

УДК 378
ББК 74.58
S81

Редакционная коллегия

Шакирова С.М. - к.ф.н., и. о. директора Управления по науке
Сапаргалиев Д.Б. – PhD, зам. директора Управления по науке
Никифорова Н.В. - д.э.н., профессор, декан послевузовского образования

Все статьи прошли проверку в системах Антиплагиат.ВУЗ - на русском языке, Turnitin.com - на английском языке, Advego Plagiatus v.1.2.093 – на казахском языке. Уникальность текстов не ниже 75%.

i – START. Предпринимательство: энергия молодых.

Материалы международной научно-практической конференции студентов и магистрантов 16-17 апреля 2015 г.- Алматы, Алматы Менеджмент Университет, 2015 – 320 с.

ISBN: 978-601-7021-36-8

УДК 378
ББК 74.58
S81

ISBN: 978-601-7021-36-8

СЕКЦИЯ 6.

24/7: ИННОВАЦИИ В РЕСТОРАННОМ И ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

1. Инновации и повышение конкурентоспособности гостиниц и ресторанов
2. Индустрия гостеприимства в преддверии ЭКСПО 2017
3. Мировые бренды на национальном рынке: как выжить местным предпринимателям
4. Франчайзинг в индустрии гостеприимства
5. Международный и внутренний туризм

Агзам Әйгерім Куатқызы
Сланғожа Қалиман Бауыржанқызы
«МІ және МБ», 3 курс

Ғылыми жетекші:
Абдунурова А.А., MSc, аға-оқытушы

Алматы
Менеджмент
Университеті

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ІРІ ҚАЛАЛАРЫНДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ МЕЙРАМХАНАЛАРДЫ АШУ

Мақаланың өзектілігі. Қазақстан нарығында әлі күнге дейін инновациялық мейрамханалар салынбаған. Мақаланың авторлары Қазақстандағы мейрамхана бизнесінің дамуына үлкен үлес қосатын жаңа технологияларды енгізуді ұсынып отыр, ол – қазіргі заманға сай эксклюзивті интерьер мен даяшылардың қызметін ақылды роботармен атқарылуы. Мақалада жобаның мазмұны мен мәні ашылып, осындай мейрамхананы ашуға кететін шығындары мен табатын пайдасы нақты есептер арқылы келтірілген.

Парето ережесі бойынша 20/80, тұрақты тұтынушылардың 20%-ы, табыстың 80%-ын құрайды. Сондықтан, нарықтағы қатаң бәсекелестік жағдайында мейрамхана иелеріне жаңа тұтынушыларды тарту және тұрақты тұтынушыларды сақтап қалу үшін тек стильді интерьер мен сапалы әрі дәмді тағамдарды ұсыну жеткіліксіз. Тұтынушыларды дәл осы мейрамханаға әрдайым қайтып келтіретін құрал – ол мейрамхана бизнесіндегі инновациялар мен маркетингтік әрекеттерді тиімді пайдалану. Бірнеше жылдар бұрын мейрамхана бизнесіндегі сәтті инновация болып мейрамханадан такси шақырту немесе үстелдерге телефон арқылы брон жасау болды. Сәл кешірек ең танымал болып үйге тағамға тапсырыс бере алатын мейрамханалар мен әр түрлі ұтыстар ойнатылып, қызмет көрсетуге жеңілдіктер немесе екі адамға арналған кешкі асты ұтып алуға болатын мейрамханалар саналды [1].

Жобаның мақсаты - Қазақстан нарығында әлі күнге дейін кездеспеген, бәсекеге қабілетті және эксклюзивті «I-Robot» атты мейрамханасын салуды көздейді.

Мейрамхананың мінездемесі. «I-Robot» мейрамханасы келген тұтынушыларға роботтар қызмет көрсететін мейрамхана түрі. Мұндай типтегі мейрамханалар тек аз мемлекеттерде бар. Мысалы, Таиландта, Жапонияда және де Қытайда. Мейрамхана 100 орынды, 2 VIP-зал, тегін wi-fi және де автотұрақ болуын көздейді. Даяшының қызметін атқаратын үш робот ер адам кейпінде болса, бір робот қыз түрінде болады. Ас мәзірінде тез тамақтануға арналған, яғни пицца және fast food, сонымен қатар салаттар мен тіскебасарлар ұсынылады. Тағамдар тек табиғи өнімдерден жасалынады. Мейрамхананың әр үстелдерінде планшеттер болады.

Apple компаниясы ұсынған iPad мейрамхана бизнесіне біршама өзгерісті алып келіп, ескі мәзірдің орнына қолданылып, мейрамхана бизнесіндегі пайдалы инновация болып отыр. Сол планшет арқылы клиенттер тапсырыс бере алады, тапсырыстарды даяшы-робот алып келеді. Планшеттегі ас мәзірінде тағам суреттері және олардың құрамы, бағасы, калориялылығы мен қосымша кеңестер көрсетіледі. Электронды мәзір тұтынушылар мен мейрамхана жұмысшыларын байланыстырушы құралы болып табылады және де мейрамхана әкімшілігіне жаңа тағамды тез енгізуге және мәзірді оңай жаңартуға мүмкіндік береді [2].

Ол тек мейрамхана иеленушілердің ғана емес тұтынушылардың да көңілінен шығады. Оның артықшылықтары:

- шарап мәзірінен бағасы, жылы, сапасына қарай ұнатқан шарапты таңдап, осыған орай тағам мәзірін таңдауға болады;
- тағамдардың калориялылығын санауға мүмкіндігі;
- тағамдарды таңдаған кезде тапсырыстың түпкілікті бағасы шығады;
- тапсырыс күтіп отырып, әр түрлі ойындар ойнауға, жаңалықтар оқуға, ғаламтор желісіне кіруге болады [3].

Тұтынушыларға көрсетілетін негізгі қызметтер. Мейрамхананың қаланың орталығында орналасуы мен жұмыс істеу уақыты 11:00-ден 02:00-ге дейін болуы тиімді болады. Тамақтану және де тапсырысты күтіп отырып ойын ойнау мүмкіндігі және де ғаламтор желісіне кіріп қажетті ақпараттарды алу мүмкіндігі. Тұтынушыларға арналған түрлі кештер өткізіледі. Сол кештерге байланысты роботтардың киімі өзгеріп отырады. Мысалы, нарыз айында барлық роботтар қазақтың ұлттық киімін киеді.

Біздің потенциалды тұтынушыларымыз. Біздің мейрамхана қайталанбас болғандықтан, көп адамдар қызығушылық танытады. Әсіресе, балалар мен жас өспірімдер және де тез тамақтануды қалайтын барлық адамдар.

Кесте 1. Мейрамхананы ашуға кететін шығындар құрылымы.

Атауы	Қажетті тауар саны	Құны, тенге
Құрылысқа кететін шығын	74 000 00	
Робот-даяшы	4	1 128 000 *4= 4 512 000
Электрондықас мәзірі (планшетті компьютерлер)	15	30 000*15= 450 000
Шақырту пульті (планшетті компьютерлер)	3	10 000 *3= 30 000
Планшетті компьютер базасындағы қолмен басқару пульті	1	10 000
Техникалық кешеннің орталық сервері (жүйелік блок, монитор, тышқан, пернетақта)	1	45 000
Желілікқұрылғы	3	6000*3=18 000
Қолмен басқару пульті (ЭВМ-ға және компьютерге арналған бағдарлама)	1	Робот-даяшыны сатып алған жағдайда тегін беріледі.
Жалпы шығын:	79 065 000 тг	

Кесте 2. Персоналға кететін шығындар.

Персоналдар	Саны	Жалақы, теңге
Кондитер	2	150 000*2=300 000
Шеф-аспазшы	2	200 000*2=400 000
Аспазшы	2	150 000*2=300 000
Менеджер	2	120 000*2=240 000
IT персоналы	1	120 000
Күзетші	2	80 000*2 =160 000
Даяшының көмекшісі	4	60 000*4=240 000
Тазалаушы қызметкер	4	60 000*4=240 000
Ыдыс жуушы	2	50 000*2=100 000
Жалақыға кететін жалпы бір айлық шығын	2 100 000	

Кесте 3. Мейрамханадан түсетін табыс құрылымы.

1 робот-даяшы 3 робот-даяшы	1 сағат 1 сағат	21 үстелге қызмет көрсетеді 60 үстелге қызмет көрстеді
1 сағатта шамамен 15 сағатта шамамен	4 үстел 60 үстел	8-10 адам 120-140 адам

1 адамға орташа шот	3000 тг
1 күнде	36000 тг
1 айда	10 800 000 тг
1 жылда	129 600 000 тг

Таза табыс.10 800 000 – 2 100 000(жалақы) – 3 240 000 (фудкост) – 650 000 (коммуналдық қызметтер) = 4 810 000 тг (1 айдағы таза табыс)

1 жылдағы таза табыс – 57 720 000 тг.

Мейрамхананың өзін-өзі ақтауы - 1 жыл 4 ай

Авторлар жобаны SWOT-талдау арқылы сынап көрді.

Кесте 4. SWOT-талдау

<p>Артықшылықтары:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Қолжетімді бағалар; 2. Жаңа технологиялардың қолданылуы; 3. Әрбір тұтынушыға индивидуалды қызмет көрсетілуі; 4. Тегін интернет (wi-fi); 5. Студенттерге арнайы жеңілдіктер; 6. Мейрамхананың эксклюзивті интерьері. 	<p>Әлсіз жақтары:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роботтарға байланысты техникалық ақаулар болуы мүмкін; 2. Техникадан шаршаған адамдарға арналмаған; 3. Даяшыларды қажет етпеуі; жұмыссыздыққа алып келуі.
<p>Мүмкіншіліктер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Жаңа технологиялардың нарықта актуалды болуы; 2.Қазақстанда мұндай мейрамхананың болмауына байланысты, бәсекелестердің аз болуы; 3. Маркетингтік қызметтерді дұрыс пайдаланудың арқасында, жетістікке жету. 4. Қазақстанның саяси тұрақтылығы туристтердің келуіне ықпал етуі; 5. Алматыдағы туризмнің дамуына байанысты, шетелдік туристердің және жергілікті тұтынушылардың көптеп келуі арқасында мейрамхананың табысты болуы. 	<p>Қауіп-қатерлер:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мейрамхананың артықшылықтарын дұрыс түсінбеуі; 2. Нарыққа басқа да жаңа технологияларды қолданатын мейрамханалар келуі; 3. Шетелдік валютаның өсуі; 4. Туризмдегі модернизацияның аз болуы.

Қорытынды. Авторлар мақалада Қазақстандағы мейрамхана бизнесін дамытуға ықпалын тигізетін «I-Robot» инновациялық мейрамханасының жобасын ұсынып, отандық тұтынушыларды, шетел азаматтарын ерекше қызмет көрсету түрімен тарту жолдарын көрсетті.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. <http://prohotelia.com.ua/2013/02/restaurant-innovation/>
3. Смыкова, М.Р., Устенова, О.Ж. Маркетинг индустрии гостеприимства. Алматы: Издательство LEM, 2011.
2. <http://lifeandbrand.com/innovatsii-v-restorannom-biznese.html>