

➤ Орындалған сынақтардың уақыты мен құнын бағалау [3].

Бұл мақалада заманауи зертханалық жүйелер жүзеге асыратын мүмкіндіктерді сипаттауға әрекет жасалды. Бұл мүмкіндіктер зертхана қызметінің барлық аспектілерін басқарудан басқа ештеңе емес екендігі көрсетілді. Зертханалық ақпараттық жүйе біздің елімізде әлі де жақсы танымал емес және әлеуетті тұтынушылардың олар туралы интуитивті идеялары мүлдем дұрыс емес сияқты. Көбінесе зертханалық-ақпараттық жүйенің аббревиатурасы бойынша тұтынушыларға зертханалық қызметті ішінара автоматтандыру құралдары ұсынылады.

Осыған байланысты, зертханалық-ақпараттық жүйелерді қолдану ішкі бақылау мен зертханааралық сынақтарды автоматтандыру арқылы зертханалық зерттеулердің сапасын жақсартуға мүмкіндік береді; әр түрлі салалардағы зертханалардың алдында тұрған және жүйенің негізгі пайдаланушылары ретінде зертхана мамандарына бағытталған көптеген мәселелерді шешуге көмектеседі. Бұл артықшылықтар зерттеу және өндірістік процестерде маңызды.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Савельев Е.В. Лабораторно-информационные менеджмент-системы или автоматизация лаборатории «в целом» // Партнеры и конкуренты. 2005. — №4.-С. 41-43.
2. Л.П. Трошева, Д.О. Скобелев, Н.А. Туманов. Лабораторно-информационная система в практической деятельности промышленных предприятий. // Химическая промышленность. 2006. - т. 83. - № 1. - С. 28-36.
3. Нуцков В.Ю., Дюмаева И.В. Лабораторно-информационные системы. Критерии выбора // Заводская лаборатория. №10, 2004, С. 55-60.

УДК 330

ҚОҒАМДЫҚ ТАМАҚТАНДЫРУ КӘСІПОРЫНДАРЫНДА СМЖ ЖОБАЛАУ МЕН ЕНГІЗУ САПАСЫН БАСҚАРУ

Арыстан Жайна Сафуанқызы

zhainaarystan@gmail.com

ЕҰУ, Көлік-энергетика факультеті, «Стандарттау, сертификаттау және метрология»
кафедрасы, 4 курс, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – Б.У.Байхожаева

Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының қызметі халықтың өмір сүру сапасы мен мәдениетіне айтарлықтай әсер етеді. Тамақтану қызметтерін көрсете отырып, кәсіпорындар адамның физиологиялық ғана емес, сонымен бірге әлеуметтік, рухани қажеттіліктерін - қарым – қатынас, құрмет, тану, жаңалық, Сұлулық, үйлесімділік және т.б. қанағаттандырады. Нарықтағы жоғары бәсекелестікке байланысты кез-келген ұйым қызметтердің сапасын жақсарту нұсқаларын, атап айтқанда мейрамхана бизнесінде үнемі қарастыруы керек. Сапаны қызметтердің қасиеттері немесе сипаттамалары ретінде қарастыруға болады, яғни қасиеттер неғұрлым көп болса, сапа деңгейі соғұрлым жоғары болады. Осы контексте "сапа" анықтамасын мейрамхана мәзіріне қолдана отырып, сапа дәрежесін, ең алдымен, ұсынылатын тағамдар ассортиментінің мөлшері мен залдың сыйымдылығын анықтау керек. Техникалық тұрғыдан алғанда, сапа ұйыммен өзара әрекеттесудің нәтижесі ретінде қарастырылады; тамақтану кәсіпорны жағдайында нәтиже тамақ болып табылады. Функционалды тұрғыдан алғанда, сапа-бұл қызмет көрсету деңгейі, және осы тақырып аясында даяшылардың кәсібилігі, мейрамханада қалыптасқан атмосфера деп санауға болады. Жалпы алғанда, қызмет көрсету дегеніміз-

тұтынушыларға сервистік өнімді өндірушілеролардың сұраныстарын қанағаттандыру және оларға қолайлы артықшылықтар мен ыңғайлылықтар беру мақсатында жүзеге асыратын еңбек операциялары, тиісті әрекеттер, әртүрлі күш-жігер жүйесі.

Қызметтердің сапасын басқару жүйелерінің маңызды құрамдас бөлігі стандарттау болып табылады, ол ең ұтымды нормаларды іздейтін, содан кейін оларды нормативтік құжаттарда стандарттар, нұсқаулықтар, әдістер мен өнімді әзірлеуге қойылатын талаптар деңгейіне бекітетін норма түзушілік қызмет болып табылады; яғни стандарттау дегеніміз-стандарттарға сәйкестікті белгілейтін құралдар жиынтығы. Қазіргі шындықта стандарттау өнім (жұмыс, қызмет және т.б.) сапасын басқару тетігінің негізгі буындарының бірі болып табылады. Стандарттау жөніндегі халықаралық ұйымның (ИСО) анықтамасына сәйкес стандарттау нақты салалардағы қызметті пайда үшін реттеу үшін және барлық мүдделі тараптардың қатысуымен, оның ішінде қауіпсіздік техникасының функционалдық шарттары мен нормаларын сақтау процесінде жалпы оңтайлы үнемдеу мақсатында нормалар мен ережелерді белгілеу және қолдану ретінде айқындалады.

Ұйымның сыртқы және ішкі ортасын талдау негізінде қызмет көрсету сапасын басқару жүйесі жасалады, онда қызмет көрсету стандарттары негізгі элемент болып табылады. Қызмет көрсету стандарттары сапа менеджменті жүйесінің жеткілікті тиімділігін қамтамасыз ету үшін қажетті өлшемдерді білдіреді. Қызмет көрсету стандарттары-бұл персонал жүзеге асыратын және клиенттердің максималды қанағаттануына ықпал ететін рәсімдер мен күнделікті операциялар жиынтығы.

Қызмет көрсету стандарттарын әзірлеудің негізгі принциптері келесі талаптарға сай болуы керек:

- дәл, өлшенетін, анық болуы керек;
- нақты клиенттердің пікірлері мен көзқарастары негізінде құрылады;
- болуы міндетті досыағаемыи, орындалатын, осяществимыми үшінқызметкерлер;
- әртүрлі өткізу нарықтарында икемді болу керек;
- мүмкін шығындарды қарастырады;
- олар түсінілетін және қабылданатын жағдайда тұжырымдалады компанияның барлық қызметкерлері;
- көпшілік алдында жарияланады;
- ұйымның даму деңгейін анықтау, талдау үшін қалыптасады;
- қызмет көрсету деңгейі және тұтынушылардың қанағаттану дәрежесі;
- олар болашақта өзгеруі мүмкін, өйткені олар ескіруге бейім. Тікелей ауысым процесінде шартты түрде үш топты бөлу керек бақылауға тұрарлық стандарттар:
 - 1) тазалық және санитария;
 - 2) тағамдардың сапасы;
 - 3) қызмет көрсету.

Мейрамхананың барлық қызметкерлері біліктілік талаптары тұрғысынан үш ірі топқа бөлінуі тиіс:

- 1) басшылық құрамы, оның құрамына директорлар, менеджерлер, әкімшілер кіреді;
- 2) клиенттермен тікелей жұмыс істейтін персонал, яғни даяшылар, бармендер;
- 3) техниктер, қойма жұмысшылары және т. б. еңбек ететін қолдау құрылымдары.

Осы топтардың қызметкерлерінің біліктілік деңгейі сапа менеджментін жүзеге асыру үшін маңызды. Менеджмент мейрамхана міндетті қадағалауы персонал болған қажетті біліктілігі, білімі мен дағдыларын орындау үшін өзінің функционалды максималды қайтарыммен.

Қызмет көрсету сапасын ұсынылған қызмет үшін төлеуге дайын бағаны есепке алу кезінде оның өзіне тән белгілері мен қасиеттері кешенінің тұтынушының сұрауларына сәйкестік дәрежесімен анықтауға болады.

Мейрамханада клиенттерге қызмет көрсету бірнеше кезеңге бөлінуі керек.

Бірінші кезең - бұл алдын-ала сату, ол ақпараттық-анықтамалық қызмет көрсетуді, тауарларды көрсетуді, дәм татуды қамтиды.

Келесі – негізгі кезең-клиенттерге қызмет көрсету. Даяшы қызметін көрсету шектеулі байланыс аймағында жүзеге асырылады. Бұл жағдайда қызмет қызметкеріне қойылатын негізгі талаптар келесідей: клиентке шұғыл қажеттіліксіз қиындықтар туғызбау, тұтынушыда жағымсыз немесе ыңғайсыз сезімдердің пайда болуына жол бермеу, ескерту және ескерту. Байланыс аймағының қызметкері клиенттің кез – келген реакциясы кезінде бір жағынан сыпайылық пен жауапкершілікті, екінші жағынан тыныштық пен нәзіктікті сақтауға міндетті. Соңғы кезең-келушіні тұрақты клиентке айналдыруға бағытталған сатудан кейінгі қызмет. Бұл жағдайда, мысалы, сыйлық сертификаттары, болашақ сатып алуларға жеңілдіктер, vip карталар және т. б.

Клиенттерге қызмет көрсету сапасының жоғары деңгейі кәсіпорынның бәсекелестік артықшылығы ғана емес, сонымен қатар клиенттердің адал қарым-қатынасын қалыптастыруға айтарлықтай әсер етеді, назарды шығындар мәселесінен қызметке қанағаттану мәселесіне аударады. Қазіргі уақытта сапалы қызмет көрсету дегеніміз-ыңғайлы орналасудан, кең ассортименттен, өнім тобындағы жетекші позициядан және кейде бәсекеге қабілетті бағалардан басқа, кәсіпорын қызметкерлерінің жеткіліктілігі, өнімді білу, персоналдың өнімді таңдау процесіне қатысуы, олардың қызығушылығы мен бастамасы сияқты факторлар түсініледі.

Қызметтердің сапасын басқару үшін экономикалық, үйлестіру, психологиялық-әлеуметтік, Директивті, өндірістік әдістер жүйесі қолданылады. Олардың барлығы мейрамхана бизнесі саласында жұмыс істейтін кәсіпорындардың тәжірибесінде аз немесе аз қолданылады. Бұл өзіндік әдістерін, ең маңызды оның ішінде болып табылады:

- өз қызметінің күшті және әлсіз аспектілерін анықтау мақсатында клиенттермен, бәсекелес кәсіпорындармен жұмыс істеу негіздерін зерттеу;

- кәсіпорын, оның кемшіліктері мен жағымды жақтары туралы тұтынушылардың пікірлері мен бағалауларының дерекқорын жүйелеу және талдау;

- қоғамдық тамақтандыру компаниясының сапалы нәтижелерін бағалаудағы статистикалық әдістер.

Әдетте, көрсетілетін қызметтердің сапасын жақсартуға одан әрі оң әсер ету үшін тұтынушылар айтқан жағымсыз факторлар мен шағымдардың жиынтығын зерттеу жеткілікті. Қызмет көрсету сапасының ең сезімтал және маңызды факторы, сондай-ақ тамақтандыру кәсіпорындарының қозғаушы күші оның қызметкерлері болып табылады. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарына келушілердің қажеттіліктері барған сайын жеке сипатқа ие болуда, бұл қызметкерлерден тек кәсібилікті ғана емес, сонымен қатар жоғары жеке мәдениетті, қызметкерлердің қонақтарға қызмет көрсету сапасына деген қызығушылығын талап етеді. Қызметкерлердің жұмысының сапасы мен мәдениеті, өз кезегінде, стандарттардың, қызмет көрсету ережелерінің орындалуына ғана емес, сонымен қатар қызметкерлердің өз жұмысына, ұжымдағы қатынастарға қанағаттануына және менеджерлердің өз жұмысының нәтижелерін мойындауына байланысты. Осыған байланысты кәсіпорын қызметкері кәсіпорынның ішкі тұтынушысы ретінде әрекет етеді, оның қанағаттануы сыртқы тұтынушының – кәсіпорын клиентінің қанағаттануына байланысты болады.

Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорнының басшысында персоналды басқарудың екі жолы бар. Біріншісі-утилитарлық-жұмыс тәжірибесі бар және қажетті кәсіби сипаттамалары бар "дайын" қызметкерлер жиынтығы. Қызметкер бизнесті дамытудың осы кезеңінде жеткіліксіз болатын белгілі бір құзыреттілік шегіне жеткеннен кейін қызметкер жұмыстан шығарылады және жаңасын қабылдайды.

Екінші әдіс-бір рет қабылданған қызметкерлерді оқыту және дамыту. Сонымен қатар, менеджер бизнестегі сәттіліктің құпияларының бірі өзінің әлсіз жақтарын толтыра алатын қызметкерлерді таңдау екенін есте ұстауы керек. Басшының өз қызметкерлеріне қатынасы қызметкерлердің кәсіпорын тұтынушыларына қатынасын қалыптастырады.

Кәсіпорынды басқарудың үш стилі бар: ұтымды, оңтайлы, тиімді. Басқарудың ұтымды стилінде қызметтің тиімділігі негізінен сандық нәтижелер бойынша бағаланады. Ұтымды басқара отырып, көшбасшы барлық ақпаратты мұқият талдауға, қабылданған шешімді негіздеуге және оның салдарын бағалауға уақыт жұмсамайды. Оңтайлы басқару стилі-бұл ұтымды және тиімді басқару стильдері арасындағы аралық кезең, алтын орта деп аталады. Оңтайлы басқару стилінде тек негізгі "ЖАҚСЫ" ЖӘНЕ "қарсы" өлшенеді, бұл күтпеген жағдай туындаған жағдайда қосымша шығындарға әкелуі мүмкін.

Басқарудың үшінші стилінде – тиімді-шешім қабылдау үшін максималды уақыт пен үлкен ақпарат қажет, бірақ мұндай дұрыс шешімнің салдары ұзақ мерзімді перспективада кәсіпорын тиімділігінің артуына әкеледі.

Сонымен, сапа менеджменті-бұл төртінші буын менеджменті, ол қазіргі жағдайда әртүрлі меншік нысандарындағы ұйымдар мен фирмалардың кәсіпорындары мен мекемелерінің жетекші менеджментіне айналады. Бизнесің кез – келген саласындағы, оның ішінде мейрамханадағы жоғары бәсекелестік кәсіпорындарды қызметтердің сапасын мұқият бақылауға мәжбүр етеді. Сапаны басқарудағы маңызды элемент стандарттау болып табылады. Қызмет көрсету сапасының ең елеулі факторы-қызметкерлермен жұмыс.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Ефимов В.В. Өнімнің тұтынушылық құндылықтары. Стандарттар мен сапа. – М.:Білім, 2017. – 89 б.
2. Забежинский А.Д. Ірі өнеркәсіптік кәсіпорынның сапасын қамтамасыз ету жүйесін құру және қолдау. Стандарттар мен сапа. – М.: Білім, 2018. – 56 б.
3. Качалов В.А. Сапа саласындағы қызметті өзін-өзі бағалаудың шетелдік тәжірибесі. Стандарттар мен сапа. М.: Білім, 2014. 47 б.
4. Матисон В.А., Китайкин К.В. Мейрамхана қызметтерінің сапасын бағалау // тамақөнеркәсібі. 2016. No. 11. Б.34-35.

УДК 631.8 631.9

СПОСОБЫ МИНИМИЗАЦИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ СИНТЕТИЧЕСКИХ УДОБРЕНИЙ НА ЧЕЛОВЕКА И ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

Бахтгыева Зарина Сакеновна

innermascot@bk.ru

Магистрант Транспортно-энергетического факультета, кафедры «Стандартизация, сертификация и метрология» ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
Научный руководитель – Е.Т. Абсеитов

Долгосрочная цель развития устойчивых продовольственных систем считается высокоприоритетной для ряда межправительственных организаций. Основным из направлений стратегии «Казахстан-2050», считается «масштабная модернизация сельского хозяйства», в особенности в условиях мирового спроса на сельскохозяйственную продукцию. Различные системы управления сельским хозяйством могут оказывать влияние на устойчивость продовольственных систем, поскольку они могут влиять на здоровье человека, а также на благополучие животных, продовольственную безопасность и экологическую устойчивость.

В 2021 году более 71,5 миллиона гектаров в 179 странах мира были возделаны органическими методами, включая площади, находящиеся в процессе переустройства.