**Сматаева М.А.**

Нархоз Университеті, «Мейрамхана және мейманхана бизнесі» мамандығының 2-курс магистранты

(Қазақстан, Алматы), E-mail: [madina.smatayeva@narxoz.kz](mailto:madina.smatayeva@narxoz.kz)

**Нурмуханбетова Д.Е.**

Нархоз Университеті, т.ғ.к., ассистент профессор

(Қазақстан, Алматы), E-mail: [dinara.nurmukhanbetova@narxoz.kz](mailto:dinara.nurmukhanbetova@narxoz.kz)

**Қазақстан Республикасындағы фастфуд кәсіпорындарында қызмет көрсету сапасын арттыру: күту уақытының анализіне негізделген әдістеме**

**\***

**Improving the quality of service at fast food enterprises in the Republic of Kazakhstan: a methodology based on the analysis of waiting times**

***Аңдатпа***

*Бұл мақалада Қазақстан Республикасының аумағындағы фастфуд-сегмент кәсіпорындарында қызмет көрсету сапасын арттырудың заманауи тәсілдері қарастырылады. Клиенттердің қанағаттануы мен операциялық қызметтің тиімділігіне әсер ететін мақсатты көрсеткіштер жүйесіндегі негізгі факторлардың бірі ретінде уақыттың рөліне ерекше назар аударылады. Жоғары бәсекелестік жағдайында күту уақытын азайту фаст-фуд кәсіпорындары үшін стратегиялық басымдыққа айналады.*

*Автор қызмет көрсету саласындағы бар проблемаларға талдау жүргізді, сондай-ақ тұтынушылар тарапынан сервис сапасын қабылдауды анықтауға бағытталған әлеуметтанулық зерттеу нәтижелерін ұсынды. Мақала сауалнама деректеріне, халықаралық тәжірибені талдау және Қазақстандағы фастфуд кәсіпорындарының ішкі бизнес-процестерін бағалауға негізделген.*

*Алынған мәліметтер негізінде цифрлық шешімдерді енгізуді, персоналдың функционалдық міндеттерін қайта бөлуді және ішкі регламенттерді түзетуді қоса алғанда, қызмет көрсету уақытын оңтайландырудың нақты жолдары ұсынылды. Ұсынылған шаралар күту уақытын азайтуға және келушілердің бейілділігін арттыруға бағытталған. Материалдар зерттеушілерге де, сала практиктеріне де пайдалы болуы мүмкін.*

***Кілт сөздер:*** *қоғамдық тамақтану орындары, фаст-фуд, қызмет көрсету сапасы, күту уақыты, нысаналы көрсеткіштер, сервисті басқару, қоғамдық тамақтану, Қазақстан, процестерді оңтайландыру, тұтынушы, күту уақыты, қызмет көрсету тиімділігі, алдын ала тапсырыс беру.*

**Кіріспе**

Қоғамдық тамақтану кәсіпорындарында қызмет көрсету сапасын арттыру – бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ететін қоғамдық тамақтану саласын дамытудың маңызды стратегиялық бағыты болып табылады [1].

Технологияның дамуы өнім түрлерінің алуан түрлілігін кеңейтіп, қызмет көрсету жылдамдығын арттырды. Осыған байланысты, қазіргі кезде жиі қолданылатын "фаст-фуд" мейрамханалары немесе жедел тамақтану қызметі көрсететін компаниялардың саны көбейді [2]. Қазақстан Республикасында да қазіргі заманғы қоғамдық тамақтану нарығы тұрақты түрде қарқынды өсуде, бұл тенденция қала тұрғындарының санының ұлғаюмен, сондай-ақ тұтынушы қалауының тез және қолжетімді тамақтану таңдауына қарай өзгеруімен байланысты.

Сондай-ақ, бүгінгі таңда, заманауи тұтынушы тағамның дәмдік сапасына емес, сонымен қатар тапсырыстан бастап оны тұтынуға дейінгі барлық үдерістің жедел әрі қолжетімді т.рде өтуіне айырықша мән береді. Осы себепті тез қызмет көрсететін қоғамдық тамақтану орындары (фаст-фуд) айрықша сұранысқа ие болып отыр, ал мұндай форматтағы мекемелердің басты артықшылықтары – жылдамдық, қолжетімділік және қызмет көрсету сапасының тұрақтылығы.

Мұндай жағдайда қоғамдық тамақтану саласындағы кәсіпорындар нарық талаптарына бейімделуге мәжбүр. Бүгінгі күннің өзекті талаптары: қызмет көрсетудің жылдамдығы, сапаның тұрақтылығы және тұтынушыға бағдарланған тәсілдер мен тұтынушының тәжірибесінің жағымды болуы. Бұл талаптар, әсіресе, фаст-фуд форматындағы мекемелер үшін өте маңызды, себебі мұндай кәсіпорындарда тұтынушының күту уақыты барынша қысқа, ал шешімдер тез қабылданып, тапсырыстар жылдам орындалуы тиіс.

Қазіргі тұтынушы тез қызмет көрсететін қоғамдық тамақтану орнынан, ең алдымен, жылдам қызмет көрсетуді және тез тамақтану мүмкіндігін күтеді. Бұл жеделдік – дәл осы форматтағы мекемелердің басты ерекшелігі және оларды басқа қоғамдық тамақтану кәсіпорындарынан ерекшелендіреді. Егер дәстүрлі мейрамханалар атмосфераға, тағамды өз стандартталған кезегімен ұсынуға және мекемеде барында ұзақ отырып демалу бағытына қарай негізделсе, фаст-фуд орындары қарапайымдылықты, функционалдылықты және жылдамдықты білдіреді.

Дегенмен, тәжірибе көрсеткендей, тіпті ірі қалаларда да тапсырыстарды ұзақ күту, қызметкерлердің шамадан тыс жұмыспен жүктеу және алдын ала тапсырыс беру мүмкіндігі немесе электрондық кезек сияқты заманауи цифрлық шешімдердің болмауы жағдайлары кездеседі. Мұндай кемшіліктер қызмет сапасының қабылдануына кері әсерін тигізіп, тұтынушылардың бейілділігін төмендетеді.

ҚР СТ ГОСТ Р 52113-2010 стандартына сәйкес күту ұзақтығы мен қызмет көрсетудің жеделдігі қызмет көрсету сапасының деңгейін айқындайтын тағайындау көрсеткіштерінің (показатели назначения) қатарына кіреді [3]. Осылайша, осы аспектілерді зерттеу тек практикалық қана емес, сонымен қатар нормативтік маңызға да ие.

Саладағы бәсекелестіктің күшеюі мен технологиялық өзгерістер жағдайында сапаны тиімді басқаруға, тұтынушылардың өзгеріп жатқан қалауларына қарай бейімделуге және ішкі үдерістердің тұрақтылығын қамтамасыз етуге бағытталған құралдардың маңызы әлдеқайда арта түсуде. Бұл кәсіпорындардан техникалық базаны жаңартумен қатар, нақты деректерге сүйенетін және жергілікті нарық ерекшеліктерін ескеретін қызмет көрсету сапасын арттыруға арналған арнайы бағдарламаларды енгізуді талап етеді.

Зерттеудің негізгі мақсаты – Қазақстандағы фаст-фуд форматындағы қоғамдық тамақтану орындарында қызмет сапасына әсер ететін факторларды кешенді түрде талдау және уақыт көрсеткіштеріне баса назар аудара отырып, клиенттердің сұранысы мен жергілікті нарықтың ерекшеліктерін ескеретін оңтайландыру бағдарламасын ұсыну. Тақырыптың өзектілігі саланың қарқынды дамуымен және бәсекелестіктің күшею жағдайында сапа менеджментінің тұрақты құралдарын енгізу қажеттілігімен айқындалады.

Мақалада фаст-фуд сегментінің қазіргі жағдайы мен ерекшеліктеріне шолу, зерттеу әдістемесі, алынған мәліметтерге талдау, сондай-ақ анықталған мәселелерді шешуге бағытталған ұсыныстар қамтылған. Зерттеудің практикалық бағыты оның нәтижелерін теориялық ортада ғана емес, сонымен қатар қоғамдық тамақтану саласының тиімділігін және бәсекеге қабілеттілігін арттыруға ұмтылатын менеджерлер үшін де пайдалы етеді.

**Зерттеу әдістемелері**

Зерттеу жұмысының негізіне Қазақстандағы фаст-фуд нарығындағы жағдайды жан-жақты бағалауға мүмкіндік берген аралас тәсілдер қолданылды. Бұл әдістеме сандық және сапалық тәсілдерді үйлестіре отырып, алынған деректердің сенімділігі мен репрезентативтілігін қамтамасыз етті, сонымен қатар тұтынушылар пікірі мен бизнес өкілдерінің бағаларын салыстыруға мүмкіндік берді.

Сандық зерттеу бөлігі жылдам қызмет көрсететін қоғамдық тамақтану орындарының клиенттері арасында жүргізілген онлайн-сауалнама арқылы жүзеге асты. Сауалнамаға әртүрлі жас аралығындағы тұтынушылар қатысып, жалпы саны 300-ден астам респондент қамтылды. Сұрақтар олардың тамақтану дағдыларына, қызмет көрсету уақытынан күтілетін талаптарға, алдын ала тапсырыс беру туралы көзқарасына және жалпы сапаға әсер ететін факторларға қатысты болды. Бұл тұтынушылардың басымдықтарын анықтауға және жедел қызмет көрсетудің қанағаттанушылық деңгейін бағалауға мүмкіндік берді.

Сапалық зерттеу бөлігі фаст-фуд кәсіпорындарының иелері мен басқарушылары арасында жартылай құрылымдалған сұхбаттар жүргізуді қамтыды. Бұл кезеңге желілік және жеке кәсіпкерлік форматтағы мекемелердің өкілдері тартылды. Сұхбаттарда қызмет сапасын басқару тәсілдері, кадрлық қамтамасыз ету мәселелері, цифрлық шешімдерді енгізу, қарбалас уақыттағы клиент ағынын басқару тақырыптары қарастырылды. Бұл сұхбаттар қызмет сапасын дамытуға кедергі келтіретін ішкі тосқауылдарды және басшылардың өзгерістерге дайындық деңгейін терең түсінуге мүмкіндік берді.

Қосымша ретінде ашық дереккөздерге талдау жүргізілді: аналитикалық есептер, нормативтік құжаттар (оның ішінде ҚР СТ ГОСТ Р 52113-2010), сондай-ақ танымал платформалар мен әлеуметтік желілердегі тұтынушы пікірлеріне контент-талдау жасалды. Пайдаланушы тәжірибесіне жасалған талдау тұтынушылардың көзқарасы тұрғысынан проблемалық тұстарды анықтауға, сандық және сапалық деректерді эмоционалдық қабылдау арқылы толықтыруға көмектесті.

Жалпы алғанда, аралас әдістемені қолдану Қазақстандағы фаст-фуд нарығының қазіргі жағдайын объективті түрде бағалауға және қызмет көрсетуді жетілдіруге бағытталған нақты ұсыныстарды қалыптастыруға мүмкіндік берді.

**Зерттеу нәтижелерін талдау және талқылау**

Қазақстандағы жылдам тамақтану саласындағы қызмет көрсету ерекшеліктерін зерделеуге бағытталған бұл зерттеу аясында басты назар уақыттық сипаттамаларға, атап айтқанда, тапсырысты күтудің ұзақтығына аударылды. Объективті деректер алу мақсатында бірнеше әдіс қолданылды: тұтынушыларға сауалнама жүргізу, жылдам тамақтану кәсіпорны иесімен сұхбат және интернет-платформаларда жарияланған тұтынушылар пікірлеріне контент-талдау жасау.

Сауалнамаға Алматы, Астана және Шымкент қалаларынан 300-ден астам респондент қатысты. Қатысушылардың басым бөлігін 18 бен 35 жас аралығындағы жастар құрады, бұл жылдам тамақтану орындарының негізгі мақсатты аудиториясын көрсетеді. Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, уақыт факторы тұтынушылардың қызмет көрсету сапасын қабылдауында шешуші рөл атқарады. Бұл тұжырым, зерттеулерде қызмет көрсету сапасы мен халықтың өмір сүру сапасы арасындағы өзара байланыс ретінде көрсетілген [4].

1-сурет. Фаст-фуд мекемелерінде тапсырысты күтудің орташа уақытына қатысты тұтынушы пікірлері

Жоғарыда көрсетілген 1-суретте респонденттердің фаст-фуд форматындағы қоғамдық тамақтану орындарында тапсырысты күтуге дайын уақыт шегі көрсетілген. Зерттеу нәтижесі бойынша, сауалнамаға қатысқандардың ең үлкен үлесі (шамамен 33%) 6–10 минут аралығын қалыпты күту уақыты ретінде қабылдайды. Бұл көрсеткіш қызмет көрсетудің жылдамдығы фаст-фуд форматы үшін шешуші фактор болғанымен, тұтынушылардың белгілі бір деңгейде шыдамдылық таныта алатынын көрсетеді.

Сонымен қатар, бұл көрсеткіш қызмет көрсету процесіндегі уақыт факторының маңыздылығын дәлелдейді және оны қызмет көрсету сапасының белгіленген көрсеткіштерінің бірі ретінде қарастыру қажеттігін негіздейді. Бұл уақыттық сипаттамалар, ғылыми әдебиетте атап көрсетілгендей, клиенттік құндылыққа тікелей әсер ететін фактор болып табылады және PDCA циклі мен Lean-менеджмент құралдары арқылы оңтайландыруға жатады [5].

Жаһандық деңгейде жүргізілген зерттеулер де күту уақытының тұтынушы қанағаттанушылығына әсерін растайды. Мысалы, Малайзиядағы зерттеуде күту уақытының тұтынушының жалпы қанағаттанушылығына оң әсер ететіні анықталған [6].

Сонымен қатар, 1–2 минут (шамамен 24%) және 3–5 минут (22%) аралығын қолайлы деп есептейтін респонденттер де аз емес. Бұл көрсеткіштер жылдамдыққа жоғары талап қоятын тұтынушылардың үлесі де айтарлықтай екенін дәлелдейді. Ал қалған 21% респондент күту уақыты маңызды емес деп жауап берген. Бұл жауап берушілер үшін басқа факторлар – мысалы, сапа, дәм немесе баға – маңыздырақ болуы мүмкін екенін білдіреді.

Бұл тұжырым Parasuraman және т.б. ұсынған SERVQUAL үлгісінің тұжырымымен үйлеседі, онда «күту уақыты – тұтынушының қабылдаған қызмет сапасына әсер ететін негізгі факторлардың бірі» ретінде қарастырылады [8].

Жалпы алғанда, бұл мәліметтер күту уақытының фаст-фуд мекемелеріндегі тұтынушы қанағаттанушылығына тікелей әсер ететін маңызды көрсеткіш екенін тағы бір мәрте дәлелдейді. Кәсіпорындар өз қызмет көрсету жүйесін оңтайландыру кезінде осы деректерді ескеріп, операциялық үдерістерді тиімді ұйымдастыруға назар аударуы тиіс.

2-сурет. Тұтынушы үшін фаст-фудқа тапсырыс беру кезінде маңызды факторлар

Берілген 2-суретте көрсетілген диаграммада тұтынушылардың фаст-фудқа тапсырыс беру кезінде нені басымдыққа қоятыны бейнеленген. Сауалнама нәтижесі бойынша, респонденттердің ең үлкен үлесі үшін дайындалу жылдамдығы шешуші фактор болып табылады. Бұл – fast food форматындағы мекемелерге деген тұтынушылық үміттің басты көрсеткіші: мұндай орындардан адамдар, ең алдымен, уақыт үнемдеуді күтеді. Уақыт тапшылығы жағдайында клиент үшін тамақтың тез дайындалуы – басты артықшылық.

Екінші орында – ингредиенттердің сапалығы. Бұл тұтынушылардың тек жылдамдықпен ғана шектелмей, тағамның құрамына, санитарлық қауіпсіздігіне және тағам өнімдерінің балғындығына да назар аударатынын білдіреді. Бұл фактор fast food индустриясында сапаға деген талаптың өсіп келе жатқанын көрсетеді.

Тағамның дәмі үшін жауап бергендердің де үлесі едәуір. Бұл – жылдам тамақтану орындарына қойылатын маңызды субъективті критерий. Жоғары жылдамдық пен қолжетімді бағалар болғанымен, егер тағам дәмсіз болса, тұтынушының қайтып келу ықтималдығы төмендейді. Сондықтан дәм де – бәсекелестікке қабілеттілікті анықтайтын маңызды компоненттердің бірі.

Ал баға көрсеткіші соңғы орында тұр. Бұл фактордың төмен үлесі фаст-фуд тұтынушыларының негізгі мотивациясы «арзан тамақ» емес, «тез әрі тиімді» дегенге негізделетінін аңғартады. Zakon.kz сайтындағы 2024 жылғы 11 қыркүйекте жарияланған мақалада Қазақстанда қоғамдық тамақтану орындарындағы бағалардың өсуі туралы баяндалады. Фастфуд орындарындағы бағалар 12,4%-ға артқаны атап өтіледі . Бұл дерек фастфудтың салыстырмалы түрде қолжетімділігіне қарамастан, бағалардың өсуі тұтынушылардың таңдауына әсер етуі мүмкін екенін көрсетеді. Фастфудтың арзандығы мен қолжетімділігі тұтынушылар үшін маңызды фактор болып табылады, алайда бағалардың өсуі бұл артықшылықты азайтуы мүмкін [7]. Дегенмен, тұтынушылар қызметтің жалпы құндылығын бағалай отырып, бағаның өзі емес, оның сапа мен жылдамдыққа сай болуын күтеді.

Бұл диаграмма фаст-фуд кәсіпорындары үшін маңызды стратегиялық бағдарды ұсынады. Тек қана бағаны төмендетуге емес, дайындалу жылдамдығын оңтайландыруға, ингредиенттердің сапасын бақылауға және тағамның дәмін тұрақты ұстауға бағытталған кешенді тәсіл — клиент тартудың және сақтаудың ең тиімді жолы екенін көрсетеді. Сонымен қатар, бұл мәліметтер қызмет көрсету сапасын арттыру бағдарламасын әзірлеуде тұтынушы үмітін ескере отырып, нақты бағыттарды анықтауға мүмкіндік береді.

Сауалнама бойынша, төменде берілген 3-суретте көрсетілгендей, респонденттердің басым бөлігі арнайы қосымша арқылы алдын ала тапсырыс беріп, оны кезексіз алу мүмкіндігін міндетті түрде пайдалануға дайын екендігін білдірді. Бұл көрсеткіш тұтынушылардың уақытты үнемдеу мен қызмет көрсету жылдамдығына деген жоғары сұранысын айғақтайды. Бұл тұжырым халықаралық зерттеулермен де сәйкес келеді: мысалы, Parasuraman және т.б. еңбектерінде тұтынушының күтуді қабылдау шегі – қызмет сапасын бағалаудағы негізгі факторлардың бірі ретінде қарастырылады [8].

3-сурет. Тұтынушылардың алдын ала тапсырыс беру қызметіне қатынасы

Диаграммада тұтынушылардың арнайы қосымша немесе жүйе арқылы алдын ала тапсырыс беріп, кезексіз алу мүмкіндігіне қалай қарайтыны көрсетілген. Зерттеу нәтижесіне сүйенсек, респонденттердің басым бөлігі – шамамен жартысы – «Иә, міндетті түрде пайдаланар едім» деп жауап берген. Бұл цифр — тұтынушылардың жылдамдық пен уақыт үнемдеуге деген жоғары сұранысын нақты дәлелдейді. Мұндай функция клиенттердің өмірін жеңілдетіп, мекемелер үшін тиімділік пен клиент ағынын басқарудың қосымша құралы бола алады.

«Бәлкім, егер ыңғайлы болса» деп жауап бергендердің үлесі де айтарлықтай жоғары. Бұл топтағы тұтынушылар нақты интерфейстің ыңғайлылығына, қосымшаның қолжетімділігіне, қызметтің шынайы тиімділігіне байланысты шешім қабылдайды. Бұл санат мекемелер үшін UX/UI дизайны мен клиентке бағытталған сервис сапасын жақсарту қажеттігін көрсетеді.

Ал «Жоқ, мен үшін күту қиындық тудырмайды» деген жауап бергендердің үлесі ең аз. Бұл тұтынушылардың аз бөлігі ғана күтуге төзімді және алдын ала тапсырысты қажет етпейтінін білдіреді. Дегенмен, олардың үлесі елеулі емес және жалпы үрдіс тұтынушының уақытын үнемдеуге бағытталған жаңа шешімдерге ашық екенін байқатады.

Осы деректер фаст-фуд кәсіпорындарына алдын ала тапсырыс беру жүйесін енгізудің өзектілігін растайды. Мұндай жүйе күту уақытын қысқарту арқылы клиенттердің жалпы қанағаттануын арттыруға, сонымен қатар қарбалас сәттерде жұмыс жүктемесін тиімді бөлуге мүмкіндік береді. Жоғары технологиялық шешімдерге дайын аудитория бар екені бұл бағыттағы инвестициялардың өзектілігін дәлелдейді.

Сонымен қатар, цифрландыру құралдарына қатысты да тұтынушылардың пікірі маңызды болды. Сауалнамаға қатысқандардың 61%-ы мобильді қосымша немесе сайт арқылы алдын ала тапсырыс беру мүмкіндігіне қызығушылық білдірді. Бұл клиенттердің кезек күту уақытын азайтып, процестің ашықтығын қамтамасыз ететін құралдарға деген нақты сұранысын айқындайды.

Кәсіп иесінің көзқарасын білу мақсатында жылдам тамақтану нүктелерінің бірінің иесімен сұхбат жүргізілді. Әңгіме барысында қызмет көрсету үдерісін ұйымдастыру, персонал жүктемесі, әсіресе қарбалас сәттерде туындайтын қиындықтар мен оларды шешу жолдары талқыланды. Сұхбаттасушы тұрақты әрі жылдам қызмет көрсетуді қамтамасыз ету үлкен мәселе екенін растап, басты кедергілер ретінде білікті кадрлардың жетіспеушілігін, автоматтандырылған жүйелердің болмауын және жаңа технологияларды енгізуге қажетті ресурстардың шектеулілігін атады. Сонымен қатар, ол алдын ала тапсырыс беру жүйесін енгізудің әлеуетін жоғары бағалап, бұл жаңалықтың кәсіпорын тиімділігіне де, клиенттердің қанағаттануына да оң әсер ететінін айтты. Алайда ол шағын бизнестерге бейімделген нақты практикалық құралдардың жоқтығын және мұндай шешімдерді жүзеге асыруда қиындықтар туындайтынын атап өтті.

Интернет-платформаларда (Google Maps, 2GIS, Tripadvisor және т.б.) жарияланған 30-дан астам жылдам тамақтану орнына қатысты 200-ден астам пікірге жүргізілген контент-талдау тұтынушылар көзқарасын одан әрі тереңірек талдауға мүмкіндік берді. Теріс пікірлердің басым көпшілігі (44%) қызмет көрсету уақытындағы кідірістерге, тапсырыстың уақытында берілмеуіне, тапсырыстардың шатастырылуына және тағам дайын болу уақыты туралы хабарландырудың болмауына қатысты болды. Ал оң пікірлер, керісінше, жылдам қызмет көрсету, онлайн тапсырыс беру жүйесінің ыңғайлылығы және қызметкерлердің сыпайылығы туралы оң сипатта болды. Айта кетерлігі, алдын ала тапсырыс беру функциясы туралы пікірлер дерлік кездеспейді, бұл аталған қызметтің Қазақстан нарығында әлі кең таралмағанын көрсетеді.

Жинақталған мәліметтер уақыттық аспектінің — яғни тапсырысты күту ұзақтығы мен қызмет көрсету жылдамдығының — тұтынушылар үшін көрсетілетін қызмет сапасының ажырамас бөлігі болып табылатынын дәлелдейді. Бұл аспект нормативтік құжаттармен де расталады. Атап айтқанда, ҚР СТ ГОСТ Р 52113-2010 «Қоғамдық тамақтану қызметтері. Жалпы талаптар» стандартына сәйкес, қызмет көрсету жылдамдығы сапа көрсеткіштерінің номенклатурасына енеді және уақыттық сипаттамалар қатарына жатады. Демек, қызмет көрсету уақыты басқаруға және өлшеуге болатын сапа көрсеткіші ретінде қарастырылуы керек, әсіресе жылдам қызмет көрсету басты мақсат болып табылатын мекемелер үшін бұл өте маңызды.

Осылайша, жүргізілген зерттеулердің нәтижелері қызмет көрсету сапасын арттыру мәселесіне кешенді көзқараспен қарау қажеттігін көрсетеді. Ұзақ күту, цифрлық шешімдердің болмауы, қызметкерлер жұмысының үйлесімсіздігі сынды мәселелер жүйелі түрде шешуді талап етеді. Екінші жағынан, тұтынушылар тарапынан артып отырған күтілімдер мен кәсіпкерлердің оң қабылдауы нақты тәжірибелік ұсынымдар әзірлеуге мүмкіндік береді. Осы тұжырымдар негізінде келесі тарауда қызмет көрсету сапасын арттыруға бағытталған кешенді бағдарлама ұсынылады. Бағдарламаның негізінде тапсырысты күтудің ұзақтығын қысқарту, ішкі үдерістерді стандарттау және алдын ала тапсырыс беру мүмкіндігін енгізу жолымен қызмет көрсету үдерісін оңтайландыру идеясы жатыр.

**Зерттеу нәтижелері**

Осы зерттеу Қазақстан Республикасындағы жылдам тамақтану саласындағы қызмет көрсету ерекшеліктерін талдауға бағытталды. Негізгі назар уақыттық сипаттамаларға, атап айтқанда, тапсырысты күтудің ұзақтығына аударылды. Мақсат – уақыт факторы тұтынушылардың қызмет сапасын қалай қабылдайтынын және қандай нақты қиындықтар тұтынушылар мен кәсіп иелерін алаңдататынын анықтау болды. Объективті әрі жан-жақты деректер алу үшін аралас әдіснама қолданылды: тұтынушылар арасында сауалнама жүргізіліп, кәсіп иесімен сұхбат өткізілді және интернет платформаларда жарияланған пікірлерге контент-талдау жасалды.

Сауалнама нәтижелері көрсеткендей, тұтынушылардың басым бөлігі жылдам тамақтану орындарын қолжетімді баға мен тез қызмет көрсетуі үшін таңдайды. Дегенмен, бұл артықшылықтар бар проблемаларды толықтай өтей алмайды. Респонденттердің жартысынан көбі қызмет көрсету сапасына көңілі толмайтынын айтты – көбінесе ұзақ күту мен тапсырысты ұйымдастырудағы тиімсіздікке шағымданған. Респонденттердің небәрі 21%-ы қызмет сапасын жоғары деп бағаласа, 64%-ы ең басты себеп ретінде баға мен жылдамдықты атады. Респонденттердің үштен бірі алдын ала тапсырыс беру мүмкіндігі (мобильді қосымша арқылы) олардың қанағаттануын едәуір арттыратынын атап өтті. Осыған орай, қызмет көрсету сапасын арттыруға бағытталған, цифрландыруды, алдын ала тапсырысты, клиенттік жолды оңтайландыруды және персонал біліктілігін арттыруды қамтитын кешенді бағдарламаны әзірлеу мен енгізу – өзекті ғана емес, қажетті шара ретінде көрініс табады [9].

Сонымен қатар, Алматы қаласында орналасқан нақты фастфуд кәсіпорнының иесімен сұхбат жүргізілді. Кәсіп иесі қызмет көрсету шапшаңдығы клиенттердің қайтып келуіне және адалдығына тікелей әсер ететін басты фактор екенін атап өтті. Негізгі қиындықтар ретінде ол ең жүктемелі сағаттарда персонал тапшылығын, тапсырысты қабылдау процесін жеделдетуге мүмкіндік беретін икемді техникалық шешімдердің жоқтығын және ішкі командалық өзара әрекеттестік мәдениетінің әлсіздігін атады. Кәсіпкер цифрлық құралдарды жүйелі түрде енгізудің, қызмет көрсету процесін автоматтандыру мен персонал әрекеттерін стандарттаудың қажеттілігіне ерекше тоқталды. Оның пікірінше, ұзақ мерзімді табысты қызмет үшін бизнестің жұмыс үлгісін қайта қарап, басты назарды жылдамдыққа, ыңғайлылыққа және алдын ала болжамдылыққа аудару қажет.

Google Reviews, 2GIS және Instagram сияқты танымал интернет-платформалардағы пікірлерге жасалған контент-талдау да сауалнама мен сұхбат барысында анықталған мәселелерді растады. 2023–2024 жылдар аралығында жарияланған 50 пікірдің ішінде ең жиі кездескен шағымдар: тапсырысты күту уақытының ұзақтығы, тапсырысты жинаудағы қателіктер және кезектер. Ал оң пікірлер, негізінен, тағамның дәмі мен бағасына қатысты болды. Бұл өнім сапасы жоғары болғанның өзінде, қызмет көрсету сапасындағы кемшіліктер тұтынушы тәжірибесіне айтарлықтай теріс әсер етуі мүмкін екенін көрсетеді. Әсіресе, жоғары жүктеме кезінде қызмет көрсету жылдамдығының бұзылуы өткір қабылданады. Бұл жағдай ішкі процестерді оңтайландырудың өзектілігін көрсетеді.

Жалпы алынған нәтижелерді қорытындылай келе, бәсекелестіктің күшеюі мен тұтынушылардың өсіп келе жатқан күтулері жағдайында қызмет көрсету жылдамдығы мен нақтылығы жылдам тамақтану кәсіпорындарының табыстылығын айқындайтын негізгі факторларға айналатынын байқаймыз. Қоғамдық тамақтану нарығындағы тұтынушылардың басты артықшылықтарының қатарында өнімнің сапасы, қызмет көрсету жылдамдығы және бағаның қолжетімділігі бірінші орында тұрады. Бұл факторлар тұтынушы таңдауының негізгі детерминанттары болып табылады [10]. Бұрын техникалық көрсеткіш ретінде қарастырылған уақыттық фактор бүгінде кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі мен тұрақтылығының стратегиялық көрсеткішіне айналып отыр. Осыған орай, қызмет көрсету сапасын арттыруға бағытталған, цифрландыруды, алдын ала тапсырысты, клиенттік жолды оңтайландыруды және персонал біліктілігін арттыруды қамтитын кешенді бағдарламаны әзірлеу мен енгізу – өзекті ғана емес, қажетті шара ретінде көрініс табады.

**Қорытынды**

Осылайша, жүргізілген зерттеу Қазақстандағы жылдам тамақтану орындарындағы тұтынушыларға қызмет көрсету сапасына деген көзқарастың негізгі заңдылықтарын анықтауға, сондай-ақ қызмет көрсету үдерісін ұйымдастырудағы өзекті мәселелерді айқындауға мүмкіндік берді. Алынған мәліметтерге сүйене отырып, тапсырысты орындау уақыты мен кезек ұзақтығы сияқты уақыттық факторлардың тұтынушының қанағаттану деңгейіне шешуші әсер ететіні дәлелденді. Жылдам тамақтану орындары дәстүрлі түрде жедел қызмет көрсету мен қолжетімді бағалармен байланысты болғанымен, қазіргі тұтынушылардың күткен деңгейі мен нақты тәжірибесі арасында алшақтық байқалуда.

Сауалнама нәтижелері, кәсіпкермен жүргізілген сұхбат және интернетте жарияланған пікірлерге жасалған контент-талдау қызмет көрсету сапасын бірнеше қырынан кешенді түрде бағалауға мүмкіндік берді. Зерттеу барысында анықталған басты мәселе – қызмет көрсетудің кешігуі, үдерістердің тиімсіз ұйымдастырылуы, цифрлық шешімдердің жеткіліксіз қолданылуы және шарықтау сәттерінде персоналдың шамадан тыс жүктемесі тұтынушылардың сенімін төмендетіп, кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін әлсіретіп отырғаны. Бұған қоса, басқа салаларда (банкинг, жеткізу, такси қызметі т.б.) онлайн-сервистердің дамуымен үйреншікті болған тұтынушылар қоғамдық тамақтану саласынан да сол деңгейдегі цифрландыруды күтуде. Жылдам тамақтану кәсіпорындары үшін мобильді қосымшаларды қолдану – қызмет көрсету жылдамдығын арттырумен қатар, тұтынушылармен өзара әрекеттесу сапасын жақсартуға мүмкіндік береді. Клиенттер үшін басты фактор – тапсырысты тез әрі ыңғайлы рәсімдеу мүмкіндігі, сондықтан қосымшада мәзірдің қарапайымдылығы мен тапсырысты бірнеше қадамда беру функциясы маңызды рөл атқарады [11].

Қазіргі таңда санитарлық-гигиеналық талаптар, тағам қауіпсіздігі, қызмет көрсету сенімділігі мен персоналдың кәсіби деңгейіне қатысты нормативтік құжаттар болғанымен, дәл уақыттық көрсеткіштерді жақсартуға бағытталған бірыңғай стандарттар мен әдістемелік ұсынымдар жетіспейді. Бұл — фастфуд сегментінде шешуші мәнге ие болып отырған уақыт тиімділігі мәселесі тұрғысынан елеулі олқылық.

Осыны ескере отырып, қызмет көрсету сапасын арттыруға бағытталған кешенді бағдарламаны әзірлеу – бүгінгі күні аса өзекті. Мұндай бағдарлама келесілерді қамтуы мүмкін: тұтынушы ағынын басқаруға арналған цифрлық шешімдерді енгізу, алдын ала тапсырыс беру жүйесін пайдалану, тапсырысты қабылдау мен беруді автоматтандыру, персоналды шұғыл әрі тиімді қызмет көрсетуге оқыту, сондай-ақ қызмет көрсету үдерісінің негізгі кезеңдерінде уақыт көрсеткіштерін бақылауға арналған стандарттар әзірлеу.

Осындай жүйелі тәсілді жүзеге асыру клиент тәжірибесін жақсартуға ықпал етіп қана қоймай, кәсіпорындарға бәсекелестікке бейімделуге, тұтынушылардың өскелең талаптарына жауап беруге және тұрақты дамуға мүмкіндік береді. Бұл өз кезегінде Қазақстандағы жылдам тамақтану нарығының клиентке бағдарланған әрі сапалы инфрақұрылымға негізделген жаңа деңгейге көтерілуіне жол ашады.

**Әдебиеттер тізімі**

1. Исаенко А.В., Королев А.В. Подходы к оценке качества обслуживания на предприятиях общественного питания // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2018. – №4. – С. 128–132.

2. Дуисенов А., Омаров Б., Айтказинова Б., Сулейменова Л. Қазақстандағы фастфуд нарығына талдау // Research Result. Business and Service Technologies. – 2023. – Т. 9, №1. – Б. 15–23.

3. ҚР СТ ГОСТ Р 52113-2010. Қоғамға көрсетілетін қызметтер. Қоғамдық тамақтану қызметтері. Қызмет сапасының көрсеткіштер номенклатурасы.

4. Суслова Ю.Ю., Подачина Л.И. Қоғамдық тамақтану қызметтерін халықтың өмір сүру сапасын арттыру факторы ретінде дамыту // Экономика и управление в сфере услуг. – 2021. – №3. – Б. 326–328.

5. Шимохин А.В. Методика анализа качества услуг // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». – 2021. – №3. – С. 129–137.

6. Lahap, J., Azlan, R.I., Bahri, K.A., Said, N.M., Abdullah, D., & Zain, R.A. (2018). The Effect of Perceived Waiting Time on Customer’s Satisfaction: A Focus on Fast Food Restaurant. International Journal of Supply Chain Management, 7(5), 259–265.

7. Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросы. На сколько обеды в кафе и ресторанах стали дороже // Zakon.kz. – 2024. Қыркүйек 11. – Қолжетімді сілтеме (02.06.2025 ж. қаралды).

8. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41–50].

9. Пономарев Н.Р., Леуш И.И. Государственная поддержка в цифровой экономике // Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь, 2021. – С. 49–51.

10. Бекетова Л.А., Колодина А.Е. Приоритеты потребительского выбора на рынке общественного питания // Вестник Саратовского государственного аграрного университета. – 2023. – №4 (49). – С. 74–79.

11. Гизатулина К.А. Мобильные приложения как фактор развития предприятий общественного питания в сегменте фаст-фуд // Кемеровский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2021. – С. 109–112.