



CUSTOMER REVIEWS AS AN IMPORTANT FACTOR IN TOURIST CATERING

Zaripova Mokhira¹

Urganch State University

KEYWORDS

dining, customer, food services,
HoReCa, restaurant,
TripAdvisor, FIDELIO

ABSTRACT

This article argues that customer reviews are an essential factor in the adequate provision of the organization and processes of catering to tourists.

2181-2675/© 2022 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: 10.5281/zenodo.7178370

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Lecturer of the Department of "Management and Marketing", Urganch State University, Uzbekistan (zaripova_m@mail.ru)

ТУРИСТЛАРНИ ОВҚАТЛАНТИРИШДА МИЖОЗЛАРНИНГ ШАРҲЛАРИ - МУҲИМ ОМИЛ СИФАТИДА

KALIT SO‘ZLAR:

овқатланиш, мижоз, озиқ-овқат хизматлари, HoReCa, ресторан, TripAdvisor, FIDELIO

ANNOTATSIYA

Ушбу мақолада туристларни овқатлантиришни ташкил этиш ва жараёнларини самарали таъминлашда мижозлар шарҳларининг муҳим омил эканлиги асослаб берилган.

Туризмда озиқ-овқат хизматлари асосий хизматлардан бири бўлиб ҳисобланади. Чунки, улар туристларнинг озиқ-овқатга бўлган табиий эҳтиёжини қондиради. Бироқ, туризмда озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмол қилиш жараёни кўпинча кишилар ўртасидаги мулоқот жараёнига тўғри келиб, унинг кўнгилочар жиҳатлари ҳам мавжуд. Туристлик овқатланишни ташкил қилишда туристларга уларнинг энг қулай бўлиши учун қаерда хизмат қилиш кераклиги, овқатланишни қайси вақтда ва қандай ташкил қилиш муҳим масала бўлиб ҳисобланади.

Туристларга овқатланишни ташкил этишда умумий овқатланиш корхоналарининг ишлаш тартиби ва хизмат кўрсатиш шакли катта аҳамиятга эга. Хизмат кўрсатиш режими ва шакллари вақт ўтиши билан доимий бўлиши шарт эмас, яъни улар йилнинг вақтига, маълум бир вақтда туризм турига, шунингдек, кутилаётган туристлар гуруҳининг афзалликларига қараб ўзгариши мумкин.

Мамлакатимизда умумий овқатланиш соҳасида хизмат кўрсатувчи корхоналар сони кундан-кунга ортиб бормоқда. Турли хизмат кўрсатиш шакллари кўпайиб, ўсиб бормоқда. Бу хилма-хиллик билан кўрсатилаётган хизматлар сифатсиз бўлса, умумий овқатланиш хизматлари киши саломатлиги ва ҳаёти учун потенциал хавф туғдириши мумкин. Бунинг олдини олиш учун қонун ва давлат стандартлари асосида умумий овқатланиш корхоналарига қўйилган махсус талаблар мавжуд.

Бугунги кунда юқори сифатли умумий овқатланишни ташкил этиш қуйидаги имкониятлари билан потенциал инвесторлар учун жозибадор ҳисобланади [2]:

- сармояни тез қайтариш мумкинлиги;
- юқори фойданинг улуши;
- сармоя миқдорининг катта эмаслиги;
- рақобатнинг юқори эмаслиги.

Туристарга озиқ-овқат хизматларини кўрсатишда меҳмон ёки мижоз бир хил тушунчалар қўлланилади. Туристларни овқатлантириш соҳасида мижозларнинг ахборотлари билан ишлаш йўналишларидан бири уларнинг берадиган шарҳлари ёки изоҳларидир.

Овқатланиш соҳасида мижозларнинг шарҳлари билан ишлашнинг 7 та қоидалари мавжуд. Бу борада меҳмондўстлик саноати сўнгги икки йил давомида

синовдан ўтказилди. Яъни, HoReCa (Хорека) - “Hotel, Restaurant, Catering/Cafe” (товарлар ва хизматлар истеъмол қилинадиган савдо нуқталари) муассасалари шарҳлар билан ўз ишларини қандай яхшилаши, янги мижозларни жалб қилиши ва ташриф буюрувчиларни рақобатчилардан қайтариши мумкинлиги ҳақида тадқиқот олиб бордилар. Улар мижозларнинг шарҳларни қаерда қолдиришни ўргандилар. Уларнинг таъкидлашича, компания меҳмондўстлик соҳасидаги ўнлаб тармоқ компаниялари билан ишлайди, уларнинг баъзиларида 700 дан ортиқ филиаллари мавжуд.

Барча жойда ўтган йил давомида шарҳлар сонининг 10-30 % га мунтазам ўсишини аниқлаганлар. Бу эса мижозларнинг ўз танловига нисбатан онглироқ ва эътиборли бўлганлиги билан боғлиқдир. Улар тушлик учун қаерга бориш ёки пицца буюртма қилиш ҳақида қарор қабул қилишдан олдин шарҳлар ва рейтингларни ўқийдилар ва бошқаларга ёрдам бериш учун ўз тажрибалари билан ўртоқлашишдан мамнун бўладилар.

HoReCa сегментида шарҳлар сонини ўсишда давом қилмоқда. Хусусан, Yandex Maps биринчи ўринда, Google Maps иккинчи ўринда ва 2GIS учинчи ўриндадир.

Кафе ва ресторанга ташриф буюрувчилар орасида кейинги энг машҳур платформа - TripAdvisor, меҳмондўстлик саноати анъанавий равишда унинг рейтингларини хурмат қилади. Бироқ, геохизматлар билан солиштирганда, TripAdvisorда қолган шарҳлар сони жуда кам. Масалан, машҳур пизза тармоғи учун фойдаланувчилар Yandex Mapsда ойига 800 дан ортиқ шарҳ қолдиришади ва TripAdvisorда атиги 5-6 та шарҳ қолдирадилар.

Ташрифчилар шарҳларнинг энг паст фоизини Otvovik, Flump, Zoon, Irecommend.ru, Yell.ru ва бошқа сайтларда қолдирадилар. Ўртача, бу ойига 1-2 та шарҳга тўғри келади.

HoReCa учун геосервислар ҳам муҳимдир. Яъни, геосервислар бўйича шарҳлар HoReCa муассасалари учун эътиборга олиниши мумкинлиги билан ажралиб туради.

- биринчидан, истеъмолчи ташрифдан кейин онлайн хариталарда шарҳ қолдириши қулай бўлади;

- иккинчидан, “маҳаллий қидирув” сайтлари орқали келган мижозлар жуда таъсирли аудитория бўлиб саналади;

- учинчидан, геосервисларда мижозлар бир хил ҳудудда жойлашган бир нечта муассасаларни солиштири олишади;

- тўртинчидан, геосервислар бўйича шарҳларга жавоб бериш орқали қидирув натижаларидаги мавқеи оширилади.

Асосан, мижозлар ўз шарҳларида мавжуд муаммолар ҳақида ёзадилар. Бунинг учун уларнинг фикр-мулоҳазаларини тинглаш лозимдир. Аммо, шарҳлар билан ишлашда қуйидаги одатий хатолар ҳам учрайди:

- биринчи хато - шарҳга умуман жавоб бермаслик;

- иккинчи хато - шарҳларга узоқ вақт жавоб бериш;

- учинчи хато - салбий шарҳларга ҳаддан ташқари муносабатда бўлиш.

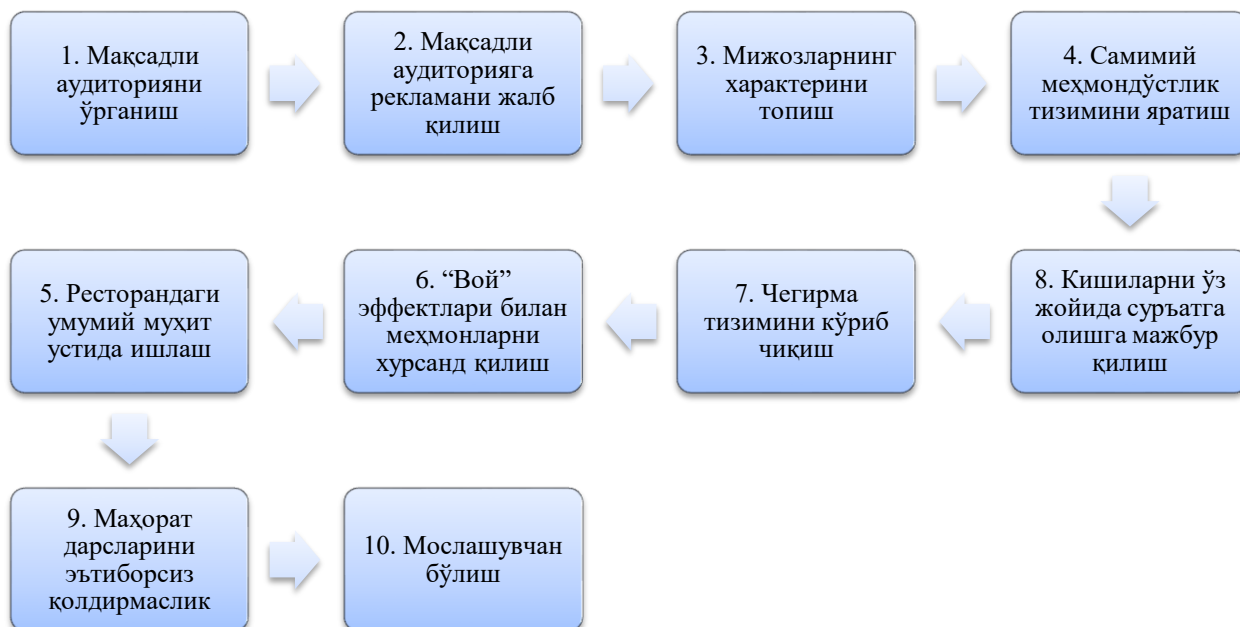
Одатда, мижозларга хизмат кўрсатиш операторлари шарҳларга жавоб беришади. Бундай хизматлар турли платформалардаги шарҳларни тўплаш ва уларни битта ойнада кўрсатиш имкониятига эга бўлади.

NoReCa учун назорат рўйхати, яъни шарҳлар билан ишлашнинг қуйидаги 7 қоидалари ҳам мавжуддир [3]:

- барча платформалар орқали шарҳларни тўплаш;
- шарҳлар мавзулари ва оҳангини таҳлил қилиш;
- барча шарҳларга 24 соат ичида жавоб бериш;
- салбий жиҳатлар билан шуғулланиш;
- янги таом ва акциялар ҳақида гапириб бериш;
- филиал ва франчайзинг ишини назорат қилиш;
- бахтли мижозларни шарҳлар қолдиришга ундаш.

Ушбу масала ресторан фаолиятида ҳам муҳим ўринга эга бўлади. Сабаби ҳозирги кунда даромад келтириши учун ресторан очиш мумкин. Бундан ташқари, уни самарали бошқариш учун профессионал жамоани жалб қилиш керак. Аммо, муассасада мукамал созланган жараёнлар билан уни муваффақиятли, деб айтиб бўлмайди. Ресторан бизнесининг асоси доимий мижозларга айланган қониқарли мижозлардир. Бундай мижозлар ресторани янги, жозибали ва арзонроқ жойларга ҳам алмаштирмайди.

Шундай қилиб, ресторанга шарҳларни аниқлашда содиқ мижозларни топиш ва жалб қилиш учун қуйидаги 10 та босқич хосдир:



1-расм. Ресторанда мижозларни излаш ва жалб қилиш босқичлари

Ушбу усуллар амалга оширилиши мумкин бўлган вариант ва ғояларнинг бир қисмидир. Шунингдек, овқатланиш соҳасида мижозлар билан ишлашда FIDELIO - озиқ-овқат ва ичимликлар ва MICROS - омборларни бошқариш тизимларидан ҳам фойдаланилади. Бу эса меҳмонхонада ресторан ва омбор ҳисобини автоматлаштиришга ёрдам беради.

Аниқроқ қилиб айтганда, FIDELIO F&B тизими қуйидаги масалаларни ҳал қилишга имкон беради [1]:

- етказиб берувчилар билан ишлаш (буюртмаларни етказиб бериш);
- озиқ-овқат омборларидаги товарлар ҳисобини юритиш;
- ресторан ва барларда ишлатиладиган менюлар билан танишиш;
- овқатланиш рецептларини бошдан кечириш;
- банкет менюсини ҳисоблаш;
- меҳмонхона омборларида инвентаризация ўтказиш;
- савдо маълумотлари асосида маҳсулотларни автоматик равишда ҳисобдан чиқариш;
- тизимга киритилган рецептларга мувофиқ омбордан омборлар иши бўйича ҳисоботларни қабул қилиш.

Умуман олганда, туристларни овқатлантириш хизматларини амалга оширишда мижозларнинг шарҳлари муҳим ҳисобланиб, доимий равишда уни омил сифатида ҳисобга олиш талаб қилинади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С.Морозова, И74. М.А.Морозов, А.Д.Чудновский, М.А.Жукова, Л.А.Родигин. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 158 с.
2. Организация услуг общественного питания в условиях автосервисного предприятия. - Екатеринбург, 2017. - 9 с.