

М-р Даниела Котеска Лозаноска

Истражување на менаџментот на храна и пијалаци во угостителските објекти во Југозападниот регион на Република Македонија

АПСТРАКТ

Менаџментот на храна и пијалаци има фундаментално значење за успешното работење на угостителските објекти во доменот на туризмот и угостителството. Така, во однос на управувањето со храна и пијалаци на просторот на Југозападниот регион се јавува потреба од проширување и збогатување на постоечката пракса во квалитативна смисла. Поради тоа, во овој поглед, особено е важно да се утврди начин на работа на угостителските објекти, кој ќе придонесе за раст и развој на регионот. И покрај тоа што овој регион претставува најразвиениот туристички простор во Република Македонија, сепак постои можност таквата атрактивност подобро да се искористи, а воедно и да се зголеми. Угостителските објекти во Југозападниот регион, а особено Охридската област, имаат потенцијал за проширување на својата понуда со производи од храна и пијалаци со цел да се постигне поголем успех и да се оствари конкурентска предност.

При разработката на компонентите и аспектите на менаџментот на храна и пијалаци во угостителските објекти од Југозападниот регион на Р. Македонија, во овој труд посебен акцент е ставен на утврдување на соодветно мени на храна и пијалаци; контролата во работењето со храна и пијалаци; стандардите кои се користат при работа со храна и пијалаци; улогата на нутритивните вредности на храната која се нуди во угостителските објекти, каде е анализирана употребата на органска и ГМО храна; како и квалитетот на производите од храна и пијалаци кои ги нудат на пазарот. Работењето во насока на остварување на менаџмент на тотален квалитет (TQM) ќе направи можност за конкурентен пазар во туризмот. Преку соодветно оценување на расположливите компетенции и правење на потребни анализи на работата, угостителските објекти ќе може да се развијат здрава конкурентска средина каде ќе имаат добри изгледи за успех. Во таа смисла тука се предложени можни начини за работа кои менаџерите би требало да ги преземат во иднина.

КЛУЧНИ ЗБОРОВИ: *Менаџмент, храна, пијалаци, конкурентска предност, туризам, пазар, успех*

ABSTRACT

Management of food and beverages have fundamental meaning for successful working of catering facilities in domain of tourism and hospitality. Thus, in term of management with food and beverages in the Southwest region, the need of increasing and enriching the existing practice in qualitative way is noticeable. Because of that, it is very important to be found a way of working of catering facilities that will contribute to the growth and development of the region. Although, this region is the most developed tourist area in The Republic of Macedonia, there is possibility this attraction to be used better, and also to increase it. Catering facilities in the Southwest, especially the Ohrid area, have potential for expanding their offers of food and beverages products in order to achieve bigger success and gain competitive advantage.

In elaborating the components and aspects of management of food and beverage in catering facilities in the Southwest region of The Republic of Macedonia, in this paper, particular focus is put on determining the appropriate menu of food and beverages; control over the handling of food and beverages; the standards used with working with food and beverages; the role of the nutritional value of food offered in catering facilities, where the use of organic and GMO food is analyzed; as well as the quality of the food and beverage products offered on the market. Working towards the achievement of Total Quality Management (TQM) will provide an opportunity for a competitive tourism market. By properly assessing of available competencies and making the necessary analysis of the work, catering facilities will be able to develop a healthy competitive environment where they will have good prospects for success. In this sense, here are suggested possible ways of working that managers should implement in the future.

KEY WORDS: Management, food, beverages, competitive advantages, tourism, market, success