



## БИШКЕК ШААРЫНДАГЫ КООМДУК ТАМАКТАНУУ ИШКАНАЛАРЫНДА КЫЗМАТ КӨРСӨТҮҮ САПАТЫН ИЛИКТӨӨ

**Gulmira SAMATOVA\***

\* Öğr. Gör., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,  
gulmira.samatova@manas.edu.kg

Received Date:13.07.2023 . Revised Date:18.08.2023. Accepted Date:25.09.2023

Copyright © 2023 Gulmira SAMATOVA. This is an open access article distributed under the Eurasian Academy of Sciences License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

### Кыскача мүнөздөмө

Кызмат көрсөтүү тармагы өлкөнүн өнүгүү деңгээлинин бирден бир маанилүү көрсөткүчү болуу менен бирге өлкө экономикасынын маанилүү тармактарынын бири жана жыл сайын белгилүү бир темп менен өсүп, ички дүң продукциядагы үлүшү жогорулап баратат. Калктын кирешелеринин өсүшү, республикада туризм тармагынын өнүгүшү, жакынкы жана алыскы чет өлкөлөрдөн келген туристтердин санынын көбөйүшү, мамлекеттин көчмөндөрдүн дүйнөлүк маданият борборуна айланышы, кызмат көрсөтүү тармактарынын анын ичинде коомдук тамактануу ишканаларынын өнүгүшү учурдун талабы болууда. Ушундан улам, коомдук тамактануу системасындагы ишканалардын атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүн жогорулатуу, заманбап дүйнөлүк стандарттарга жараша уюштуруу жана башкаруу, тамак-аш коопсуздугу жана жогорку деңгээлдеги тейлөө менен камсыздандырууга багытталган иш аракеттерди иштеп чыгуу керектелет. Бул багытта бул макалада Бишкек шаарындагы коомдук тамактануу ишканаларга жүргүзүлгөн сурамжылоого таянып, кызмат корсотуу иш-аракеттеринин талдоо каралды.

**Негизги сөздөр:** Кыргызстан, кызмат көрсөтүү тармагы, коомдук тамактануу ишканалары, кызмат көрсөтүү сапаты.

## INVESTIGATING THE QUALITY OF SERVICE IN PUBLIC CATERING IN BISHKEK

### ABSTRACT

Service is one of the most important sectors of the economy and grows at a certain rate, its share in the gross domestic product increases every year. Growth of population incomes, development of the tourism industry in the republic, increase in the number of tourists from near and far abroad, transformation of the state into a world cultural center of nomads, development of service industries, including public catering enterprises, are the demands of the moment. Because of this, it is necessary to develop activities aimed at increasing the competitiveness of enterprises in the public catering system, organization and management according to modern world standards, food safety and high-level service and insurance. In this direction, in this article, based on a survey of public catering enterprises in Bishkek, an analysis of service activities was considered.

**Keywords:** Kyrgyzstan, service industry, public catering enterprises, service quality.

### КИРИШ

Учурда өлкөбүздүн рыногунда эң башкы маселе көп сандагы, ар түрдүү продуктулардын пайда болуусу, керектөөчүлөрдүн жана коомдун кызыкчылыктарын айкалыштыруу болуп саналат. Ишкананын кызыкчылыгы пайда табуу болсо, керектөөчүлөргө жана коомдун кызыкчылыгы сапатуу жашоо деңгээли менен камсыз болуу. Бул экономикалык байланыш рынокто товар жана кызмат көрсөтүүдөгү суроо жана талапты чагылдырат.

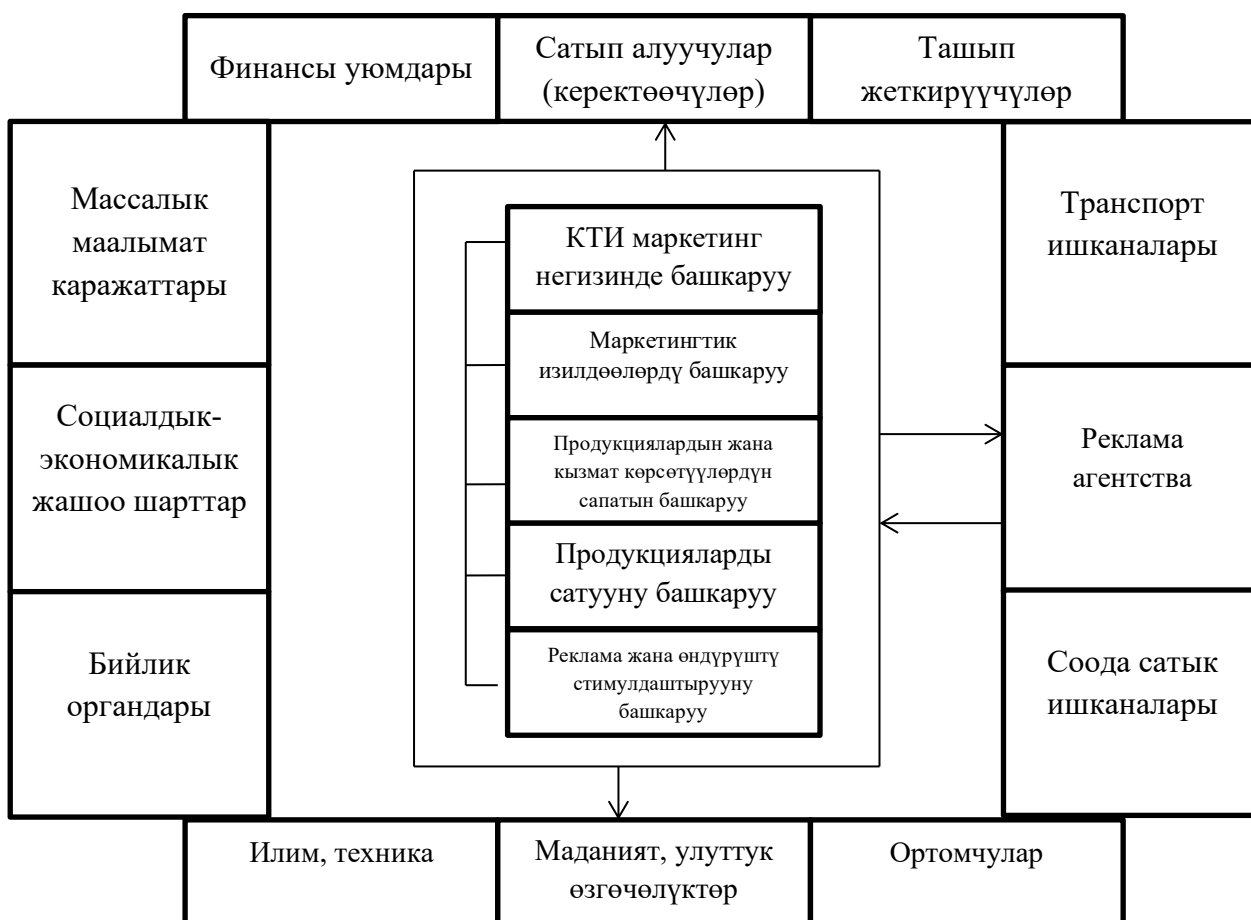


Азыркы коомдук тамактануу чөйрөсүндө атаандаштык курч алып турган жана керектөөчүлөрдүн бир ишканадан башка бир ишканага кардар болуу мүмкүнчүлүктөрү жогору. Ушундай шартта ишканалар сапаттуу азык- түлүк жана кызмат көрсөтүү менен атаандаштык жөндөмдүүлүктөрүн сактап калуу мүмкүнчүлүктөрү пайда болуусуна мүмкүнчүлүктөр түзүлөт.

Коомдук тамактануу ишканаларында кызмат көрсөтүү сапатын талдоо жүргүзүүдө төмөнкү маселелерди карап чыгуу керектелет:

- коомдук тамактануу ишканаларынын керектөөчүүлөрүн;
- керектөөчүүлөрдүн ишканага келүү чечимдерин талдоо;
- тамак- аш жана кызмат көрсөтүү сапатын баалоо жана үйрөнүү;
- керектөөчүлөрдү жиктөө;
- багытталган кардар топторун белгилөө, рыноктогу нишаны белгилөө;
- коомдук тамактануу ишканаларын жакшыртуу боюнча сунуштарды берүү болуп эсептелет.

Коомдук тамактануу ишканаларында маркетингтик изилдөөнүн негизи көрсөткүчтөрү тамак- аш жана кызмат көрсөтүү сапатына баа берүүдө ишкананын түрүнө, кызмат көрсөтүү түрдүүлүгүнө жараша аныкталат.



1 – сүрөт. Коомдук тамактануу рыногун маркетинг негизинде комплекстүү башкаруу



Андыктан, коомдук тамактануу ишканаларындагы кызмат көрсөтүү стандарттарына карата типологиялык көрсөткүчтөрдөн турган өзгөчөлүктөрдүн негизинде коомдук тамактануу кызмат көрсөтүү сапатына баа берүүдө бирден бир көрсөткүчү тейлөө сапаты болуп саналат (Шапавалов, 2008).

Коомдук тамактануу ишканаларында тейлөө процесси бүгүнкү күндө абдан актуалдуу маселелердин бири болуп саналат. Себеби, тейлөө процесси кызмат көрсөтүү рыногунда тигил же бул ишкананын жүзү, башкача айтканда аныктоочу критерийи болуп саналат. Ошондуктан, тейлөө сапатынын туруктуулугун камсыз кылуу кызмат көрсөтүү чөйрөсүндөгү кандай гана ишканана болбосун анын ийгиликтүү ишмердигинин негизи болуп саналат.

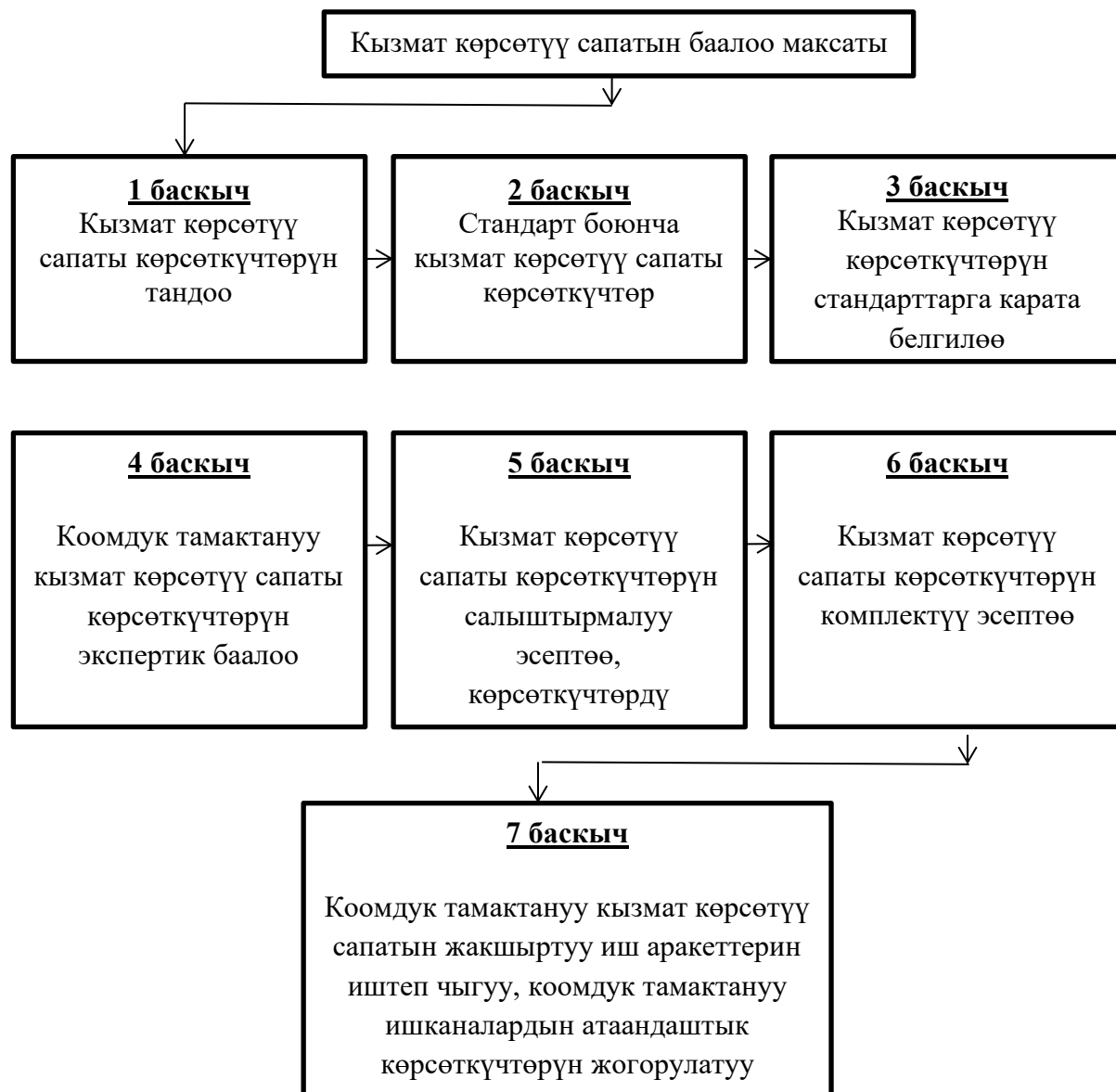
Учурда коомдук тамактануу ишканаларында атаандаштыктын жогорулашы менен сапатты башкаруу ыкмаларына көңүл бурууга аргасыз болушкан. Материалдык товарларга салыштырмалуу кызмат көрсөтүүнүн сапатын аныктоо татаал маселе болуп саналат. Ал эми, кайсыл гана тармакта болбосун сапатты жакшыртуу үчүн алгач сапаттын деңгээлин өлчөп ченөө жана көзөмөлдөө керектелет. Көзөмөлдөө иш-аракеттери ишкананын ички чөйрөсүн карап чыгуу менен бир канча багыттарда болуусун талап кылат. Коомдук тамактануу ишканаларында көзөмөлдөө процесстери төмөнкүлөрдү өзүнө камтыйт:

- ишкананын санитардык абалы;
- даярдалган тамак- аштардын даярдоо технологиясы;
- даярдалган тамак- аштын микробиологиялык көзөмөлү;
- имараттын ички жана сырткы тазалыгы, тейлөө кызматкерлеринин тазалыгы жана тамак- аш тейлөө сапатын комплекстүү көзөмөлдөө керектелет.

Көпчүлүк коомдук тамактануу ишканаларында сапатты талдоо иш- чараларында атаандаштык ишканаларды баалап туруу керектелет. Атаандаштык – товар өндүрүп чыгуучулардын ортосундагы өзүнүн кызыкчылыктарын канааттандыруу, өндүрүүнүн пайдалуу шарттары жана товарларды сатуу, бир кыйла жогорку пайда алуу үчү экономикалык атаандаштык. Бул ошондой эле ар кандай продукцияларды өндүрүү шайкештигин жөңгө салуу, анын сапаттарын жакшыртуу механизми болуп саналат. Рыноктун иштешинин анык шарттарынын бири болуу менен бирге эле анда өз алдынча көптөгөн сатып алуучулар менен сатуучулардын пайда болушуна өбөлгө түзүлөт (Пиримбаев, 2007). Атаандаштык ишканаларды талдоодо төмөнкүдөй ыкмаларды колдонууга болот:

- контролдук сатып алуулар;
- жашырылган сатып алуулар;
- керектөөчүлөрдү сурамжылоо;
- социалдык сурамжылоо;
- арыз жана сунуштар китебин анализдөө болуп саналат.

Ишканаларды сапатты башкаруу маселелери байыртадан бери эле белгилүү болгон. Ар кайсыл өлкөдө сапатты өлчөө боюнча ар түрдүү ыкмалар жана каражаттар колдонулган, бирок коомдук өндүрүштүн пайда болушу менен, продукциялардын сапатын так жана туура өлчөө максатында, бирдиктүү өлчөө системалары жана каражаттарын колдонуу зарылчылыгы пайда болгон.



2.- сүрөт – Кызмат көрсөтүү сапатын баалоо

Жогорудагы жалпыланган кызмат көрсөтүү ишканаларында кызмат көрсөтүү сапатына баа берүүдө ишкананын кызмат көрсөтүү максаты биринчи баскычта аныкталат. Мында коомдук тамактануу ишканаларында сапатты талдоонун, натыйжалуулукка жана өндүрүмдүлүккө негизделген багыттардын маңызы каралат. Ошондой эле, коомдук тамактануу ишканаларында сапатты башкаруу максаты ишкана топтору, класстары жана рыноктогу кызмат көрсөтүү өзгөчөлүктөрүнө жараша мүнөздөлөт (Милл, 2009)

Коомдук тамактануу ишканаларынын кызмат көрсөтүү сапатына баа берүүдө жалпыланган «Ассортимент» көрсөткүчү коюлушу зарыл, себеби коомдук тамактануу ишканаларына керектөөчүлөр алгач тамак- аш керектөөлөрүн камсыздоого келишет. Аталган ишканаларда даярдалган тамак - аштардын кеңдиги жана түрдүүлүгү, тамактандыруудагы жаңылыктар (рационалдуу тамактануу, вегетариандык тамактануу ж.б.), тамак – аштардын баланстуу жана сапаттуулугу, тамак – аштын баасы, кызмат көрсөтүү өзгөчөлүктөрү жана керетөөчүлөрдүн сатып алуу мүмкүнчүлүктөрү каралат.



Андан кийин керектөөчүлөр үчүн өтө маанилүү болгон «Тейлөө маданияты» көрсөткүчү, ишкананын атаандаштык жөндөмүнө таасирин тийгизген фактор болуп саналат. Рынок шарттында керектөөчүлөр бир ишканадан башка бир ишканага кардар болуу мүмкүнчүлүктөрү жогору болгондуктан, коомдук тамактануу ишканалары бир гана тамак-аш даярдоо эмес, кардарларга туура жана жогорку деңгээлде тейлөө көрсөтүү менен рынокто узак убакыт аралыгында иштөө мүмкүнчүлүгүн жаратат. Мында ишкана кызматкерлери менен кардарлардын ортосунда ишенимдин жана өз ара түшүнүү чөйрөсүн жаратуу, ишкана кызматкерлеринин кардарларга сылык мамиле кылуу, коом жана ишкана маданияты, адеп – ахлак, тарбиялуулук менен кызмат көрсөтүү болуп саналат.

Керектөөчүлөрдүн пикири боюнча кем эсептеп алдоо же орой мамиле кылуу, буюмдарынын жакшы сакталбагандыгы ишкананын аброюна таасирин тийгизген элементтер болуп саналат. Бул көрсөткүчкө ишканан кызматкерлери кардарларга өзгөчө калоолорун камсыздоого багытталган иш – аракеттерди канааттандыруу, тамак-аш буюртмаларды тездик жана тыкандык менен берүү, ишкананын иштөө убактысынын ыңгайлуулугу менен түшүндүрүлөт.

Калктын тамак – аш муктаждыктарын камсыздоодо «Коопсуздук» көрсөткүчү ишканалардын эң негизги маселеси коопсуздукту орнотуу жана сактоо болуп саналат. Бүгүнкү күндө дүйнө жүзүндө коомдук тамактануу ишканаларында коопсуздук иш - чараларынын туура уюштурулбагандыгы жана сакталбагандыгынан кардарлар ар түрдүү кырсыктарга дуушар болууда. Мында ишкананын эвакуация планы, өрт өчүрүү системалары жана алгачкы жардам көрсөтүү боюнча кызматкерлер толугу менен окутуп үйрөтүлүшү керектелет. Ошондой эле ишканада санитардык - гигиеналык талаптар жана эрежелердин сакталышы, тамак-аш даярдоо технологияларынын жана кардарларга кызмат көрсөтүү процесстеринин натыйжалуу уюштурулушу, кардарлардын коопсуздук жана ишенимдүүлүк сезимдеринин жаралышы ишкананын кадыр - баркын жогорулатууда маанилүү болуп саналат.

Ошону менен бирге, коомдук тамактануу ишканаларынын «Сырткы көрүнүш» көрсөткүчү ишкана жана имараттын сырткы көрүнүшү, жасалгалоосу, автоунаа токтоочу жерлердин ыңгайлуулугу жана коопсуздугу ишкана туралуу маалымат алуунун биринчи булагы болуп саналат. Ишкана кызматкерлеринин кийимдеринин тыкандыгы, колдонулуучу жабдыктар жана шаймандардын тазалыгы, сунушталган меню жасалгалоосу жана тейлөө өзгөчөлүктөрү ишкананын бирден бир сапаттык көрсөткүчтөрүнүн негизин түзөт. Жалпыланган коомдук тамактануу ишканаларында кызмат көрсөтүү сапатын баалоо көрсөткүчтөрдүн тизмеси тиркемеде берилген.

Кыргыз Республикасынын Улуттук статистикалык комитетинин башкармалыгынын маалыматтарына карата Бишкек шаарында эң көп 1016 бирдик коомдук тамактануу ишканалары катталган.

Таблица 2- Бишкек шаарындагы коомдук тамактануу ишканалардын сандык структурасы

	Кафе	Рестора н	Бар	Кофекан а	Ашкана	Бардыгы
Биринчи-Май району	253	10	-	2	124	<b>389</b>
Свердлов району	199	11	7	1	60	<b>278</b>
Октябрь району	133	35	29	13	-	<b>210</b>
Ленин району	116	11	8	4	-	<b>139</b>
Бардыгы	<b>701</b>	<b>67</b>	<b>44</b>	<b>20</b>	<b>184</b>	<b>1016</b>
% менен жалпы	69	6,5	4,3	2,0	18,2	100



Булак: Бишкек шаарынын мэриясынын расмий сайтынын маалыматтарына карата автор тарабынан түзүлгөн. <http://www.meria.kg>  
Жогорудагы таблицадагы маалыматтарга карата, Биринчи - Май районунда эң көп 389 бирдик коомдук тамактануу ишканалары жайгашкан. Ал эми, Свердлов районунда 278 бирдик, Октябрь районунда 210 бирдик, Ленин районунда 139 бирдик жана Ленин районунда 139 бирдик коомдук тамактануу ишканалары жайгашкан. Бул көрсөткүчтөр райондордо жайгашкан мекемелер, ишканалар жана чарба субъектилеринин жайгашуусуна өз ара тыгыз байланыштуу.

#### **Изилдөөнүн методологиясы жана максаты**

Коомдук тамактануу ишканаларында даярдалган тамак-аштардын сапатын жана коомдук тамактануу рыногунда сунушталган тейлөө сапатын иликтөө, коомдук тамактануу ишканаларында продукциянын сапатын жогорулатууга негизделген жана эффективдүү ишкердик жүргүзүү формаларына негизделген багыттарды иштеп чыгуу. Методологиялык негиздери болуп чет өлкөлүк жана ата мекендик окумуштуулардын кызмат көрсөтүү тармагы, анын ичинде коомдук тамактануу рыногун өнүктүрүү, калыптандыруу жана анда даярдалган кулинардык продукция жана тейлөө сапатын жогорулатуу, атаандаштык жөндөмдүлүктөрүн артырууга багытталган материалдар болду.

#### **Изилдөөнүн ыкмасы**

Коомдук тамактануу ишканаларында тамак-аш кызмат көрсөтүү сапатын аныктоо максатында керектөөчүлөр арасында социалдык сурамжылоо иши жүргүзүлгөн. Ар бир административдик райондун калкынын санын эске алуу менен 700 сурамжылоо формасы Бишкек шаарындагы коомдук тамактануу ишканаларына таратылды, анын ичинен 480 сурамжылоо формасы талдоого алынды.

Респонденттердин Биринчи-Май районунан 34,6%, Свердлов районунан 30,2%, Октябрь районунан 18,5% жана Ленин районунан 16,7% коомдук тамактануу ишканаларынын керектөөчүлөрү экени белгилүү болгон.

Сурамжылоого катышкан респонденттердин кыз 52%, 47%ы эркектерден турат. Үй – бүлөлүк абалы боюнча 60%ы бойдок жана үй-бүлөлү 40%ды түзүшкөн. Жаш өзгөчөлүктөрүнө токтоло турган болсок, жалпы 480 респонденттин 19 жашка чейинки 13%, 20-29 жаш арасындагылар 36,7%, 30-49 жаш арасындагылар 38,3% жана 50 жаштан жогоркулар 11,6%ды түзүшкөн. Ушундан улам изилдөөгө мүмкүн болушунча баардык жаштагылардын катышуусун камсыз кылуу аракети көрүлгөн. Ошондой эле, топту түзгөн респонденттердин билим деңгээлине карай турган болсок, орто билимдүү 13,3%, кесиптик техникалык билими бар 15%, бакалавр даражасына ээ болгондор 31,6% жана жогорку билим жана илимий даражага ээ 40% экени белгилүү болгон.

Ал эми, респонденттердин кесиби же эмгектенген тармагы боюнча жалпы сандын мамлекеттик тармакта 25% жана жеке тармакта 23%ы иштегендер, жумушсуз жана башка топтогулардын үлүшү 19%ды, коомдук тамактануу ишканаларынын керектөөчүлөрдүн эң чоң үлүшүн 33%ын студенттер түзүшкөн. Айлык кирешелери боюнча, респонденттердин айына 15000 сомдон аз киреше 58%ы, 15000 – 30000 сом 23%ы, айына 30000 сомдон көп киреше 19%дагы үлүштөгү көрсөткүч табылган.

Респонденттердин бир айда коомдук тамактануу кызматы үчүн чыгашаларынын үлүшүн карай турган болсок, 200 сомго чейин 34,1%ы, 200-400 сом арасы 31,5%ы жана 400 сомдон көп өлчөмдө 34,4%ы акы төлөмдөрүн көрсөтүшкөн.

Таблица 3- Бир күндө коомдук тамактануу кызматы чыгымы

Бир айлык чыгым	Саны, кардар	Үлүшү, %
200 сомго чейин	250	52,1





201- 400 сом	107	22,3
401- сомдон көп	123	25,6
Жалпы	480	100,0

Сурамжылоого катышкан респонденттердин кафелерде жана ресторандарда 44%ы, тез-тамактануу ишканаларында 37%ы, ашкана жана сатуу түйүндөрүнөн 19%ы тамак- аш сатып алуу менен тамактануусун белгилешкен. Респонденттердин коомдук тамактануу ишканалары боюнча таркалышы төмөндөгү таблицада чагылдырылган.

Таблица 4- Респонденттердин тамактануу ишканаларына баруу көрсөткүчтөрү.

Ишканалар	Саны, кардар	Үлүшү, %
Кафе	210	43,8
Ресторан	58	12,2
Тез- тамактануу	118	24,5
Ашкана жана башка	94	19,5
Жалпы	480	100,0

Сурамжылоонун андан аркы уландысында респонденттердин тигил же бул конкреттүү ишкананын кардары болуусуна түрткү болуудагы чечимдерин билүү багытында ишкананы тандап алуу чечимдери боюнча суроолор түзүлүп, сурамжылоо жыйынтыктары талдоого алынган (табл- ). Катышуучулардын дээрлик көпчүлүк бөлүгү достордун жана тааныштардын кеңештеринен таасири (28,4%) жана ишканадагы сунушталган тамак – аштын сапаттуу жана дамдуу болгондугу (20,6%) кардарлардын ишкананы тандап алуудагы эң негизги фактор болгондугу аныкталган.

Бул багыттагы изилдөөнүн жыйынтыктары тастыктап тургандай, кардарлардын ишканаларды тандоодогу негизги себеби тамак аштын арзан баада, тамак- аштардын түрдүүлүгүнө жана сапаты менен байланыштырат. Белгилүү болгондой, коомдук тамактануу ишканалары ортосунда баа атаандаштыгы орун алган. Кайсыл бир ишкана жаңы комплекстүү тамактануунун сунуштаса, башка ишканалар сөзсүз кайталайт. Андыктан, ишканалардагы тамак- аш баасы деңгээли негизинен бирдей.

Таблица 5- Ишканага келүүдөгү коноктордун тандап алуудагы чечимдердин тизмеси.

Белгилер	Пайызы %
Достордун жана тааныштардын кеңештери	28,4
Тамак аштын сапаттуу жана дамдуу	20,6
Тамак аштардын жана кызмат көрсөтүүлөрдүн баасы ыңгайлуу	9,8
Кызмат көрсөтүүлөрдүн түрдүүлүгү жана өзгөчөлүктүү	8,5
Ишкананын иштөө убактысы	6,4
Ишкана кызматкерлеринин профессионалдуулугу	5,9
Экспертердин кеңеши	4,8
Кызматкерлердин сыпайы мамиле кылуусу	3,4
Ишкананын таанымалдуулугу	3,3
Ишканадагы маркетингтик иш- чаралар	2,9



Интернет баракчаларындагы маалыматтар	2,9
Ишкананын жагымдуу шарттары жана өзгөчөлүктүүлүгү	2,9

Сурамжылоонун экинчи баскычында тамактануу ишканаларына баруу көрсөткүчтөрүнүн ичинен эң белгилүү болгон «Тюбетейка», «Вавилон» жана «Салкын-Төр» ишканалары тандалып алынган. Аталган ишканалардагы сунушталган кызмат көрсөтүүлөрү боюнча маалыматтар чагылдырылган.

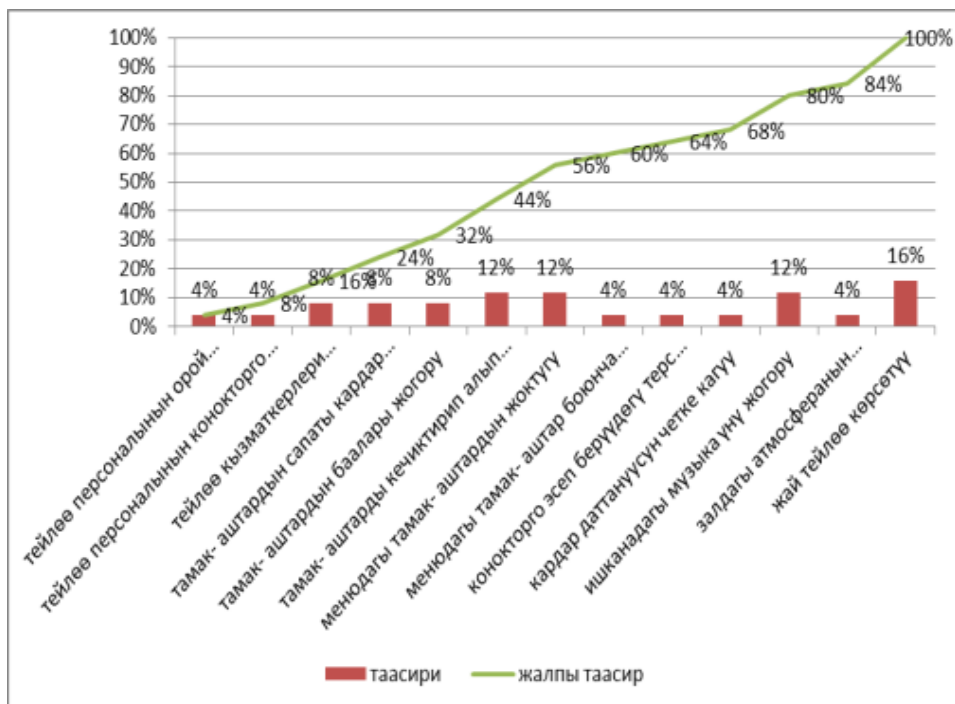
Изилдөө иштин алкагында тандалып алынган ишканаларда салыштырмалуу меню анализи жүргүзүлгөн.

6– таблица. Ишканалардагы тамак – аш жана кызмат көрсөтүүнү салыштыруу

Салыштыруу параметрлери	«Тюбетейка»	«Вавилон»	«Салкын- Төр»
Суук татымдар	+	+	+
Ысык татымдар	+	+	+
Негизги тамактар	+	+	+
Алкоголсуз ысык ичимдиктер	+	+	+
Алкоголдуу ичимдиктер	+	+	+
Таттуулар	+	+	+
Тамеки	+	+	+
	Кошумча кызмат көрсөтүүлөр		
Эрте мененки тамактануу	+	-	-
Бизнес- ланч	+	-	+
	Дисконт карталары		
Карталарды сатып алуу	-	-	-
Карталарды акысыз берүү	+	-	-
	Wi-Fi		
	+	+	+

Ал эми, респонденттердин колдонуп жаткан тамак- аш кызмат көрсөтүүдөн сапатына байланыштуу суроолор берилген. Төмөндөгү сүрөттө «Тюбетейка», «Вавилон» жана «Салкын- Төр» ишканалардагы көйгөйлөр жалпыланып, ишкананын натыйжалуулугуна таасир берүүчү терс факторлор аныкталган.





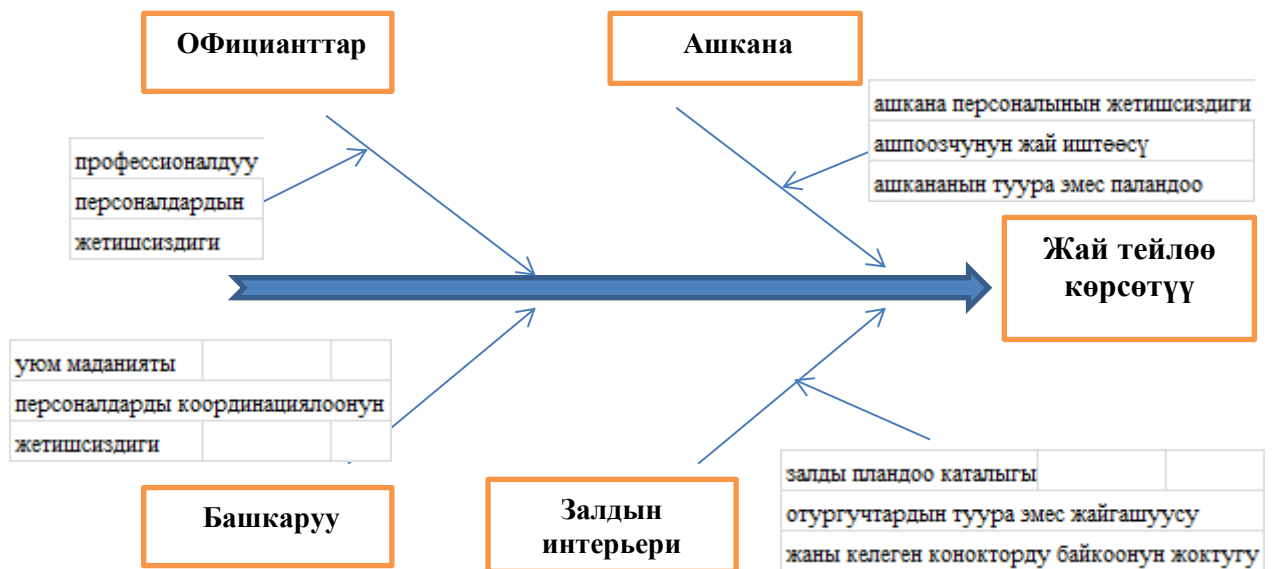
3 – сүрөт- Коомдук тамактануу ишканаларынын сапатын өнүктүрүүдө таасирин тийгизген факторлор

Жогорудагы сүрөттөгү маалыматтарга карата тандалып алынган ишканаларда төмөнкүдөй көйгөйлөр аныкталган:

- тамак- аштарды кечиктирип алып келүүсү;
- ишканадагы музыка үнү жогору;
- менюдагы тамак- аштардын жоктугу;
- официант буюртмаларды жазуу иш- аракеттерини жоктугу;
- тамак- аштардын сапаты кардар күткөн деңгээлде болбогондугу;
- менюдагы тамак- аштар боюнча тейлөө персоналыннын билиминин жоктугу;
- кардардын даттануусун четке кагуу;
- жай тейлөө көрсөтүү деп аныкталган.

Керектөөчүлөрдүн дооматтарынын себептерин аныктоонун жыйынтыгында, коомдук тамактануу ишканаларындагы кызмат көрсөтүү сапатынын начардыгы тастыкталды. Бул жагдай республикадагы коомдук тамактануу кызмат көрсөтүү сапатын жакшыртуу жана чөйрөнү өнүктүрүүгө негизделген багыттарын иштеп чыгууда мааниси чоң.

Коомдук тамактануу ишканаларында жүргүзүлгөн изилдөө иши маалыматтарына карата, ишканалардагы жалпы көйгөйлөрдүн баарында болгон жай тейлөө көрсөтүү көрсөткүчүнүн келип чыгуу себептерин билүү үчүн Исикава диаграммасы түзүлгөн.



4 – сүрөт - Жай тейлөө көрсөтүүнүн келип чыгуу себептери

Бүгүнкү күнү атаандаштык чөйрөдө коомдук тамактануу ишканаларын өнүктүрүү рынок талаптарына жараша маркетингдик концепцияга таянуу менен сапаттуу продукция жана кызмат көрсөтүү керектөөчүлөрдүн муктаждыктарын жана талаптарын түшүнүп билүү жана аныктоонун негизинде, баа политикасы, тамак-аштардын көлөмү жана түрдүүлүгү, тейлөө көрсөтүү өзгөчөлүктөрүнө жараша жүргүзүлүшү керектелет.

Сурамжылоонун андан аркы уланышында, коомдук тамактануу ишканаларындагы жумушчулардын билим деңгээли, иштөө тажрыйбасы жана бул чөйрөдө иштөө өзгөчөлүктөрүнө орун берилген.

Сурамжылоого катышкан респонденттердин 42,3% кыз, 57,7% эркектерден турат. Үй – бүлөлүк абалы боюнча, 78,5% бойдок жана 21,5% үй-бүлөлү. Жаш өзгөчөлүктөрүнө токтоло турган болсок, жалпы 304 респонденттин 20 жашка чейинки 12,3 %, 21-25 жаш арасындагылар 42,8 %, 26-30 жаш арасындагылар 29,8% жана 31-35жаш 9,8%, 36-40 жаш 3,7% жана 40 жаштан жогоркулар 1,6% экени аныкталган.

Респонденттердин улуттук курамында 56,5% кыргыз, 1,5% казак, 5,6% өзбек, 26,7% орус, 4,5% түрк жана 5,2% башка улуттар түзгөн.

Ошондой эле, топту түзгөн респонденттердин билим деңгээлине карай турган болсок, 32,6 % орто билимдүү, 39,3 % кесиптик техникалык билими бар, 25,6 % бакалавр даражасына ээ жана 2,5 % жогорку билим жана илимий даражага ээ болгон кызматкерлер түзгөн.

Коомдук тамактануу ишканаларында кызмат көрсөткөн кызматкерлердин иштөө убактысын карай турган болсок, бир күндө 8-11 саат 45,6%, 12 саат 33,5% жана 12 сааттан көп 20,9%ды жумушта болгону айкын болгон. Кызматкерлердин туруктуу бир ишканада иштөө көрсөткүчтөрү боюнча респонденттер 1 жылдан аз 45,5% жана 1-5 жыл туруктуу 32,4% бир ишканада иштегенин белгилешкен.

Сурамжылоого катышкан респонденттердин жумушчу кызматы ичинен официанттар (48,6%), бармен (18,6%) жана ашпоозчулар (8,5%) түзгөн. Туризм тармагында билим деңгээли деген суроого респондент кесиптик (45,6%), жогорку билимдүү (25,3%) жана адистештирилген курстарга (15,7%) барып окуугандыгын белгилешкен.



Туризм тармагынын эң маанилүү профессионалдык көрсөткүчтөрүнүн бири болгон чет тилдерин билүү көрсөткүчтөрүндө англис (35,6%), орус (50,6%), түрк (7,8%) жана башка тилдерин (6,0%) билгендиги аныкталган.

Респонденттердин демографиялык көрсөткүчтөрүндө байкалгандай, дээрлик көпчүлүгү 21-25 жаштагылар тобунун (50,6%) убактылуу жумуш болгондугун белгилешип, 201-400\$ чейин эмгек акысына ыраазы экени аныкталган.

Бишкек шаарындагы ресторан жана кафелердеги улуттук ашкана же тамак – аштын түрдүүлүгүнө карата, ишканалардын орточо эсеп менен 45 %ы интернационал ашканасы болгон коомдук ишканалар экенин байкоого болот. Андан кийин - дунган ашканасы, орус ашканасы, украин ашканасы, кытай ишканасы жана түрк ашканаларын айтууга болот.

Бул ашканалардын санын көптүгү бир гана ишканада (ресторан же кафе) бир канча улуттун тамактарынын сунулушу менен түшүндүрүлөт. Бирок тилекке каршы республика жана анын региондорундагы коомдук тамактануу ишканаларында кыргыз улуттук тамак – аштарынын түрдүүлүгүнүн жетишсиздигин көрүүгө болот. Алыскы жана жакынкы аралыктан келген туристтер жана коноктор улуттук тамак - аштардын даамын татуу жана маданиятын таануу менен өлкөгө болгон кызыгуусу калыптанат.

Жүргүзүлгөн изилдөө ишинин жыйынтыктарына ылайык, коомдук тамактанууда кызмат көрсөтүү сапатын жогорулатуу иш- чараларын талап кылат. Коомдук тамактануу ишканаларынын натыйжалуулугун ырастаган алгачкы жана эң маанилүү сапатына баа берүү болуп эсептелет. Себеби, коомдук тамактануу ишканаларын натыйжалуулугун жогорулатуу үчүн, учурдагы абалды туура аныктоо жана таасирин тийгизген факторлорду белгилөө керектелет. Изилдөөнүн жыйынтыктарына таянуу менен Кыргызстандагы коомдук тамактануу кызмат көрсөтүү сапаты кардарлардын талап кылган деңгэлге жооп бербейт, ал эми ишканалардагы айланым капиталанын жетишсиздиги, салык төлөмдөргө белгисиздик, материалдык- техникалык базанын начар болгондугу, административдик тоскоолдуктар жана кызматкерлердин квалификациясынын начардыгы чөйрөнү өнүктүрүүдөгү эң негизги факторлор болгондугу аныкталды.

### Колдонулган адабияттар:

- Пиримбаев, Ж. Кыргыз Республикасынын экономикасы: окуу китеби. – Бишкек: КТМУ, 2007.
- Камалова, А. К. Маркетинг [Текст]: окуу китеби / А. К. Камалова. – Бишкек: Учкун, 2008. – 268 б.
- Койчуев, Т. К. Экономика Кыргызстана в последнее десятилетие XX в. [Текст]: моногр. / Т. К. Койчуев. – Бишкек: ЦЭ и СР при М-ве финансов Кырг. Респ., 2000. – 346 с.
- Милл, Р. К. Управление рестораном [Текст]: учеб. для вузов / Р. К. Милл. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 535 с.
- Шаповалов, В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ [Текст] / В. А. Шаповалов. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 345 с.
- Управление рестораном [Текст]: практ. пособие / под ред. Д. Джеймс, Д. Болдуин. – М.: ТК Велби: Проспект, 2007. – 440 с.
- Кыргыз Республикасындагы чакан жана орто ишкерлик.– Бишкек: Кыргыз Республикасынын Улуттук статистика комитети, 2018.