуы керек: жаңа тұжырымдаманы ойлап тауып, оны енгізу керек, ол анықталған нарыққа мүлтіксіз үйлеспеседе, ең болмағанда бәсекелес-мейрамханалар негізделетін тұжырымдамалардан жақсы болуы керек. Әрбір мейрамхана бейіні оның тұжырымдамасымен анықталады, және бұл тұжырымдама оның, нақты нарыққа шағымданатын бейнесін анықтайды: күнделікті, ресми, балаларға, тек қана ересектерге арналған, этникалық. Тұжырымдама жергілікті жерге сәйкесті және осы нарыққа бағдарлануы керек. Сыртқы көркемдік пен мезірет ерекшеліктері тұжырымдамаларға сүйенеді, ал тұжырымдама нарыққа бағдаланады. Осылай нарық, мезірет және рәсімделу өзара шиеленіседі. Әр жыл сайын мыңдаған жаңа мейрамханалар ашылып, соншалықтысы жабылып жатады, көп адамдарға мейрамханалық бизнеске кіру жеңіл, бірақ табысқа жету қиын.

Сәтті тұжырымдама, сөзсіз, табыс компоненттерінің ең бастысы. Кейде мейрамханалар өзінің тұжырымдамасын іздейді, ал кейде тұжырымдама өзінің мейрамханасын іздейді.

Мейрамхана үшін орын таңдау

Мейрамхана тұжырымдамасы орналасқан жеріне сәйкес болуы керек, ал орналасқан орын – оның тұжырымдамасына. Бұл орын оған келушілерге ұнауы қажет. Әрине, басқа факторларда (тамақ сапасы, мезірет және қызмет көрсету, баға) маңызды, бірақ жақсы орналасу орыны бәрінен қымбатқа түседі, сондықтан әкімшілік, жалдау және ұстау бағасы дайын тағамдарды өткізудің 5-7 % аспауы үшін, бағаны көтеруге және өткізуге қалыптастыруға мәжбүрлі болады.

Мейрамхана үшін орынды таңдаудың басты критерияларының ішінде келесілерді көрсетуге болады:

- демография – мейрамхана тұрғызылатын ауданда қанша адам тұратыны;
- ол адамдардың табысының орташа деңгейі;
- бұл аудан дамушы ауданба, әлде құлдыраушыма, мейрамхана қандай аймақта орналасады, арна жүргізу, су ағыны жолы, дәретханалар қандай жағдайда екені;
- қолайлылық – адамдардың мейрамханаға жетуі қиын еместігі;
- көрнектілік – жүргіншінің мейрамхананы жеңіл көре алуы;

- автомашиналар үшін тұрақтар – меншікті тұрақтың болу қажеттілігі. Егер тұрақ қажет болса, онда қанша орынды және ол қанша тұрады;

- тартымдылық – жанынан өткен автомобилистер үшін мейрамхана қаншалықты қонақжайлы болып көрінеді;

- тұрған жері – көрші үйлердің қаншалықты тартымды болуы.

Рестораторлар көзқарасымен қарағанда ең келешекті жерлер келесідей орындар болады:

- мейрамхана өз бетінше жалғыз тұрады;

- мейрамханалар немесе мейрамханалар қатарының жиынтығы;

- сауда орталығы;

- бай қала маңындағы аудан.

Мейрамхана атмосферасы.

Мейрамханалармен жасалатын атмосфера келушілерге тез арада әсер етеді – саналыда, аңдаусызда деңгейде. Саналы эффект – мейрамхананы таңдау процесінің өзіне әсер етеді. өте шулы ма? Столдар бір-біріне өте жақын орналасқан ба? Зал өте кең емеспе? Немесе өте тар? Аңдаусыз эффект – барынша нәзік құралдармен жасалады – жарықпен, жиһаз типімен және дастархан түсімен, музыкамен.

Мейрамхана келермендері интерьердің дизайнына үлкен көңіл бөледі, сондықтан ол қаншалықты көңіл күй жасауға көмектесетін болса, соншалықты жақсы болғаны.

Интерьер жасаушы мамандар оның атауында ойлап тапты – атмосфера. 1970-ші жылдары мейрамханалардың көркемделуі қарапайым болатын, ал қазір атмосферасыз бірде-бір тұжырымдама жасалмайды. Ол келерменнің сенсорикасына жылдам әсер етеді.

Бұл атаулы атмосфера, бәрінен бұрын, «тақырыптық» мейрамханалар интерьерлерінде байқалады. Олар, келермендерінің ерекше көңіл күйін қотеру үшін түстік, дыбыстық, жарық, сәндік және көзбен шолу эффектілерін толығымен пайдаланады.

Мезірет.

"Мезірет" сөзі француздың "menu" сөзінен шыққан, банкеттердің таңғы, түскі және кешкі астарының тағамдары мен сусындарының кестесін белгілейді.

Мезірет – мейрамханалық істегі жеңістің ең маңызды ингредиенті. Ол мейрамхананың жалпы тұжырымдамасымен келісулі

болуы керек, ал тұжырымдама келерменді күтуге сүйенетін болғандықтан, осы күтулерді тек қана мезірет қанағаттандыруы немесе оданда асып түсуі керек. Мезірет типі мейрамхана бейініне тәуелді.

Мезіреттегі барлық тағамдар, тамақты қабылдау тәртібіне сәйкес бірізді тізіледі. Тағамдарды тізу тәртібі кәсіпорынның әрбір типі үшін белгіленген сұрыпталымды минимумға сәйкес болуы керек – күнделікті сатылуда болатын тағамдар мен сусындардың белгілі бір санына.

Тағамдар мен жеңіл тамақтардың санын қысқартуға рұқсат етілмейді. Керісінше, мезіретке мерзімдік және фирмалық тағамдарды енгізу арқылы сұрыпталым кеңеюі мүмкін.

Мезіретті құрастыру кезінде жеңіл тамақтардың, тағамдардың және аспаздық бұйымдардың шикізат түрі бойыншада (балық, ет, құс, көкөніс), аспаздық өңдеу әдістері бойыншада (пісірілген, түсірілген, қуырылған, буланған, қыздырылып пісірілген), сонымен қатар гарнирдің негізгі өніммен дұрыс үйлесуіндеде әртүрлілігіне қол жеткізу қажет.

Сонымен қатар ескеретін нәрсе, тағамдарда әртүрлі компоненттердің бір-бірімен үйлесуі есебінен дәмдік гармония алынуы керек. Мысалы: адма – шошқа етімен, помидор – бұзау етімен.

Мезірет құрастыру кезінде ескерілетін келесі фактор, тұтынушының мерзімділігі. Бесенеден белгілі, майлар мен белоктарға бай тағамдарға қысқы кезеңде сұраныс көп болады, ал жазда – сұраныс суық тағамдарға, көкөністерге және жаңа піскен жемістерге жоғарылайды.

Мезіретке енгізілген тағамдар мен жеңіл тамақтар, мейрамхананың жұмыс күнінің барлық уақытында болуы керек.

Мезіреттегі барлық жеңіл тамақтар мен тағамдар келесідей кезекте орналасады: ащылығы төменнен күшті ащылықтыға қарай, т.с.с.

Мезіретті құрастыру өте күрделі жұмыс болып табылады, өйткені мейрамханалық бизнесте көптеген факторларды ескеру қажет:

- келермендердің ұнатуы мен тілегін;
- даяшылардың біліктіліктерін;
- қолданудағы жабдықтар мен қуаттарды;
- баға мен бағалық стратегияны;

- қоректілік бағалылықты;
- жалпы пайданы;
- тұжырымдау дәлдігін;
- мезіреттің сапалық талдауы;
- мезіреттің сыртқы рәсімделуі.

Ас үй қызметінің ерекшеліктері

Ас үй аға-аспазшының карауында болады, өз кезегінде ол дайындалатын тамақ сапасы бойынша тамақ кешенінің директоры алдында жауапты болады.

Аға-аспазшы тамақтың сапасы, мөлшері және дастарханды дайындау жағынан, клиенттер талабын тек қана қанағаттандырып қоймай, оданда асып түсуі керек. Ыстық тағамдар ыстық күйде жеткізілуі керек, ал суық жеңіл тағамдар – суық күйде.

Даяшылардың біліктіліктері мейрамхананың тұжырымдамасы мен бейініне сәйкес болуы қажет. Оны анықтау кезінде екі фактор басты болып табылады:

- 1) олар қарбалас сағаттарындағы тапсырыстар ағымын орындай аларма екен;
- 2) олардың аспаздық шеберліктері клиенттерді қанағаттандыра аларма екен.

Әрине, аспазшылардың өзінің біліктілігін айшықтау мүмкіндігіне қолданудағы ас үй жабдықтарының ықпалы тиеді.

Мезіретті құрастыру кезінде ас үй өнімділігі мен оларды орналастыруды ескеру қажет. Көптеген аспазшылар қолдағы бар жабдыққа үйреніп алады және оларда өте сапалы тағамдар дайындайды. Кейбіреулер, әртүрлі тағамдарды бастамас бұрын, ненің қандай мөлшерде дайындалуы керек екенінің егжей-тегжейлі әдістемесін әзірлейді. Ал енді біреулері оданда ары кетіп, жартылай дайындалған тағамдарды жасап қойып қояды, ал тапсырыс түскен кезде оны тез арада толық дайындыққа жеткізе салады. Әрине, әрбір аспазшының өзіндік басты тағамы болады, ол барлық уақытта сұранысқа ие және өндірістік желі жұмысының қызуы кезін жеңілдетеді.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамханада қызметкерлерді басқару сатыларын атап қысқаша түсіндіріңіз
2. Мейрамханаларда қонақтарды қабылдау қызметі туралы айтыңыз

3. Мейрамханаларда негізгі қызмет көрсететін бөлімдерінің ұйымдық құрылымын сызып, атқаратын қызметтерін қысқаша түсіндіріңіз.
4. Маркетингтік қызмет бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
5. Қауіпсіздік бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
6. Мейрамханалық кәсіпорындарындағы өнімділікке әсер етуші факторлар
7. Өнімділікке әсер етуші ішкі факторлар

12 Мейрамхана ісіндегі қызмет көрсетуді ұйымдастырудың ерекшеліктері

Қазіргі күндерде мейрамхана келермендері жақсы көрсетілетін қызметті көргісі келеді. Мейрамханалар қолданатын қызмет көрсетудің үш әдісі бар.

– Қызмет көрсетудің ағылшын әдісі: дербес қызмет көрсету кезіндеде, қонақтардың шағын компаниясы болғандада, ұжымдық шаралар кезіндеде қолданылады.

Ағылшын әдісі даяшының қосымша столды міндетті түрде қолдануын қарастырады, ол столда келесі әрекеттер жасалады: келермендер тарелкасына тамақты сыбағалы салу, салаттарды дайындау, коктейлдерді және басқа аралас сусындарды дайындау. Даяшының қосымша столында қыздыруға арналған электр плитасы болады, ол оған тамақ салынған ыдысты қояды, содан соң қонақтар тарелкаларына сыбағалы бөліп салады.

Сыбағалау келесі тәртіпте орындалады: ет немесе балық; тұздық; картоп; көкөніс гарнир; көркемдеуші жасыл шөп. Сыбағалау кезінде тарелкаға келесі ретпен орналастырады: көк шөп, картоп, көкөніс гарнир, негізгі компонент, тұздық. Сыбаға салынған тарелканы даяшы қонаққа оның оң жағынан түрегеп тұрып береді.

Ағылшын әдісі мейрамханалық қызмет көрсетудің ең көрнекілі және қымбат тұратын түрі деп есептеледі.

– Қызмет көрсетудің француз әдісі: тамақ тұтастай және толығымен ас үйде дайындалады, ет сыбағаларға кесіліп табаққа салынады және барлық гарнирлер. Осындай күйде табақ қонақтар отырған дастарханға әкелінеді, жәнеде үлкен қасық пен шанышқы көмегімен, әрбір қонақтың жеке тарелкасына ет пен гарнир сыбағасы салынады. Қызмет көрсетудің бұл түрі банкеттер мен кештерде ыңғайлы. Бұл жағдайларда даяшылар ақ қолғабтар киеді.

– Қызмет көрсетудің орысша әдісі: қызмет көрсетудің бұл әдісі толығымен дайындалған қонақтар дастарханына алдын-ала барлық суық тағамдардың, салаттардың, сусындардың орналастырылуын қарастырады. Жәнеде дастархандағы тағамдар мен сусындар дастархан басындағы қонақтардың бәрінің қолы жереліктей етіп орналастырылады. Келермендер өздері өздеріне қызмет көрсетеді. Қажет болған жағдайда бір-біріне тағамдарды, салаттарды, т.б. алып береді.

Ыстық тағамдар мен десерт берілетін кезде көбінесе қызмет көрсетудің ағылшын немесе француз әдістері қолданылады. Десертті бере кезде дастархандағы суық тамақтар қалдығы, тұздықтар, барлық пайдаланылған ыдыстар жиналып алынады. Сусындар мен ішімдіктер стол басында кеш аяғына дейін тұрады.

Даяшы столды барлық уақытта тазалықта және тәртіпте ұстауы керек.

Қызмет көрсетудің барлық үш әдісі біздің Алматы қаламызда қолданылады, әсіресе – қызмет көрсетудің орыс әдісі.

– Көпшілік шараларына қызмет көрсету. Алдымен бұл ұлан-асыр той деп, кейіннен банкет деп аталып жүр, бірақ шараның мәні біреу – қожайын қонақтарға өзінің сыйластығын көрсетіп, оларды шақырады, ал қонақтар шақыруды қабыл алып оған өздерінің сыйластығын білдіреді. Қаншалықты қожайынның қолы кең болса, соншалықты той сәтті өтеді.

Тамақтану мен ішімдікті көпшілік шаралары әртүрлі себептермен ұйымдастырылады және әртүрлі деңгейде жүргізіледі:

- ресми банкеттер, ел басшылары жоғары қонақтар құрметіне береді;

- ұлттық мерекелерге арнап берілетін елшілік қабылдаулары мен банкеттері;

- әртүрлі конференциялар мен мәжілістердің аяқталуына арнап қоғамдық, партиялық, ғылыми және іскерлік ортада ұйымдастырылатын банкеттер;

- бимен және ішіп-жеумен жүретін мейірімділік ойын-сауықтар;
- фирма басшысымен өзінің қызметкерлеріне арналып ұйымдастырылған, билі мерекелік түскі астар;

- тойлар;

- мерей тойлар.

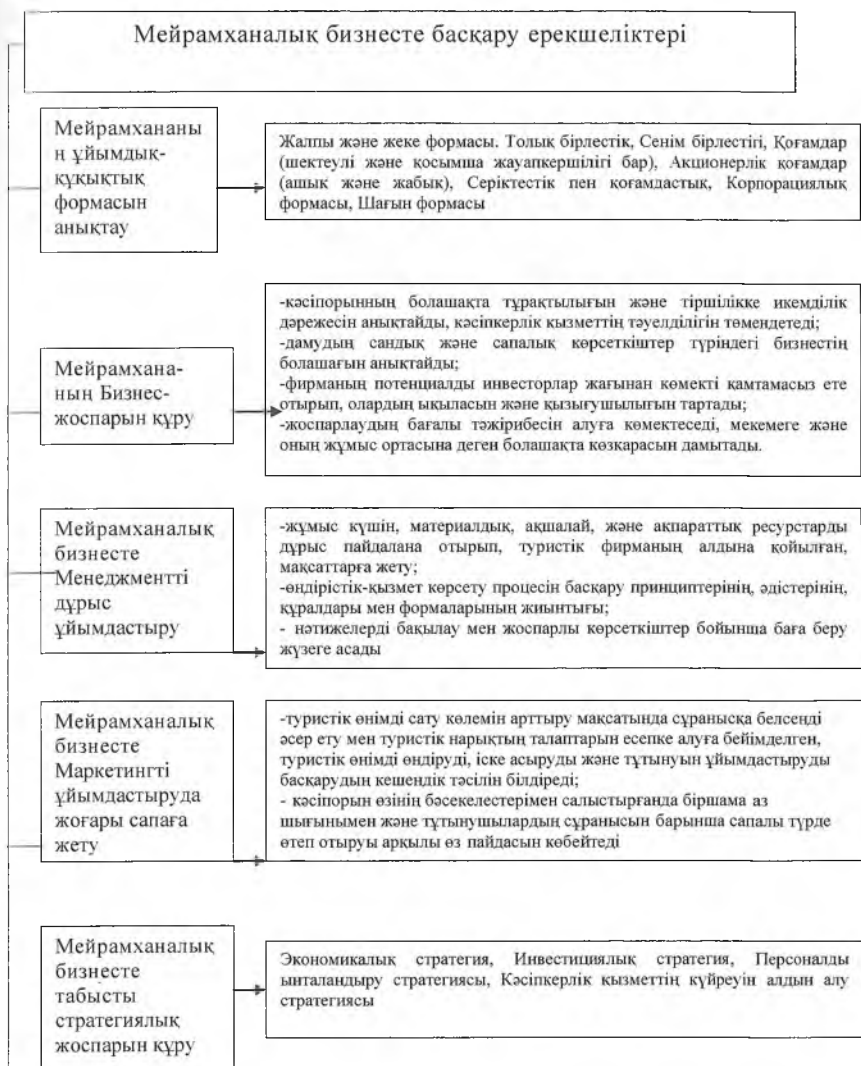
Көпшіліктің қыдыруы үшін себептер өте көп және осы кездесу себептеріне байланысты банкеттер келесідей аталады:

- банкет-қабылдау, толық қызмет көрсетумен;
- банкет- қабылдау, бөлшекті қызмет көрсетумен;
- банкет-фуршет;
- банкет-коктейль.

Мейрамханалық бизнесте экономикалық құбылысты зерттеудегі дұрыс тәсілдеме, нақты практикада қолданылатын жаңа білімді алу үшін қажетті теорияның жетілдірілуінің алғы шарты болып табылады.

Мейрамханалық бизнесте тиімді қызметті ұйымдастырудың басты шарттары:

- Ұйымдық-құқықтық формасын анықтау
- Бизнес-жоспар құру
- Менеджментті дұрыс ұйымдастыру
- Маркетингті ұйымдастыруда жоғары сапаға жету
- Стратегиялық жоспар құру (Сурет 7)



Сурет 7 - Мейрамханалық бизнесте басқаруды ұйымдастырудың ерекшеліктері

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамханаларда қонақтарды қабылдау қызметі туралы айтыңыз

2. Мейрамханаларда негізгі қызмет көрсететін бөлімдерінің ұйымдық құрылымын сызып, атқаратын қызметтерін қысқаша түсіндіріңіз.
3. Маркетингтік қызмет бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
4. Қауіпсіздік бөлімінің қызметі туралы айтыңыз
5. Мейрамханалық кәсіпорындарындағы өнімділікке әсер етуші факторлар
6. Өнімділікке әсер етуші ішкі факторлар
7. Өнімділікке әсер етуші сыртқы факторлар
8. Мейрамханалық іс жаңа ақпараттық технологияны қолданудың артықшылықтары туралы айтыңыз
9. Мейрамханалық іс шараларын жүргізуге қойылатын талаптар

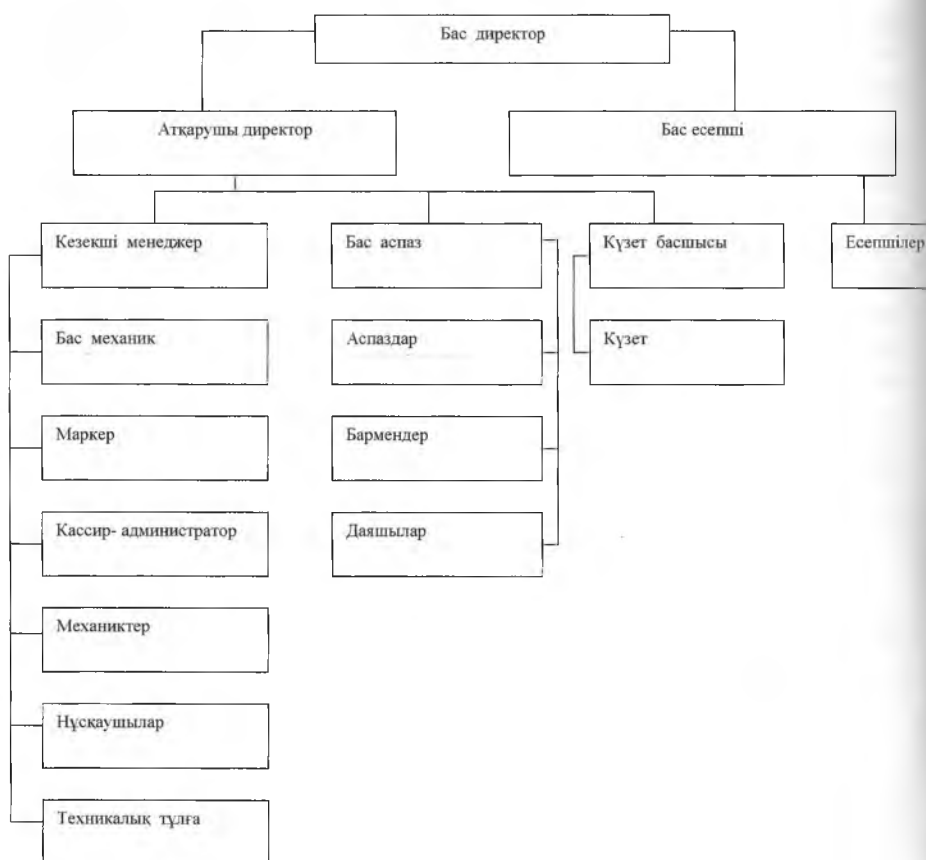
13 Табысты мейрамхананың басқару ерекшеліктері

Оңтүстік астанада қазір көңіл көтерер жер жеткілікті. Алматылықтар өздерінің кештерін және уик-эндтерін қалай көңілі қаласа және қалтасының қалыңдығы қаншалықты мүмкіндік берсе, солай өткізе алады. Сыра пабтары, ол жерде MTV мен футбол матчтарын көрсетеді, түнгі клубтар, ол жерде өзінде билей аласың, маман бишілердіде (немесе стриптизерларды) көре аласың, кафелер мен мейрамханалар, ол жерде көңілің қалаған музыканы тыңдай аласың, классикаларды орындайтын квартеттері бар мекемелер, - осының бәрі сіздерге қызмет етеді, қымбатты қалалықтар. Дегенмен кейде тағыда, кәдімгідей емес, бірнәрсе керек болып тұрады. Айтайық, Парижде «Лидода» кешкі асты ішугеде болады және ойындар көруге болады. Не дерсіз, біздің рестораторларда сондай демалыс өткізу түрін алматылықтарға ұсынуға әрекет жасады, ол әрекеттің атауы «Шоу Палладиум» деп аталады, өзіңізде түсінгендей, аттас алматылық мейрамханада. «Палладиумдағы» шоу бұрында болатын, бірақ жаңа бағдарлама Алматы мен Барлық Орталық Азиядағы жалғыз ойын-сауық болғандықтан, біз осы әрекетті барып көруді және алған сезімімізбен жұртшылықпен бөлісуді өзіміздің міндетімізге алдық.

Түрлі сауық кешендеріндегі ұйымдық құрылымның өзіндік ерекшеліктері бар. 8- суретте «Палладиум» (мейрамхана, боулинг) спорттық-сауық орталығында басқарудың ұйымдық құрылымы келтірілген. Осылайша, туристік кәсіпорнының ұйымдық құрылымы көптеген факторларға тәуелді және олардың өзгерісімен өзгеруі керектігі туралы қорытынды жасауға болады. Жүргізілген

мергтеулер көптеген ұйымдарда құрылуының жаңа ұстанымдары негізінде ұйымдық құрылымды жүзеге асыру бойынша шараның пайда болуы талап етілетінін көрсетеді.

Сапалы тағамдардан, ықыласты қызмет көрсетуден, керемет көркемделуден және мейрамхананың бүкіл «Палладиумдық» интуражына қарамастан, осындай барлық оң аспектілер кезінде, «Палладиумдағы» кештер барлық уақытта бұлтсыз өтті деуге болмайды. Әрине бұның бәрі кімге қалай дегендей, дегенмен осы әйгілі алматылық кәсіпорында музыка біресе өте қатты дауыста ойналанып, біресе лазерлік шоудың софиттерінің жарығы көзге шағылысып және әңгімелесушіні көруге кедергі жасап отырғанымен ешкім қарсыласа алмаса керек. Біздің «Палладиумдағы» соңғы күніміз тіптен басқаша өтті десек болады. Біріншіден, бұл жерге көптен келмегендер мезірет өзгерісіне таң қалады, олар қазір мейрамхана атауы мен тұжырымдамасына сәйкестендірілген. Бұл туралы кейінірек айтайық. Екіншіден, және бастысы, жаңа шоу шынындада көруге тұрарлықтай. Мейрамханалық шоуды жақсы ойлап тауып, оны ұйымдастыру шынындада өте күрделі. Егер, орындаушылар (ең бастысы дрындаушы қыздар) әдемі, сымбатты және дарынды, ал музыка оталдыратындай, костюмдері әдемі болса, коруге келгендер, коктейль-басқа ішуге келгендер, әрине риза болады.



Сурет 8 - «Палладиум» (мейрамхана, боулинг) спорттық-сауық орталығында басқарудың ұйымдық құрылымы

Дегенмен біздің тұтынушымыздың келесідей, мейрамханаға жай коктейлге және шоу көруге біз жиі бармаймыз. Қағидаға сай, мейрамханаға бару мақсаты – жайлы компанияда кешкі ас ішу, ал қожайындар мен ұйымдастырушылардың міндеті – тамақтануға кедергі келтірмейтін, әрі рахатқа бөлетін ойын-сауық бағдарламасын жасау. Жаңа шоу «Палладиум» кешкі асқа кедергі келтірмейді, ол оны толықтырады, жәнеде барынша сәтті толықтырады. Түстердің,

бояулылықтың сан алуандығы, жалындық, албырттық, артистік, эстетикалық тартымдылық, шытырмандық – осының бәрі ойын-сауық барысында көрсетіледі, жәнеде буынды босатып, көңілді көтереді, тәбетті ашады (ас ішуге, билеуге, тағы бір коктейльге тапсырыс беруге, қызбен танысуға, қандайда бір ұсыныс жасауға және т.б.). Шоу «Палладиум» көркемөнерпаздық емес. Керісінше, орындаушылардың біліктілігі мен тұтас барлық көріністің біріктірілуі байқалады. Шоудың әрбір нөмірдің өзінің сюжеті бар, көрермендер корридананы, қапырық жердегі үлкен аңшылықты, Тау Дастарханның аймағындағы ерлер өмірінен новелланы және ча-ча-ча, самба, ламбада, «бала чили ча-ча», және басқа билерге арналған әсерлі музыкаларды көріп, тыңдай алады. Әрбір нөмірге ауыстырылып отырған костюмдер жеке әңгімелеуді керек етеді. Қызғылт-күлгін түсті қауырсындардың тербелуі, қысқа беліне ашық – қызыл хризантемалар қадалған юбкалар, кара фрактар, цилиндр пішінді бас киімдер, ананастармен көркемделген бас киімдер, - осының бәрін ұзын аяқты артисткалар ауыстырып үлгеріп отырады. Костюмдер керемет ойлап табылған, сәйкесті деңгейде орындалған, қыздар өте әсем көрінеді. Жалпы, айтатын болсақ, көретін шоуды жазып баяндау мүмкін емес: көріністің ішкі энергетикасында, залдағы ерекше атмосфераныда бәрібір толық шамада бере алмайсыз. Мұның бәрін өз көзінмен көру керек. Дегенмен, мейрамханаға шоу көруге барар алдында, нені көргіңіз келетінін, не алғыңыз келетінін елестету керек. Егер сізге жоғары өнердің нәзік материясы қонымды болса, онда театрға барғаныңыз жөн (кейде ондада тілеген деңгейдегі нәрсені көру қиын), ал егер көңіл көтеру, шынығу заряды қажет болса, онда сізге тікелей жол - шоу «Палладиум». Ойын-сауық аяғындағы ыстық тропикалық ритмдер, ұстамды классиканы әрине жеңеді, ақ пачкадағы балеринадан оның серіктесі қолының қимылымен көйлекті шешкенде, оның астында жеңіл ашық күміс-қызыл түсті костюм шығады. Жай мұңды музыканы биге шақыратын дыбыстар алмастырады, ал дәстүрлі балет түйініне түйілген қыздың шашы ұзын дудардай бұрымдарға айналады.

Шоу бітеді, бірақ келермендерге мейрамхана аспазшылары өз өнерін көрсетеді, біз ораламыз деп уәде бергенбіз. «Палладиумның» жаңартылған мезіретінде көптеген балықтар мен теңіз сыйларынан жасалған жаңа тағамдар пайда болды. Sea food алматылықтардың сүйіспеншілігіне бөленді, және бас-аспаздан алатын жаңалықтар

оларды қызықтырады. Мейрамханада енді креветкалардан жасалған жюльендерді, мидий немесе крабтарды, имбирлі немесе мальти тұздығымен тұздықталған қара патшалық креветкаларды, норвегиялық лангустиналарды, сары майда қуырылған, «Тысяча островов» тұздықты («Услада благородных»), қуырылған теңіз крабтарын, лайма шырынында маринадталған («Ожерелье морской девы»), роммен және жаңа картоппен кедр дәндерімен буланып пісірілген теңіз оқуінің етін («Отрада капитана Энрике»), «Ливерпуль» тұздығымен қытырлақ кокос жаңқасындағы теңіз тілінің етін, ол қуырылған кальмарлар «жастығында» беріледі («Гордость семи островов»), тунецтің әртүрлі дайындамасын және тағы басқа көп тағамдарды татып көруге болады. Балықты дайындауда жаңа тәсілдеме қолданылған. Сіз форелді, семганы, осетринаны немесе судақты таңдай аласыз, оны дайындау жолында тапсыруыңызға болады (грилде немесе сорпаның аз мөлшерінде тұздықтар мен ақ шарап қоса отырып), содан соң оған ұсынылатын сегіз ерекше тұздықтардың бірін таңдауыңызға болады, олар көкөніс, теңіз өнімдері немесе экзотикалық жемістер негізінде дайындалған. Ал енді «Палладиумның» фирмалық тағамы жалынды жарияланады, бұл кезде жарық төмендетіліп, музыкамен аспаздық өнер мини-фейерверктермен залға жеткізіледі. Жалпы, «Палладиумда», әрбір әрекет кейде шағын, кейде орасан күрделі шоу. Сондықтан осы мейрамханада өткізген кеш, көрермендер көңілінен шығуы керек.

Мейрамханалық бизнесінің ұйымдастырылуын зерттеу барысында мейрамханалық бизнестің ұйымдастырылуының басты шарттарында келесідей сатыларды бөліп шығардық:

1. Кәсіпкердің мүмкіншіліктері мен нарықтық қажеттіктері қоса атқарыла алатын кәсіпкерлік идеялардың таңдалуы мен жинақталуы.
2. Қызмет және маркетинг өндірісінің жоспары мен жұмыс жасауды жоспарлау, сондай-ақ қаржылық және ұйымдастыру жоспарларын жоспарлау.
3. Ресурстардағы және тауарды жеткізушілердегі қажеттіліктің анықталуы.
4. Жобаның жүзеге асырылуы, қызмет өндірісінің техникалық, қаржылық, ұйымдастырушылық дайындығы және жоспарланған қызметтің жүзеге асырылуы.
5. Фирманы басқару – бұл жұмыстың түзетілуі және талдануы, бақылау, жаңа идеяларды іздеу.

Кәсіпкерлік қызметті ұйымдастырушының бойында болуы қажет қасиеттер:

- Заңды әрекет шеңберінде іскерлік қызметтің кез-келген сұрақ бойынша

шешім қабылдауда тәуелсіз және дербес болу;

- Өз қызметінің нәтижесінде экономикалық және басқа бір қызығушылықты білдіру, максималді мүмкін болатын табысты алуды көздеу;

- Тәуелділікке бойсұну және өз мойнына жауапкершілікті алу.

Қонақжайлық индустриясында экономикалық құбылысты зерттеудегі дұрыс тәсілдеме, нақты практикада қолданылатын жаңа білімді алу үшін қажетті теорияның жетілдірілуінің алғы шарты болып табылады.

Қонақжайлық индустриясындағы кәсіпкерлік қызметті ұйымдастырудың басты шарттары:

- Ұйымдық-құқықтық формасын анықтау
- Бизнес-жоспар құру
- Менеджментті дұрыс ұйымдастыру
- Маркетингті ұйымдастыруда жоғары сапаға жету
- Стратегиялық жоспар құру

Қонақжайлық индустриясында мейрамхана бизнесін, туристік бизнесті, сондай-ақ туризм мен қонақжайлықты бөліп қарастыруға болмайды, керісінше, оның маңызды құраушылары ретінде жүреді.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Басқарушының қасиеттері: туа біткен және кейіннен меңгерілген қасиеттері.
2. Мейрамхана басшыларының ерекшеліктері туралы жалпы мәлімет беріңіз.
3. Мейрамхана басшысының атқаратын қызметі мен жауапкершілігін атап жазыңыз.
4. Мейрамханалық іс қызметкер және оның маңызы
5. Мейрамханалық істе жұмыс істейтін қызметкерлер және олардың жалпы ерекшеліктері туралы жалпы түсінік
6. Қызметкерлердің атқыратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
7. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз

14 Қазақстан Республикасындағы мейрамханалық істің қазіргі жағдайы және түйінді мәселелері (Алматы қаласы мысалында)

Қазіргі таңда Қазақстанда мейрамханалық бизнес нарығында кәсіпорындардың қатаң жіктелуі өңделмеген. Әлемдік тәжірибеде мейрамхана жіктелуінің көптеген принциптері бар: ассортимент бойынша, персонал біліктілігі бойынша, мақсатты аудитория бойынша, бағалық деңгей бойынша т.б.

Мемлекеттік стандарттармен белгіленген бойынша дәстүрлі жіктемеде мейрамханалар үш сыныпқа бөлінеді: люкс, жоғары және бірінші, оның әрқайсысына белгіленген талаптар сәйкес келеді. Бірақ, қазіргі кезде басқа бөлініс көп байқалады: элиталық, орта сыныпқа арналған мейрамханалар және дүңгіршектер. Соңғы жылдары қоғамдық тамақтандыру бизнесі түрлі басқа бизнес салаларының инвесторларын көптеп қызықтырып жүр. Еліміздің экономикалық өсуі және халықтың әлауқатының жоғарылауы жағдайында қоғамдық тамақтандыру бизнесі нарығы жеткілікті тартымды болады. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары клиенттерін үнемі ағылып келуін қамтамасыз ететін маңызы зор кейбір ұғымдар бар. Сондықтан, мейрамханалардың көбісі орталық аудандарда орналасқан. Мұны қала тұрғындары мен қонақтардың уақыт өткізу үшін қала орталықтары қызықтыратындығымен түсіндіруге болады. Бірақ қоғамдық тамақтандыру бизнесінде кері жақтарда бар. Солай ҚР-да мейрамханалық салада салмақты нарықтық тәжірибе және көпжылдық дәстүрлер жоқ. Сонымен қатар бизнесті жүргізуге көмек беретін тәжірибеден өткізілген әдіснамалық база жоқ. Бизнесінің басқа салаларынан мейрамханалық нарыққа келген инвесторлардың тағы бір қателігі (көптен кездесетін) – біліп және түсінетін дәстүрлі асханаға ставкаларын қояды. Бірақ бұл жеткіліксіз. Мейрамхана кіріс түсіре бастау үшін мақсатты аудиторияны тарту және ұстап қалу үшін мақсатталған сауатты маркетингтік саясатты құру қажет. Сондықтан, кәсіпорындардың ашылуы туралы халықты алдын-ала ақпараттандырып қою қажет, содан соң бұрынғыларды ұстап қалумен қатар жаңа тұтынушыларды тарта отырып кәсіпорындарға ағымдық қызығушылықты ұстап қалу қажет.

Мейрамханалық бизнес нарығының құрылымы оның дамуының түрлі этаптарында өзгеріп отырды. 1990 жылдардың бірінші жартысында нарықтың сөзсіз лидерлері болып қымбат

мейрамханалар мен асханалар, дүңгіршектер болды. Және де бұл жағдай қалталы және төмен тұратын қоғам мүшелерінің құрылымына сай келетін. Бұдан кейінгі ұзаққа жалғасқан экономикалық өсу бұрынғы жіберіп алғанның орнын белсенді толтыра бастаған орта сыныптың өмірлік деңгейі мен қал-жағдайын жоғарылатты, нәтижесінде, соңғы жылдары және әлемдік қаржылық кризистің басталуына таяу нарықтың дамуына негізгі қаржыны демократиялық сегменттегі кәсіпорындар салды: кафетерийлер, жолдағы, базарлардағы тез тамақтанып шығу орындары, шұғыл дәм әзірлеу бутиктері т.б. Бұлардың ішінде жеңіл-желпі тез тағам дайындайтын орындардың бөлігі арта түсті, олардың жылдық өсімі 25-30% құрылып отырды. Өз кезегінде элиталық мейрамханалардың сегменті өсу темптерін төмендетті.

Сондай-ақ, басқа аймақтардағы нарықтың белсенді өсуі байқала басталды, өйткені қазіргі кезде Алматы қаласында бизнесті дұрыс жүргізу бәсекелестіктің үнемі өсіп тұруына, жоғары арендалық төлемдерге білікті мамандардың жетіспеуіне байланысты айтарлықтай қиын болып кетті: сонымен, Алматы қаласы дамуында басқа аймақтарды біршама жылдарға озып кетті, және қарқынды өсу фазасынан өтіп үлгерді. Сондықтан, Алматы қаласының мейрамханалар саны соңғы жылдары өсу динамикасын көрсетуде.

Кризис жағдайындағы мейрамханалық бизнес желілерінің басшылары шешетін негізгі мәселелер келесілер: персонал дефициты, өнімдердің бағасының өсуі және ҚР-дағы франчайзингтің әлсіз дамуы. Бірақ нарықтың басты мәселесі – қажет параметрлерге жауап беретін және жоғары өтімділігі бар жерде орналасқан орын ғимарат табу. Осынысымен қоғамдық тамақтандыру саладағы басшылардың сауда орталықтарына қызығушылығы түсіндіріледі – онда алаңдар және келушілердің жоғары ағымы бар. Жеке ғимараттарда мекеме ашуға жылжымайтын мүлікке деген жоғары бағалар кедергі болды.

Үйден тыс жерде мейрамханалық бизнес сұранысты бірінші кезекте тұрады деу қиын, сондықтан кризистің кесірінен халық үйінен тыс жерде Қоғамдық тамақтандырудан үнемдей бастады. Нарық ойыншылары мұны түсініп, келушілерді жеңілдіктермен және ұтымды акциялармен тарта бастады, егер жабылып қалмаса. Әдетте, жедел Қоғамдық тамақтандыру жерлері, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары секілді, аренда бойынша көршілері кері тартса жабылып қалады. Егерде, мысалы, офистік орталық қаңырап қалса

онда буфеттің де керегі жоқ. Кейбір берілгендер бойынша, 2009 жылы Алматы қаласында 215 мейрамханалар мен кафелер жабылған, ал 2010 жылы 4 айында – тағы 25. Сонымен қатар, өткен жылдың басынан сондай орындардың 358 ашылып, таза үстеме өсім 118 орынды құрады. Егерде буфет, кішігірім кафелерге кризис кезінде өз орындарын сақтап қалу және оданда нығаю болжамдалса, орта сегменттегі мейрамханаға біреулері тоқырауды болжаған. Бірақ осы кезге дейін ешқандай аты шулы тоқыраулар болған емес. Қайта статистикалық агенство берілгендері бойынша 2010 жылы үш айында алдыңғы қатардағы ойыншылар өздерінің кәсіпорындарының санын небәрі 10%-ға дейін көбейткен.

Сарапшылар ҚР-дағы мейрамханалық бизнес нарығын кризистен мейлінше аз зардап шеккен деп атайды. Соның ішінде Қазақстандық тұтынушылардың менталитеті де есепке алынып отыр – еуропалықтар үшін жаңа автокөлік немесе үй сатып алу үшін тамағынан үнемдеу үйреншікті нәрсеге айналған, ал біздің қазекең – ойбооой – ет, қыстың күні соғым сойып, қазы қарта жемесе тұралмайды ғой, ата-бабаларымыз бір қойды түгелдей жеген батырлар болған, солардан қалған әлеуметтік-ғарыштық әдеттерді өзгерту қиын ғой. Әрине, «Құдай тойдан қоймасын», деп тілейміз, бірақ соңғы жылдары не деген тойлардың саны көбейіп кеткен. Біздің қазекең өзі жеп, қалғанын қарыз алсада той жасап, сосын қарыздарын қайтаруға жұмыс істеп жүреді (әзіл). Қазіргі заманда қазақтар үйде шаршағанша мәдениетті адамдар болып мейрамханаларда тойларын жасауға әдеттеніп алды. Оларды атайтын болсақ: Бала туылғаннан – бесік той, тұсау кесер той, сүндет той, мектепке бару тойы, үйлену тойы, құрсақ көтеру тойы, ары қарай кетеді әр он жылдағы тойлар – 30 жылдық, 40 жылдық, 50, 60, 70, 80 жылдық тойлар, сонымен қатар отандасу тойлары – күміс свадьба – отандасқанына 25 жыл, алтын – 50 жыл, бриллиант – 60 жыл; арасында мейрамханаларда жасалынатын туылған күндер, банкеттер, жаңа жыл, 8 наурыз, ерлер мейрамдары; бәрекелді класстастар тойлары қалып кетпесін – мектеп бітіргендердің бас қосуы – 5 жылдан басталады – 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40 тағы жалғаса береді. Міне, өзіміз көріп отырғандай, біздің қазақтардікіндей тойдың саны басқа еш басқа бір ұлтта жоқ.

Қызметтерін қалыпты істеп жүрген қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары антикризистік бағдарламалар өңдейді – негізгі антикризистік шаралардың арасында келесілерді белгілеуге болады:

1. Шығындарды азайту. Премиалды мекемелердің 45%-ға жуығы отандық шикізатқа өтіп, кейбір топингтерді алып тастады. Демократиялық кафе мен мейрамханалардың 2/3 ет және балық қоспаларын азайтты.

2. Тауарлық үстеме бағаны төмендету. Кейбір мейрамханалар келушілерді тарту үшін тауарлық үстеме бағаны төмендетеді, антикризистік деп аталатын меню ұсынады. Бизнес – астың орташа бағасы бүгінде 850-1250 теңгеге түсіп кетті (түскі немесе кешкі кешендік ас). Мейрамхана және кафелерде бағалар орта есеппен 15-20% төмендеді, ал кейбір жерлерде оданда көп. Өте қымбат «Президиум» атты мейрамхананың өзі кешендік бизнес-асты келушілерге 2500 теңгеге бере бастады. Бір мейрамхана «Құрғақ аспен күресу» атты акциясымен арзандау түскі ас ұйымдастырыпты.

3. Штаттық кестені қайта қарау. Мысалы, Санкт-Петербуркте қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындардың 1/3 шамамен жұмысшылар санын қысқартты. Мұнда өзінің плюсі бар: кризиске дейін кафе персоналын жиі түгелдей алмайтын еді, қазір ондай проблема жоқ. Жолдама жұмыс туралы жарияланған бір ұсынысқа ізденушілерден кризистен бұрынғыға қарағанда әлдеқайда көп қоныраулар келеді. Бүгінгі таңда қоғамдық тамақтандыру индустриясында вакансияларға деген сұраныс екі есеге ұлғайған. Сонымен бірге, персоналдың жұмысы жақсарған жоқ. Жұмыстан шығып қалу қауіпі де, материалды ынталандырушыларда персоналды кәсіпке деген қатынасын қайта қарауға мәжбүр қылатын жеткілікті итермелеуші күш болып табылмайды.

4. Өсуге бөлінетін қаржыны қысқарту. Рестораторлардың ойлары бойынша, мақсатты аудиторияның сатыпалушылық белсенділігінің төмендеуінен бұл шығындар ақшасын далаға тастағанмен бірдей.

Сонымен қатар қоғамдық тамақтандыру нарығы үшін кризистің жағымды жақтары да бар: Қоғамдық тамақтандыруға деген сұраныстың мейлінше арзандау сегментіне ығысу себебінен кризис нарықтың дамуына жаңа талпыныс берді. Қазіргі жағдайларға бейімдеу үшін, ойыншылар қолданып жүрген даму стратегияларын қайта қарауда: жаңа тауаржеткізушілерді іздеу, арендалық төлемдерді төмендету туралы келісімдер, персоналды оңтайландыру. Бірақ нарық сарапшылары мейрамханалық бизнестегі жағдай кризиске еш қарамай дами беретініне күмән келтіреді. Олардың болжамы

бойынша, кризис басында тіркелген айналым түсімі шегі емес және жыл соңына қарай жағдай бұдан нашарлайды. Кризиске және клиенттердің төлемқабілеттілігінің төмендеуіне байланысты нарық сарапшылары бұрынғы болжағандарын нақтылауда. Бүгінгідей жағдайда қатты алға жылжып өсіп кету қолжеткізбейтін белестей болды. Қоғамдық тамақтандыру сала ойыншылары, бір ауыздан, қоғамдық тамақтандыру пирамидасы мейлінше төмен қарай кететіндігін болжамдайды. Оның ұшы – қымбат ғарыштық мейрамханалар, кейбір болжамдар бойынша, шамамен 2 есе тарланады. Орташа сегмент – 15-30%-ға қысқаруы мүмкін.

Айта кетерлік жағдай, Алматы қаласының сәтті орналасуы мейрамханалық бизнес индустриясының болашақта дамуына ықпалын тигізеді. Қалаға әрдайым қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының түрлі типтерінің қызметін пайдалануға қаражаттары жетерліктей жақын және алыс шет елдер делегациялары, бизнесмендер, кәсіпкерлер мен туристер келіп тұрады. Алматы қаласының жәрмеңкелік қызмет нарығында бәсекелестік күрестің анықтаушы факторы болып жәрмеңке өткізу үшін жеке аудандардың болуы табылады. Жергілікті тұрғындар шығындарының үлесі қоғамдық тамақтандыру қызметтеріне жыл сайын артып келеді. Құдайға Шүкір тәуелсіздік еліміздің көркею барысында елімізде қалталы азаматтар көбеюде. Олардың арасында жанұясымен түскі немесе кешкі асты абыройлы мейрамханаларда ішуді жөн көретін азаматтарда жеткілікті.

Кәсіпорынның дәмді және құнды тамақтандыруды ұйымдастыруы әкімшілік тарапынан қызметкерлерге деген дұрыс көзқарасының белгісі болып табылады, бұл сондай-ақ қызметкерлердің еңбек өнімділігін арттыруға әсерін тигізеді және олардың өзінің кәсіпорнына деген ниеттестігін көрсетеді. Сондықтан кәсіпорында қызметкерлердің Қоғамдық тамақтандыруын ұйымдастыруға көп көңіл бөлінеді. Қоғамдық тамақтандыру жүйесі дамыған: 380 орынға арналған 5 зауыт асханасы, 4 дүкен, сүт пункті, үн өнімдерін жасайтын цех.

Асханалар қажетті жабдықтармен, ыдыспен жабдықталған, тағам түрлерін және сапасын кеңейту жөніндегі жұмыстар ұдайы жүргізіліп тұрады. Жұмыскердің таңдауына бірнеше тағам түрлері ұсынылады: 15-17 салқын тағам түрлері, 3-тен 5-ке дейін сорпалық тағам түрлері, 20-ға дейін екінші тағам түрлері ұсынылады. әрбір асханада диеталық

тағамдар ескерілген. Технологтар айына 1 рет барлық асханаларда шеберлік сабақтарын жүргізеді, мұнда жаңа тағамдар дайындалып, тағамның жаңа түрлері беріледі.

Қызметкерлерге арнайы кәсіби білімдері бар білікті мамандар қызмет көрсетеді. Зауытта 4 мезгілдік Қоғамдық тамақтандыруды қамтамасыз ететін тәулік бойы жұмыс істейтін асхана бар. Асханада тамақтандыру технологиялық режиммен белгіленген кесте бойынша жүргізіледі.

Күн сайын асханаларда 1400 –ге жуық адам тамақтанады. Ал күрделі жөндеу жұмыстары кезінде 2000-ға жуық адам тамақтанады.

Дүкендерде негізінен асханалар жасайтын өнімдер сатылады: асханаларда жасалатын тағамдар, ұн өнімдеріне, көкөніс жартылай фабрикаттарына, қамырға тапсырыс қабылданады. Қоғамдық тамақтандыру цехінің қызметтері сертификацияланған, жылына 2 рет Мемлекеттік стандарт органдарымен тексерулер жүргізіледі, тоқсан сайын 1 рет СЭС тексеру жүргізеді. Асханаларға шикізат тауар сапасын растайтын құжаттармен (сертификаттар, карантин куәліктері, ветеринарлық куәліктер) түседі. Едәуір қаржы асханаларды күрделі жөндеуге жұмсалды. Қазіргі уақытта олардың интерьері мен жабдықталуы қазіргі талаптарға сай. Жаңа қуыру шкфтары, электр плиталары, тоңазытқыш шкафтар, кондиционерлер, бірінші және екінші тағамдарға арналған мармиттер сатып алынды, сондай-ақ тағамдарды жаңа қалпында сақтауға мүмкіндік беретін тоңазытқыш витриналармен жабдықталған. Барлық дүкендер мен асханалардағы есептер компьютерлендірілген және кем өлшеу мен артық есептеуді болдырмайды. Сатылатын тағамдар мен тауарлардың түр-түрі көрсетілген чек беріледі.

Мейрамдарда асханаларда ұлттық тағамдар күні жүргізіледі, тақырыптық үстелдер қойылады.

Бірақ, қаладағы кейбір қоғамдық тамақтандыру орындарының тазалығына көңіл толмайды. Мұндай ақпаратты бізге Алматы облыстық тазалық-індет қадағалау (СЭС) бөлімінің мамандары хабарлады.

«Мұндағы мейрамханалар мен кафелерде дайын өнімдерді тиісті термиялық өңдеуден өткізудің сапасы өте нашар болып шықты. Екіншіден, ас әзірлеу барысында қолданылатын бақша өнімдерінің құрамындағы нитраттың көлемі белгіленген мөлшердегіден әлдеқайда көп болып шықты. Бұған қоса, қоғамдық тамақтандыру

орындарындағы тоңазытқыштарда тауарларды сақтаудың арнайы ережесі сақталмаған. Қаладағы бірқатар қоғамдық тамақтандыру орындарында қолданылатын азық-түлік өнімдерінен алынған 1570 микробиологиялық сынаманың 20-нан жұқпалы аурудың таяқшалары табылды. Санитарлық-химиялық 1166 сынаманың жетеуі талапқа мүлде сай болмай шықты. Сөйтіп, арнайы жүргізілген медициналық сараптаманың қорытындысын басшылыққа алған жергілікті сот өзінің шешімімен 4 мейрамхана мен 15 кафенің жұмысын уақытша тоқтатты. Дәрігерлік тексеруден дер кезінде өтпеген 85 аспаз бен жұмысшы жұмыстан шеттетілді. Қазіргі күні өзге де қоғамдық тамақтандыру орындарының тазалығын тексеру одан әрі жүргізілуде», - деді бізге Алматы облыстық тазалық-індет қадағалау бөлімінің бастығы.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамхана басшыларының ерекшеліктері туралы жалпы мәлімет беріңіз.
2. Мейрамхана басшысының атқаратын қызметі мен жауапкершілігін атап жазыңыз.
3. Мейрамханалық іс қызметкер және оның маңызы
4. Мейрамханалық істе жұмыс істейтін қызметкерлер және олардың жалпы ерекшеліктері туралы жалпы түсінік
5. Қызметкерлердің атқыратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
6. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз
7. Мейрамхана қызметкерлерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің сипаттамасы
8. Қызметкерлерге қойылатын талаптарды атап жазыңыз

15 Мейрамханалық ісіндегі түйінді мәселелерді ашықтау

1. мейрамханалық іс кәсіпорындары ас мәзірлейтін өнімдерді сатып алатын Алматы қаласында көтерме нарығында көптеген делдалдар тобы іс-әрекеттейді. Олардан өндірушіден тұтынушыға тауардың жылжу жолында өнімнің қымбаттауына әсер ететін, тауаржылжудың біркелкілігін бұзуға және көпқайтара көшірмелеуге алып келетін, бірыңғай сауданы қажетті қызмет жиынтығымен, тауардың жеткілікті сапасы мен ассортиментімен қамтамасыз ете

алмайтын кіші кәсіпорындардың көпбаспалдақты құрылымы қалыптасқан.

2. мейрамханалық іс кәсіпорындары шикізат алатын бірінғай сауда жүйесінің орналасуы апаттық болып келеді, мұнда оңтайлы орналасудың принциптері мен әдістері ескерілмейді. Сондықтан, қызмет көрсетудің белгіленген қалақұрылыстық және әлеуметтік стандарттардан төмен емес деңгейдегі қаланың барлық аймағындағы тауарларға территориялық қолжетімділік қамтамасыз етілмейді. Өкінішке орай, қытайдың сапасы төмен арзан өнімдері қаптап кеткен нарықта Алматы қаласының көтерме сауда кәсіпорындарының сапалық құрылымы оңтайлыдан алшақтап кеткен, ұсақ бірінғай және рұқсаты жоқ сауданың салыстырмалы үлкен үлесі байқалады.

3. Алматы қаласында мейрамханалық іс жүйесінің әлеуметтік бағдары жоқ. Қаладағы тұрмысы төмен халық бөлігіне, зейнеткерлер, мүгедек, ардагерлерге қызмет көрсетуде қиын жағдай тууда.

4. Алматы қаласының мейрамханалық іс кәсіпорындар желісінің қалыптасуы апаттық түрде іске асырылады, сәйкес ережелер мен ұсыныстар ескерілмейді. Нәтижесінде жалпыбілім беру мекемелеріндегі білімгерлердің ыстық Қоғамдық тамақтандыру жүйесі айтарлықтай қираған, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарында ас өнімдерінің қауіпсіздігіне міндетті бақылау жойылған.

5. Алматы қаласының мейрамханалық іс жүйесі қызметінің және тұтынушыларының ақпараттық қамтылуының деңгейі өте төмен, сауда дамуының және нарық өзгеруінің мониторингі жоқ, осы саладағы жұмысшыларды қайта дайындау және біліктілігін көтерудің тұтас жүйесі жоқ, инновациялық үрдістермен қамтамсыз ету мен қолдау және осы салаға инвестицияларды тарту жүйесі де жоқ.

6. мейрамханалық іс саласының дамуында тұтастық және басқарушылық жоғалған. Бұл саланың дамуында қандайда бір белгілі саясат жоқ және анықталмайды. Қоғамдық тамақтандыру нормативті – құқықтық базасында мақсатталған мәселелер, шешім қабылдаудың маусымдылығы мен іске асырылу әдістері бойынша жүйесіз мінездеме байқалады. Қала экономикасының бұл саласында өзіндік қадағалау механизмдері құрылмаған, қоғамдық тамақтандыру саласын стандарттау, техникалық қадағалау, бақылау органдарының қызметін реттеу және негізделмеген әкімшілік кедергілердің

қиылысуы жағынан білім беру және талапкерлерді дайындау саясаты елімізде белгіленбеген.

7. Соңғы жылдардағы тұтынушы нарығындағы инфляция темптерінің төмендеуіне қарамастан, оның деңгейі әлі де маңызды болып қалады және де бұл жағдай қоғамдық тамақтандыру жүйесінде айқын байқалады, олардың ішінде: шығындардың өсуі, көптеген делдалдардың болуы, тауардың кейбір түрлеріне жоғары импорттық бағынушылық, сауда желісінің тауар мен төмен қамтылуындағы кәсіпорындар арасындағы жеткіліксіз бәсекелестік іс шаралар жүйесі. Қазіргі нарықтық экономика жағдайында, мейрамханалық бизнес бөлімдерінің дамуындағы баланстық, сондай-ақ экономиканың осы саласындағы мемлекеттік реттеу жүйесінің бұзылуы, тұтынушы нарығының дамуындағы әлеуметтік мәселелердің шешілуіне көзқарас төмендеген кезде бұрыштың жоғарғы жағына тек ұзақ уақытты мақсаттар мен міндеттерді қою тиімді емес. Бұл жағдайда ұзақ уақытты мақсаттарды этаптар бойынша қарастыру қажет, олардың әрқайсысы нақты шарттар мен шынайы мүмкіндіктер негізіндегі өзінің міндеттер мен іс-шаралар жүйесімен сипатталуы тиіс.

Кесте 5 - Мейрамханалық бизнесіндегі кәсіпорындар қызметіне микро және макроортаның әсерінің SWOT – талдауы

Мүмкіндіктер	Қауіптер
<ol style="list-style-type: none"> 1. Бәсекелестердің позицияларының төмендеуі; 2. Орташа бәсекелестік; 3. Тұрғындардың шынайы кірістерінің деңгейінің өсуі; 4. Тұтынушылар әрекетінің әлеуметтік стандарттарының өзгеруі (клиенттер тек Қоғамдық тамақтандыру үшін емес, сонымен қатар уақыттарын көңілді өткізу үшін де келеді); 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Бәсекелестіктің күшеюі; 2. Клиенттің қызмет сапасына талаптарының қатандауы; 3. Макроортадағы өзгерістер (валюта курсының өзгеруі, инфляция, өнімдердің бағасының жоғарылауы, құнсыздану, қоғамдық тамақтандыру саласындағы жаннаманың өзгеруі);
Күшті жақтары	Әлсіз жақтар
<ol style="list-style-type: none"> 1. Орналасуы; 2. Қолайлы бағалар; 3. Мамандандырылған кәсіпорын (мыс., жұқпа сағатын болса); 4. Тұтынушылардың қызығушылығы; 5. Автотұрақтын болуы; 6. Салқындатқыш құралдардың болуы. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Төмен мамандандырылған персонал; 2. Тар және кем өзгермелі ассортимент; 3. Жарнаманың жоқтығы; 4. Бәсекелестік күреске кем араласуы;
мейрамханалық бизнес кәсіпорындарының жалпы мәселелері	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Тиімсіз жарнамалық стратегия; 2. Төмен қызмет сапасы; 	

3. Тап ассортимент;
4. Клиент үшін қолайсыз меню;
5. Ірі нарыққа енуге құштарлығының төмендігі.

Ұсыныстар

1. Тиймді жарнамалық стратегияны өңдеу;
2. Персоналдың біліктілігін үнемі арттырып отыру;
3. Қызмет көрсету сапасына бақылауды қатаңдату;
4. Өзіне тән ерекше тағамдарды менюға қосу;
5. Әр күнге арнап тағамдар түрлерін көбейтіп, өңдеу. Ұлттық тағам күнін ендіру;
6. Шайға табиғи емдік қоспалар ұсыну;
7. Менюдің жаңа түрлерін өңдеп, жиі ауыстырып тұру (мыс., әр аптаға жаңа меню арнау);
8. Инновацияларды үнемі қолдану;
9. Әрдайым қосымша қызметтер ендіру;
10. Жанұялық, балаларға арналған мейрамдар, корпоративтік кештер ұйымдастыру;
11. Үй немесе офиске тағамды жеткізіп беру;
12. мақсатты топтар (балалар, студенттер т.б.) үшін кешенді түскі астар беру;
13. Өзара қатынас маркетингін дамыту;
14. Нарықтың өзгеруіне ыңғайланып жылжып отыру.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Қызметкерлердің атқыратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
2. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз
3. Мейрамхана қызметкерлерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің сипаттамасы
4. Қызметкерлерге қойылатын талаптарды атап жазыңыз
5. Мейрамханада қызметкерлерді басқару сатыларын атап қысқаша түсіндіріңіз
6. Мейрамханалық іс ерекшеліктерін атап түсіндіріңіз
7. Мейрамханалық іс басқа кәсіпорындардан айырмашылықтарын атап қысқаша түсіндіріңіз.
8. Мейрамханалық іс қалай жіктеуге болады?
9. Мейрамханалық іс меншік түріне қарай қалай жіктеуге болады?
10. Мейрамханалық іс құқықтық статусына қарай қалай жіктеуге болады?

ІҮ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІС МӘСЕЛЕЛЕРІН ДАМУ ІС- ШАРАЛАРЫ

16 Мейрамхана бизнесіндегі мәселелерді шешу іс-шаралары

Мейрамханалық істегі мәселелерді шешу іс-шараларының бірінші кезектегі іс-шаралар ретінде келесілерді бөлу қажет:

1. Мейрамханалық іс кәсіпорындар тізбегінің үнемі жаңалануы мен өзектеліну механизмін өңдеу. Тұтынушылар құқықтарын қорғау және қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының орналасуын реттеу мақсатында кәсіпорындарға тізбекке ену туралы сәйкес куәліктің берілуін қарастыратын сондай бір бірыңғай мәліметтер базасының дамуы мен қалыптасуы қажет. Бұл тізбекке сондай-ақ ұсақ сауда объектілерінде кірістіру қажет.

2. Ас беру және сауда қызметтерін көрсететін сауда ережелері мен қызмет стандарттарын, кәсіпорындардың кейбір түрлері мен типтерінің жіктелімін кірістіре отырып қоғамдық тамақтандыру саласында қалалық стандарттарды қалыптастыру.

3. Білім беру алаңындағы мейрамханалық бизнес бірқалыпты жұмысын қамтамасыз ету үшін барлық деңгейлердің нормативтік-құқықтық базасына сараптама бағалау жүргізу. Нормативтік - құқықтық база бойынша кәсіпкерлер үшін әдістемелік нұсқаулар құрастыру, олардың ішінде осы саланы сипаттайтын құжаттарды көрсетіп түсіндіру қажет. Білім беру деңгейінде қоғамдық тамақтандыру нормативтік-құқықтық базасын қалыптастыру бойынша ұсыныстар өңдеу.

4. Сауда желісі сымдылығын кеңейту және оның аймақтық қолжетімдігін жақсарту үшін қолайлы жағдай жасау бойынша іс-шара өңдеу, сондай-ақ құрылыс салымдарының тарихи кәсіптенуінің себебінен пайда болған қаланың тұрғындарымен тұрақтанбаған, құрылыс салынбаған жерлерді тиімді пайдаланудың есебінен.

5. Білім беру саласында акциялардың басты пакеті бар ашық акционерлік қоғам түрінде көтерме сауданың ірі кәсіпорынын құру. Мұнда ірі масштабты кәсіпорынды құрудың басты маңызы тауарларды реттеуден, тауар ассортиментінің жеткілікті қалыптасуынан, өндірістік ассортименттен саудалылығына ауысуынан, тауаржылжудың прогрессивті әдістері мен механизмдерін ендіруден, нарықтан көптеген делдалдарды ығыстырудан тұрады.

6. Оқушылар асханаларына және астық блоктарға жартылай фабрикаттар мен астық өнімдерді жеткізе отырып оқушыларға қолжетімді бағалар мен ыстық тағамдармен қамтамасыз ету үшін оқушыларды тамақтандыру басты комбинаттарын белгілеп ашық конкурстар өткізу.

7. Тұтынушы нарығы мен қызмет саласында бақылауды ұйымдастыру концепциясын өңдеу. Мұнда ұсақ сауданың қиылысуы мен ескертулер, кешенді жоспарлы тексерулер жүргізу бойынша бақылау қызметін реттеу және қаланың орындаушы билік органдары мен түрлі басқа органдардың өзара әрекеттесуі механизмдерін қарастыру қажет. Барлық бақылау органдарының қызметін реттеу шаруашылық субъектілердің қызметіне негізделмеген әкімшілік араласуын шектей отырып, тұтынушы нарығын бақылау тиімділігін жоғарылатуы тиіс.

8. Халықтың әлеуметтік қорғау органдарында есепте тұратын жеңілдіктер қарастырылған азаматтар категориясын мекендік қолдау үшін тұрғындардың әлеуметтік карталарын өңдеу мен ендіруді қарастырса тиімді болатын қоғамдық тамақтандыру жағынан қала Әкімшілігінің әлеуметтік саясатын өңдеу. Әлеуметтік картаны қолдана отырып қалада төмендетілген бағамен тауар мен қызметтерді алу жүйесін ендіру бойынша ұйымдастыру-тәжірибелік іс-шаралар өңдеу, сондай-ақ жеке бағдарламаларды жүзеге асыру шеңберінде әлеуметтік карталарын қолданумен әлеуметтік қорғаусыз азаматтарға өз еркілерімен қызмет көрсететін қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарын тарту механизмдерін өңдеу.

9. Қаланың қоғамдық тамақтандыру дамуының мониторинг жүйесін қалаптастыру, сондай-ақ маусымдық ақпараттық анықтамаларды шығара отырып сәйкес нарық құрылымын реттеу.

Мейрамханалық ісінің дамуындағы ортамерзімдік және ұзақмерзімдік перспективаға мақсатталған іс-шаралар ретінде келесілерді жатқызуға болады:

1. Мейрамханалық іс қызметінің нарықтық түрленуі және сауатты бәсекелестікті қамтамасыз ету бойынша; мемлекеттік сертификаттау жүйесі шеңберінде өз еркімен сертификатталуды қарастыра отырып тұтынушылық нарықтық өзіндік реттеу механизмдерін қалыптастыру бойынша саясатты өңдеу және жүзеге асыру. мейрамханалық бизнес кәсіпорындарының сәйкестік сертификаттарын өңдеу. Сәйкестендірілген нарықтарда реттеу және қадағалау үшін түрлі ұйымдар, ассоциациялар, одақтар құру.

2. Ірі замануи сауда орталықтары мен кешендердің санын көбейту арқылы бірыңғай сауда мекемелерінің сапалық құрылымын жақсарту механизмдерін өңдеу. Астық және астық емес тауарлардың кең ассортиментін сататын және қаланың ұйқылы бөліктерінде жаяу

жетерліктей жерде орналасқан «қадамдық» атты дүкендердің жүйесін қалыптастыру. Саудалық қызметтің түрлерін көбейту: дәстүрліден бастап тапсырыс – дүкендерге дейін, автомат-дүкендер және клубты дүкендерге дейін.

3. Тауар өндірушілермен қатар сауда мен қаржылық ұйымдар мен бірігіп сауда ұйымдары мен кешендерін құруға мақсатталған қоғамдық тамақтандырудағы интеграциялық үрдістерді белсендіру бойынша іс-шаралар.

4. Басты құралы және замануи нарық бәсекелестігінің түрі ретінде кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін қолдауды басты мақсат етіп қоятын қоғамдық тамақтандыру саласындағы инновациялық саясатты қалыптастыру және жүзеге асыру. Тұрғындардың жинақтарын кірістіре отырып осы салаға инвестициялар тарту.

5. Мейрамханалық іс жағынан Әкімшіліктің әлеуметтік саясатын жүзеге асыру және олардың әлеуметтік бағдарлауының қамтамасыз ету. Дисконтты бағдарламалар және әлеуметтік карталар бойынша жағдайы төмен азаматтарға әлеуметтік қызмет көрсетуге қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарын тарту.

6. Мейрамханалық іс қызметінің ақпараттық қамтылуын, жарнамалық-жәрменкелік қызметті және қоғамдық тамақтандыру саласындағы жұмысшыларды қайтадайындау мен біліктілігін арттыру, сондай-ақ оларды аттестаттау жүйесін қалыптастыруды кірістіре отырып қоғамдық тамақтандыру инфрақұрылымының дамуын қолдану бойынша іс-шараларды өңдеу және жүзеге асыру.

Өңделген концепция қала территориясындағы көзі ашық, әлеуметтік бағдарланған қоғамдық тамақтандыру саласының дамуы үшін қолайлы жағдайлар жасайтын қалалық саясаттың шаралар жүйесі жүзеге асыру мен қалыптастыру әдістерін, негізгі принциптерін, критерийлер мен себептерін анықтайды. Концепцияны жүзеге асыру кәсіпкерлермен қатар білім беру басшыларының қоғамдық тамақтандыруға деген қатынастарын өзгертуді, түпкі бағдарларды қайта қарауды талап етеді. Тек осы жағдайда ғана қала территориясындағы қоғамдық тамақтандыру саласының тұрақты дамуы және оның әлеуметтік экономикалық тиімділігінің өсуі қамтылуы мүмкін.

Әжептәуір тағамдар мен жоғары деңгейдегі қызмет көрсетуді, жаңадан ашылған мейрамханалардың бірқатары ұсынады. Осыған

қарамастан олар туралы сәтті жобалар деп айту әзірше ертерек. Олардың әуелгі көтерген межеден төмендемеуіне, әрине сенгіміз келеді, бірақ тәжірибенің көрсетуінше: бұл толық мүмкіндікті. Оңтүстік астананың қоғамдық тамақтандыру бизнесі нарығында келесідей тұжырымдама бұрыннан белгіленген: кәсіпорын ашылады, өзінің дәмді тағамдары мен керемет интерьерлері туралы бар дауыспен жариялайды, ал біраз уақыт өткеннен соң, осы қызмет көрсетуде, дәмді астар дайындауда толығымен бұзылады. Жалпы, әйгілі кеңестер киносының кейіпкері айтқандай, «тұрақтылық жоқ!».

Кәсіпқой еместер бизнесі. Әрине, мейрамханалық бизнесімен айналысуға бел буған адамдардың кездесетін қиындықтарын түсінуге болады. Кадрлардың жетіспеушілігі, қазіргі аспазшылық мектебінің болмауы, бәрінен бұрын кеңестік общепиттен қазіргі мейрамханалық іске көшу жай нәрсе емес және біліктілікті тәсілдемені талап етеді. Еуропалық рестораторларға, олардың қоғамдық тамақтандыру бизнесі ісіндегі көп жылдық дәстүрлі тәжірибелерімен, әрине қиындықты өтпелі кезеңде қоғамдық тамақтандыру бизнесі нарығын игеріп отырған отандық кәсіпкерлерге қарағанда, оңай. Дегенмен солтүстік көршімізге көз салсақ, қазіргі қоғамдық тамақтандыру бизнесі ол үшін, біздегі сияқты, жаңа құбылыс.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамханалық іс қызметкер және оның маңызы
2. Мейрамханалық істе жұмыс істейтін қызметкерлер және олардың жалпы ерекшеліктері туралы жалпы түсінік
3. Қызметкерлердің атқыратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
4. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз
5. Мейрамхана қызметкерлерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің сипаттамасы
6. Қызметкерлерге қойылатын талаптарды атап жазыңыз
7. Мейрамханада қызметкерлерді басқару сатыларын атап қысқаша түсіндіріңіз
8. Мейрамханалық іс ерекшеліктерін атап түсіндіріңіз

17 Мейрамханалық ісінің даму концепциясының құрылымдық элементтері

Мейрамханалық бизнесімен айналысқан бикелер, қағидаға сай, көбінесе толық көріністі байқамай, қоғамдық тамақтандыру

кәсіпорнын басқаруды өзінің ойынша жүргізеді, қоғамдық тамақтандыру ісінің жеке құрамаларына көңіл қоймайды. Мысалы, алматылық «рестораторлардың» бірі екінші жыл кәсіпорынын аша алмай келеді, өйткені өзінің талғамына қарай, тұрақты түрде, бірнемені өзгертеді. Егер, мысалыға, зал интерьерін бекітті ме, барлық жұмыс аяқталған уақытта оған бұл жақпай қалды, қайтадан өзгерту енгізу басталады. Дәретхана төбесін өз талғамымен жасатты, бірнеше айдан соң ол да ұнамай қалды, қайта жасалынады. Маңдайша жазу дайындалды, одан оны ауыстырды, қайтадан алынып тасталынды, осылай кете береді...



Сурет 6. Мейрамханалық ісінің даму концепциясының құрылымдық элементтерінің схемасы.

Мейрамханалық іс саласының міндеттері ретінде келесілерді бөлуге болады:

- қажетті инфрақұрылымдық базаны қалыптастыру арқылы нарықтық қатынастарды дамыту, сауатты бәсекелестік пен сауда қызметі субъектілерінің нарықтық түрленуін қамтамасыз ету үшін шарттар мен жағдайлар жасау;
- нормативті-құқықтық базаны жетілдіруді, тұтынушылық тауар мен қызметтің сапасы мен қауіпсіздігін кепілдендіретін қызметтің кейбір түрлері бойынша қалалық стандарттарды қалыптастыруды, бақылау мен қадағалау әдістері мен формаларын дамытуды, сондай-ақ тұтынушы нарығының өзіндік қадағалау механизмдерін кірістіре отырып қоғамдық тамақтандыру қызметінің біртұтас қадағалау жүйесін қалыптастыру;
- көтерме және бірыңғай сауданың, қала аймағындағы қоғамдық тамақтандырудың түрлі бөлімшелерінің баланстанған дамуын қамтамасыз ету, ұсақ бірыңғай сауданың реттелуі мен санкцияланбаған сауданың жойылуы;
- қаланың барлық бөліктеріндегі тауар мен қызметтердің территориялық қолжетімдігін қамтамасыз ететін қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары жүйесінің оңтайлы орналасуын қалыптастыру;
- тауар жылжыту каналдарын жетілдіруді, сауда және логистика ұйымдарының желілік принциптерін ендіруді, желілік компаниялардың заманауи бөлістіру орталықтарын құруды, ірі заманауи сауда орталықтарының жедел дамуының негізінде сауданың өсуін қамтамасыз ету;
- тұрмыстары төмен тұрғындарға бағдарланған саудалық қызметтің әлеуметтік-бағдарланған жүйесін қалыптастыру, жұмысшы, қызметкерлер, студенттер, оқушылар, білімгерлер, мектепке дейінгі ұйымдардағы балаларды және емдеу орындарындағы науқастарды аспен қамтамасыз ететін кәсіпорындар желісін дамыту мен кеңейту;
- жарнама-жәрмеңкелік қызметті, тұтынушылардың ақпараттық қамтамасыздығын, қоғамдық тамақтандыру мен сауданың мониторинг жүйесін қалыптастыруды, инвестициялық және инновациялық қызметтің механизмдері мен инструменттерін жетілдіруді кірістіре отырып тұтынушылық тауар мен қызмет нарығының инфрақұрылымының дамуын қамтамасыз ету.

Объективті ұйымдастыру әсері ұйымдастырудың өнімді табысының деңгейі болып табылады. Ұйымдастыру әсері өздігінен тіршілік ете алмайды. Ұйымдастыру әсері – барлық мекемеге қатысты түсінік, және көптеген бөліктерден тұрады. Осы жағынан алсақ, ұйымдастыру әсері белгіленген теориямен сәйкес бағалауды қажет ететін кейбір бақылау ұғымы сияқты алынады.

Басқа анықтама бойынша, ұйымдастыру әсерін ұйымдастыру жүйесінің мақсаттарды жүзеге асырудағы, өмір сүруіндегі және сыртқы ортамен үйлесімді бірге өмір сүруіндегі негізгі іс-әрекет ретінде көрсетуге болады.

Ұйымдастыру әсерін табыс деңгейін, мейрамхананың қуаты мен табандылығын анықтайтын ұғым ретінде де сипаттауға болады.

Әсер – бұл қуатты өлшейтіндердің бірі, алдын-ала жоспарланған әрекетті жүзеге асыру нәтижесінде мақсатқа жету деңгейін анықтайды.

Әсер мақсаттарды жүзеге асыру деңгейін өндірілген өнімнің алынған нәтижелермен арақатысын талдау арқылы анықтайды.

Осы себептер бойынша әсер мейрамхананың қуаты мен өнімділігінің ең маңызды көрсеткіштерінің бірі болып табылады, себебі алынған нәтижелер басқарушылар мен қызметкерлердің білімі мен іскерлігінің өзара әрекеттесуіне, технология мен сыртқы ортаға бағытталған күштердің өнімі болып табылады.

Ең жақсы әсерге жету мақсаттары – мейрамхананың ұзақ мерзімді мақсаттары болып табылады. Сату немесе табысты көбейту туралы қысқа мерзімді мақсаттар нақтылы әсерге жету мақсаттары бола алмайды, өйткені қысқа мерзімді табыс кәсіпорынды күшейтуге әсерін тигізе алмайды, осыны оның басқарушылары өздерінің іс-әрекеттері мен жоспарларында ескерулері керек.

Басқа анықтама бойынша, тиімділік жұмыстың қаншалықты дұрыс, дер кезінде және сапалы орындалғанын анықтайды. Және бұл жерде соңғы өнімнің сапасы туралы айтылып тұрған жоқ, клиенттердің қаншалықты сапалы қанағаттанғаны туралы айтылып тұр. Сондықтан, мейрамхана тиімділігі – бұл адамдар қажеттігін өз тауарларымен және қызметтерімен қанағаттандыра білу.

Мейрамхана ішіндегі өзгерістер мен кәсіпорынды басқару ұғымынан пайда болған өзгерістер арасында айырмашылық бар. Оларды екі топқа бөлуге болады: мейрамхана ұйымдастыру

құрылымында пайда болған өзгерістер; мейрамхана басқару ұғымында пайда болған өзгерістер.

Мейрамхана бизнесінің ұйымдастыру құрылымы қызметкерлердің іс-әрекетін, олардың өзара бір-бірімен және басшылықпен қарым-қатынастарын анықтайды. Ұйымдастыру құрылымы туралы айта отырып:

Мейрамхана бөлімдері мен бөлімшелерін анықтау және сипаттау;

Басқару типі;

Қызметкерлердің өз міндеттерін түсінуі;

Басшылықтың бақылау саласы;

Уәкілдіктерді бөлу;

Іс-әрекет саласы.

Бәсекелестіктің күшеюіне жылдам және икемді жауап беретін мейрамханалар ғана табысқа жетеді. Сондықтан да ғаламдану процесінде үйлестікті құруға мейрамхана құрылымы маңызды рөл атқарады. Бұл құрылымдағы күшті бюрократизм мен иерархия ғаламданудың ең күшті кедергілері болуы мүмкін. Қазіргі күнде өз-өздерін басқара алатын мәселелер ең жақсылар болып табылады. Мұндай құрылымда сатушылар, клиенттер және қызметкерлер икемді топтар құруға мүмкіндік беретін тікелей қарым-қатынаста болады. Әрбір топтың мүшесі өндірілген өнім, орындалған жұмыс немесе көрсетілген қызмет үшін жауапкершілікте болады, басынан бастап соңына дейін оларды жоспарлайды, басшылық етеді және жүзеге асырады. Тіпті бөлімнің басқарушысы барлығына қарамастан, оның әрбір мүшесі жауапкершілікте болуы тиіс.

Мейрамхана құрылымы өзгерістерге кедергі келтірмеуі керек. Тез түсінетін және жылдам жауап беретін құрылымдар бюрократия мен өсіп келе жатқан иерархиядан құтылуға міндетті, өйткені мейрамхана тауарлар мен қызметтердің олардың өндірілгенінен кейін бірден қолданылғанын талап етеді.

Мейрамхана келешегімен байланысты өзгерістер процесін ең тиімді жолмен қолдануға қабілетті адамдар табыс кілті болып табылады. Ұйымдастыру қозғалымды және икемді болған сайын, мәліметтік байланыс, қабылданған шешімдер және командалық жұмыстар табыстырақ болады. Иерархиялық сатылардың азаюы да табысқа қарай бір адым. Қызметкерлердің іс-әрекетін ұлғайту олардың іскер істесуін, өзара бақылауын қамтамасыз етеді. Бұл

процесте өзгерістерді және ұйымдастыру тиімділігін тездететін жаңа идеялар туындауы мүмкін.

Қазіргі кезде өзгерістерден өтіп кеткен мейрамханалар – ақылды және іскер мамандардан, элиталық қызметкерлерден тұратын мекемелер болып табылады. Әрбір білімнің, әрбір мәліметтің өз орны бар, олардың әрқайсысының қажеттілігі мақсатқа жетудегі олардың қатысу үлесімен анықталады. Қазіргі кездегі мекемелер қожайын мен бағыныштылардың мекемесі емес, бірыңғай мақсатқа жұмылдырылған мамандар тобының ұйымы. Басқарушысының өзі де мамандардың бірі. Ол басқарады, бірақ бұл тек бұйрық беру емес, бұл іс-әрекет бағытын көрсету.

Классикалық басқару функцияларында басқарушы назарының орталығы – бұл жұмыс. Ол жоспарланады, ұйымдастырылады және бақыланады. Қазіргі заманғы басқару түсінігіне сәйкес өзгерістер немесе қайта ұйымдастыру процесінде назар орталығы жеке адамға ауысты. Негізгі жұмысты кім орындайды? Білімді, жақсы көрінетін, қолдайтын және ынталандыруы бар қызметкер. Бұл шындық ұйымдастыру пирамидасын төменнен жоғары қарай аударады, сонысымен уәкілдікті беру және міндеттерді бөлу ұғымдарының маңыздылығын күшейтеді. Уәкілдікті беру дегеніміз өздерінің жеке күштері мен білімдерін пайдалана отырып, мәселені шешу бойынша мүмкіндіктерді жүзеге асыруға бастамашыл қызметкерлерге құқық беру болып табылады, және оның үстіне мұндай қызметкерлерге авторитетті жеңіл алу үшін олардың білімдері мен іскерліктері және ынталандыруы жеткілікті болады. Уәкілдікті беру басқарушылық құқығын беру ғана болып табылмайды, бұл төмендегілердің өздерінің уәкілдігін жақсы пайдаланулары мақсатында олар үшін жағдайларды жетілдіру жолы. Делегат жіберуді уәкілдікті берудің бір сатысы деп атауға болады, және өзінің мүмкіндіктері шеңберінде уәкілдік пен жауапкершілікті жоғары тұрғандардан төменде тұрғандарға оларды оқытқаннан кейін беруді өзіне енгізеді.

Мейрамхана өнімділігіне әсер етуші факторлар және өнімділікті арттыру жолдары

Мейрамхана өндірілген тауарлар мен қызметтер өте көп еңбек сіңіруді қажет етеді және ең алдымен клиенттердің психологиялық сезімдерін қанағаттандыруға бағытталады. Сондықтан мейрамхана барлық технологиялық жаңалықтарға қаншалықты маңызды көңіл бөлсе де, бәрібір де қызметтерді адамдар ұсынуы қажет, бұл

кәсіпорын өнімділігін жеке адамдардың өнімділігіне бағынышты етіп қояды.

Мейрамхана қызмет сапасының жоқтығы, жұмысқа шықпай қалулар, жауапкерсіздік, күрделі жұмыстық өзара қатынастар, салақтық, ұқыпсыздық, өте ұзақ мерзімді мақсаттарды таңдау, шешімдерді баяу қабылдау, білім мен мәлімет жетімсіздігі, шалағайлық – осының барлығы жеке адамның өнімсіздік көрсеткіштері. Жоғарыда саналған барлық факторлар кез-келген типтегі мейрамханаларды пайдалы жарықта жарықтандыру үшін кедергі болып табылады. Мейрамхана өнімділігіне әсер ететін факторларды үш топқа бөлуге болады:

Мейрамхана қызметкерлерінің қабілеттілігі;

Ұйымдастыру факторлары;

Қоршаған орта факторлары.

Мейрамхана жұмыстардың еңбек сіңіруді көп қажет ететіндігінен қызметтердің сапасы қандай-да бір жеке адамның әсеріне оншалықты ұшырамайды. Жеке адамның өнімділігіне оның жеке сапалары сияқты фактор тікелей әсерін тигізеді.

Қызметкерлердің мінез-құлқы қаншалықты маңызды болса, жеке адамды стреске ұшырату әсері де соншалықты маңызды, өйткені адамның стреске бейімділігі оның қажеттіліктерінен, қабілеттіліктерінен және қажеттерінен бағынышты болады.

Өнімділікке ақыл және соған үйлесімді қабілеттіліктер әсерін тигізеді. Адамдарға жұмысты олардың ақылы мен зейінділігіне байланысты беру керек. Егер тапқыр, зейінді адамға ескішіл жұмыс берсең, ол оған қызығушылығын тез жоғалтады, сөйтіп оның өнімділігі төмен түсіп кетеді. Қазір тапқырлық пен жұмыс өнімділігінің өзара қарым-қатынасын анықтау үшін көптеген тестер бар.

Мейрамхана жұмысы тікелей адамдармен байланысты болғандықтан, ол үлкен еңбек шығынын да, зейінділікті де қажет етеді. Дегенмен зейінділіктен де маңызды фактор бар. Бұл – іскерлік. Өте жоғары өнімділікке жету үшін қызметкерлерді олардың іскерлігіне қарай жіктеу керек және осы жіктеуге негізделе отырып басқару керек.

Жеке адамның өнімділігіне әсер ететіндігіне байланысты стрессер мен ішкі сезім проблемалары да өндірістік белсенділікті

төмендететін факторлар болып табылады. Ынталандырудың жеткіліксіздігі немесе оның қажеттілігі тағы да стресстің нәтижесі.

Стресс қызметкерлерге азырақ немесе көбірек әсер етеді. Егер де жұмыстағы стресс қызметкердің жеке өмірінде болған қайғылы жағдайдың әсерінен болса, онда бұл қайғылы жағдайға әкеліп соқтыруы мүмкін. Ішкі сезім үйлестігін ойда болмаған оқиға немесе күтпеген жағдай да бұзуы мүмкін.

Жұмыстағы стресстің себебі бірнеше болуы мүмкін: өте жеңіл міндеттер, қыйсынсыз күрделі тапсырмалар, агрессивтік кері байланыс, қызметкердің қалауына қарама-қайшы жұмыс беру, қолайсыз жұмыс жағдайлары, белгісіздік және т.б. Стресс нәтижелері де әртүрлі және адамның ерекшеліктеріне байланысты болады.

Қызметкерлердің үздіксіз стресстері мен ішкі тепе-теңдік бұзылулары мейрамхана кәсіпорнының іс-әрекеттері өте күшті әсерін тигізеді. Жеткіліксіз еңбек ақы, міндеттердің біркелкі бөлінбеуі, қызметкерлердің іс-әрекеттерінің жеткіліксіз бағалануы, сапалы жұмыс үшін мүмкіндіктердің жеткіліксіздігі – осы және басқа да себептер стресс туғызады, және кәсіпорынның өнімділігін төмендетеді.

Жеткіліксіз ынталандыру – төмен өнімділіктің негізгі себебі. Егер адам табысқа жеткісі келсе, оны дұрыс ынталандырумен қамтамасыз ету керек.

Ынталандыру саласындағы зерттеулер қызметкерлердің ой-пікірін өзгерту, өнімділікті көтеру үшін жағдай жасау, еңбек ақы төлеу жүйесін ауыстыру және ынталандыру түсінігін өзгерту мақсатында мүмкіндіктер табуды жобалады. Бұдан басқа, жоғарғы басшылықтың қызметкерлер табысын түсінуі де сияпаттау элементі болып табылады. Барлық бұл зерттеулер мен ынталандыру теориялары қызметкердің өнімділігі мен қанағаттандырушылығы арасындағы тиімді өзара қатынасты құрудың қиындығын көрсетеді. Ынталандыру қызметкерлердің табыстылығы үшін негізгі болып табылады. Алайда өзімен өзі ол жеткіліксіз. Мысалы, қабылдау бюросында болып жатқан процестер туралы аз білетін адам үшін, оның регистрацияда істеуі үшін оның күшті ынталандырушылығы жеткіліксіз болады.

Кез келген мейрамхана қызметкерлерінің денсаулық жағдайы ерекше маңызға ие. Өйткені нашар денсаулық пен әртүрлі аурулар

төмен өнімділіктің негізгі себептері болып табылады. Мұндай жағдайларда басшылық тиісті шаралар қабылдауы тиіс.

Ұйымдастыру факторлары.

Қызметкерлердің табысына оң әсер ететін факторларға: басқару саясаты, жұмысты жоспарлау, ұйымдастыру құрылымы, жұмыс шарттары және қызметкерлердің өзара еңбек қатынастары жатады.

Мейрамхана саясаты мен қызметкерлер өнімділігі арасында өте жақын байланыс бар. Тәртіпті қызметкерлердің қажеттіліктерін қанағаттандыруға тырысқан мейрамханаді басқару және осылайша қойылған мақсаттарды әрдайым жаңартып отыру да қызметкерлердің өнімділігін көтереді.

Қызметкерлердің иығына олардың дағдылары мен іскерліктеріне үйлесімді міндеттер салынуы керек.

Қоршаған орта факторлары.

Мейрамханадан тыс қоғамдық орта болады. Қоғамның жұмыскерлерден күтетін әрекетінің басқа адамдардан күтетін әрекеттерден еш айырмашылығы жоқ. Қоғамның әрекеттері дәстүрлерге, әдет-ғұрыптарға және қоғамдық пікірге сүйенеді. Ұйымдастырудың қоғамдық қоршауы мәдениеттік, топтық және мәндік құрылымнан тұрады. Қоғамдық ортада қызметкерлердің стресін шақыратын көптеген нәрселер болады. Стресті қоғамдық тудыратындарға экономикалық, саяси және технологиялық белгісіздік топтарына бөлуге болады.

Жоғарыда айтылған факторларға сүйене отырып мына жолдарды қарастыруымыз қажет: Қайта ұйымдастыру немесе өзгерту процесінде басқарушылар мейрамхана имиджі мен құрылымымен бірге, басқару және басшылық ұғымының өзін де өзгертуі керек. Басшылық құрылымындағы және басқару ұғымындағы өзгерістер басқарушылар мен қызметкерлер арасында көпір салуға, тез шешім қабылдаудағы кедергілерді жоюға бағытталуы тиіс.

Технологияның дамуы, ғаламдандудың күшеюі, әлеуметтік-мәдени және экономикалық тез өзгерулер шындық пен адам үміттері арасындағы айырмашылыққа маңызды әсерін тигізеді. Қазір сапаға, төмен бағаларға, жылдамырақ және ұзақ өмір сүруші қызметтер мен тауарларға адамдар үлкен сұраныс білдіреді. Бұл қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін, мына ұранды: “бірінші кезекте - адам” – негізге алу керек, және оны адамдарды тыңдайтын және еститін, арнайы дайындалған, басқа адамдарды қызықтыра және бағыттай алатын,

басқалардың көмегін кері қайтармайтын, бәсекеқабілетті бола алатын, ғылыми басқару жүйесін дамытатын басқарушылар жүзеге асыруы тиіс.

Бұдан басқа, олар қалып келген ескішілдік жоқ болатын жаңа басқару көзқарасын құрулары керек, идеялар тудыруы керек, оларды жеткізіп айта алуы керек, орташа топ менеджерлерін дамытуы керек және жаңа білім ала алатын, жаңа технология мен ғылымды дамытатын қызметкерлер жұмыс істейтін мекемелерді құрулары керек.

Мейрамханалық ісінің дамуы туризмнің ең тиімді табыс көзіне айналуына тікелей әсер етеді. Бұл жағдайды қазір бүкіл әлем мойындап, түсініп отыр. Біздің қолымызда қазір мынадай бір дерек бар. Бүгінде дүние жүзі бойынша туризмнен түсетін табыс мұнайдан түсетін табыстан кейін екінші орын алады екен. Бұл нені білдіреді? Бұл – жер-жүзіндегі ұлттық жалпы өнімнің оннан бір бөлігі туризмнен түсетін табыстан келеді деген сөз. Міне, тағы мынадай бір деректі қараңыз. Өткен жылы дүние жүзін 800 млн. адам аралаған екен, олар бұл сапарларына 500 млрд.-тан астам доллар жұмсапты. Туризм – табыс көзі деген осы. Ал, бұл туристер қай елдерге барды, олардың тандауы қай жерлерге түсті деп ойлайсыз? Әрине, олардың барған жерлері – қонақжайлылығы мол халқы бар, табиғаты көркем, саяси тұрақты, тамақтануға, демалуға барлық жағдай бар елдер болған. Сондықтан бізге туристерді осылай көбірек тарту үшін, ең бастысы еліміздің қонақжайлық индустриясындағы кәсіпкерлік қызметті дұрыс қалыптастырып алу керек, ал ол қазір сондай жолдың үстінде. Біз туристерге Қазақстан саяси тұрақты, барлық жағынан алғанда демалуға қолайлы ел, оның көркем табиғаты көз сүйсіндірерліктей керемет әсер қалдырады деп насихаттап отыруымыз керек. Сонда ғана нәтиже болады. Біздің пікірімізше, туризмді дамыту үшін ең басты керегі осы. Яғни, ең әуелі мемлекет тарапынан қолдау керек, одан кейін насихат болса заң жүзінде туризмді одан әрі дамыта беруге болады. Осылайша, туризмнен мемлекет қазынасына қомақты қаржы түсіруге болар еді.

Мейрамханалық бизнестегі қызмет тұтынушылар пайдасына бағыттала алады, онда қызметтің массалық өткізіліміне ұмытылатын рестораторлардың біржақты мүдделері басым болады. Мейрамханалық қызметтің ұйымдастырушылық стратегиясы жаңа клиенттерді тартуға және толық қанағаттандыруға, мейрамхана

желісін кеңейтуге, бәсекелестік жағдайын беріктендіруге және мейрамханалық кәсіпкерлік қызмет нарығында оң бейне жасауға бағытталуы керек.

Дегенмен тиімді басқару жүйесі мейрамхана иесіне келесі екі шарт орындалғанда ғана пайда келтіреді:

1. нарықтың өзіндік ерекшелігін есептеу және
2. тиімді басқаруды барлық элементтерін кешенді пайдалану.

Нақты кәсіпорынның кәсіпкерлік қызметінің мысалында, біздің көзіміз жетті, мейрамхана кәсіпкерлік қызметінің айналымы белгілі бір шамада ұйымдастыру стратегиясына және көпшілік сұранысына тәуелді болады.

Қазіргі жағдайларда тіпті шағын кәсіпорынның өзі де қызметті тиімді басқаруды сауатты жоспарлаған кезде нарық сұранысына талдау жасап бұл нарықта жетістіктерге жетуге мүмкіндіктер бар.

Қазақстанда мейрамханалық бизнесінің даму жолындағы алдағы жылдары жетістікке жетуге жоғары мүмкіндігі бар.

Бүгінгі таңда мейрамханалық бизнес экономикамыздың дамуының әлуесті және болашағы зор салаларының бірі болып танылып отыр. Мейрамханалық бизнес – қонақтармен қарым - қатынаста қонақжайлық принциптеріне сүйенетін ықылас пен мейманшылық таныту сияқты қызмет көрсету түрлерінен тұратын кәсіпкерлік қызметтің түрі.

Қонақжайлық индустриясындағы мейрамхана – бұл, кәсіпкерлік қызметтің сауда залдарындағы келермендерге қызмет көрсетудің жоғарғы деңгейін ұйымдастырумен, күрделі дайындалатын аспаздық тамақтардың кең ассортиментінің өндірісін ұйымдастыруды ұштастыратын кәсіпорынның ерекше типі.

Мейрамхана кәсіпкерлік қызметінің ұйымдастырудың ерекшелігі – бұл келермендерге қызмет көрсетудің жоғары сыныбы. Мейрамханаларда, оларды ыңғайлы жиһаздармен жабдықтау, қажетті микроклиматты жасау, атап айтқанда, ауаны желдете салқындату жолымен, интерьер және т.б. арқылы қолайлылықтың жоғары деңгейі қамтамасыз етілуі керек. Сыныпталу, көрсетілетін қызметтің сапасын, деңгейін және қызмет көрсету жағдайын сипаттайтын, кәсіпорынның ерекше белгілерінің жиынтығын болжайды.

Мейрамханаларда, оларды ыңғайлы жиһаздармен жабдықтау, қажетті микроклиматты жасау, атап айтқанда, ауаны желдете

салқындату жолымен, интерьер және т.б. арқылы қолайлылықтың жоғары деңгейі қамтамасыз етілуі керек.

Экономиканың толыққанды саласы ретіндегі туризмнің дамуы қоғамның сана мен психологиясында өзгерістерді қажет етеді. Бұл саланың мәселелерін алғанда, оның дамуын ғылыми қамтамасыз етілуінің жоқтығын айтып кетуге болады. Сосын Туризмді аймақтық ұйымдастыру және ұзақ мерзімді дамуын кешенді болжау мәселелерімен айналысатын ғылыми құрылымдардың жеткіліксіздігін айта кету керек.

Бұл тұрғыда жасалған қадамдар жоғарғы деңгейде емес, себебі сала үшін қажетті кадрлерді дайындаудың сәйкес жүйесінің жоқтығын айта кету керек.

Басқару - бұл іс-әрекет ұйымдастыру мен жоспарлау тәжірибесімен, үйлестігімен және бағытымен байланысты әрекеттердің жиынтығы, ол әлеуметтік ортада кәсіпорынның жағымды имиджін құрумен, қызметшілердің мақсаттарының кәсіпорын мақсаттарымен бірігуі есебінен мотивацияның күшеюмен және кәсіпорынның белгіленген мақсаттарына жету үшін ең жоғары пайда жасаумен байланысты.

Басқару – бұл кәсіпорынның әртүрлі мақсаттарына жету үшін адамдар тобының іскер істесуін жүйелі ұйымдастыру арқылы жүзеге асатын процесс. Мейрамхана бизнесін ұйымдастыру өте күрделі болатындықтан да өте әртүрлі қызметтер ұсынылады, оларды басқарудың өзіндік ерекшеліктері болады. Бұл ерекшеліктерді былайша бөлуге болады.

Басқару – бұл белгіленген мақсатқа жету үшін немесе жүзеге асыру үшін бағытталған іс-әрекет. Басқару табысы мақсаттарға жету немесе оны жүзеге асыру санасымен өлшенеді. Мейрамхана бизнесінде мақсаттарға жету үшін ең алдымен мыналар қажет:

- Қонақтарға жоғарғы стандарттарға сәйкес келетін сапалы өнімді қолайлы бағада ұсыну, соған сәйкес

- Қызметкерлердің жұмыс жағдайын жақсарту және қанағаттанарлық жалақы төлеу,

- Қоршаған әлеуметтік ортаның, ұжымның сүйіспеншілігін жеңіп алу және сол арқылы кәсіпорын пайдасын көбейте түсу.

- Бұлардың бәріне жету үшін кәсіпорынның мақсаттарын қызметкерлердің мақсаттарымен және қоршаған ортамен үйлестіру қажет.

Қандай-да болсын мейрамхана кәсіпорны өте ұзақ мерзім жұмыс істеп тұруы үшін, өте тиянақты ойластырылған ұйымдық құрылымды құру керек, себебі қазіргі уақыттағы мейрамхана кәсіпорнында ұсынылатын тауарлар мен қызметтер алуан түрлілігімен ерекшеленеді, бұл басшылықты кәсіпшілікке жаңа олшеммен келуге мәжбүр етті.

Мейрамханалар ұсынатын қызметтер мен тауарлар клиенттердің қажеттіліктері мен үміттерін қанағаттандыру үшін өте маңызды. Егер ұсынылатын қызметтер нақ сол клиенттермен бағаланатынын ескерсек, қызметтердің жоғары деңгейде болуының сөзсіз қажет екенін мойындау керек және ұйымдық құрылымды да осы факторларға негіздеде отырып құру керек. Кәсіпорынның ұйымдық құрылымын құру мен дамыту процесінің маңызды факторы басшылықтың басқару әдістері мен қызметкерлердің басшылықпен қатынасы болып табылады.

Сіздердің байқағандарыңыздай, қызметкерлер басқарушыларды өз міндеттерін орындауға жеткілікті даяр деп санамайды, олардан нағыз басқарушыларды көрмейді және оларға тіпті сенбейді. Сондықтан мейрамхана кәсіпорнын басқарушылар өз міндеттерін орындауда ұқыптырақ болуы тиіс, қазіргі түсінікті қабылдауы керек, ескішілдіктен қашып, қызметкерлер арасында уәкілдікті бөліп беруі керек.

Қайта ұйымдастыру немесе өзгерту процесінде басқарушылар мейрамхана имиджі мен құрылымымен бірге, басқару және басшылық ұғымының өзін де өзгертуі керек. Басшылық құрылымындағы және басқару ұғымындағы өзгерістер басқарушылар мен қызметкерлер арасында көпір салуға, тез шешім қабылдаудағы кедергілерді жоюға бағытталуы тиіс.

Технологияның дамуы, ғаламданудың күшеюі, әлеуметтік-мәдени және экономикалық тез өзгерулер шындық пен адам үміттері арасындағы айырмашылыққа маңызды әсерін тигізеді. Қазір сапаға, төмен бағаларға, жылдамырақ және ұзақ өмір сүруші қызметтер мен тауарларға адамдар үлкен сұраныс білдіреді. Бұл қажеттіліктерді қанағаттандыру үшін, мына ұранды: “бірінші кезекте - адам” – негізге алу керек, және оны адамдарды тыңдайтын және еститін, арнайы дайындалған, басқа адамдарды қызықтыра және бағыттай алатын, басқалардың көмегін кері қайтармайтын, бәсекеқабілетті бола

алатын, ғылыми басқару жүйесін дамытатын басқарушылар жүзеге асыруы тиіс.

Бұдан басқа, олар қалып келген ескішілдік жоқ болатын жаңа басқару көзқарасын құрулары керек, идеялар тудыруы керек, оларды жеткізіп айта алуы керек, орташа топ менеджерлерін дамытуы керек және жаңа білім ала алатын, жаңа технология мен ғылымды дамытатын қызметкерлер жұмыс істейтін мекемелерді құрулары керек.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамхана басшыларының ерекшеліктері туралы жалпы мәлімет беріңіз.
2. Мейрамхана басшысының атқаратын қызметі мен жауапкершілігін атап жазыңыз.
3. Мейрамханалық іс қызметкер және оның маңызы
4. Мейрамханалық істе жұмыс істейтін қызметкерлер және олардың жалпы ерекшеліктері туралы жалпы түсінік
5. Қызметкерлердің атқыратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
6. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз
7. Мейрамхана қызметкерлерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің сипаттамасы
8. Қызметкерлерге қойылатын талаптарды атап жазыңыз
9. Мейрамханада қызметкерлерді басқару сатыларын атап қысқаша түсіндіріңіз

18 Мейрамханалық бизнесті басқару ерекшеліктерін жетілдіру жолдары

1. Мейрамханалық бизнес саласындағы мемлекеттік саясатты іске асыру мақсатында тиімді мемлекеттік басқаруды және салааралық, өңіраралық үйлестіруді қамтамасыз ету жөніндегі қызметтерді дамыту
2. Министрліктің аппаратын және оның комитеттерін ұстау; туризм, мейрамханалық бизнес, ойын бизнесі салаларындағы мемлекеттік саясатты әзірлеу; мемлекеттік қызметкерлердің біліктілік талаптарына сәйкес, кәсіби білімі мен тәжірибесін толықтыру және тереңдету, басқару жүйесін жетілдіру, азаматтардың өтініштерін қарау

3. Қазақстандық мейрамханалық бизнесін әлемдік сапада бәсекеге қабілеттілігін арттыру

4. Саяхатшылардың сапалы демалуы және халықаралық деңгейде сапалы қызмет көрсетуі үшін жағдайлар жасауды қамтамасыз ету

5. Туризм, мейрамханалық бизнес инфрақұрылымын дамытуды қамтамасыз ету; Туристік қызмет көрсетулердің сапасын арттыруды қамтамасыз ету; "Батыс Еуропа - Батыс Қытай" халықаралық транзиттік коридоры шеңберінде Жібек жолының қазақстандық бөлігінде туризмді дамыту; Қазақстандық туристік өнімді халықаралық және ішкі нарықта жылжыту; Халықаралық қоғамдастыққа бірігу; Халықаралық стандарттарға жауап беретін материалдық-техникалық базаны және мейрамханалық бизнес инфрақұрылымын дамыту; Қазақстандық мейрамханалық бизнестің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету; Туризм саласының мамандарын даярлау және олардың біліктілігін арттыру жүйесін жасау.

6. Ұлттық және бұқаралық туризм түрлері бойынша күнтізбелік қонақжайлық іс-шараларын өткізу және қатысу; Халық арасында туризмді дамыту және ұлттық қонақжайлық түрлерін дамыту. Халық ішінде мейрамханаларды, бұқаралық туризмді және ұлттық демалу түрлерін дамыту

7. Мейрамханалық бизнесін дамыту туралы конкурс ұйымдастырып, ең үздік еңбегін жариялағандарға сыйақы төлеу

8. Жоғары білікті мамандармен қамтамасыз ету жолдары арқылы Мейрамханалық бизнесін дамыту

9. Мамандардың сапалы даярлануына және халықаралық тәжірибеде табысты қызмет көрсетулері үшін жағдайлар жасау

10. Қазақстанның туристік имиджін қалыптастыру; ҚР және одан тыс жерлердегі туристік іс-шараларға қатысу және өткізу; Қазақстан Республикасының туристік әлеуеті туралы ақпаратты қалыптастыру және тарату

Қазіргі заман ағысына ілесу уақыт талабы. Сол орайда еліміздің әр саласын жетілдіріп, дамытуда түрлі шаралар қолға алынып жатыр. Ол мейрамханалық бизнесін де айналып өтпек емес.

Мейрамхана – дайын өнімді дайындап, өткізетін және тұтынушыларға қызмет жасайтын халық шаруашылығының саласы. Әдетте қоғамдық тамақтандыру саласы келесілерден тұрады: асханалар, шайханалар, ресторандар, мейрамханалар, буфеттер, т.б.

Оның кейбіреулері жұмыс немесе оқу орны бойынша тұтынушыларға қызмет көрсетеді.

Туризм саласында туристерге орналасу қызметін ұсынушы орындар бүгінгі таңда алатын орнының ерекшелігі соншалық, тіпті қоғамдық тамақтандыру саласы деп аталатын арнайы қызмет саласына да айналуға мүмкін. Мұның себебі қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары туристерге қоғамдық тамақтандыру қызметімен қоса орналасу, сауықтыру, көңіл көтеру т.б. қызметтерді ұсына отырып туристерден түсетін табыс мөлшерінің ең үлкен көрсеткіштеріне ие болған кәсіпорындарға айналуға мүмкін. Туризмде қоғамдық тамақтандыру базасының негізгісі бола тұрып, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары жоспарлы және өзбетінше туризмнің дамуына септігін тигізеді. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары меншік түріне қарай: жекеменшік, мемлекеттік және аралас меншікті болуы мүмкін.

Мейрамханалық бизнес саласы адамдардың еңбекшіл өмірінде маңызды орын алады, өйткені кез келген жұмысшы азамат үйінен жұмысқа шығып кетіп, кешке бірақ оралатын болса, ол міндетті түрде таңғы шай немесе түскі асқа қоғамдық тамақтандыру орындарына барады. Сондықтан, қоғамдық тамақтандыру орындарының дайындаған өнімдері адамзаттың осындай бөлігінің денсаулығына тікелей әсер етеді.

Мейрамханалық бизнес - халықты кәсіпорындарда, асханаларда, мейрамханаларда, шайханаларда, буфеттерде, сондай-ақ асханадан, үй кухнясынан дайын тамақты үйге босату арқылы тамақтану.

Қазіргі заман ағысына ілесу уақыт талабы. Сол орайда еліміздің әр саласын жетілдіріп, дамытуда түрлі шаралар қолға алынып жатыр. Ол қоғамдық тамақтандыру бизнесін де айналып өтпек емес.

Мейрамханалық бизнес кәсіпорындары мемлекеттік сауда ұйымдарына немесе жекеменшік орындарға кіреді. Ежелгі заманнан өкімет қоғамдық тамақтандыру дамуына үлкен назар аударған. Совет үкіметі кезінде көптеген мейрамханалар мен трактирлер жұмысшылар мен олардың жанұя мүшелері тамақтанатын қоғамдық асханаларға қайта өңделген. Сол кездің көсемі В.И. Ленин жұмыстың үлгі аларлықтай қойылымында қоғамдық тамақтандыру орындары адамның жанды еңбегі мен шикізат өнімдерін үнемдейтінін, тұтынушыларға қолайлы жағдайлар тудыратыны туралы ашықтап айтқан.

Мейрамханалық бизнес орындарының жалпылама дамуы жоғары автоматтандырылған кәсіпорындардың құрылуы арқылы саланың өңделуіне, олардың мамандырылған кәсіпорындарда немесе өндірістің сәйкес саласында жасалған жартылай фабрикаттармен, дайын тағамдармен, консервіленген және мұздатылған дайын өнімдермен қамтамасыз етілуіне өтуге негізделеді.

Тауар айналымының және қоғамдық тамақтандыру өнімін өндірудің өсуі 2 бағыттан іске асырылады: қоғамдық тамақтандыру жүйесімен қызмет көрсетілетін халықтың аумағының кеңею сызығы бойынша және осы саланың қызметтерін қолданатын әрбір тұтынушының жалпы қоғамдық тамақтандыру көлеміндегі қоғамдық тамақтандыру өнімдерін тұтынудың тиесілі салмағының өсуі. Қоғамдық тамақтандыру социалистік шетелдерде кеңінен дамыған. Мысалы, Германияда асхана, мейрамхана, кафе, дәмханаларында 12 адамына 1 орын, ал Болгарияда 11 адамына 1 орын келеді екен. Капиталистік елдерде қоғамдық тамақтандыру аса ірі монополистік капитал енетін халық шарушылығының саласы болып табылады. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары сауда орталықтары, универсам, қонақ үйі, кемпинг, мотелдер және т.б. құрамына кіреді. 70ж.ж. басында АҚШ-та 145 мыңдай мейрамхана, кафе, асхана т.б. кәсіпорындар тіркелген, онда 3,5 млн. адам қызмет істеген, осы жүйемен барлық астық өнімдердің 25%-зы өткізілген. Сол кезде Францияда үй сыртында қоғамдық тамақтандыруға астық өнімдер шығындарының барлығының 15%-зы келген. Қазіргі таңда бұл көрсеткіштер 10 есеге артқан.

Мейрамханалық іс - өндірумен, өңдеумен, өткізумен және тамақ өнімдерін тұтынуды ұйымдастырумен байланысты кәсіпкерлік қызмет.

Туризм саласында туристерге орналасу қызметін ұсынушы орындар бүгінгі таңда алатын орнының ерекшелігі соншалықты, тіпті қоғамдық тамақтандыру саласы деп аталатын арнайы қызмет саласына да айналуға мүмкін. Мұның себебі қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары туристерге қоғамдық тамақтандыру қызметімен қоса орналасу, сауықтыру, көңіл көтеру т.б. қызметтерді ұсына отырып туристерден түсетін табыс мөлшерінің ең үлкен көрсеткіштеріне ие болған кәсіпорындарға айналуға.

Туризмде қоғамдық тамақтандыру базасының негізгісі бола тұрып, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары жоспарлы және өзбетінше

туризмнің дамуына септігін тигізеді. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары меншік түріне қарай: жекеменшік, мемлекеттік және аралас меншікті болуы мүмкін.

Қазақстан – жүзден астам ұлты бар, мейман күткіш халқы бар республика. Қоғамдық тамақтандыру орындарының тарихы ежелден өзінің тамырларымен қонақты қабылдау әдеті мен салт-дәстүрінен басталады. Қонаққа әрдайым ерекше көңіл бөлінетін, ол төрде отағасының оң жағында отыратын.

Мейрамханалық іс орындарының қарқынды дамуы Ұлы Жібек Жолының пайда болуынан басталды. Ежелден және Ортағасырларда Жерортадан Қытайға дейін Еуразияны қиылысқан керуен жолдарының жүйесі халықтың сауда және мәдени байланыстарының пайда болып, дамуының қайнар көзі болып саналды.

Бұл жерлерде ірі сауда орталықтары тұрғызылған болатын, сондықтан да, әртүрлі елдерден саяхатшылар келетін. Барлық саяхатшыларды киіз үйге сыйғызу мүмкін емес болды, сол себептен, тұрақты аулалар, мейрамханалар пайда бола бастады. Аулаларда ең қажетті қызметтер: орналастыру, тамақтандыру, су беру қызметтері көрсетілген. Сауда жолдарында керуен-сарайлар салынып, түйе мен жылқылар үшін арнайы жайғастыру пункттері болған.

Саяси жағдай дипломаттар мен саудагерлерге жол жүру кестесін таңдауды анықтап берді. Бұның өзі туризм мен қоғамдық тамақтандыру бизнесінің пайда болуына себеп болды. Қалалар өздерінің базарларымен көріне бастады. Минералды сулары бар жерлерде – санаторийлер тұрғызылды. Емдік туризмінің Қазақстанда дамуымен байланысты таулы туризмнің рөлі зор, яғни маңызды болып туристерге арналған түнеу объектілері салына бастады.

Республикамыздың қоғамдық тамақтандыру бизнесіндегі көптеген көркем жерлерінде туристік базалар салынды. Жыл сайын қоғамдық тамақтандыру орындар санына қарағанда, қызмет көрсетудің орналастыру құралдарының қосымша түрлеріндегі орындар саны тез өсе бастады.

Әуелі, қоғамдық тамақтандыру бизнесіндегі орналастыру құралдарының негізгі және қосымша түрлерін шектеу мүмкін емес болды, қоғамдық тамақтандыру орындары сияқты, жалға берілетін жеке пәтерлерде де сондай қызметтер көрсетіледі.

Жаңа туризм мен қоғамдық тамақтандыру орындарының Қазақстанда пайда болуы XX ғасырдан бастау алады.

Тақырыпты қайталауға арналған сұрақтар:

1. Мейрамхана басшыларының ерекшеліктері туралы жалпы мәлімет беріңіз.
2. Мейрамхана басшысының атқаратын қызметі мен жауапкершілігін атап жазыңыз.
3. Мейрамханалық іс қызметкер және оның маңызы
4. Мейрамханалық істе жұмыс істейтін қызметкерлер және олардың жалпы ерекшеліктері туралы жалпы түсінік
5. Қызметкерлердің атқаратын міндеттері және жауапкершілігі туралы жалпы түсінік
6. Мейрамханалық істе қызметкерлерді басқарудың мақсаттарын атап жазыңыз
7. Мейрамхана қызметкерлерінің жеке және кәсіби қасиеттерінің сипаттамасы
8. Қызметкерлерге қойылатын талаптарды атап жазыңыз
9. Мейрамханада қызметкерлерді басқару сатыларын атап қысқаша түсіндіріңіз

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Райс В. Контроль издержек в ресторанном бизнесе – М.: креатив Холдинг, 2006. С7-6с
2. Пикалев А., Маевская А. Как увеличить доход ресторана, бара, кафе. Санк- петербург: Бизнес – пресса, 2004 – С 18-32
3. Богущева В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров. Ростов Н/Д: Феникс, 2004 – С 4-11
4. Брановский Б.А. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания. Ростов Н/Д: 2004- С21-23
5. Евсевский Ф. Библия бармена М.: Ев- робукс, 2004-3с
6. Извекова В.В. Бармен, официант. М.: Дашков и К., 2004-16с
7. Карл У.П. Организация обслуживания на предприятиях массового питания: Пер. С англ. М.: Серин, 2001-23с
8. Кучер. Л.С., Шкуратова Л.М. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания. Учебник для средних специальных учебных заведений. М.: Дел. Лит., 2002-45с.
9. Лавренков В.К. Книга бармена. М.: АСТ, 2004-С16-18
10. Лоусан. Ф. Рестораны, клубы, бары: планирование, дизайн, управление. Ростов Н/Д Феникс 2004- 23с
11. Похлебни о кулинарии. Словарь- справочник, М.: Полюмя 1999-с2-10
12. Радченко Л.А. Обслуживание на предприятиях общественного питания: Учебное пособие для колледжей, профессиональных училищ, лицеев. Ростов Н/Д: Феникс 2004-8с
13. Ридель Х. Бары и рестораны: техника обслуживания Ростов Н/Д: Феникс 2002-С23-25
14. Усов. В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания. М.: академия 2003-С102-110
15. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства.
16. Наумецкая А. Небесная кухня// Гурман,-2003-С10-11
17. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес Ростов Н/Д: феникс 2004-С16-18
18. Гостиничный и туристический бизнес. Учебник: Москва, 1998. искаков
19. Усов В. В. Организация производства и обслуживание на предприятиях общественного питания. М.: Академия, 2003.
20. Драккер Питер Ф. Управление, нацеленное на результаты. Пер. с

- англ. – М.; Технологическая школа бизнеса, 1994.
21. Исакаев У. М. Города в системе расселения Казахстана. – Алматы, Галым, 1992.
 22. Закон Республики Казахстан. «О свободе Хозяйственной деятельности и развитии предпринимательства»// Казахстанская правда, 1991-5 январь
 23. www.info-gurman@mail.ru
 24. www.tourinfo.kz
 25. www.tourist.kz
 26. Худяков “Внутрифирменные “public relations” /журнал “Маркетинг” № 11, 1997г.
 27. Яновский “public relations” в системе управления /журнал “Маркетинг” № 9, 1997г.
 28. Основы предпринимательской деятельности. Под. ред. В.М Власовой. М.: Финансы и статистика- 1994
 29. Андреева О.Д. Технология бизнеса: менеджмент. Учебное пособие. - М.: Издательская группа ИНФРА М-НОРМА, 1997. - 224
 30. Виханский О.С. Стратегическое управление; М.: 1995
 31. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс; М.: Издательство МГУ, 1995
 32. Хадарков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство: ВКШ по иностранному туризму, 1991
 33. Гостиничный бизнес. Линн Вандер Ваген: Феникс , 2001
 34. Қазақ Ұлттық энциклопедиясы. Т.-3, Алматы 2001 –С 44/44
 35. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. /Пер. с франц. - СПб.: Наука, 1996.
 36. www.ratanews.ru
 37. www.flean.ru
 38. www.tours.ru/hotels
 39. www.albarossa.ltp.by
 40. www.telegraf.ru
 41. www.travelshop.ru
 42. www.google.ru
 43. Александрова А.Ю. География мировой индустрии туризма. Москва: Аспект –пресс, 1998
 44. Зорин И.К. Туристический терминологический словарь: советский спорт 1999.

46. Узакова Е.Е., Чесникова В.А. Международный туристический бизнес. Москва, 1998
47. ҚР туризмді дамытудың 2007 - 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы
48. Қазақстан статистикалық дамуы. Статистикалық жинақ. Алматы, 2005ж.
49. ОҚО әкімдігінің 2005 ж. № 604 қаулысына қосымша. Оңтүстік Қазақстан облысында туризмді дамытудың 2006-2008 жылдарға арналған өңірлік бағдарламасы Шымкент қ. 2005 жыл.
50. ҚР туристік қызмет туралы 2001 ж. 13 маусымдағы № 211-ІІ Қазақстан Республикасының Заңы
45. Закон Республики Казахстан. «О свободе Хозяйственной деятельности и развитии предпринимательства»// Казахстанская правда, 1991-5 январь
46. [www. Info- gurman@ mail.ru](http://www.Info-gurman@mail.ru)
47. [www. tourinfo. kz](http://www.tourinfo.kz)
48. [www. tourist. kz](http://www.tourist.kz)
49. Худяков “Внутрифирменные “public relations” /журнал “Маркетинг” № 11, 1997г.
50. Яновский “public relations” в системе управления /журнал “Маркетинг” № 9, 1997г.
51. Основы предпринимательской деятельности. Под. ред. В.М Власовой. М.: Финансы и статистика- 1994
52. Андреева О.Д. Технология бизнеса: менеджмент. Учебное пособие. - М.: Издательская группа ИНФРА М-НОРМА, 1997. - 224
53. Виханский О.С. Стратегическое управление; М.: 1995
54. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс; М.: Издательство МГУ, 1995
55. Хадарков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство: ВКШ по иностранному туризму, 1991
56. Гостиничный бизнес. Линн Вандер Ваген: Феникс , 2001
57. Қазақ Ұлттық энциклопедиясы. Т.-3, Алматы 2001 –С 44/44
58. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. /Пер. с франц. - СПб.: Наука, 1996.
59. www.ratanews.ru

МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІС МӘСЕЛЕЛЕРІ БОЙЫНША ТЕСТ СҰРАҚТАРЫ

пеш ор	Vopros	a	b	c	d	e
1	Ежелгі кезеңдегі ең алғшқы қонақжай кәсіпорны қалай аталды	Отель	Мотель	Жолаушылар түсіп демалатын, қонақжай бунгало	Қонақ үй	Жауап дұрыс емес
2	Төменде көрсетілген кәсіпорындардың қайсысын орналастыру кәсіпорындарына жатқыза аламыз	отель	мотель		барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
3	Қонақ үй шаруашылығының басқа кәсіпорындардан айырмашылығы неде	қаржылық құрылым тұрғысынан	маркетинг тұрғысынан	қажеттілікті қанағаттандыру тұрғысынан	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
4	Көрсетілген континеттердің қайсысында орта ғасырда қонақ үй шаруашылығы дамый бастады	Европа	Азия	Америка	Арика	Жауап дұрыс емес
5	Азия мемлекеттерінде ең алғшқы қонақжай кәсіпорындары қалай аталды	Отель	Керуен сарайлар	Мотель	Қонақ үй	жауап дұрысемес
6	Нью-Йорктегі ең алғашқы 70 орындық қонақ үй қашан пайда болды	16	17	18	19	жауап дұрыс емес
7	Жол бойындағы қонақ үйлердің пайда болуы немен байланысты	Автокөліктер мен жолдардың дамуы	архитектуралық мүмкіншіліктің дамуы	саяхатқа шығушылар санының артуы	қалада халық санының артуы	жауаптардың барлығы дұрыс емес
8	Келген қонақтарға уақытша демалу түнеу, тамақтану, және т.б. қызметтерді ұсынатын кәсіпорындар қалай аталады	қонақ үй	асхана	мейрамхана	кафе	барлық жауап дұрыс емес
9	Индивидуалды орналасу құралына қайсы кәсіпорынның қатысы жоқ	отель және мотель	үйі жалға алу	жекеменшік пәтерлер	пәтерлерлі жалға алу	барлық жауап дұрыс емес
10	Негізгі құралдар қонақ үй кәсіпорындарында капиталдың қандай	жоғарғы	төмен	орта	ешқандай бөлігін құрамайды	барлық жауап дұрыс емес

11	бөлігін құрайды Төменде көрсетілген пунктердің қайсысын қонақ үй шаруашылығының негізгі ерекшеліктерінің біріне жатқыза аламыз	қызметтердің жылдам көрсетілуі	уақытқа деген сезімталдық	алдын-ала төлемақы төлеу	уақыттың туралығы	барлық жауаптар дұрыс емес
12	Қонақ үй шаруашылығы динамикалық тұрғыда қандай мағынаға ие	қызметтердің жылдам көрсетілуі	қонақ үйді басқа жерге орналастыру мүмкіншілігі	жаңалықтард ы заманына қарай ендіруі	жаңалықтард ы күнделікті ендіру	барлық жауаптар дұрыс емес
13	Кәсіпорынның қайсысы коллективалық орналастыру құралдарына жатпайды	отель және мотель	санатория және емдеу орталықтары	бунгало	пәтерлерді жалға алу	барлық жауап дұрыс емес
14	Қала ортасында орналасқан, іскерлік мақсатта келген адамдардың тұратын қонақжай орны қалай аталады	отельдер	мотельдер	пансиондар	керуендер	барлық жауап дұрыс емес
15	Жағажай аумағында орналасқан, адамдардың теңіз жағасында демалуын қамтамасыз ететін қонақжай	жағажай отельдері	мотельдер	жолушыхана	керуендер	барлық жауаптар дұрыс емес
16	Төменде көрсетілген пунктердің қайсысы қонақ үйді көлеміне қарай бағалау критерилерінде қатыса алмайды	капитал көлемі	қызметкерлер дің саны	жұмыс көлемі	маусымдық	барлық жауаптар дұрыс емес
17	Қандай классикалық жүйе халықаралық қонақ үй бизнестерінде көп кездеседі	айлы	жұлдызды	короналық	сынғыптық	барлық жауап дұрыс емес
18	Жұлдыз көлемі қандай дәрежеде болғанда қызметтердің барлық түрлері толық қамтылады	2	3	4	5	1
19	Қай басқару тәсілінде адам күшін жоғарғы дәрежеде қолданып және өндірісте қызметкерлердің мүмкіншіліктерін есепсіз мақсатта қолдана алады	классикалық	неоклассикал ық	мақсаттық	жүйелік	барлық жауап дұрыс емес

20	Қай басқару тәсілінде ең алғаш жұмыс талаптарына қызметкерлердің және мамандардың еңбектеріне мән беріле бастады	неоклассикалық	классикалық	мақсаттық	жүйелік	барлық жауап дұрыс емес
22	Қай басқару тәсілінде әртүрлі жағдайларға және талаптарға байланысты олардың жетістікке жету кілтін іздеумен айналысады	классикалық	неоклассикалық	жағдайлық	жүйелік	барлық жауап дұрыс емес
23	Синергетикалық басқару тәсілінің маңызы неде	маңызды сұрақтардың шешімін табуға бағытталған	көп капитал құю арқылы көптеген қиын мәселелердің шешімін табу	өндірісті кеңейту мүмкіндігі	мақсатталынған, тез кеңейтілінген немесе еш ауыртпалықсыз кәсіпорынның экономикалық және күрделі қаржылық шығындардан шығу жолын қарастырады	барлық жауап дұрыс емес
24	Адамның өзара іскер жұмыс істеуін жүзеге асыруға бағытталған тырысулар мен әрекеттер жиынтығы және осы мақсатты жүзеге асыру үшін олардың бірігулерін қалай атаймыз	басқару	ынталандыру	ұйымдастыру	бақылау	барлық жауап дұрыс емес
25	Басқарудағы жетістіктер қандай жағдайда өлшенеді	орындалған жұмыстың көлеміне қарай	алға қойған мақсаттарға жету арқылы	жұмыстың жақсы ұйымдастырылуы	катал бағалау	барлық жауаптар дұрыс емес
26	Сөйлемді толықтырыңыз(жос парлау, ұйымдастыру, координациялау, ынталандыру және бақылау) бұл негізі...	басқарушының ерекшелігі	өндіріс факторы	басқару функциясы	кәсіпорын элементтері	барлық жауап дұрыс емес
27	Сөйлемді толықтырыңыз "Басқару тек өндіріс қызметімен қатар пайда болады"	бір адаммен	тек екі адаммен	бір адамнан көп	екі адамнан көп	барлық жауап дұрыс емес
28	Координацияның маңызы неде	бірнеше адамдардың	басқа адамның	адамның қызметіне	әсерлі түрде жұмыс жасау	барлық жауап

		мақсаттары мен іс-әрекеттерінің бірігулері басқару	көмегімен бір адамның қызметіне зиян келтіру ынталандыру	мүмкіншілік беру		дұрыс емес
29	Адамның өзара іскер жұмыс істеуін жүзеге асыруға бағытталған тырысуларымен әрекеттер жиынтығы және осы мақсаттарды жүзеге асыру үшін олардың бірігулерін қалай атаймыз			ұйымдастыру	бақылау	барлық жауап дұрыс емес
30	Басқарудағы жетістіктер қандай жағдайда өлшенеді	орындалған жұмыстың көлеміне қарай	алға қойған мақсаттарға жеткен кезде	жұмыстың жақсы ұйымдастырылуы басқару функциясы	катал бағалау	барлық жауаптар дұрыс емес
31	Сөйлемді толықтырыңыз" жоспарлау, ұйымдастыру, координациялау, ынталандыру және бақылау" бұл негізгі..	басқарушының рекплелігі	өндіріс факторы		кәсіпорын элементтері	барлық жауап дұрыс емес
32	Сөйлемді толықтырыңыз" Басқару тек өндіріс қызметімен қатар пайда болады"	бір адаммен	тек екі адаммен	екі адамнан көп	бір адамнан көп	барлық жауап дұрыс емес
33	Координацияның маңызы неде	бірнеше адамдардың мақсаттары мен іс-әрекеттерінің бірігулері	басқа адамдардың көмегімен бір адамның қызметіне зиян келтіру	адамдардың қызметтеріне мүмкіншілік беру	әсерлі түрде жұмыс істеу	барлық жауаптар дұрыс емес
34	Басшы түсінігін анықтайтын дұрыс нұсқаны таңданыз	бұл кәсіпорында жоспарлау, ұйымдастыру, бақылау қызметтерін атқаратын және кәсіпорында тауар мен қызмет өндірісіне қажетті материалдар мен құралды қамтамасыз етуші тұлға	басшының жетістіктерге жетуі үшін көмектесуші тұлға	кәсіпорынның қожайыны	жеке бизнеспен айналысушы тұлға	барлық жауап дұрыс емес
35	Ақыл, есте сақтау, күшті мінез, шынайылық..... Жатады	басшының жетістіктерге байланысты сапасы	басшының туа біткен сапасы	қызметкерлердің жетістіктерге байланысты сапасы	қызметкерлердің туа біткен сапасы	барлық жауап дұрыс емес
36	Техникалық	басшының туа	басшының	қызметкерлер	қызметкерлер	барлық

	біліктілігі жағдайларға қатыса білуі адам қарым-қатынасы жайлы білімі, және аналитикалық мүмкіншілігі бар, шешімдерді таба білу, байланыс кабелдері болып табылады	біткен сапасы	жетістіктерге байланысты сапасы	дін жетістіктерге байланысты сапасы	дін туа біткен сапасы	жауап дұрыс емес
37	Қонақ үйде басшы кадрларын дйындаудың максаты неде	адамдар манызды сұрақтардың шешімін табуы үшін техникалық біліктілігін, және білгерлігін анықтау үшін жалпы директорға	адамдар кәсіпорынның жоспарын құруы үшін	кадрларды бақылау үшін	жана технологияны қолдану үшін	барлық жауаптар дұрыс емес
38	Қай басшыға қонақ үйдегі техникалық біліктілікті арттыру үшін көп талаптар қойылады	адамның белгілі бір максаттарды іске асыру үшін бір араға бір ойға жұмылдыра алатын білімі мен қабілеті бар тұлға	бөлім директорына	бригадирге	қызметкерлер бөліміне	барлық жауаптар дұрыс емес
39	Көшбасшы тұлғасы бұл-	адамның белгілі бір максаттарды іске асыру үшін бір араға бір ойға жұмылдыра алатын білімі мен қабілеті бар тұлға	персоналдарға және қасындағы адамдарға көмектесуші тұлға	адамдарды алдау арқылы өз максатына жетуінің жолын іздеуші тұлға	топтық адамдарды басқарушы	барлық жауап дұрыс
40	Көшбасшыға тән ерекшеліктерді көрсетініз	көшбасшы жол нұсқаушының психологиясымен таныс болуы қажет	өзінің қызметіне қатты қызығу қажет	көшбасшы өзінің дұрыс тәртібімен ерекшелену қажет	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
41	Қонақ үй қызметкерлерін басқару бұл-	кәсіпорын мен қызметкерлердің алға қойған мақсаттарына жетуі үшін әсерлі жұмыс резервтерін қолдана отырып мақсаттарды жоспарлау	кызметкерлер арасында қызметтерді анықтау және оны тексеру	персоналды ынталандыру	кадрлар тағайындау және жұмыс барысын жоспарлау	барлық жауап дұрыс емес
42	Жоспарлау, ұйымдастыру, бақылау, бағыттау сияқты қызметтерге адам күшін қолдана отырып дамыту бұл-	өнеркәсіпті жоспарлау	персоналды басқару	персоналды ынталандыру	өнеркәсіпті жоспарлау	барлық жауап дұрыс емес
43	Жаналаң қабылданған қызметкерлер арқылы кәсіпорындағы	қызметкерлердің квалификацияларын арттыру	өзгертулер	алдын -ала олардың жұмыс барысын тексеру	ынталандыру	барлық жауап дұрыс емес

	өнеркәсіп күшінің жоғарғы деңгейде дамуы үшін оларға алдын-ала қандай шаралар ұйымдастыру қажет					
44	Адам ресурстарын жоспарлау қандай мағына береді	келешекте қонақ үйдің әртүрлі бөлімдеріне қажетті персоналдардың санын анықтау	анықталған уақытта еңбек мөлшерін және сапасын анықтау	келешектегі өндіріс мөлшерін анықтау	келешекте өндірілетін жұмыстың дәрежесін анықтау	барлық жауап дұрыс емес
45	Көлденең жұмыс барысын кеңейту мынадай жолдарды қарастырады	орындалатын жұмыстарға ұқсас міндеттерді қосу	негізгі орындалатын жұмысқа сәйкес емес міндеттерді қосу	қызметкерлерді уақытша басқа жұмыс түріне ауыстыру	қызметкерлерді басқа міндеттерге ауыстыру	барлық жауап дұрыс емес
46	Тік көлемде жұмысты кеңейту қандай жолдармен анықталады	орындалатын жұмыстарға ұқсас міндеттерді қосу	негізгі орындалатын жұмысқа сәйкес емес міндеттерді қосу	қызметкерлерді уақытша басқа жұмыс түріне ауыстыру	қызметкерлерді басқа міндеттерге ауыстыру	барлық жауап дұрыс емес
47	Еңбек анализі бұл-	орындалатын жұмысты кім және қай жерде, қандай мақсатта орындайтынын анықтайды	жұмыстың міндерін анықтайды	жұмыстың түрін анықтайды	персоналдың сапасын анықтайды	барлық жауап дұрыс емес
48	Еңбек анализін қорытындылайтын құжат қалай аталады	еңбек мінсздемесі	профессионалды міндеттемелер	квалификациялық міндеттемелер	персоналдың барлық міндеттемелері жарыс	барлық жауап дұрыс емес
49	Кәсіпорынды кадрмен қамтамасыз ету процесі қалай аталады	отбор	таңдау	конкурс		барлық жауап дұрыс емес
50	Жаңа қабылданған қызметкер жұмыс міндеттерін жақсы меңгерсе ол процесі қалай атауға болады	үйрену	әдеттену	адаптация	бейімделу	барлық жауап дұрыс емес
51	Қызметкердің еңбегін бағалау бұл-	талаптарға сай жұмыстардың жетістікке жету процесін бағалау	жұмыстағы жылжуларға	қызметкердің болашақ уақытта керекті білімін анықтау	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
52	Қызметкерлердің еңбектерін бағалау қандай мақсаттарда жүргізіледі	қызметкерлерге жалақы тағайындау үшін	жұмыс барысының жылжуы үшін	қызметкердің болашақ уақыттағы білімін анықтау үшін	барлық жауаптар дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
53	Ұйымды жүйе түрінде қарастырудың	әлеуметтік түрде және барлық	кісіпорының құрылымы үшін	басшы қызметтерін басқару және	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс

маңызы неде	бағытталған ресурстарды алға қойған мақсаттардың орындалуы үшін қолданушы ұйым классификациялық мақсаттар	анықталған мақсаттар	жоспарлау	мақсаттарды жоспарлау	мақсаттарға жету	емес
54 Төменде көрсетілген этаптардың қайсысы ұйымдық процестерге қатысты						
54 Төменде көрсетілген этаптардың қайсысы ұйымдық процестерге қатысты						
55 Қонақ үйдің қай бөлімі қонақтың төлемін дайындайды және төлемакыны қабылдай алады	тіркеу және орналастыру	бухгалтерия	тазалалу	сату	барлық жауап дұрыс емес	
56 Қай бөлім қонақ үйдегі орындардың тазалығын сақтайды және сол жерлерді безендіре алады	тіркеу және орналастыру	бухгалтерия	тазалалу	сату	барлық жауап дұрыс емес	
57 Қонақ үйдің қай бөлімі нарықтағы анализдердің және сату стратегиялардың дайындалуымен айналысады	тіркеу және орналастыру	бухгалтерия	тазалалу	сату	барлық жауап дұрыс емес	
58 Негізгі құралдар қонақ үй кәсіпорындарында капиталдың қандай бөлігін құрайды	жоғарғы	төмен	орта	ешқандай бөлігін құрамайды	жауап дұрыс емес	
59 Қонақ үй шаруашылығында ең алғаш компьютер желісін қай жылы қолданды	1950	1960	1940	1980	1970	
60 Қонақ үйдің қай бөлімі " Қонақ үйдің жүрегі " болып табылады	қабылдау және орналастыру бөлімі	бухгалтерия бөлімі	қабат бөлімі	сату бөлімі	барлық жауап дұрыс емес	
61 Қай бөлім кәсіпорын қызметкерлерінің есептерін тіркейді, және қорытынды есептердің дайындалуымен айналысады	қабылдау және орналастыру бөлімі	бухгалтерия бөлімі	сату бөлімі	қабат бөлімі	барлық жауап дұрыс емес	
62 Сыртқы және ішкі күштер арқылы адам организміне әсер беруі, күнделікті және жұмыс барысында адамның өзгеріске	стресс	ауру	әдеп	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес	

	ұшырауын қалай атаймыз					
63	Жалақының жеткіліксіздігі, міндеттердің көбеюі, жұмыс уақытысының тым ұзаруы мұның барлығы неге катысты	ұйымдағы стрестің шығу көзіне	жеке басты стрестің шығу көзіне	қоршаған ортаның әсері арқылы стрестің шығу көзіне	барлық көрсетілген стрестің шығу көзіне	барлық жауап дұрыс емес
64	Жанұя мүшелерінің бірі ауруға шалдығуы, жанұядағы жағымсыз қарым қатынастар баланың дүниеге келуі т.б. факторлар стрестің қай шығу көзіне жатады	ұйымдағы стрестің шығу көзіне	жеке басты стрестің шығу көзіне	қоршаған ортаның әсері арқылы стрестің шығу көзіне	барлық көрсетілген стрестің шығу көздеріне	барлық жауап дұрыс емес
65	Стрестің қай көзі адамдарды қоршаған ортадағы іскерлік қарым қатынастан, әрқашан уайым үстінде жүруге, жағымсыз жағдайларды сездіруге әкеліп соғады	физиологиялық жағдай	психологиялық жағдай	мінез-құлыққа байланысты жағдай	барлық көрсетілген жағдайлар	барлық жауап дұрыс емес
66	Стрестің қай көзі өнеркәсіптің төмендеуіне, қызметкерлер жұмысының төмендеуіне, ұрлықпен айналысуға әкеліп соғады	физиологиялық	психологиялық	мінез-құлық ерекшеліктері	барлық көрсетілген жағдайлар	барлық жауап дұрыс емес
67	Адамдардың еңбек етуде, белгіленген мақсаттарға жетуі үшін қандай комплекстік күш қолданылады	ынталандыру	бақышау	бағыттау	ұйымдастыру	барлық жауап дұрыс емес
68	Жұмыстағы жақсы мүмкіншіліктер, лайықты жалақы, жұмысшылардың құқықтарын қорғау төмендегі қай нұсқаға сәйкес келеді	бақылаудың түрлері	ынталандыру факторлары	басқарудың жолдары	жұмыс талаптары	барлық жауаптар дұрыс емес
69	Қонақ үйдегі басшының білімін және қызметкерлердің білімін қандай мақсаттарда қолдануға болады	өз білімдерін пайдалана отырып басшылар қонақ үйді басқара алады	өз білімдерін пайдалана отырып басшы көп жетістіктерге жетіп қызметкерлерге көмектін	өз білімін пайдалана отырып басшы кәсіпорынды оңай басқарып көптеген	өз білімін пайдалана отырып басшы өз мақсаттың орындауы мүмкін	барлық жауап дұрыс емес

		тигізе алады	жетістіктерге жетуі мүмкін		
70	Қай ынталандыру теориясында адам қажеттіліктерін 5 дәрежеде қарастырады	Херибергтеориясында	Маслоу теориясында	Макклезланд теориясында	Врум теориясында барлық жауап дұрыс емес
71	Қай ынталандыру теориясында барлық мотивациялық факторларды 2 түрге бөліп оны ынталандырушы және қолдаушы фактор ретінде қарастыра алады	Хериберг теориясында	Маслоу теориясында	Макклезланд теориясында	Врум теориясында барлық жауап дұрыс емес
72	Қонақ үй шаруашылығында ең алғаш компьютер желісін қай жылы қолданды	1960	1950	1970	1940 барлық жауап дұрыс емес
73	Қонақ үйлерде 80-жылдары компьютер желісін кен түрде қолдануға қандай себеп әсер етті	кәсіпорындарда жаңа технологиялардың дамуына	жаңа технология ғылымдарының дамуы	қонақ үй жұмысының артуы	барлық жауап дұрыс емес
74	Қонақ үйде компьютер желісін қолдануда қандай пайдағы жақтарды қарастыруға болады	ақпараттарды тез жинауға көмектеседі	барлық бөлімдердің жұмысын бақылай алады	басқа қонақ үйлерге брон жасауға көмектеседі	барлық жауап дұрыс емес
75	Қазіргі кезде қонақ үйлердің қай бөлімінде компьютер жүйесі қолданылады	барлығында	тек қабылдау және орналастыру бөлімінде	тек бухгалтерия бөлімінде	бухгалтерия, касса, тіркеу бөлімінде барлық жауап дұрыс емес
76	Компьютерді инженер-техникалық бөлімде қолданудың қандай пайдасы бар	бақылау кезінде энергия мен жылудың аз жұмсалуды	техникалық жабдықтардың жоғарғы дәрежеде қолданылуы	техникалық жабдықтардың ортлық жүйеде тексерілуі	барлық жауап дұрыс емес
77	Қонақтардың қонақ үйге алдын -ала тіркелуі қалай аталады	келу	кету	тіркелу	есептесу брондау
78	Қонақ үй бұл-	тәулік бойы күрделі технологиялық процесспен жұмыс жасаушы комплекс	туристің уақытша мекен етуші орны	клиенттерді орналастыру орны	клиенттерді әртүрлі классификациялық тұрғыда орналастырушы орын барлық жауап дұрыс емес
79	Hospitality - "қонақжайлық" қай сөзден шыққан	грек	латын	француз	ағылшын испан
80	Халықаралық дәрежедегі қонақ үйде және шынжырлы қонақ	ВТО	ХҚА	МСОТО	УФТАА барлық жауап дұрыс емес

	үйлердегі қызметтерді бақылаушы ұйым қалай аталады					
81	1981 жылы қай ұйым халықаралық қонақ үй құқығына ие болды.	ВТО	ХКА	МСОТО	УФТАА	барлық жауап дұрыс емес
82	Қазақстанда республика ішіндегі қонақ үй қызметтерін бақылаушы, және халықаралық дәрежеде олардың құқықтарын қорғаушы қай ассоциация болып табылады	ГКА	КАГ	РКА	КАГИР	барлық жауап дұрыс емес
83	Қонақ үй индустриясының дамуы қай саламен тығыз байланысты	туризм	мәдениет	білім	экономика	әлуметтік
84	Қонақ үйлердің дамуы қай кезеңнен бастау алады	Ежелгі кезеңнен	орта ғасырдан	2 д.соғыстан кейін	19 ғасырдың басынан	қазіргі кезеңнен
85	Дүние жүзінде ең көп тараған классификациялық жүйе	"әріптік жүйе"	"кілт"	"жұлдызды жүйе"	"қороналық жүйе"	"гүл жүйесі"
86	"Әріптік жүйе" А;Б;С;Д қай мемлекетте қолданылады.	Англия	Жапония	Ресей	Греция	Франция
87	"Қороналық жүйе" қай мемлекетте қолданылады.	Ресей	Ұлыбритания	Франция	Германия	Греция
88	Бөлмелері жоғары бағада барлық мүмкіншіліктер мен қызметтер толық қамтылған кәсіпорындар қалай аталады.	қонақ үй	қонақ үй-апартамент	люкс отел	мотел	жеке меншік қонақ үйлер
89	Өзіндік құн құралдар мен туристік қызметтер қамтылған...деп аталады.	туристік индустрия	туристік инфрақұрылым	туристік мекеме	туристік кәсіпорын	туризм
90	Туристік индустрия мына саламен байланысты.	экономиканың барлық саласымен	ауыл шаруашылық саласымен	экономиканың кейбір саласымен	өнеркәсіп саласымен	қаржы және несиесі саласымен
91	Қонақ үй өз даму тарихында қанша кезенді қалыптастырады.	2	6	4	8	3
92	Туристік индустрияның негізін құрайды	АТБ(ақпараттық техникалық база)	туристік рекреациялық ресурстар	ВТО	инфрақұрылым	экономика
93	Қонақ үй қандай ерекшеліктерден	орналасу жерлеріне	туристік рекреациялық бөлме тріне байланысты	баға мөлшері	жалғасулықпен	барлық жауап

94	турады Тамақтану орындарының ең жақсы және ыңғайлысы	байланысты мейрамхана	кафе	асхана	бар	дұрыс киоск
95	Қоғамдық тамақтану орындары кай саламен байланысты	азық-түлік шығаратын өнеркәсіп	сатып алынатын заттарды жалға беретін жерлер	біріктірілген сату бөлімдерімен	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
96	Тамақтану орындарының мақсаты	туристердің көнілін көтеру	әртүрлі қызмет көрсету	қонаққа қажетті тамақ түрлерін қамтамасыз ету	жоғарғы дәрежеде қызмет көрсету	тамақтың сапасын анықтау
97	Тамақтану орындарының ең ыңғайлысы	пансион	кафе	мейрамхана	қонақ үй	бар
98	Қонақтарға тамақтардың, сусындардың, тәтті тағамдардың кен ассортиментін ұсынатын мекеме	пансион	мейрамхана	қонақ үй	бар	кафе
99	Пансион бұл-	үш түрлі тамақтану түрі	екі түрлі тамақтану түрі	төрт түрлі тамақтану түрі	бес түрлі тамақтану түрі	аш қалу
100	Мейрамханаларда ең атақты қызмет көрсету тәсілдерінің түрлерін көрсетіңіз.	"а ля карт", "табльот", "шведский стол"	"а ля карт", "а парт", "табльот", "ресторанн ое"	"а ля карт", "табльот", "европейск ое"	"а парт", "табльот", "испанское"	"а парт", "табльот", "выс шее"
101	Егер бір бөлмеге екі қонақ бірдей брондалған жағдайда қандай шаралар қолдануға болады	қай қонақ көп ақша төйлесе сол клиентті орналастыру	қай қонақ бірінші келсе соны орналастырып, екіншісін жақын қонақ үйлердің біріне тегін орналастыру қажет	екі клиентіде орналастырмау	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
102	Қонақ үйдің басқа орындардан ерекшелігі қандай	қаржылық құрылым тұрғысынан	маркетинг тұрғысынан	қажеттілікті қанағаттандыру тұрғысынан	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс емес
103	Front Office қанша бөлімнен тұрады.	1	2	3	4	5
104	Front Office бөлімдерін көрсетіңіз	тіркеу	тіркеу, брондау	тіркеу, брондау, телефон байланысы	тіркеу, брондау, телефон байланысы, консьерж	тіркеу, брондау, телефон байланысы, консьерж, касса
105	Тіркеу бөлімі қандай қызмет атқарады.	бөлмелерді брондау	клиенттерді ақпараттармен қамтамасыз ету	клиенттерді қабылдау және орналастыру	клиенттерден төлемақы қабылдау	барлық жауап дұрыс
106	Бөлмелерді брондау бөлімі қандай қызмет атқарады.	әуе билеттерін брондау	бөлмелерде қызмет көрсету	клиенттерді қабылдау және орналастыру	клиент жүктерін тасу	клиенттердің алдында тіркелуін

107	Консьерж бөлімі қандай қызмет атқарады.	бөлмелерді брондау	бөлмелерге қызмет көрсету	клиенттерден төлемақы қабылдау	клиенттерді қабылдау және оларды орналастыру	дайындау жүктерді тасу және клиенттерді ақпараттар мен қамтамасыз ету
108	Касса бөлімі қандай қызмет атқарады	бөлмелерді брондау	бөлмелерге қызмет көрсету	клиенттерден төлемақы қабылдау	клиенттерді қабылдау және оларды орналастыру	жүктерді тасу және клиенттерді ақпараттар мен қамтамасыз ету
109	Front Office бөлімі қонақ үйдің қай бөлігінде орналасуы тиіс.	қонақ үйдің жабық көрінбейтін жерінде	қонақ үйдің подвалында	қонақ үйдің ортасында	кіру есігінің оң жақ бөлігінде	қонақ үй холының ортасында кіру есігіне қарама-қарсы барлық жауап дұрыс
110	Housekeeping бөлім қызметінің мақсаты қандай.	жайлылық және ыңғайлылықты қамтамасыз ету	тазалықты қамтамасыз ету	қауіпсіздікпен қонақ заттарының қорғалуын қамтамасыз ету	демалу үшін тыныштықты қамтамасыз ету	барлық жауап дұрыс
111	Housekeeping бөлімі қандай бөлімдермен байланысты	Front office	мейрамхана	техникалық бөлім	бухгалтерия және сатып алу бөлімі	барлық жауап дұрыс
112	Қонақ үйдегі орындардың тазалығына жауап беруші қызметкерлерді көрсетіңіз.	тіркеу бөліміндегі қызметкерлер	мейрамханадағы қызметкерлер	консьерж	әкімшілік бөліміндегі қызметкерлер	қонақ үй тазалаушысы (горничные)
113	Қонақ үйге келген қонақтарды қабылдау және орналастыру қызметтерін атқарушы қызметкерлерді көрсетіңіз	тіркеу клеркі	отел менеджері	консьерж	әкімшілік бөлімінің қызметкері	қонақ үй тазалаушысы (горничные)
114	Қонақ үйге келген қонақтардың жүктерін тасу, жеткізу қызметтерін атқарушы қызметкерлерін көрсетіңіз.	тіркеу клеркі	отел менеджері	консьерж	әкімшілік бөлімінің қызметкері	қонақ үй тазалаушысы (горничные)
115	Қонақ үйдегі мейрамхана бөліміне келген қонақтарды қабылдау және орналастыру	тіркеу клеркі	отел менеджері	консьерж	метр д отел	қонақ үй тазалаушысы (горничные)

	кызметін аткарушы кызметкерлерді көрсетініз.					
116	Қонақ үйдегі техникалық ақауларға жауап беруші кызметкерлерді көрсетініз.	тіркеу клеркі	техникалық инженер	отел менеджері	консьерж	қонақ үй тазалаушысы (горничные)
117	Қонақ үйдегі барлық жұмыстардың атқарылуы және басқару қызметін атқарушы кызметкерлерді көрсетініз.	тіркеу клеркі	отел менеджері	консьерж	техникалық инженер	қонақ үй тазалаушысы (горничные)
118	Тамақтану бөлімі қандай бөлімдерден тұрады.	мейрамхана	кафе	бар және банкеттік залдар	асхана және койма орындары	барлық жауап дұрыс сатып алу бөлімі
119	Қонақ үйдегі өндіріс құралдарының тұрақты дайын болуын барлық жұмыстардың техникалық жағдайын қарастырушы бөлім қалай аталады	тіркеу бөлімі	мейрамхана	техникалық бөлім	бухгалтерия	
120	Қонақ үйге қонақтың келу тіркелу уақытын қалай атайды.	stay at a hotel	check out	check in	late check out	no show
121	Қонақтың қонақ үйден кету уақытын қалай атайды.	stay at a hotel	check out	check in	late check out	no show
122	Қонақтың қонақ үйден кешігіп шығу уақыты.	stay at a hotel	check out	check in	late check out	no show
123	Брондалынған бөлмеге қонақтың келмей қалу уақыты қалай аталады.	stay at a hotel	check out	check in	late check out	no show
124	Келешек уақытта қонақ үй бөлмелерінің болжамдалуы қалай аталады.	forecast	stay at a hotel	check out	check in	late check out
125	Халықаралық тәртіпке сай қонақ үйлерде қонақтар қай уақытта бөлмелерді босатуы керек.	сағат 10.00	сағат 22.00	сағат 12.00	сағат 00.00	сағат 14.00
126	Халықаралық тәртіпке сай қонақ үйлерде қонақтар қай уақытта бөлмелерге орналасу	сағат 10.00	сағат 22.00	сағат 12.00	сағат 00.00	сағат 14.00

	мүмкіншілігін алады.					
127	Ақысыз өте манызды адамдарға (VIP) арналған бөлме қалай аталады.	люкс бөлме	double room	twin bedded room	vacant room	complementary room
128	Жанұялық жұптарға арналған бөлме қалай аталады.	люкс бөлме	double room	twin bedded room	vacant room	complementary room
129	Барлық қызметтермен мүмкіншіліктер жоғарғы дәрежеде қамтамасыз етілген бөлме қалай аталады.	люкс бөлме	double room	twin bedded room	vacant room	complementary room
130	Жанұялық жұптарға арналған бір-біріне жақын орналасқан өзара байланыс есігі бар бөлме.	люкс бөлме	double room	twin bedded room	vacant room	connecting rooms
131	Ақы төлеу арқылы бөлмеде қалу уақытын ұзарту мүмкіндігі қалай аталады.	stay over	check out	check in	late check out	no show
132	Бос бөлме қалай аталады.	люкс бөлме	double room	twin bedded room	vacant room	complementary room
133	Төменде көрсетілген қызметкерлердің қайсысы Front Office бөліміне қатысты.	клерк, консьерж, кассир, қонақ үй қызметшісі (горничные)	клерк, консьерж, метр д отел, жүк тасушы	клерк, консьерж, кассир, сантехник	қонақ үй қызметшісі (горничный), метр д отел	клерк, консьерж, кассир, телефон байланыстырушысы, жүк тасушы
134	Төменде көрсетілген қызметкерлердің қайсысы Housekeeping бөліміне қатысты.	клерк, консьерж, кассир, қонақ үй қызметшісі (горничные)	клерк, консьерж, метр д отел, жүк тасушы	клерк, консьерж, кассир, сантехник	қонақ үй қызметшісі (горничный), метр д отел	клерк, консьерж, кассир, телефон байланыстырушысы, жүк тасушы
135	Төменде көрсетілген қызметкерлердің қайсысы тамақтану бөліміне қатысты.	клерк, консьерж, кассир, қонақ үй қызметшісі (горничные)	клерк, консьерж, метр д отел, жүк тасушы	клерк, консьерж, кассир, сантехник	қонақ үй қызметшісі (горничный), метр д отел	клерк, консьерж, кассир, телефон байланыстырушысы, жүк тасушы
136	Төменде көрсетілген қызметкерлердің қайсысы жалпы қонақ үй қызметкерлеріне саналады.	клерк, консьерж, кассир, қонақ үй қызметшісі (горничные)	клерк, консьерж, метр д отел, жүк тасушы	клерк, консьерж, кассир, сантехник	қонақ үй қызметшісі (горничный), метр д отел	клерк, консьерж, кассир, телефон байланыстырушысы, жүк тасушы
137	Қандай жағдайда қабат қызметкерлері қонақ үйге ыңғайлықпен үйі тәрізді жақсы	қызметкерлердің қонақтарға деген сыйақылығымен жылы лебізі	күнделікті тазалық жұмыстарын жүргізу	қонақ үйде тазалық пен тәртіп сақтау	тез және сапалы қызмет көрсету	клерк, консьерж, кассир, телефон байланыстырушысы, жүк тасушы

	жағдайларды қалыптастырады.					
138	Қандай жағдайда қабат қызметкерлері қонақ үйге жағымды жағдайды қалыптастыра алады.	қызметкерлердің қонақтарға деген сыпайлылығымен жылы лебізі алады.	күнделікті тазалық жұмыстарын жүргізу	қонақ үйде тазалық пен тәртіп сақтау	тез және сапалы қызмет көрсету	барлық жауап дұрыс
139	Қандай жағдайда қабат қызметкерлері жоғарғы дәрежедегі қонақ үй имиджін қалыпт астыра алады.	қызметкерлердің қонақтарға деген сыпайлылығымен жылы лебізі алады.	күнделікті тазалық жұмыстарын жүргізу	қонақ үйде тазалық пен тәртіп сақтау	тез және сапалы қызмет көрсету	барлық жауап дұрыс
140	Қандай жағдайда қабат қызметкерлері қонақ үйге қонақтардың тағы бір қайта келуіне кепілдік бере алады.	қызметкерлердің қонақтарға деген сыпайлылығымен жылы лебізі алады.	күнделікті тазалық жұмыстарын жүргізу	қонақ үйде тазалық пен тәртіп сақтау	тез және сапалы қызмет көрсету	барлық жауап дұрыс
141	Қонақ үйге келгенде ең бірінші қандай құжат толтырады.	брондау картасы	тіркеу картасы	міндеттер	чек	ваучер
142	Брондау кезінде қонақ атына қандай құжат толтырады.	брондау картасы	тіркеу картасы	міндеттер	чек	ваучер
143	Қандай құжат қонақ үшін қонақ үйдегі қызметтерді тегін және қосымша ақысыз қызмет көрсетуге жеңілдік береді.	брондау картасы	тіркеу картасы	міндеттер	чек	ваучер
144	Қандай құжат арқылы қонақ бөлме ақысын төлей алады.	брондау картасы	тіркеу картасы	міндеттер	чек	ваучер
145	Тамақтану бөлімінде компьютерді қандай мақсатта қолданады.	артық азық-түліктер жайлы мәлімет алуға	кассадағы чектерді бақылауға	керекті ақпараттарды алуға	инвентаризациялағы ыңғайлылықты қалыптастыру	барлық жауап дұрыс
146	Қонақ үйде бухгалтерия бөлімінде компьютер қандай мақсатта қолданылады.	сату кезіндегі операциялардың автоматты түрде орындайды	қонақ жайлы толық мәліметті дайындайды	компьютер көмегімен бухгалтерлік кітаптың мазмұнын береді	несие картасын бақылауға жеңілдік береді	барлық жауап дұрыс
147	Тіркеу бөлімінде компьютер қандай мақсатта қолданылады.	қонақтарды тіркеу кезінде қызметкерлердің жұмысын жеңілдетеді	клиент жайлы толық мәліметті орындайды	сату кезінде операцияларды автоматты түрде орындайды	несие карталарын бақылауға көмектеседі	барлық жауап дұрыс
148	Қонақ үйде қонақтарды қарсы алуға және шығарып салуға кім жауапты.	консьерж	қонақ үйдің барлық персоналы	Front Office бөлімінің қызметкерлері	қауіпсіздік бөлімінің қызметкерлері	қонақ үй менеджері
149	Қонақтарға қонақ үйдегі мүмкіншіліктер	консьерж	қонақ үйдің барлық персоналы	Front Office бөлімінің қызметкерлері	қауіпсіздік бөлімінің қызметкерлері	қонақ үй менеджері

			i	i		
	жайында ақпарат беруге кім жауапты.					
150	Қонақ үйдегі еңбек өндiрiсiндегi негiзгi фактор болып қайсысы саналады.	жоғарғы дәрежедегі жалақы	жұмыстағы жақсы мүмкіншілікт ер	еңбекті әділ бағалау	сенімділік	барлық жауап дұрыс
151	Қонақ үйде стретсін пайда болуына қандай жағдайлар әсер етеді.	жалақының жоғары болуы	жұмыстағы жақсы мүмкіншілікт ер	еңбекті әділ бағаламау	сенімділік	барлық жауап дұрыс
152	Қонақ үй бизнесінде "кәсіпорын ішіндегі сату" қандай мағынаны білдіреді.	бөлмелерді өз қызметкерлеріне сату	барлық қызмет түрлерін өз қызметкерлеріне сату	қонақ үй ішіндегі қызметтерді өз араларында жарнамалау	қонақ үйде тұрып жатқандарға ұсынылатын қызметтерді жоғарғы дәрежеде сату	қонақ үйдегі қызметтерді басқа қонақ үйлерде тұрып жатқан қонақтарға жоғарғы бағала сату
153	Қонақ үй бизнесінде "Ішкі сату" дегеніміз не.	бөлмелерді өз қызметкерлеріне сату	барлық қызмет түрлерін өз қызметкерлеріне сату	қонақ үй ішіндегі қызметтерді өз араларында жарнамалау	қонақ үйде тұрып жатқандарға ұсынылатын қызметтерді жоғарғы дәрежеде сату	қонақ үйдегі қызметтерді басқа қонақ үйлерде тұрып жатқан қонақтарға жоғарғы бағала сату
154	Қай бөлім қонақ үй мүмкіншіліктерін сатуға жауапты.	Front Office	Front Office,сату бөлім,қоғаммен байланысу бөлімі	Front Office,сату бөлім,қоғаммен байланысу бөлімі,маркетинг	Front Office,ресторан	кір жуу және тазалау
155	Қонақтарға тамақпен сусындар атын ақысын көрсететін карточка қалай аталады.	мәзір	меморандум	тізім	пансион	минимум
156	Келген туристік топтар жайлы мәліметтерді көрсететін құжат қалай аталады.	мәзір	меморандум	тізім	пансион	минимум
157	Қонақ үйде тұрып жатқан қонақ жайлы толық мәліметті қай құжат көрсетеді.	меморандум	тізім	Guest History Card	Forecast	турист
158	Қандай құжат туристке шекарадан шығу кезіндегі міндеттерді көрсетеді.	туристке ескертпе	тізім	Quest History Card	меморандум	Forecast
159	Қандай мәзір түрінен клиент өзінің қалаған тамақ түрін	a la cart	table d hote	пансион	барлық жауап дұрыс	барлық жауап дұрыс

	андай алады					емес
160	Ұйымдық процес қандай этаптардан құралады	кәсіпорының мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау	барлық жауап дұрыс
161	Ұйымдық процес этаптарының бастапқы мағынасы қандай	кәсіпорын мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау	барлық жауап дұрыс
162	Ұйымдық процесінің қай этапында алдағы атқарылатын жұмыстардың түрі атқарылады	кәсіпорын мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау	барлық жауап дұрыс
163	Ұйымдық процесінің қай этапында жұмыстың уақыты мен міндеті анықталады.	кәсіпорын мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау	барлық жауап дұрыс
164	Ұйымдық процесінің қай этапында жұмыс барысының міндеттері мен мақсаттары анықталады.	кәсіпорын мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау	барлық жауап дұрыс
165	Кәсіпорындағы ұйымдық құрылымның түрлерін көрсетіңіз.	функционалдық ,сызықтық	функционалд ық,сызықтық, ұйымдық	функционалд ық,сызықтық, аралас	ұйымдық сызықтық	барлық жауап дұрыс
166	Қай ұйымдық құрылым түрінде төменгі бағыныштылар тек қана бір жоғарғы басшыға бағынады және сол басшы бір ғана төменгі бағыныштыны басқара алады.	аралас	сызықтық	ұйымдық	функционалд ық	барлығы дұрыс
167	Қай ұйымдық құрылым түрінде бірнеше жоғарғы басшылар бір төменгі басшыларға немесе қызметкерлерге бұйрық береді.	аралас	функционалд ық	ұйымдық	сызықтық	барлық жауап дұрыс
168	Қонақ үйдегі персоналдар қандай сапаға ие болу қажет.	профессионалды к білімі және жоғарғы дәрежеде тәжірибеге ие болу қажет	ен кемінде бір шет тілін білу қажет	тазалыққа және тәртіпке үлкен назар аударуы қажет	өз жұмысын жақсы көру және адамдармен жақсы қарым- қатынаста болу қажет	барлық жауап дұрыс
169	Қай басқару функциясы жоспардың соңғы қорытындысын көрсете алады.	жоспарлау	ұйымдастыру	координация	ынталандыру	бақылау
170	Қай басқару	жоспарлау	координация	ұйымдастыру	бақылау	ынталанды

	функциясы кәсіпорын қызметкерлерінің максаттарын және біріктірілген басқару тәсілдерін қарастырады.					ру
171	Қай басқару функциясы бағытталған максаттарына жету үшін кәсіпорынның барлық элементтерін бір араға келтіріп, сол жұмыстарға барлық біріктірілген күшті жұмсай алады.	жоспарлау	координация	ұйымдастыру	бақылау	ынталандыру
172	Қай басқару функциясы анықталған іс-әрекеттерді, ұқсас қызметтерді біріктіріп анықталған тәртіп бойынша адамдарға жеткізе алады.	жоспарлау	координация	ұйымдастыру	бақылау	ынталандыру
173	Қай басқару функциясы алдынала дайындалған максаттармен жетістіктерді анықтап олардың құралдары мен жолдарын көрсете алады.	жоспарлау	координация	ұйымдастыру	бақылау	ынталандыру
174	Егер клиент қонақ үйдегі бөлменің төлсмақысын төлемеген жағдайда не істеуге болады.	милицияға шағымдану	оның атын кара тізімге ендіріп милицияға хабар беру	сол клиент жайлы басқа жақын қонақ үйлерге естірту	онымен байланысқа шығуға тырысу	барлық жауап дұрыс
175	Түнеу және таңғы ас қызметтерін ұсынатын тарифтер қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
176	Түнеу және екі түрлі тамақтану қызметін ұсынатын тарифтер қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
177	Түнеу және үш түрлі тамақ түрін ұсынатын тариф түрі қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
178	" Барлығы қамтылған " тарифы қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
179	Қонақ үйдегі персоналдар қандай сапаға ие болу қажет.	профессоналды қ білімі және жоғарғы дәрежеде	ең кемінде бір шет тілін білу қажет	тазалыққа және тәртіпке үлкен назар аударуы	өз жұмысын жақсы көру және адамдармен	барлық жауап дұрыс

		тәжірибеге ие болу қажет		қажет	жақсы қарым-қатынаста болу қажет	
180	Ұйымдық процес қандай этаптардан құралады	кәсіпорының мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау сенімділік	барлық жауап дұрыс
181	Қонақ үйде стрестін пайда болуына қандай жағдайлар әсер етеді.	жалақының жоғары болуы	жұмыстағы жақсы мүмкіншілікт ер	енбекті әділ бағаламау		барлық жауап дұрыс емес
182	Брондау кезінде қонақ атына қандай құжат толтырады.	брондау картасы	Тіркеу картасы	міндеттер	чек	ваучер
183	Қай басқару функциясы алдын-ала дайындалған мақсаттармен жетістіктерді анықтап олардың құралдары мен жолдарын көрсете алады.	жоспарлау	координация	ұйымдастыру	бақылау	ынталанды ру
184	Егер клиент қонақ үйдегі бөлменің төлемақысын төлемеген жағдайда не істеуге болады.	милицияға шағымдану	оның атын кара тізімге ендіріп милицияға хабар беру	сол клиент жайлы басқа жақын қонақ үйлерге естірту	онымен байланыска шығуға тырысу	барлық жауап дұрыс
185	Түнеу және таңғы ас қызметтерін ұсынатын тарифтер қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
186	Түнеу және екі түрлі тамақтану қызметін ұсынатын тарифтер қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
187	Түну және үш түрлі тамақ түрін ұсынатын тариф түрі қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
188	" Барлығы камтылған " тарифы қалай аталады.	Bed and Breakfast	Half Pansion	Full Pansion	All Inclusive	American Plan
189	Қонақ үйдегі персоналдар қандай сапаға ие болу қажет.	профессионалды қ білімі және жоғарғы дәрежеде тәжірибеге ие болу қажет	ең кемінде бір шет тілін білу қажет	тазалыққа және тәртіпке үлкен назар аударуы қажет	өз жұмысын жақсы көру және адамдармен жақсы қарым-қатынаста болу қажет	барлық жауап дұрыс
190	Ұйымдық процес қандай этаптардан құралады	кәсіпорының мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау	барлық жауап дұрыс
191	Ұйымдық процес этаптарының бастапқы мағынасы қандай	кәсіпорын мақсаттарын анықтаудан	жұмыс барысын анықтау	жұмыскрлерд і қабылдау және оларды бағалау	өндіріс құралдарын жерін,тәсілде рін анықтау	барлық жауап дұрыс
192	Қонақ үй бизнесінде "кәсіпорын ішіндегі	бөлмелерді өз қызметкерлерін	барлық қызмет	қонақ үй ішіндегі	қонақ үйде тұрып	қонақ үйдегі

	сату" қандай мағынаны білдіреді.	е сату	түрлерін өз қызметкерлеріне сату	қызметтерді өз араларында жарнамалау	жатқандарға ұсынылатын қызметтерді жоғарғы дәрежеде сату	қызметтерді басқа қонақ үйлерде тұрып жатқан қонақтарға жоғарғы бағада сату
193	Қонақ үй бизнесінде "Ішкі сату" дегеніміз не.	бөлмелерді өз қызметкерлеріне сату	барлық қызмет түрлерін өз қызметкерлеріне сату	қонақ үй ішіндегі қызметтерді өз араларында жарнамалау	қонақ үйде тұрып жатқандарға ұсынылатын қызметтерді жоғарғы дәрежеде сату	қонақ үйдегі қызметтерді басқа қонақ үйлерде тұрып жатқан қонақтарға жоғарғы бағада сату
194	Келген туристік топтар жайлы мәліметтерді көрсететін құжат қалай аталады.	мазір	меморандум	тізім	пансион	минимум
195	Қонақтарға тамақ пен сусындар атын ақысын көрсететін карточка қалай аталады.	мазір	меморандум	тізім	пансион	минимум
196	Пансион бұл-	үш түрлі тамақтану келу	екі түрлі тамақтану кету	төрт түрлі тамақтану тіркелу	бір түрлі тамақтану есептесу	аш қалу
197	Қонақтардың қонақ үйге алдын-ала тіркелуі қалай аталады					брондау
198	Ежелгі кезеңде ең алғашқы қонақжай қалай аталды	отель	мотель	жолаушылар түсіп демалатын орын	қонақ үй	жауаптар дұрыс емес
199	Көрсетілген континенттердің қайсысында орта ғасырда қонақ үй шаруашылығы дамып бастады	Европа	Азия	Америка	Африка	жауап дұрыс емес
200	Нбю-Йорктегі ең алғашқы 70 орындық қонақ үй қашан пайда болды	16	17	18	19	жауап дұрыс емес

МАЗМҰНЫ

I МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІСТЕГІ СЕРВИСТІК ҚЫЗМЕТТІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

1 Мейрамханалық істегі сервистік кәсіпорындардың мәні мен қызметі	4
2 Мейрамханалық істегі сервистік қызметтің даму тарихы	9
3 Мейрамханалық істегі сервистік қызметті басқарудың функциялары мен құрылымы	20
4 Мейрамханалық істегі ұйымдық басқарудың ерекшеліктері	28

II ҚР МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІСТІ БАСҚАРУДЫҢ ҰЙЫМДАСТЫРЫЛУ ЖАҒДАЙЫ

5 Мейрамханалық істегі сервистік қызметтің жіктелу негіздері мен ерекшеліктері	34
6 Мейрамханалық бизнес инфрақұрылымының негізгі көрсеткіштерін талдау	48
7 Мейрамханалық істегі бәсекеге қабілетті болу жолындағы мәселелерді шешу жолдары	54
8 Бірқатар абыройлы мейрамханалардың сыныптама ерекшеліктері	62
9 Мейрамхана ісіндегі ресторатор мамандығының мәні мен маңызы	70
10 Мейрамхана ісіндегі кәсіпорындарға қойылатын негізгі талаптар	78

III МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІСТЕ СЕРВИСТІК ҚЫЗМЕТТІ ҰЙЫМДАСТЫРУДЫҢ ТИІМДІ ЖОЛДАРЫ

11 Мейрамханалық істе сервистік қызметті ұйымдастырудың тиімді жолдары	85
12 Мейрамхана ісіндегі қызмет көрсетуді ұйымдастырудың ерекшеліктері	90
13 Табысты мейрамханалардың басқару ерекшеліктері	94
14 Қазақстан Республикасындағы мейрамханалық істің қазіргі жағдайы және түйінді мәселелері	100
15 Мейрамханалық ісіндегі түйінді мәселелерді ашықтау	106

IV ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІС МӘСЕЛЕЛЕРІН ДАМУ ІС-ШАРАЛАРЫ

16 Мейрамхана бизнесіндегі мәселелерді шешу іс-шаралары	109
17 Мейрамханалық ісінің даму концепциясының құрылымдық элементтері	113
18 Мейрамханалық бизнесті басқару ерекшеліктерін жетілдіру жолдары	126

V ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

VI МЕЙРАМХАНАЛЫҚ ІС МӘСЕЛЕЛЕРІ БОЙЫНША ТЕСТ СҰРАҚТАРЫ	135
--	------------