



Избор на:
**„Најдобар угостителски објект
меѓу најдобрите - 2012“**

04.12.2012

Методологија

- Истражувањето беше спроведено во периодот од 15.10 – 15.11.2012 година.
- Традиционално се одржува 5-та година.
- Беа опфатени 50 ресторани и 50 гостилници во Скопје.
- Изборот на ресторани и гостилници беше направен од страна на координативното тело на проектот.
- Најдобрите угостителски објекти се избираат по пат на т.н. mystery shopping, односно преку директна посета од страна на независни и објективни тајни купувачи/гости кои го истражуваат и оценуваат квалитетот на услугата според однапред утврдени критериуми.
- Тајните гости се обични граѓани на различни возрасти со кои SWOT Research има редовна соработка и кои се обучени според светските стандарди на MSPA.
- Дополнително учество во посетите земаа и претставници од Град Скопје.
- Спроведени беа вкупно 300 посети - по 3 посети во секој угостителски објект.
- Целта на овој проект е да се разбуди свеста кај угостителите и кај граѓаните за важноста на квалитетот на услугата кон клиентите во угостителската дејност, како и да се подигне општото ниво на квалитет во угостителските објекти на територијата на Градот.

Испитувани стандарди

- **Прв контакт**
 - (поздравување и упатување кон место за седење)
- **Изглед на просторија**
 - (чистота на простор, маси, чаршафи, столови, температура, музика)
- **Услуга на келнерите**
 - (љубезност, проактивност, волја да се излезе во пресрет, посветеност, однесување)
- **Квалитет на храната**
 - (свежина, количина, вкус)
- **Завршен контакт**
 - (заблагодарување и отпоздравување)

Мерило за квалитет

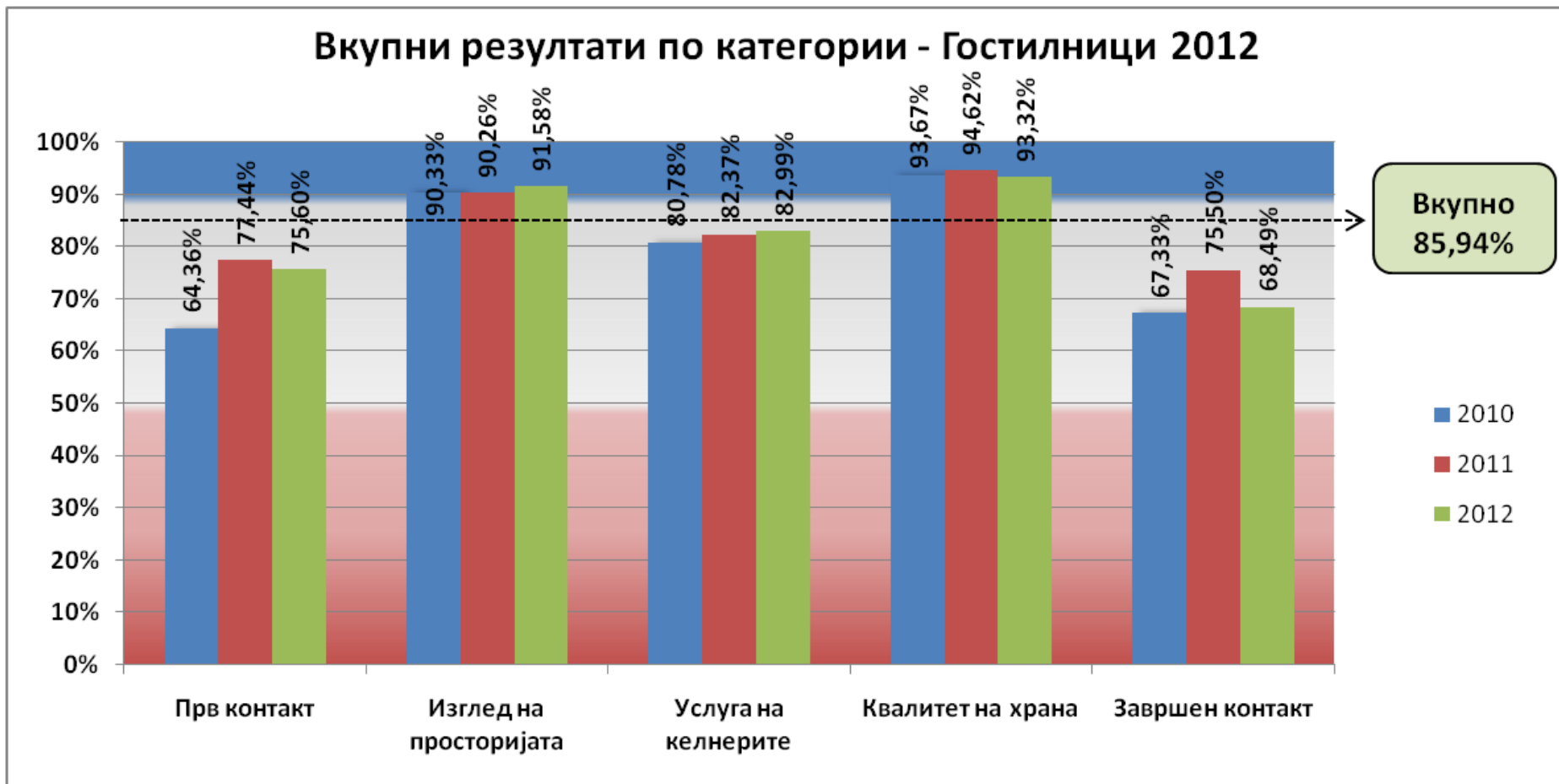
Според мерилото за квалитет дефинирано на светско ниво, одредени се следните категории на ниво на квалитет на услуга:

- **90,01% - 100%** - Високи резултати
 - Потребно е стандардите да се одржуваат на ова ниво.
- **50,01% - 90%** - Задоволителни резултати
 - Потребно е да се инвестира дополнителни средства и време за подигнување на нивото на квалитет.
- **0% - 50%** - Ниски резултати
 - Веднаш се потребни корективни акции.



Резултати ГОСТИЛНИЦИ

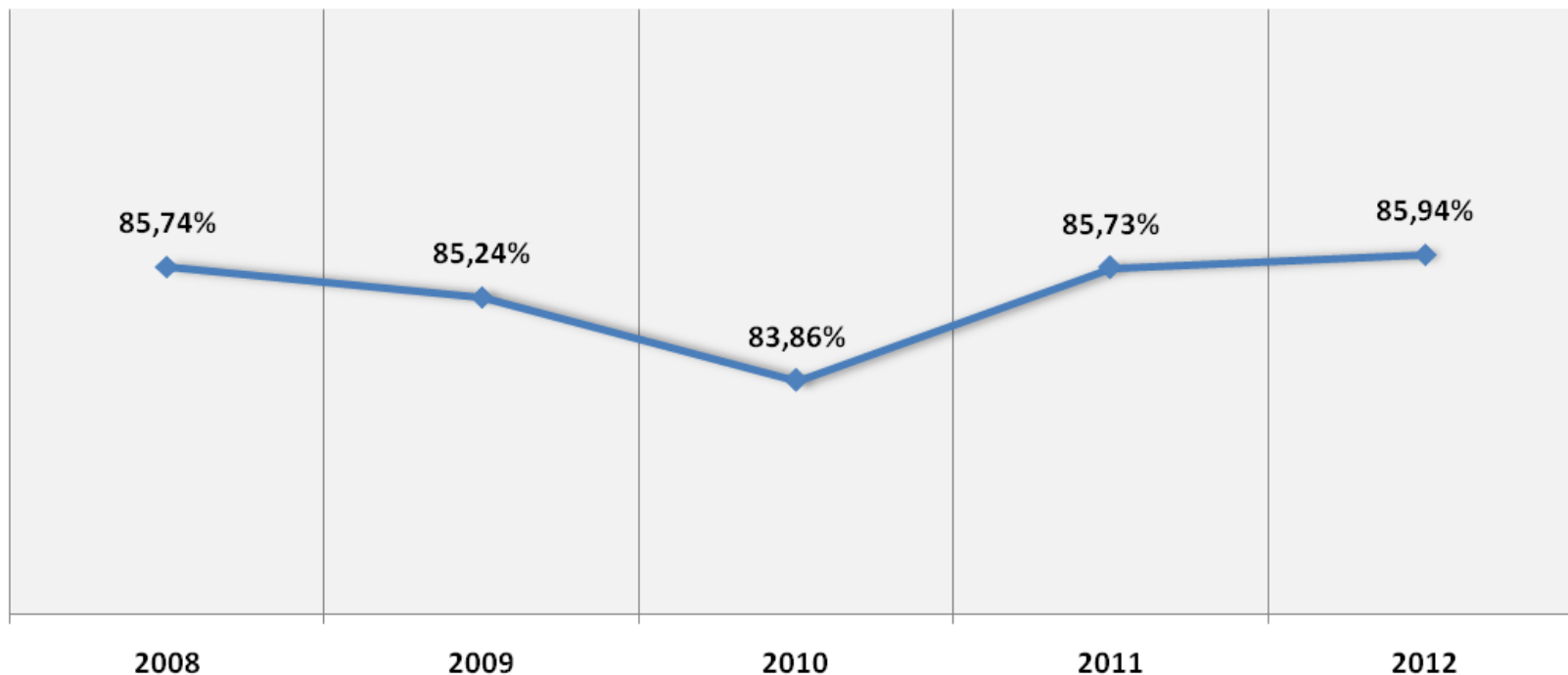
Вкупни резултати по категории



- Кај гостилниците постои унапредување на резултатите за изглед на просторијата и услугата на келнерите.
- Изгледот на просторијата и квалитетот на храната кај гостилниците се категории со високи резултати
- Намалување е забележано кај првиот и завршниот контакт кај гостилниците.

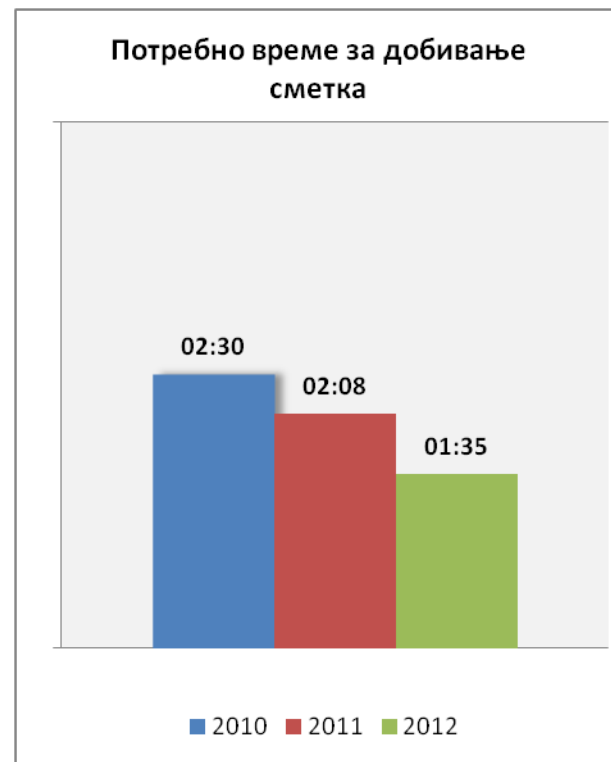
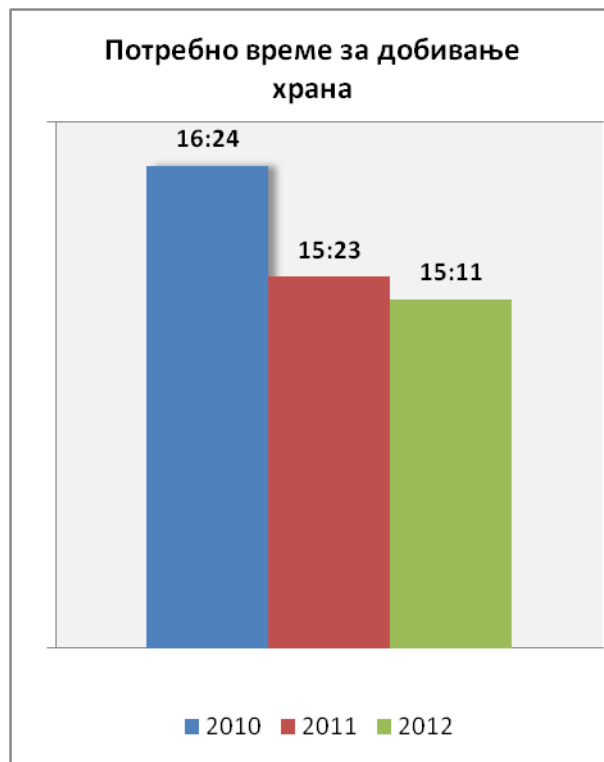
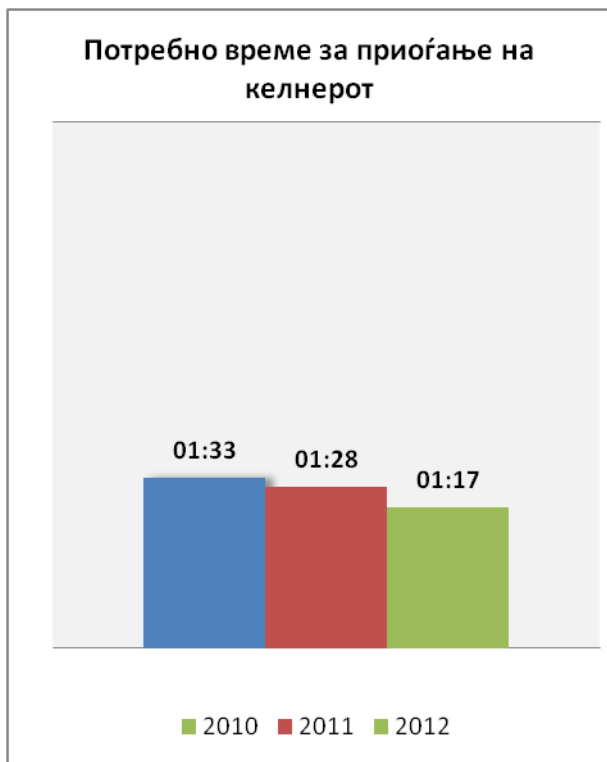
Вкупни резултати по години

Споредба на вкупни резултати - Гостилници



- Вкупниот резултат за квалитетот на услугата во гостилниците во 2012 година е 85,94%.
- По 2009 и 2010 година кога е забележано намалување на квалитетот на услугата, во 2011 и 2012 година нивото на квалитет е повторно подигнато и се приближува кон нивото од 90%.

Време на чекање

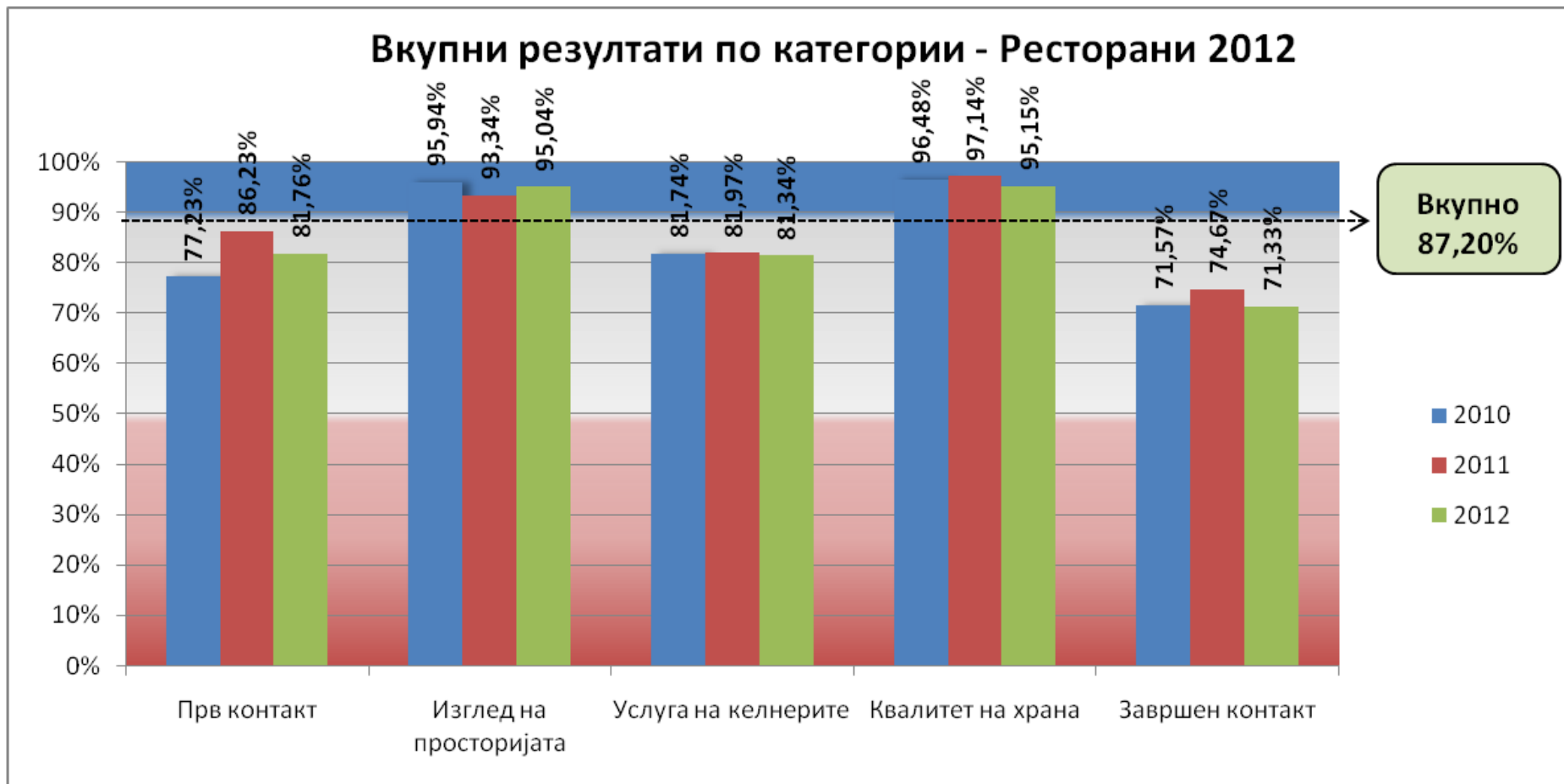


- Времето потребно за услужување на гостите е намалено, а квалитетот на услугата е зголемен



Резултати РЕСТОРАНИ

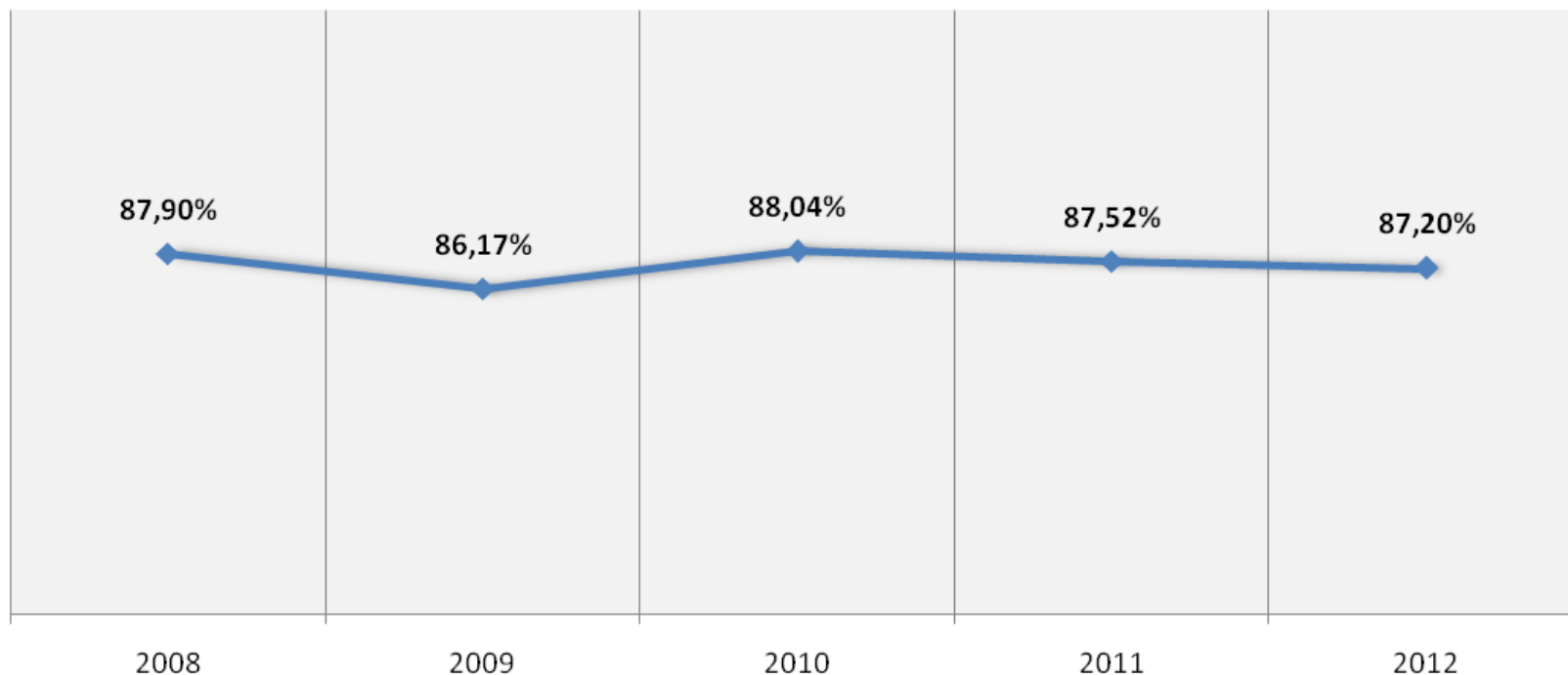
Вкупни резултати по категории



- Во категоријата Изглед на просторијата е забележано унапредување на резултатите во споредба со 2011 година, додека во сите останати категории се забележува намалување.
- Најголемо намалување се забележува кај првиот и завршниот контакт.

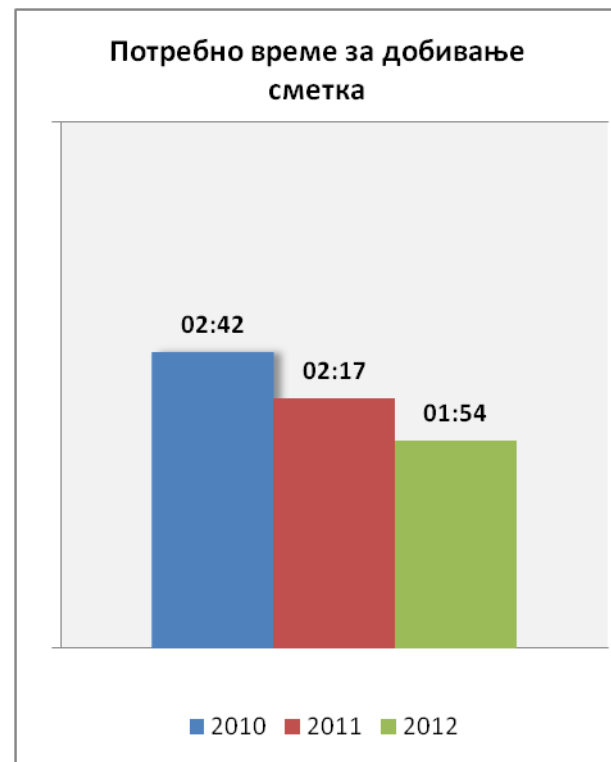
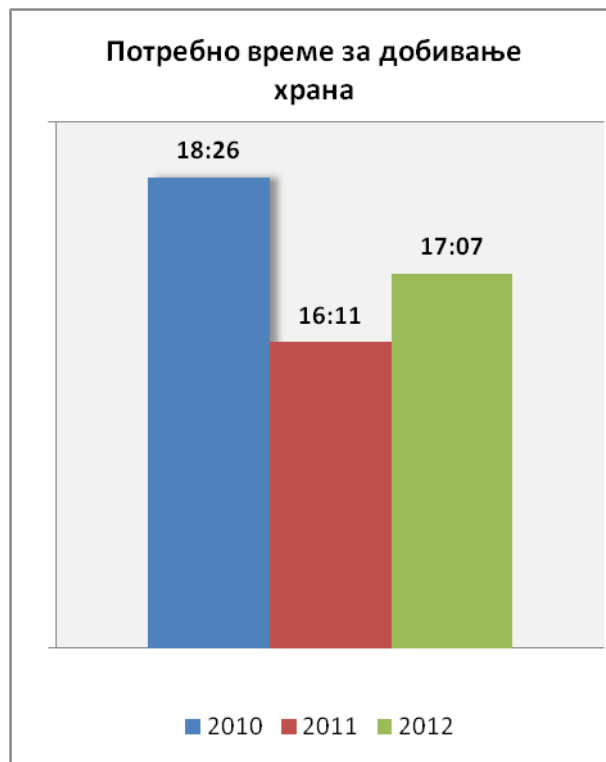
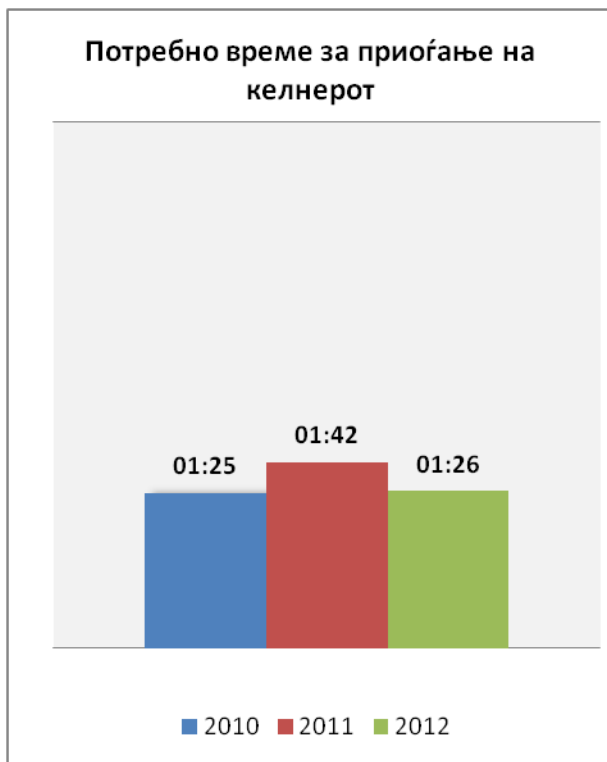
Вкупни резултати по години

Споредба на вкупни резултати - Ресторани



- Вкупните резултати изнесуваат 87,20% и се за 0,30 процентни поени пониски во споредба со 2011 година.

Време на чекање



- Времето потребно за добивање сметка и времето потребно на келнерот да пријде е намалено, додека времето потребно за добивање храна е зголемено.



Идентификувани предности и недостатоци

Предности

- Изгледот на просторијата и хигиената во рестораните и гостилниците покажуваат високи резултати.
- Квалитетот на храната во рестораните и во гостилниците е на високо ниво во однос на свежината, количината и вкусот.
- Услугата на вработените е на високо ниво во однос на следните критериуми:
 - Поздравување на гостите откако ќе седнат
 - Пријателско расположение на келнерот
 - Контакт со очи
 - Адекватно и точно сервирање на храната
 - Исполнување на специјални барања на гостите во однос на нарачката
 - Издавање на фискална сметка

Недостатоци

- Првиот контакт со вработените, односно поздравувањето е на средно ниво кај гостилниците, а упатувањето на слободно место за седење е на ниско ниво и кај рестораните и кај гостилниците.
- Услугата на вработените е оценета како слаба или релативно слаба во однос на следните критериуми:
 - проактивноста на келнерите (давање сугестии и помагање при изборот)
 - проверка како на гостите им се допаѓа храната (ресторани)
 - посакување на пријатно јадење
 - достапност на келнерите
 - благодарудување при наплатувањето
- Завршниот контакт е со релативно пониски резултати особено при благодарудување за посетата, но кај некои угостителски објекти и при поздравување на заминување.



Заклучоци и препораки

Заклучоци

- Резултатите и оваа година се на задоволително ниво во однос на стандардите поставени од страна на светската асоцијација за тајно купување MSPA.
 - 22 Гостилници остварија високи резултати над 90% (12 во 2011 година)
 - 19 Ресторани остварија високи резултати над 90% (20 во 2012 година)
 - Само една гостилница оствари резултат под 50%, но ниту еден ресторан.
- Квалитетот на „техничката услуга“ (адекватно послужување храна и пијалак, пријатна комуникација со гостите...) кај скоро сите угостителски објекти е на повисоко ниво во однос на „директната услуга“ на келнерот кон гостите (посакување пријатно јадење, проверка дали е се во ред со храната, заблагодарување)
- „Перфекцијата е во деталите“ – Деталите се она што и оваа година ги истакнаа наградените над останатите
- Фискална сметка – Постои унапредување во однос на 2011г., но имајќи предвид дека се работи за законска обврска, треба да се земе предвид дека се уште во 10% од гостилниците и 5% од рестораните истата не се почитува.

Препораки

- Информирање на вработените за значењето на квалитетот на услуга кон купувачите и јасно изразување на определбата за воспоставување на високи стандарди во односот со купувачите
- Јасно дефинирање сопствени стандарди на работење на темелите на досегашното искуство и подготвување пишани процедури за работа и за справување со специфични ситуации
- Вложување во тренинг и едукација на вработените за подобрување на нивните вештини и за зголемување на нивната мотивација и лојалност
- Континуирано мерење на квалитетот на услугата и правовремено преземање корективни активности за отстранување на недостатоците