



Избор на:
„Најдобар угостителски објект
меѓу најдобрите - 2013“

15.11.2013

Методологија

- Истражувањето беше спроведено во периодот од 01.10 – 31.10.2013 година.
- Традиционално се одржува 6-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.
- 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

1. Прв контакт

- (поздравување и упатување кон место за седење, приоѓање на келнерот, поздравување)

2. Хигиена на објектот

- (чистота на простор, маси, чаршафи, столови, прибор, мени)

3. Тоалет

- (хигиена на простор и санитарии, бришачи, заклучување)

4. Амбиент

- (осветлување, температура, миризба, музика)

5. Услуга на келнерите

- (љубезност, проактивност, волја да се излезе во пресрет, посветеност, однесување)

6. Општа услуга

- (асортиман, адекватно послужување, време на услужување, издавање фискална сметка)

7. Квалитет на храната

- (свежина, количина, вкус)

8. Завршен контакт

- (заблагодарување и отпоздравување)

Мерило за квалитет

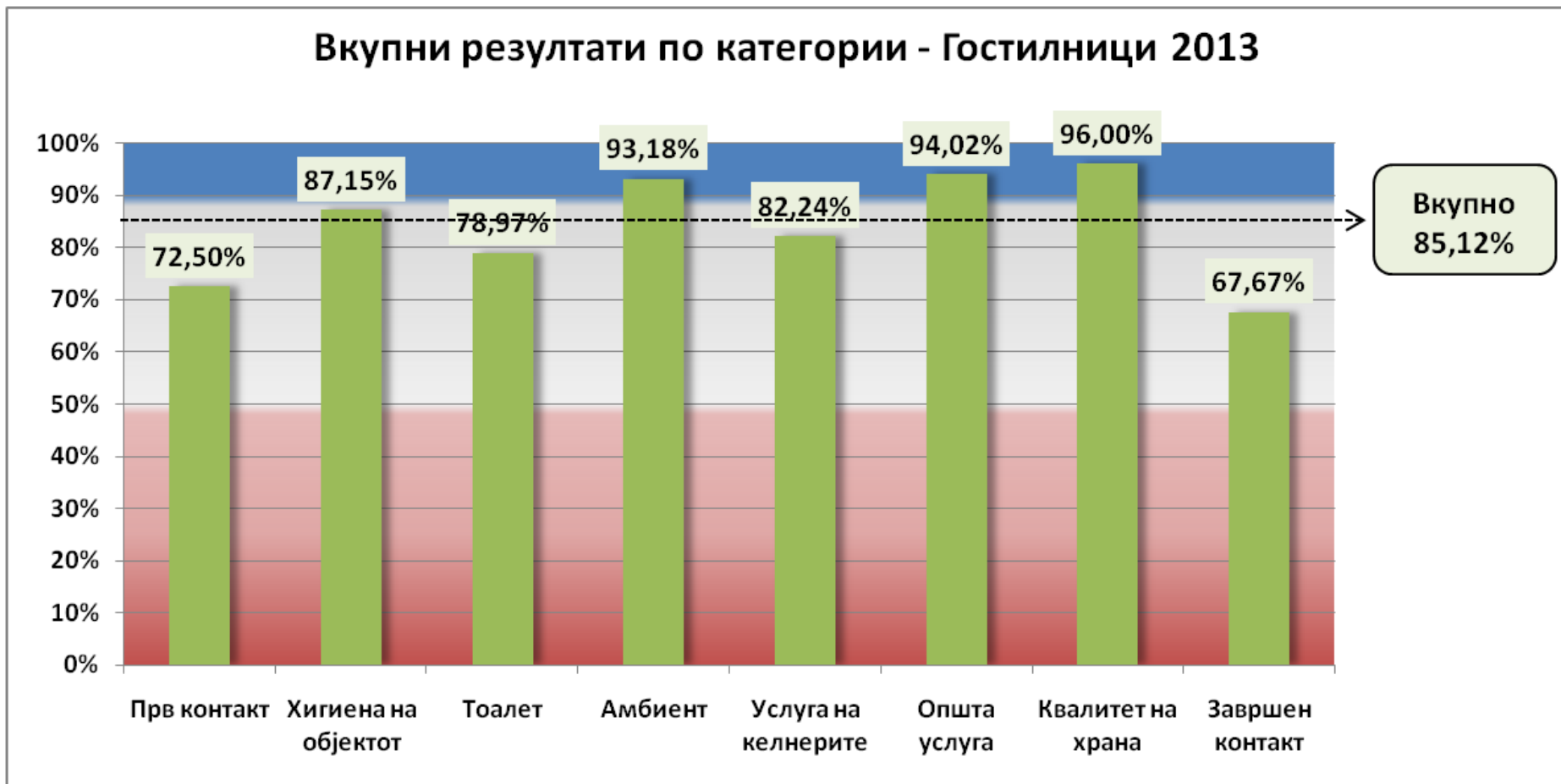
Според мерилото за квалитет дефинирано на светско ниво, одредени се следните категории на ниво на квалитет на услуга:

- **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

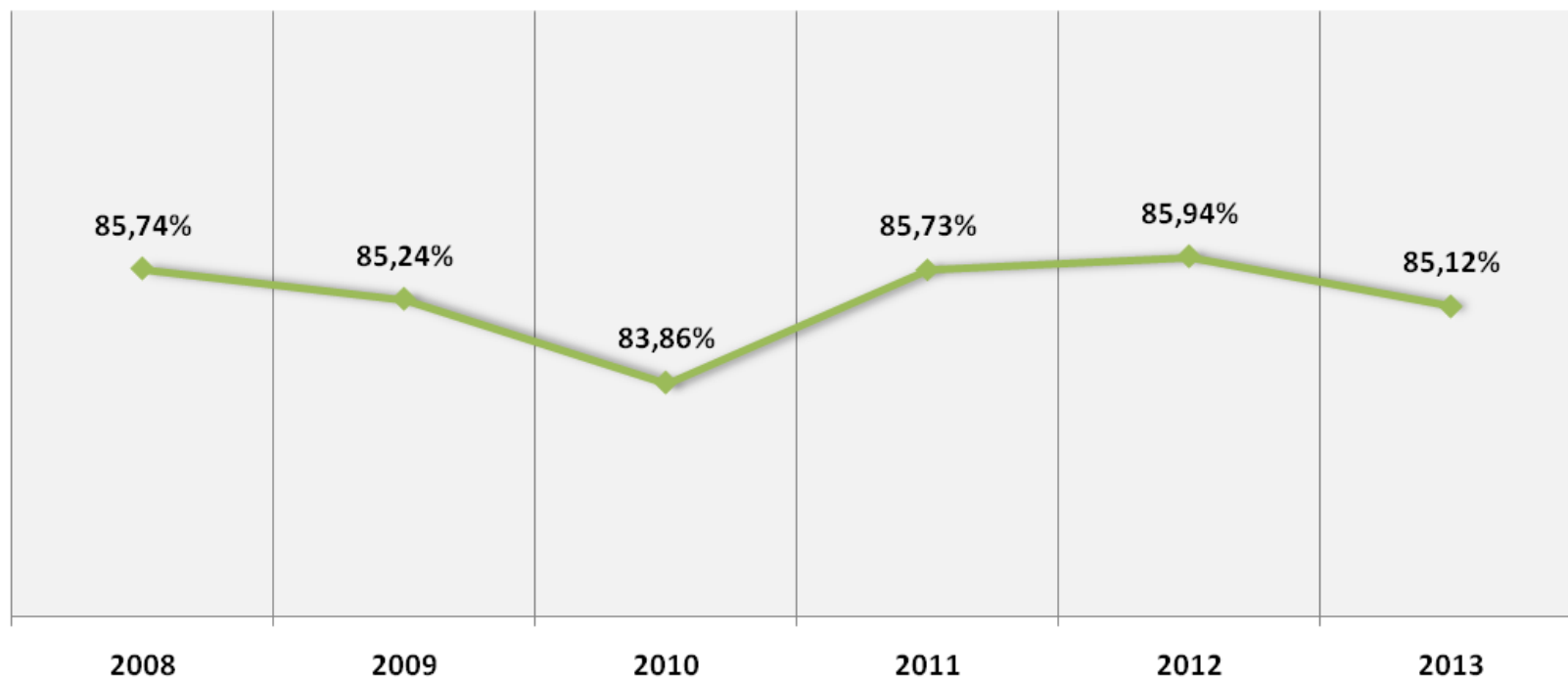
Вкупни резултати по категории



- Амбиентот, општата услуга и квалитетот на храната кај гостилниците се категории со високи резултати
- Послаби резултати се забележани кај првиот и завршниот контакт како и кај тоалетот.
- Хигиената на објектот и услугата на келнерите е на средно високо ниво.

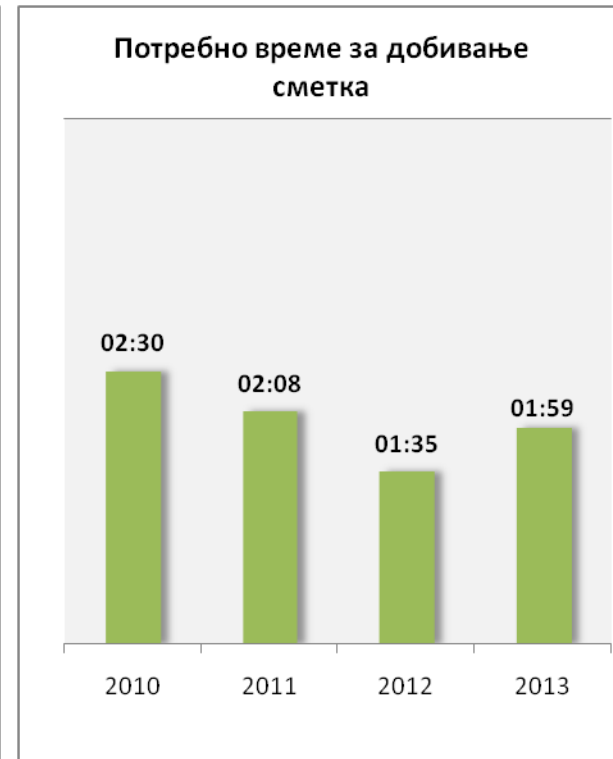
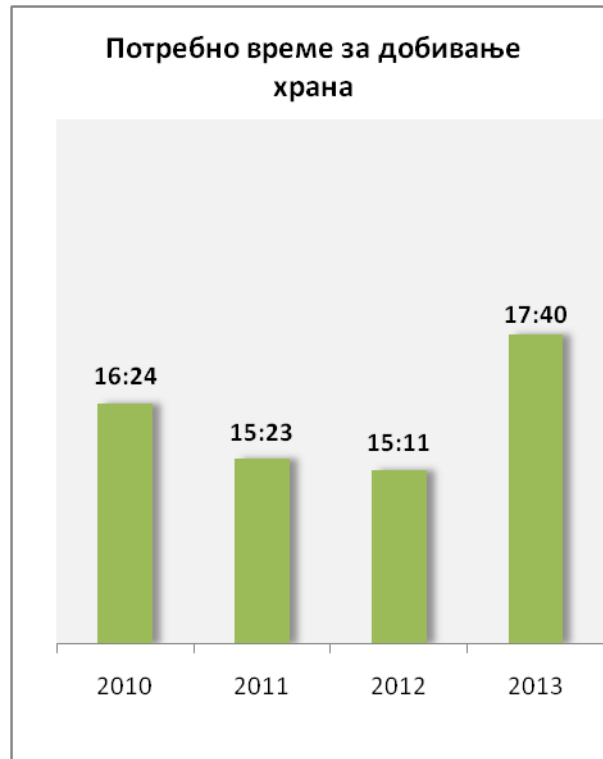
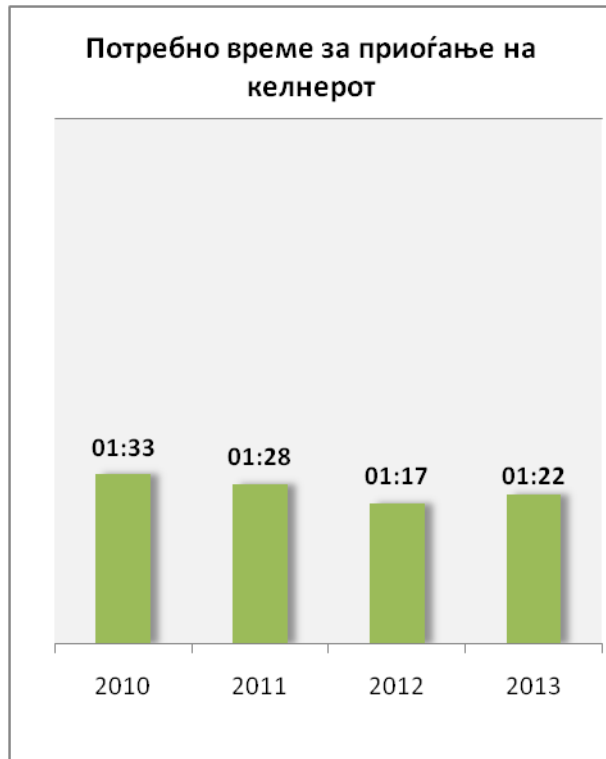
Вкупни резултати по години

Споредба на вкупни резултати - Гостилници



- Вкупниот резултат за квалитетот на услугата во гостилниците во 2013 година е 85,12%.
- За прв пат по 2010 година е забележано намалување на квалитетот на услугата, меѓутоа вкупниот резултат е се уште во рамките над 85%, што претставува средно високо ниво на услуга.

Време на чекање

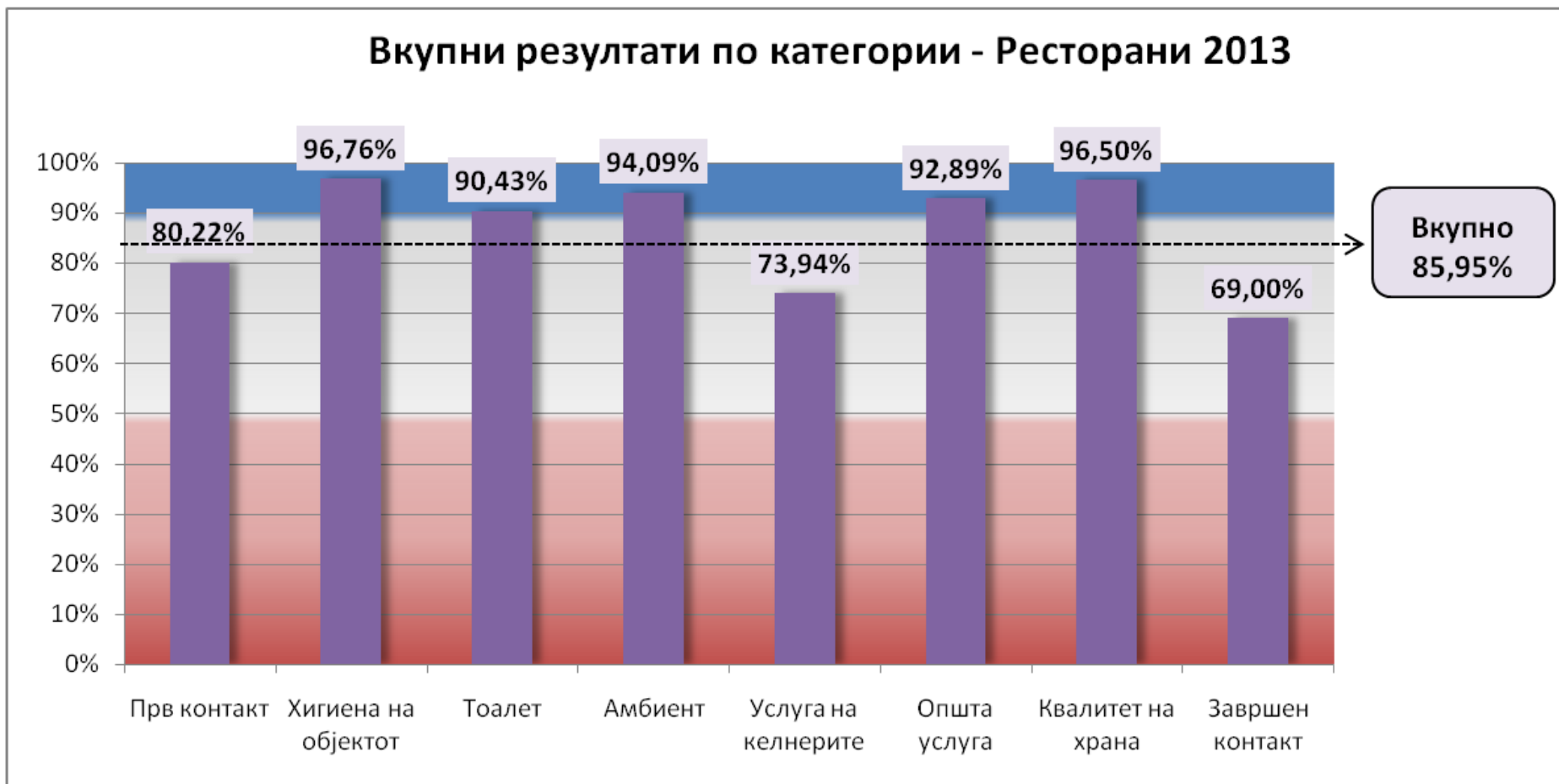


- Времето потребно за услужување на гостите е скоро еднакво како минатата година.
- Потребното време за добивање храна и сметка е зголемено во споредба со 2012 година.



Резултати РЕСТОРАНИ

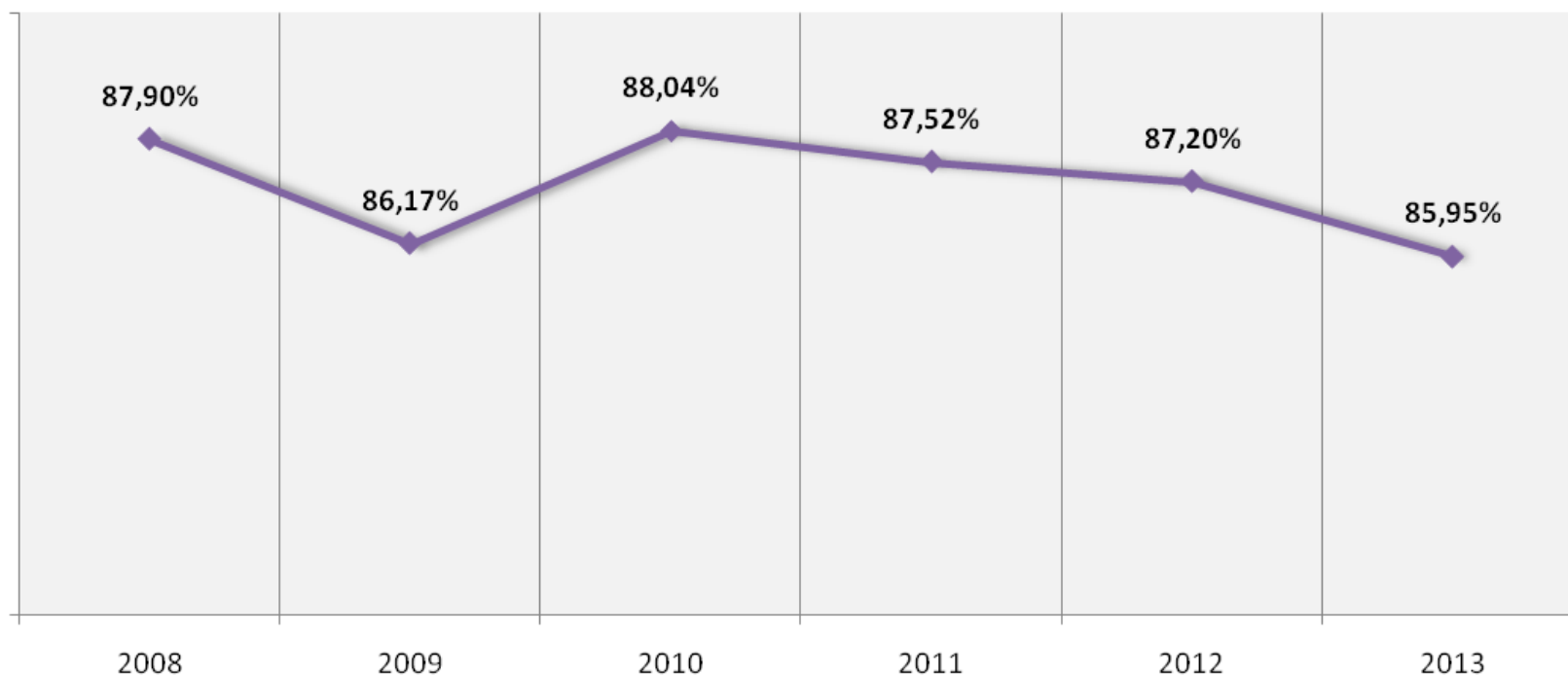
Вкупни резултати по категории



- Хигиената на објектот, тоалетот, амбиентот, општата услуга и квалитетот на храната забележаа високи резултати.
- Најниски резултати се забележани кај завршниот контакт.
- Услугата на келнерите е на средно ниско ниво со резултат под 75%.

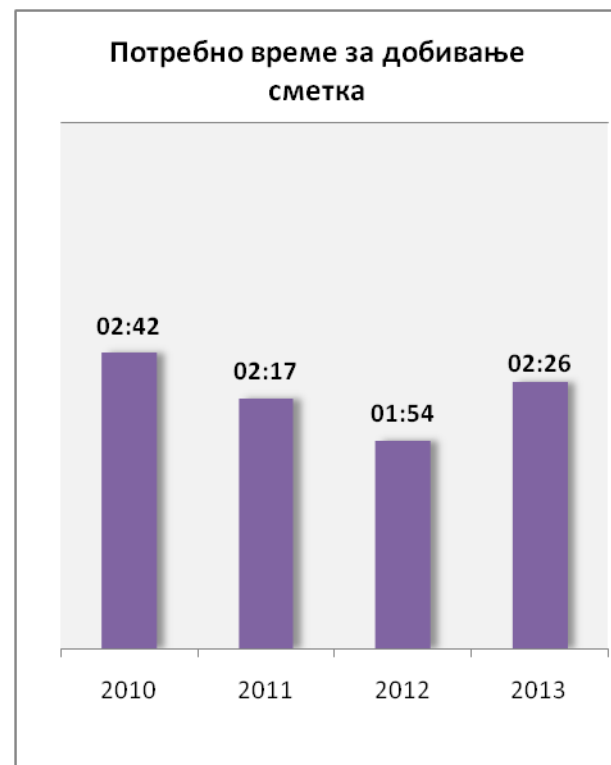
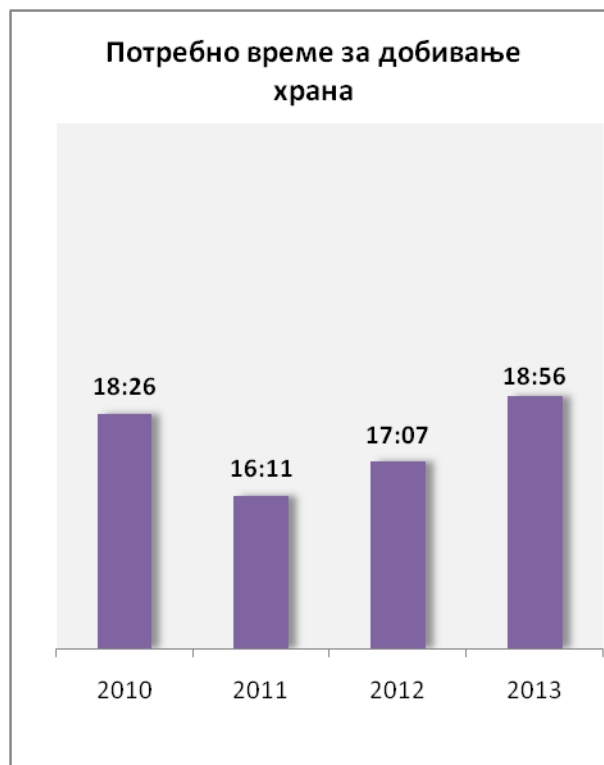
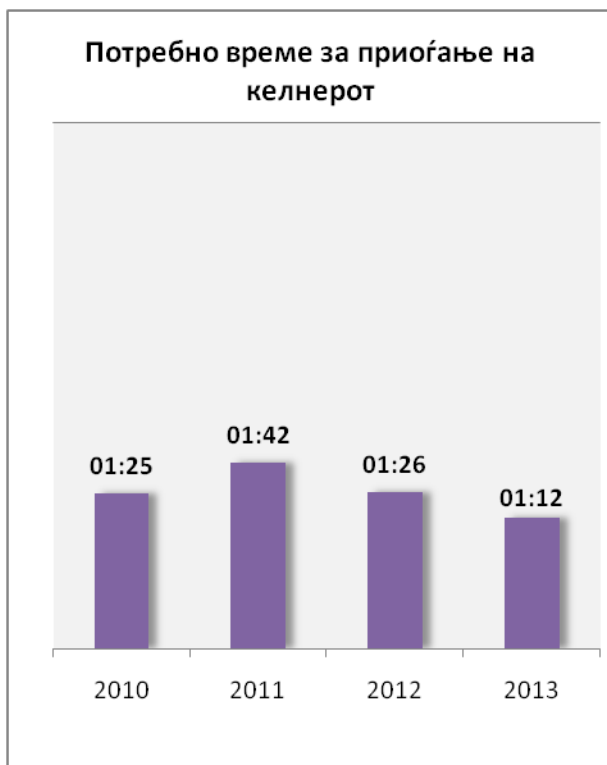
Вкупни резултати по години

Споредба на вкупни резултати - Ресторани



- Вкупниот резултат за 2013 година изнесува 85,95% и е за 1,25пп понизок во споредба со минатата година.
- Во 2013 година се ревидирани стандардите кои се испитуваа, односно истите беа надополнети, што придонесува кон понискиот општ резултат.

Време на чекање



- Времето потребно келнерот да пријде е намалено, додека времето потребно за добивање храна за добивање сметка е зголемено во споредба со 2012 година.



Осврт на резултатите

Предности

- Во рамки на првиот контакт, келнерите љубезно ги поздравувале тајните клиенти.
- Хигиената во рестораните е оценета како беспрекорна, додека кај гостилниците постоеја забелешки во поглед на хигиената и оштетеноста на чаршафите.
- Амбиентот, како и квалитетот на храната и во рестораните и во гостилниците се оценети со висока оценка.
- Општата услуга е во голема мера оценета како позитивна, со некои исклучоци на немање одредени производи од менито и времето на чекање за подготовка на храната.

Недостатоци

- Во делот на прв контакт, послаби оценки се забележани за пречекувањето при влезот во угостителскиот објект и времето потребно за приоѓање на келнерот.
- Најчести проблеми во тоалетите се хигиената (чистотата) на подот и санитарииите и чувствување на непријатен мирис.
- Од услугата на келнерите, како послаби елементи се оценети:
 - Проактивност и чувство дека келнерот е на располагање
 - Повторување на нарачката (за да се осигури дека точно разбрал)
 - Посакување пријатно јадење при послужување на храната
 - Грижа околу масата да не биде пренатрупана
 - Време на чекање за добивање сметка и заблагодарување при наплатување
 - Кај рестораните дополнително (исклучително) слаби оценки беа забележани за проверка дали е се во ред со јадењето и поставување на прашање за начин на плаќање
- Во делот на завршниот контакт забележани се слаби оценки за поздравување при заминување и заблагодарување за посетата.

Заклучоци

- Резултатите и оваа година се на задоволително ниво во однос на стандардите поставени од страна на светската асоцијација за тајно купување MSPA.
 - 14 Гостилници остварија високи резултати над 90% (22 во 2012 година)
 - 13 Ресторани остварија високи резултати над 90% (19 во 2012 година)
 - За прв пат ниту еден угостителски објект не оствари низок резултат под 50%.
- Квалитетот на општата услуга, квалитетот на храната и хигиената кај скоро сите угостителски објекти е на повисоко ниво во однос на услугата 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 континуирано унапредување на резултатот за издавање фискална сметка. Кај сите угостителски објекти не издавањето на фискална сметка се намали под 4%. (10% во 2012 година).