



Избор на:
**„Најдобар угостителски објект
меѓу најдобрите - 2015“**

25.11.2015

Методологија

- Истражувањето беше спроведено во периодот од 01.10 – 31.10.2015 година.
- Традиционално се одржува 8-ма 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

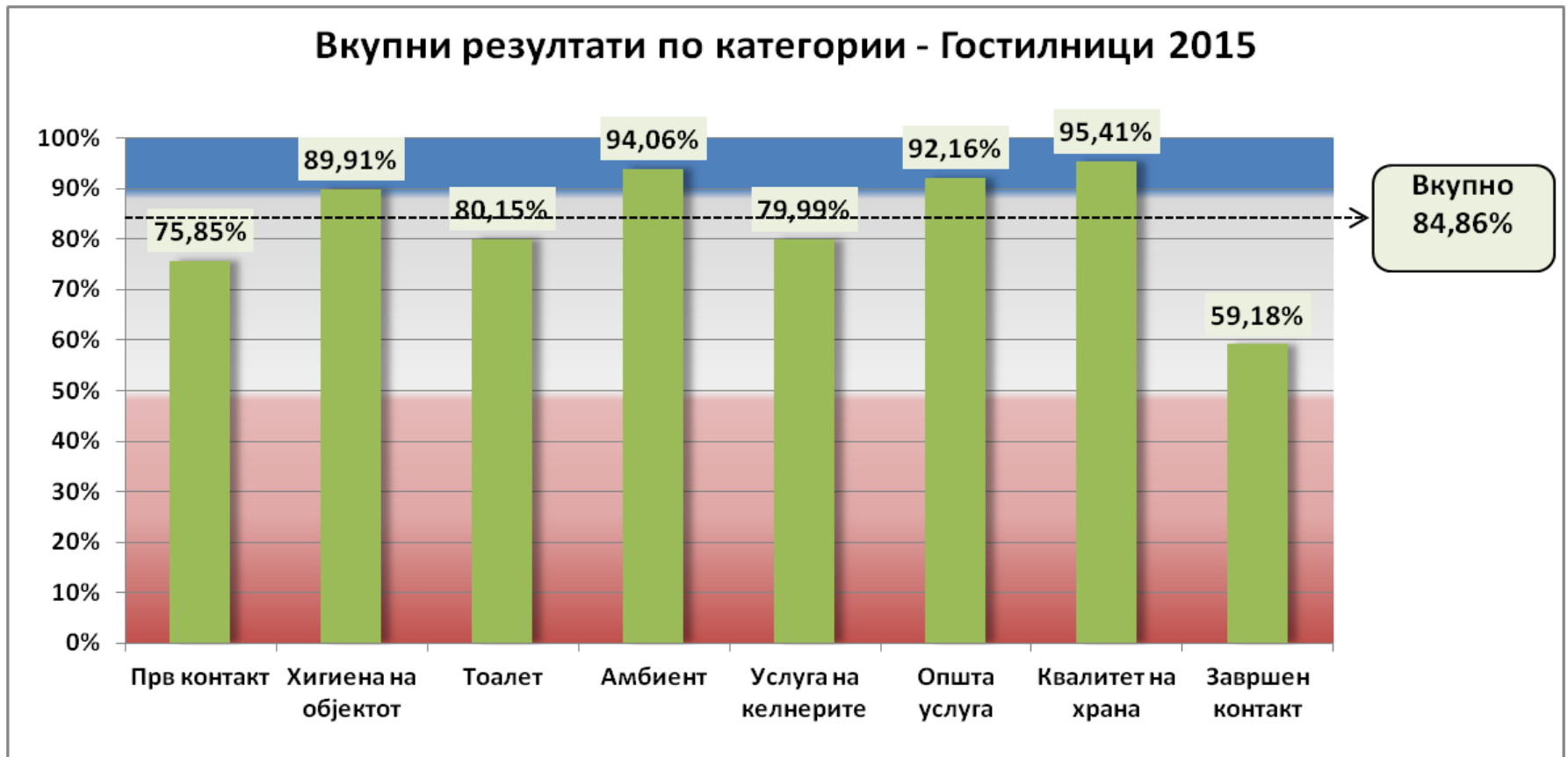
Според мерилото за квалитет дефинирано на светско ниво, одредени се следните категории на ниво на квалитет на услуга:

- **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 над 90%.
- Задоволителни резултати се забележани кај хигиена на објектот и кај тоалетот.
- Првиот контакт, услугата на келнерите и завршниот контакт се на средно ниво. Завршниот контакт е со најнизок резултат во споредба со останатите категории.

Вкупни резултати по години

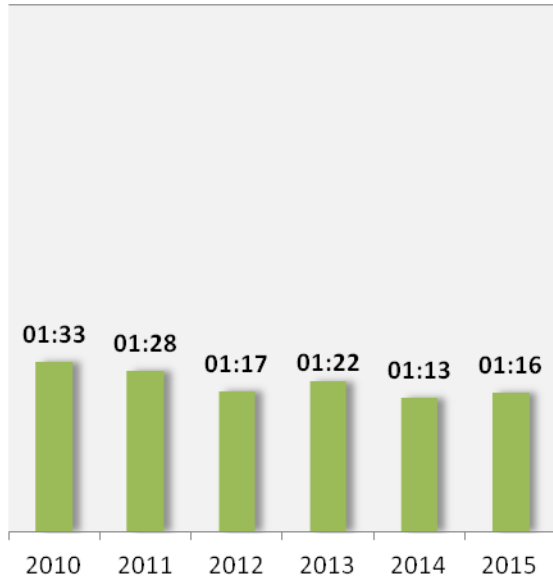
Споредба на вкупни резултати - Гостилници



- Вкупниот резултат кај гостилниците е 84,86%, што претставува резултат во сегментот на задоволителни резултати.
- Оваа година вкупниот резултат забележува значително намалување во споредба со 2014.

Време на чекање

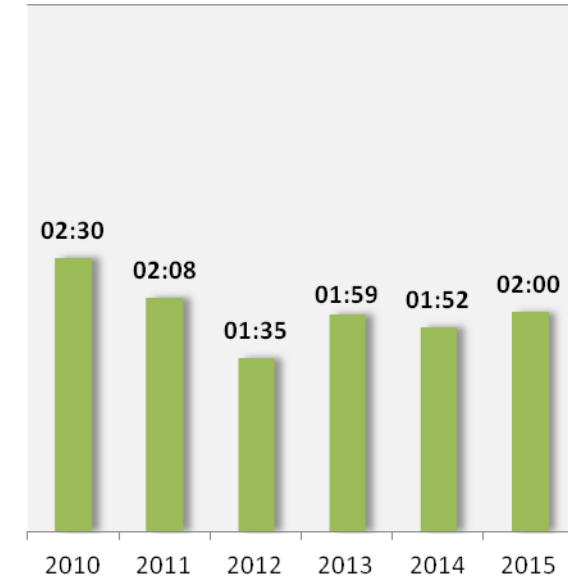
Потребно време за приоѓање на келнерот



Потребно време за добивање храна



Потребно време за добивање сметка

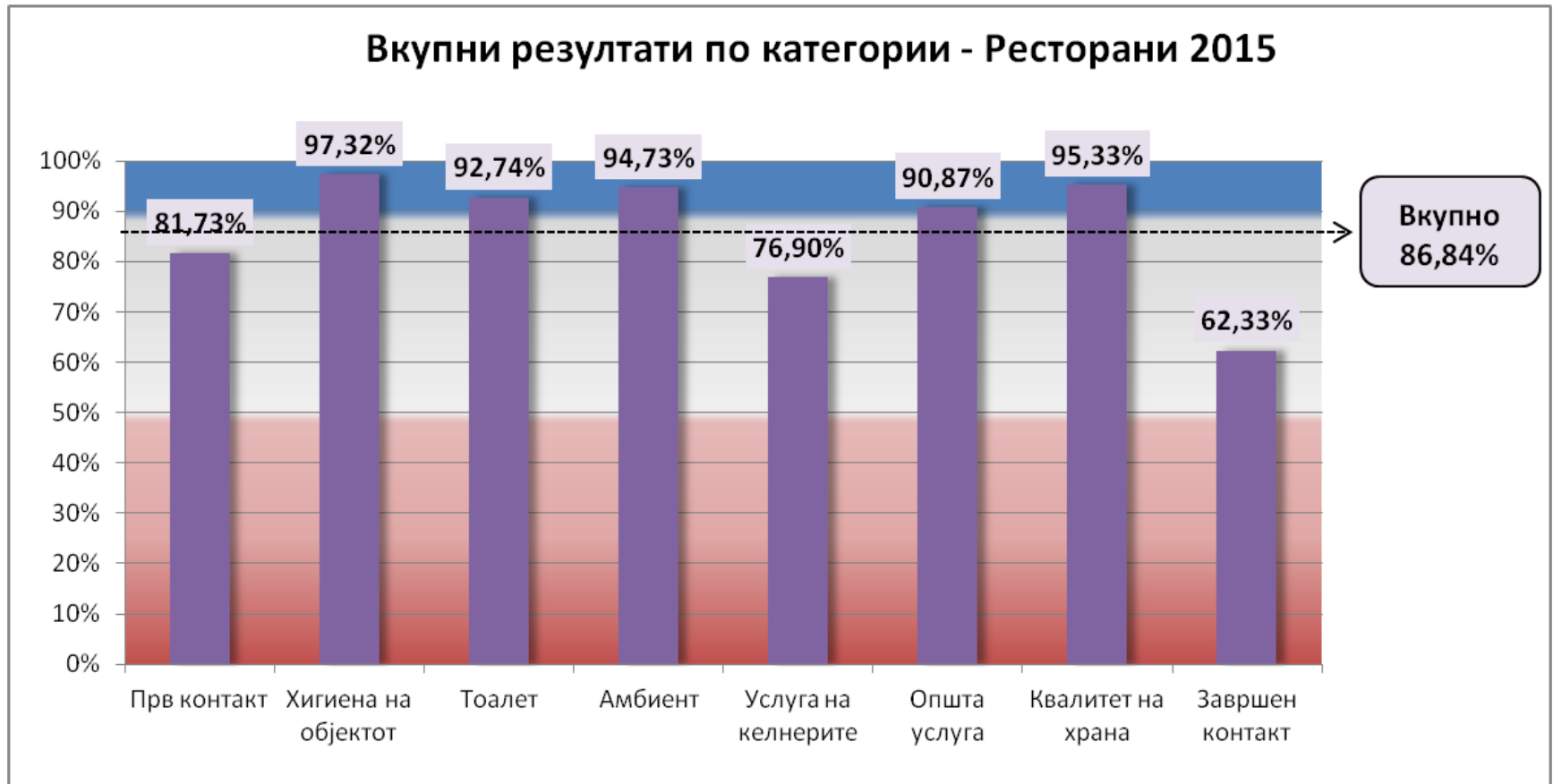


- Времето потребно за услужување на гостите е скоро еднакво како минатата година, со благо зголемување и изнесува 1:16 минути.
- Потребното време за добивање храна изнесува 18:40 минути и е благо намалено во споредба со 2014 година.
- Времето потребно за добивање на сметка изнесува 2:00 минути и е благо зголемено во споредба со 2014 година.



Резултати РЕСТОРАНИ

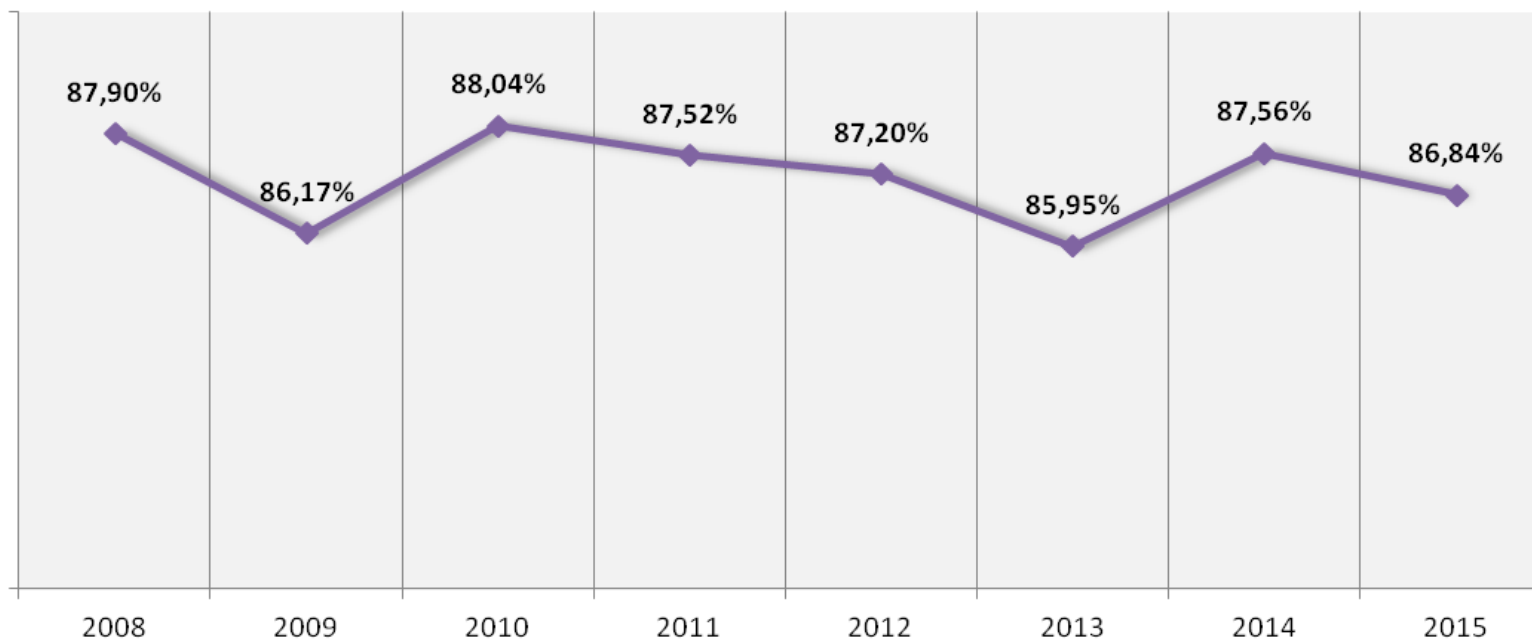
Вкупни резултати по категории



- Хигиената на објектот, тоалетот, амбиентот, општата услуга и квалитетот на храната забележаа високи резултати над 90%.
- Првиот контакт е на задоволително ниво.
- Услугата на келнерите и Завршниот контакт се на средно ниво со резултат под 80% за услугата, односно под 70% за завршниот контакт.

Вкупни резултати по години

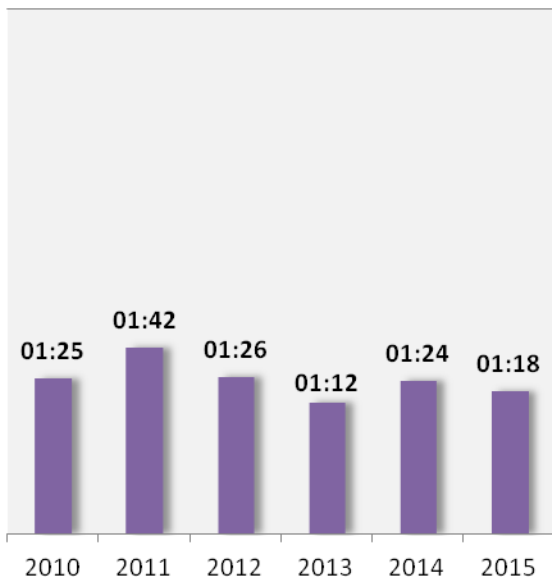
Споредба на вкупни резултати - Ресторани



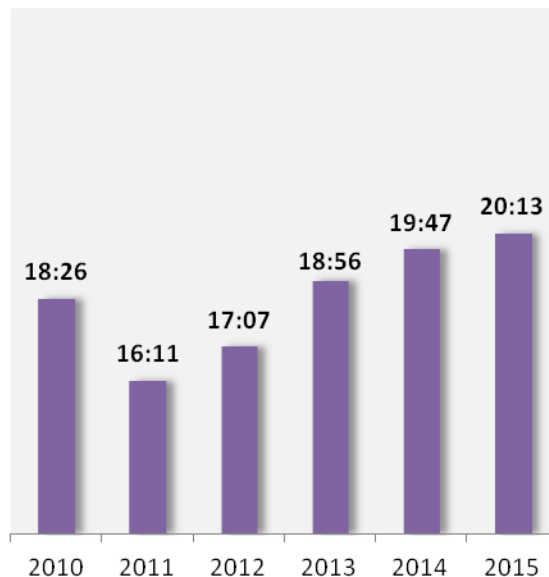
- Вкупниот резултат за 2015 година изнесува 86,84%, што претставува резултат во високиот сегмент на задоволителни резултати.
- Во споредба со 2014 година, вкупниот резултат оваа година е незначително понизок.

Време на чекање

Потребно време за приоѓање на келнерот



Потребно време за добивање храна



Потребно време за добивање сметка



- Времето потребно келнерот да пријде изнесува 1:18 минути и е во благо намалување во споредба со 2014 година.
- Времето потребно за добивање храна изнесува 20:13 минути во просек, што претставува зголемување за половина минута во споредба со 2014 година.
- Потребното време за добивање сметка е 2:00 минути и е во просек за 16 секунди намалено во споредба со 2014 година.



Осврт на резултатите

Области кои се позитивно оценети

- **Хигиената** во рестораните е позитивно оценета, додека кај гостилниците постоеја забелешки на одредени локации во поглед на хигиената и оштетеноста на чаршафите, хигиената на садовите за сол и бибер и уредноста и хигиената на менијата.
- **Тоалетите** во рестораните беа оценети на високо ниво, додека кај гостилниците постои простор за унапредување во поглед на хигиената на подот, санитарииите и проветреноста.
- **Амбиентот**, како и **квалитетот на храната** и во рестораните и во гостилниците се оценети со висока оценка.
- **Општата услуга** е во најголема мера оценета како позитивна, со некои исклучоци на немање одредени производи од менито и времето на чекање за подготовка на храната.

Области за унапредување

- Кај гостилниците и рестораните првиот контакт е послабо оценет, односно како послаби елементи се оценети поздравувањето и упатувањето каде да седнат гостите.
- Кај гостилниците постои простор за унапредување на изгледот на тоалетите во поглед на хигиената на подот и санитарииите и проветреноста.
- 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
 - Како и во претходните години, 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 оваа година се во високиот сегмент на задоволителни резултати во однос на стандардите поставени од страна на светската асоцијација за тајно купување MSPA.
- Во споредба со минатата година и кај рестораните и кај гостилниците е забележан пад на резултатот и тоа поголем кај гостилниците.
 - 15 Гостилници остварија високи резултати над 90% (16 во 2014 година).
 - 19 Ресторани остварија високи резултати над 90% (19 во 2014 година).
 - И оваа година ниту еден угостителски објект не оствари низок резултат под 50%.
- Се уште постои простор за унапредување на поедини елементи во однос на услугата на келнерот кон гостите (посакување пријатно јадење, проверка дали е се во ред со храната, заблагодарување).
- Завршниот контакт е и натаму најслаба категорија.
- „Перфекцијата е во деталите“ – Деталите се она што и оваа година ги истакнаа наградените над останатите.
- Фискална сметка – Задржано е нивото на не издавање на фискална сметка кај сите угостителски објекти во просек од 5% (просек 4% во 2014 година).