

Жұмыстың тақырыбы:

**Ұлттық мейрамханаларды
дамытудың перспективалық
бағыттары**

Жұмыстың өзектілігі:

Адамның ағзасына күнделікті қажеттіліктің бірі, ол-тамақтану. Тамақтану тек қана, адамның күнделікті қажеттілігі ретінде қарастырылып қана қоймай сонымен қоса сауықтандырудың басты элементі ретінде және жергілікті мәдениетті тануда үлкен ролін атқарады соның ішінде – гастрономия. Ұлттық тағам – халық мәдениетінің негізгі элементімен таныстырады, нақты ерекшелігін көрсетеді, біліктілігін танытады, сонымен қоса көңіл көтерудің бір әдісі ретінде қарастырылады.

Жұмыстың міндеті:

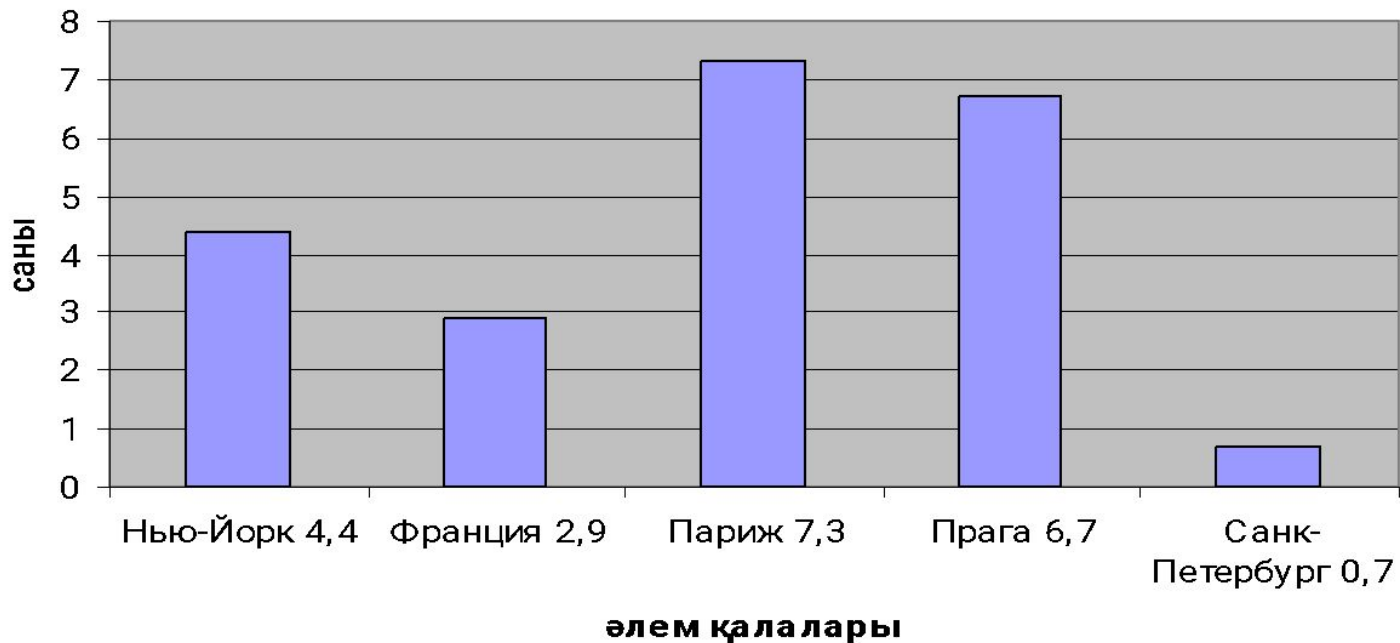
- ▶ мейрамханалық қызмет көрсетудің ұлттық нақыштағы түрлері мен әдістерін талдау және оларды Қазақстанның жағдайын ескере отырып, жалпы тамақтану салаларына енгізіп, басқару. Берілген мақсатқа жету үшін келесі тапсырмаларды орындауға тура келеді:
- ▶ Мейрамханалық қызмет көрсетудің теориялық аспектілерін танып білу, соның ішінде: жалпы тамақтану жүйесін мейрамхана қызмет көрсету түрлерін, мейрамханада қызмет көрсетудің амалдары мен әдістерін, «Бақыт» мейрамханасының жұмысын талдау, кемшіліктерін табу, жалпы қызмет көрсетудің түрлерін талдау.

► **Жұмыстың міндеті** – мейрамханалық бизнесінде ұлттық нақыштарды қолданып, қазақтың салт-дәстүрін, мәдениетін танытып, ұйымдастырудың теориялық аспектілерін ашып, тәжірибелік қызметіне талдау жасау.

- ▶ **Жалпы, тамақтану саласында көптеген мәдениет тұлғалары өз үлесін қосуды дұрыс деп санайды. Бірақ, тамақтану қажеттілігі болып тұрған жағдайда да әлеуметтік-этикалық маркетинг кезеңінде, ашық бәсеке кезінде, тұтынушы тек қана қалыпты бағамен жоғары сапалы өнімді ұсынатын, жақсы қызмет көрсететін, жалпы тамақтану орнын таңдайды. Осыны біле отырып көптеген мекемелер үлкен жетістіктерге жетеді. Қазіргі таңда мейрамханалар мен кафе-барлар клиенттерге әр түрлі қызмет көрсету кешендерін ұсынады. Бірақ, жалпы тамақтану саласына жататын жоғары сервисі жоқ өзіне-өзі қызмет көрсету мекемесі ретінде қарастырылады.**

Сурет 1- Әлем елдеріндегі тұрғандардың қоғамдық тамақтану мекемелерін пайдалану(%)

тұрғындарды қоғамдық тамақтану мекемелерімен қамтамасыз ету: әлем қалаларындағы 1000 тұрғынға тиетін мекеме саны



«ЖК Бақыт» мейрамханасына сипаттама



- ▶ Қаланың іргесінде орналасқан бірінші категориялы Бақыт мейрамханасы өзінің әсемдігімен, тамаша көрінісімен таң қалдырады. Мейрамхана интерьері, жиһаздары, қабырға тұсқағаздары, терезе перделері ас үй жиһазы, декоративті гүлдері өзара үйлесімділікпен таңдалған. Мейрамханада видео бақылау қонақтардың қауіпсіздігі үшін орнатылған.
- ▶ Олай болса, тағам жайлы мәселе қашанда өзекті. Ал оның ұлттық сипатына қаншалықты мән беріп жүрміз? Демек, ұлттық тағам да тіл, дін, салт-дәстүрден еш кем емес. Бұл жағынан алып қарағанда, қазақтың еті, яғни қазы-қарта, жал-жаясынан бастап, бауырсағы, қуырдағы, женті, құрты, қала берді, қымыз, шұбат секілді шөліңді қандырар сусындары, әйтеуір, айтып тауыса алмайтындай тағамдары жеткілікті. Бірақ айтып-айтпай не керек, нарық заманының талабына сай біз ешбір ұлттық тағамымызды бренд етіп қалыптастыра алмай отырмыз. Өкініштісі сол – жаһандану дәуірлеп тұрған шақта Қазақстан түрлі бағыттар мен ағындардың бәсеке алаңына ғана айналып, өзінің ол бәске тек сырттан қарап тұрған жайы бар.

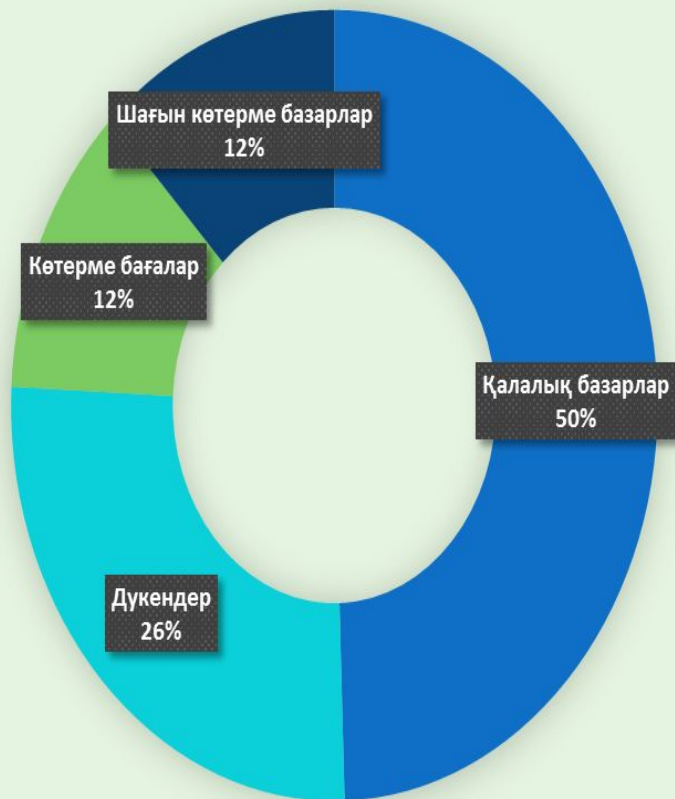


«Бақыт» мейрамханасындағы басқару жүйесінің стратегиялық менеджменті келесі тізбек бойынша жүзеге асырылады:



- ▶ **Мейрамхананың стратегиялық менеджментіне талдау жасау келесі белгілерге зерттеу жасаудан құралады: жүйеге кіру мен шығу компоненттеріне, яғни ұйым стратегиясының сапасына талдау, ішкі мықты және әлсіз жақтардан, сыртқы қауіптер мен мүмкіндіктерден шыға отырып, мақсаттарды нақтылау; ұйымды басқару жүйесінің персоналдарды басқару жағынан басқарушы жүйеше сапасына талдау; тауарлардың бәсекеге қабілеттігі, ұйымның жұмыс істеуінің тиімділігі мен тұрақтылығының стратегиялық және тактикалық факторларын, солардың негізінде стратегия әзірлеу үшін, белгілеу; даму стратегиясын негіздеу.**

2 диаграмма - Алматы қаласында бірнеше қоғамдық тамақтану кәсіпорындарын зерттеу кезінде ұлттық өнімдерді сатып алу



▶ Ет және ет өнімдерін сатып алу кезінде қазақстандық тауар өндірушілері тек 33,7%-ды құрайды, макарон бұйымдары – 78,4%, жидек, жеміс және көкөністер – 5,4%. Бұл қоғамдық тамақтану кәсіпорындарының ұлттық агроөнеркәсіптік өндірушілермен әлсіз байланысын немесе отандық қоғамдық тамақтанудың ұлттық агроөнеркәсіптерімен аз мөлшерде тұрақты дамуын білдіреді[21].

▶ Осылайша, Алматыда қоғамдық тамақтану жүйесі әлі де өз мүмкіндігінше дамымаған және сондықтан ұлттық агроөнеркәсіп өндірісінің дамуына әлсіз ықпал көрсетеді, олармен тығыз және ұзақ келісім қатынастары жоқ. Нәтижесінде қорытындыға келуге болады: қоғамдық тамақтанудың және Қазақстан Республикасының ауыл шаруашылық өндірісінің тұрақты дамуына үлесін қосатын бір қолданбаған резерв бар деген тұжырымға келуге болады.

Залдың фото суреті



Қазақтың ұлттық тағамдары















- ▶ Аспазшылар мәселесі. Бүгінде ұмытылуға шақ қалған ұлттық ас-дәмдерімізді жаңартып, ұлттық брендімізге айналдырсақ деген тілек бар, бірақ ниет жоқ секілді. Оған көп себептің бірі – аспазшыларды даярлайтын оқу орындарының негізінен жалпылама ас әзірлеуді үйретуге бейімделгендігі. Оның ішіне қазақтың ұлттық астары кірмейді де. Негізінен 70 жыл санамызда ұлттық ас мәзіріміз ретінде қалыптасып қалған орыс ұлтының тағамдары қамтылған. Сондықтан қазақтың ұлттық ас-дәмін дайындай алатын кәсіби аспазшылар жоқ.

Қорытынды

- ▶ **Қорыта келе, дәстүрлі асхана ғасырлар бойы келе жатқан тарихқа толы тағамдардың жиынынан тұрады. Әрбір алыстан келген турист міндетті түрде келген елдің жергілікті тағамдарын дәмін татқысы келеді. Оған мүмкіншілік жасау қоғамдық тамақтару саласының мойнына ілнеді. Бұл тек Қазақстанның ғана проблемасы емес бүкіл әлемдік проблема болып қарастырылады. Сондықтан да тамақтандыру саласының дамуыны мемлекет органдары баршалық мүмкінділік жасауда. Бұған дәлел болатын Кипрде 2004 жылдың қараша айында «Жергілікті тамақтандыру және туризм» атты алғашқы халықаралық конференциясының өтуі. Бұл конференция Бүкіләлемдік Туристік Ұйым мен Кипр Туристік Ұйымының белсенді қатысу мен көмек салдарынан жасалды. Конференцияның басты міндеті қаншалықты жергілікті халықтың тамақтану, салт-дәстүр, аспаздақ шеберлігі туристік өнімге әсер ететіндігін байқау және оның құндылықтарының зор екендігіне көз жеткізу.**

- ▶ **Ұсынысым: ұлттық асхананы зерттей отырып , оны қоғамдық, мәдени, коммерциялық, экономикалық, технологиялық, емдеу салаларында қолдануға болады. Тамақтану аспектісі туризмде этногеографиялық тұрғыда қарастыруға болады, себебі турист ұлттық тағамның дайындау технологиясына ғана емес, географиялық негізде дамып жатқан тұрмыстық мәдениет ретінде қарастырады.**

Назарларыңызға рахмет!!!