



კვების ობიექტების მომსახურების ხარისხის კვლევა

(ანალიტიკური ანგარიში)

დეკემბერი, 2019

სარჩევი:

კვლევის მეთოდოლოგია	3
კვლევის მიზანი იყო:.....	3
კვლევის ამოცანები წარმოადგენდა:	3
კვლევის მეთოდი	3
შერჩევა.....	4
დამკვირვებელი/იდუმალი სტუმარი	4
კვლევის განხორციელების პერიოდი	4
კვლევის ძირითადი მიგნებები	5
ზოგადი ინფორმაცია	7
კვების ობიექტის საერთო ხედი.....	7
დარბაზში არსებული საერთო მდგომარეობის შეფასება	9
კვების ობიექტის მენიუს შეფასება.....	15
პერსონალის მომსახურების შეფასება	18
კერძების/სასმელების ხარისხი	22
პერსონალის კონფლიქტურ სიტუაციაში მუშაობის შეფასება	23
მარნის მომსახურების შეფასება	24
სტუმრის ემოციური მდგომარეობა კვების ობიექტში ყოფნისას	26
რეკომენდაციები	30

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის მიზანი იყო:

კვლევის მიზანს წარმოადგენდა აჭარის ა.რ. რეგიონში კვების ობიექტების მომსახურების ხარისხის კვლევა.

კვლევის ამოცანები წარმოადგენდა:

- კვების ობიექტის საერთო ხედის შეფასება (შენობის ვიზუალური იერსახის, მიმდებარე ტერიტორიის კეთილმოწყობის, შესასვლელის ადაპტირებულობის და ა.შ. შეფასება);
- კვების ობიექტის დარბაზში არსებული საერთო მდგომარეობის შეფასება (დარბაზის სისუფთავის, ინვენტარის, ჰაერის ვენტილაციის, მუსიკალური ფონის, ჭურჭლის მდგომარეობის და ა.შ. შეფასება);
- კვების ობიექტის მენიუს შეფასება (მენიუს ფურცლების, კერძების აღწერილობის, ენობრივი გამართულობის, სტრუქტურის და ა.შ. შეფასება);
- კვების ობიექტის პერსონალის მომსახურების შეფასება (მიმტანის იერსახის, თავაზიანობის, ოპერატიულობის, კერძების შესახებ ინფორმირებულობის და ა.შ. შეფასება);
- კვების ობიექტში კერძების ხარისხის შეფასება (კერძების გემოს, გაფორმების და ა.შ. შეფასება);
- კვების ობიექტის მარნის (არსებობის შემთხვევაში) შეფასება (სომელიეს კვალიფიკაციის შეფასება, ღვინის დეგუსტაციის შესაძლებლობის შეფასება და სხვა);
- იდუმალი სტუმრის/კლიენტის ემოციური შთაბეჭდილებების იდენტიფიცირება კვების ობიექტში ყოფნისას (მომავალში კვების სარგებლობის სურვილი, სხვისთვის რეკომენდაციის გაწევა, სიმყუდროვისა და სისუფთავის განცდის შეფასება და სხვა)

კვლევის მეთოდი

კვლევის ობიექტების მომსახურების ხარისხის კვლევა განხორციელდა ჩართული დაკვირვების მეთოდის გამოყენებით. იდუმალი სტუმარი/კლიენტი, რომელიც სტუმრობდა კვების ობიექტებს, აფასებდა მომსახურებას, როგორც რიგითი სტუმარი, წინასწარ შემუშავებული კითხვარის მეშვეობით.

კვლევის ინსტრუმენტი - ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი, დახურული და ღია შეკითხვებით. კითხვარი შემუშავდა სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის მიერ და შეთანხმდა აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტთან.

კვლევის არეალი - კვლევის არეალს წარმოადგენდა აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის რეგიონი (როგორც ზღვის სანაპირო ზოლზე არსებული, ისე მაღალმთიან აჭარაში მოქმედი კვების ობიექტები)

შერჩევა

შესამოწმებელი კვების ობიექტების სია მოგვანოდა აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტმა.

კვლევის ფარგლებში სულ შეფასდა:

- 80 კვების ობიექტის მომსახურების ხარისხი

დამკვირვებელი/იდუმალი სტუმარი

კვლევის განხორციელებაში ჩაერთო 5 დამკვირვებელი/იდუმალი სტუმარი, რომელთაც, კვების ობიექტებში მაღალი, ან საშუალო რგოლის მენეჯერულ პოზიციაზე მუშაობის გამოცდილების დამადასტურებელი ცნობები გადაეცა აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტს.

კვლევის განხორციელების პერიოდი

კვების ობიექტების მომსახურების ხარისხის შეფასება მოიცავდა 2019 წლის 10 აგვისტოდან - 2019 წლის 18 ნოემბრის ჩათვლით პერიოდს.

კვლევის ძირითადი მიგნებები

- კვების ობიექტები ვიზუალური იერსახის მიხედვით, შემდეგ კატეგორიებად დაიყო: ახალგარემონტებული (53.8%, რაც უმრავლესობას წარმოადგენს), ძველი რემონტით (43.8%), სარემონტო (2.5%)
- ობიექტების 91.3%-ის შემთხვევაში ინფრასტრუქტურა კეთილმოწყობილია, ხოლო 6.3%-ის მიმდებარე ტერიტორია კეთილმოწყობილია.
- კვების ობიექტების 83.8%-ის შემთხვევაში სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა ქართულად და ინგლისურად არის წარმოდგენილი. 2 ობიექტს სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა ქართულად და რუსულად აქვს.
- კვების ობიექტების უმრავლესობას (63.8%) არ აქვს პანდუსი.
- დარბაზის სისუფთავე 38.8%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, 26.3%-ში კი არც დადებითად არც უარყოფითად.
- დარბაზში განთავსებული ინვენტარის მდგომარეობა ობიექტების 35%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 27.5%-ში - არც დადებითად, არც უარყოფითად (ნეიტრალური).
- რაც შეეხება საევაკუაციო გეგმას, როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 41.3%-ში საერთოდ არ არის; 37.5%-ში ყველასთვის თვალსაჩინო ადგილზეა განთავსებული.
- ძირითადად, ობიექტების 76.3%-ში 2 სველი წერტილია - ერთი ქალებისთვის, ხოლო მეორე მამაკაცებისთვის.
- უნიტაზის სისუფთავეს დამკვირვებლები, ძირითადად (34.2%), ძალზე დადებითად აფასებენ. აღნიშნული კრიტერიუმი ობიექტების 20.3%-ში ნეიტრალურად შეფასდა, ხოლო 11.4%-ში - ძალზე უარყოფითად.
- როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 35.4%-ში, სველი წერტილის საერთო რემონტის მხრივ, ძალზე დადებითი მდგომარეობაა, მაშინ როცა 25.3%-ის შემთხვევაში ნეიტრალური პოზიცია ფიქსირდება.
- კვების ობიექტების უმრავლეს შემთხვევაში (52.5%) მენიუ შედგენილია ქართულად, ინგლისურად და რუსულად. ხოლო 28.8%-ის შემთხვევაში ქართულად და ინგლისურად.
- მენიუს ფურცლის/ბუკლეტის მდგომარეობა შემდეგნაირად შეფასდა: 26.7% - ძალზე დადებითად, 29.3% - არც დადებითად არც უარყოფითად (ნეიტრალური შეფასება), 10.7% - ძალზე უარყოფითად.
- როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 32%-ში სტრუქტურული კომპონენტი დაცულია და მენიუს ფურცელი სტრუქტურულად ძალზე გამართულია.
- კვების ობიექტების უმრავლესობის (88.8%) მენიუში კერძს წონა გრამებში არ აქვს მითითებული; მხოლოდ 9 ობიექტია სადაც დადებით პასუხი დაფიქსირდა.
- დამკვირვებლებმა აღნიშნეს, რომ კვების ობიექტების 50%-ის შემთხვევაში შეეგებათ აღმინისტრატორი/მიმტანი.
- ობიექტების 33.8%-ში მიმტანი დაეხმარა დამკვირვებელს და შესთავაზა ის მაგიდა, რომლის ადგილმდებარეობაც ყველაზე მეტად მოეწონა.
- კვების ობიექტების 71.3%-ში ეცვათ მიმტანებს უნიფორმა; 48.8%-ში - სამკერდე ნიშანი ეკეთათ, 61.3%-ის შემთხვევაში მიმტანი იყო ხელმისაწვდომი და მაგიდის სისუფთავეს ყურადღებას აქცევდა.
- მიმტანს მენიუს მიწოდებისთვის 0-5 წუთი დასჭირდა კვების ობიექტების 84.2%-ის შემთხვევაში; 6-10 წუთი - 6.5%-ში; ობიექტების 9.1%-ში 15 წუთი და მეტი დრო გახდა

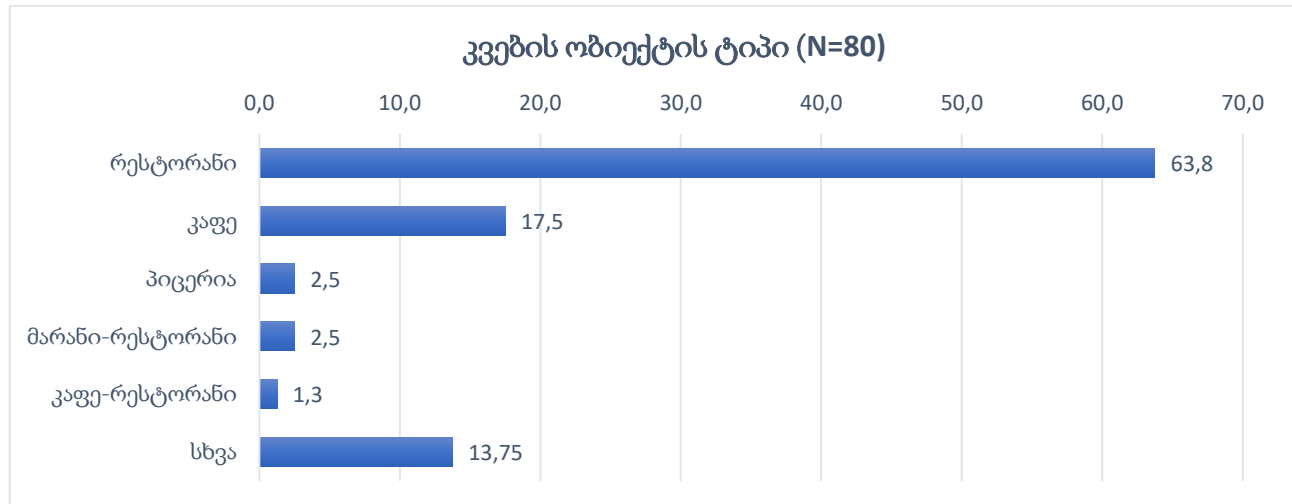
საჭირო. რაც შეეხება მიღებული შეკვეთის მოტანას 0-5 წუთი დასჭირდა 7.7%-ის შემთხვევაში, 6-10 წუთი - 25.5%. ანგარიშის მოტანას ობიექტების 89%-ში 1-5 წუთი დასჭირდა, 6-10 წუთი დაფიქსირდა კვების ობიექტების 6.8%-ის შემთხვევაში, ხოლო ობიექტების 4.2%-ში მიმტანს ანგარიშის მოსატანად 10 წუთზე მეტი დასჭირდა.

- კვების ობიექტების 43.8%-ის შემთხვევაში მიმტანის თავაზიანობა ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 26.3%-ში - ძირითადად დადებითად.
- კვების ობიექტების უმრავლესობაში (61.3%) ადმინისტრატორი ადგილზე არ იმყოფებოდა საერთოდ და შესაბამისად, არც მიმტანების საქმიანობას აკვირდებოდა. 23.8%-ის შემთხვევაში კი მიმტანებს მითითებებს აძლევდა და ეხმარებოდა კიდევ.
- კერძების გაფორმება კვების ობიექტების 24.7%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, იგივე მაჩვენებელი დაფიქსირდა ძალზე უარყოფითი პასუხის კატეგორიაშიც. კერძის გემო ობიექტების 33.3%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 19.2% ძალზე უარყოფითი შეფასების კატეგორიაში მოხვდა.
- რაც შეეხება კლიენტის მიმართ ტაქტიანობისა და კორექტულობის შენარჩუნების უნარს, ობიექტების 41.7%-ში მომუშავე პერსონალი ძალზე დადებითად შეფასდა.
- კვების ობიექტების მიმტანების კონფლიქტური სიტუაციის გადაწყვეტის გზების პოვნის უნარს კი დამკვირვებლები შემდეგნაირად აფასებენ: 37.1% - ძალზე დადებითად, 17.1% ძირითადად დადებითად, 24.3% - არც დადებითად და არც უარყოფითად.
- კვლევაში მონაწილე კვების ობიექტების უმრავლესობას (92.5%) ღვინის მარანი არ აქვს. იმ ობიექტებს 75%-ში, რომელთაც ღვინის მარანი აქვს, საკუთრივ მეპატრონის მიერ წარმოებული ღვინო იყიდება.
- მარნების 37.5%-ს სომელიე (ღვინის სპეციალისტი ჰყავს), ხოლო 25%-ის შემთხვევაში ამ ფუნქციას თავად მარნის მეპატრონე ასრულებს.
- აბსოლუტურად ყველა მარანი (100%) კლიენტებს ღვინის დაგემოვნების შესაძლებლობას სთავაზობს. ხოლო თავად ღვინის სპეციალტა, უმრავლეს შემთხვევაში (83.3%) ფასიანია, შესაბამისად, 16.7%-ში - უფასო.
- როგორც აღმოჩნდა, უმრავლეს შემთხვევაში (33.8%) დამკვირვებლები მომავალში მოცემული კვების ობიექტის სერვისით სარგებლობას ისურვებდნენ, თუმცა აღსანიშნავია, რომ ეს მაჩვენებელი მცირედით აღემატება უარყოფით შინაარსის მქონე კატეგორიას, რომელიც 32.5%-ით არის წარმოდგენილი.
- კვების ობიექტების 35%-ის შემთხვევაში დამკვირვებელი სხვებს ამ ობიექტით სარგებლობის რეკომენდაციას მისცემდა. თუმცა, ამ შემთხვევაში ცალსახად უარყოფითი პასუხის კატეგორია დიდად არ ჩამორჩება - 33.8%.
- აღმოჩნდა, რომ ობიექტების 33.8%-ის შემთხვევაში მიღებული მომსახურება ფასს სრულად შეესაბამება. თუმცა, უკიდურესად უარყოფითი პასუხის პროცენტული მაჩვენებელიც მაღალია და 21.3%-ს უტოლდება.

ზოგადი ინფორმაცია

აჭარის რეგიონში კვლევაში ჩართული ობიექტების უმრავლესობა - 63.8% რესტორანია, 17.5% - კაფე, 2,5%-2.5% კი - პიცერია და მარანი-რესტორანი (იხ. დიაგრამა #1).

დიაგრამა #1

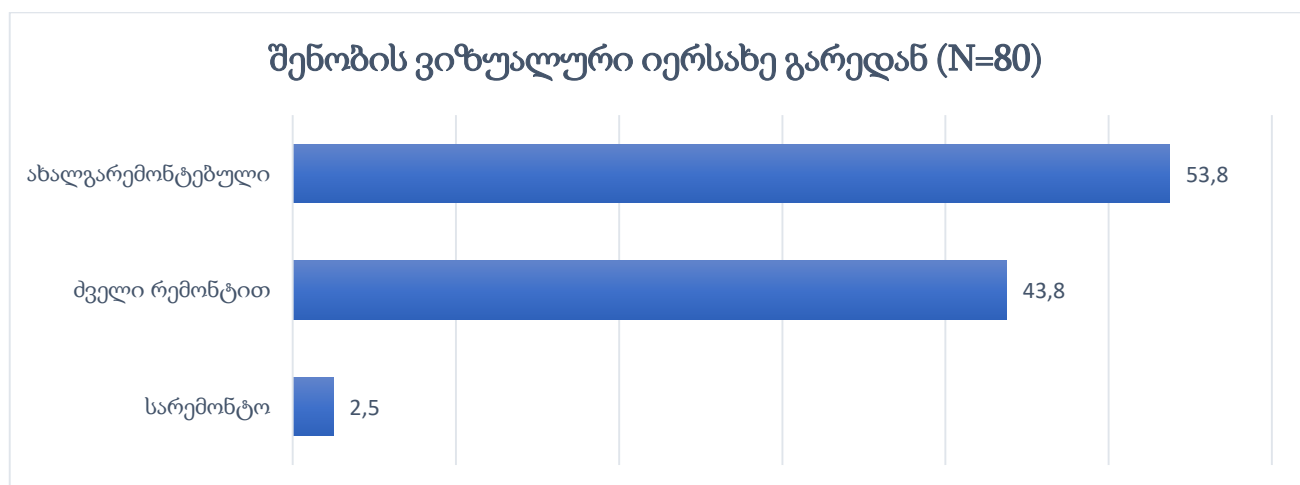


კვების ობიექტის საერთო ხედი

კვების ობიექტების მომსახურების შეფასებისთვის, გამოკვლეულ იქნა, როგორც უშუალოდ სერვისი, ასევე ექსტერიერი და ინტერიერი.

კვების ობიექტები ვიზუალური იერსახის მიხედვით, შემდეგ კატეგორიებად დაიყო: ახალგარემონტებული (53.8%, რაც უმრავლესობას წარმოადგენს), ძველი რემონტით (43.8%), სარემონტო (2.5%) (იხ. დიაგრამა #2). 2018 წლის მონაცემების მიხედვით, კვების ობიექტების 46,3%-ში ძველი რემონტი იყო, 43,9% - ახალგარემონტებული, ხოლო 9,8% სარემონტო.

დიაგრამა #2



რაც შეეხება კვების ობიექტის მიმდებარე ტერიტორიას, ობიექტების 91.3%-ის შემთხვევაში ინფრასტრუქტურა კეთილმოწყობილია, ხოლო 8.9%-ის მიმდებარე ტერიტორია

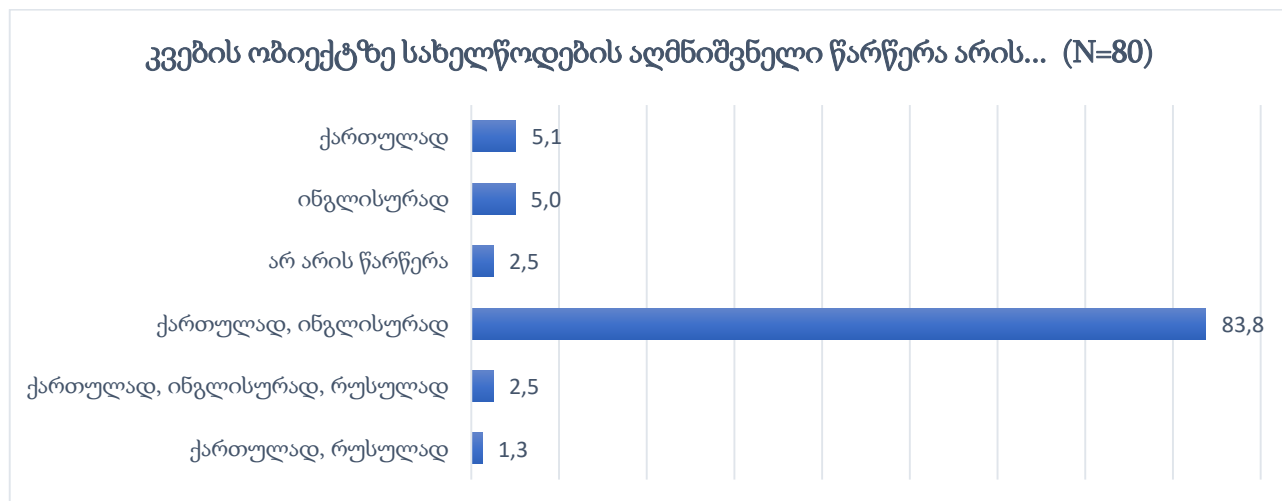
კეთილმოუწყობელია (იხ. დიაგრამა #3). 2018 წელსაც, თითქმის, იდენტური მაჩვენებლები დაფიქსირდა.

დიაგრამა #3



კვების ობიექტის შეფასების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან და საწყის კრიტერიუმად სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერის არსებობა განისაზღვრა. როგორც აღმოჩნდა უმეტეს შემთხვევაში (ობიექტების 83.8%) წარწერა ქართულად და ინგლისურად არის წარმოდგენილი. 2 ობიექტს სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა ქართულად და რუსულად აქვს (იხ. დიაგრამა #4). წინა წელს ჩატარებული კვლევის ფარგლებში კვების ობიექტების 72%-ს ქართულად და ინგლისურად ჰქონდა წარწერა, 11%-ს კი - ქართულად.

დიაგრამა #4

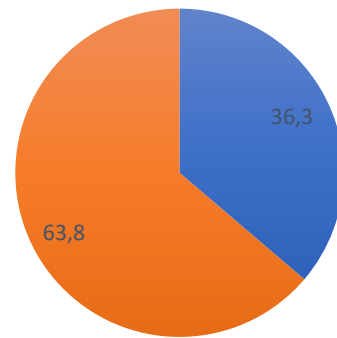


სტუმართა მომსახურებისთვის მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს იყოს ყველასთვის ხელმისაწვდომი და ადაპტირებული. სწორედ ამ მიზნით შეფასების ერთ-ერთ კრიტერიუმად განისაზღვრა შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისთვის ადაპტირებულობა. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების უმრავლესობა (63.8%) არ არის ადაპტირებული - არ აქვს პანდუსი (იხ. დიაგრამა #5). 2018 წლის მონაცემებით, კვების ობიექტების 69.5% არ იყო ადაპტირებული.

დიაგრამა #5

კვების ობიექტის შესასვლელი ადაპტირებულია თუ არა შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის? (N=80)

- დიახ, არის პანდუსი, რომელიც ეტლიან პირს კვები
- არა, არ არის



საერთო ხედის შეფასების მხრივ შეიძლება ითქვას, რომ უმეტეს შემთხვევაში კვების ობიექტები ხელმისაწვდომია, სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერაც ახლავს თან, თუმცა მშპ პირებისთვის ადაპტირებულობის კომპონენტს უმრავლესი მათგანი ვერ აკმაყოფილებს.

დარბაზში არსებული საერთო მდგომარეობის შეფასება

დარბაზის სისუფთავე 38.8%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, 26.3%-ში კი არც დადებითად არც უარყოფითად. აღსანიშნავია, რომ ამ კრიტერიუმში მხოლოდ ერთ ობიექტს მიენიჭა ძალზე უარყოფის კატეგორია. ასეთი შეფასებები გამოწვეული იმით, რომ ზოგ შემთხვევაში დარბაზი ნაწილობრივ საწყობის ფუნქციას ასრულებს ან იატაკია მოსაწმენდი და მტვრები გადმოსაწმენდი (იხ. დიაგრამა #6). აღნიშნული პარამეტრი 2018 წელს კვების ობიექტების 46.3%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა.

მაგილებისა და სკამების განლაგება კვების ობიექტების 46.3%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 26.3%-ში - დადებითად. აღსანიშნავია, რომ მხოლოდ 2 ობიექტში არსებული მდგომარეობა შეფასდა, როგორც ძალიან უარყოფითი. მსგავს შედეგებს განაპირობებს ის, რომ ზოგიერთ ობიექტში მაგიდები ერთმანეთთან ძალიან ახლოსაა, რაც მომხმარებლისთვის დისკომფორტის შემქმნელია (იხ. დიაგრამა #6).

დარბაზში განთავსებული ინვენტარის მდგომარეობა ობიექტების 35%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 27.5%-ში - არც დადებითად, არც უარყოფითად (ნეიტრალური). ზოგიერთ შემთხვევაში ინვენტარი რესტავრაციას საჭიროებს ან სტუმრების მისაღებად არ არის განლაგებული (იხ. დიაგრამა #6). 2018 წელს მონაცემები შემდეგნაირად გადანაწილდა: კვების ობიექტების 37,8% - ძალზე დადებითად, 32,9% - ძირითადად დადებითად, 13,5%-ის შემთხვევაში - არც დადებითად და არც უარყოფითად.

კვლევაში მონაწილე კვების ობიექტების ნახევარში (50%) დარბაზის განათება ძალზე დადებითად შეფასდა. ამ და სხვა კატეგორიებს შორის მნიშვნელოვანი სხვაობაა. 17.5%-ის შემთხვევაში ნეიტრალური პოზიციის აღმნიშვნელი ქულა დაფიქსირდა, რაც ვერბალურად კატეგორიაში „არც დადებითად, არც უარყოფითად“ ერთიანდება. დამკვირვებლებმა მიუთითეს, რომ ზოგიერთ ობიექტზე დამთრგუნველი და ბნელი განათება იყო (იხ. დიაგრამა #6).

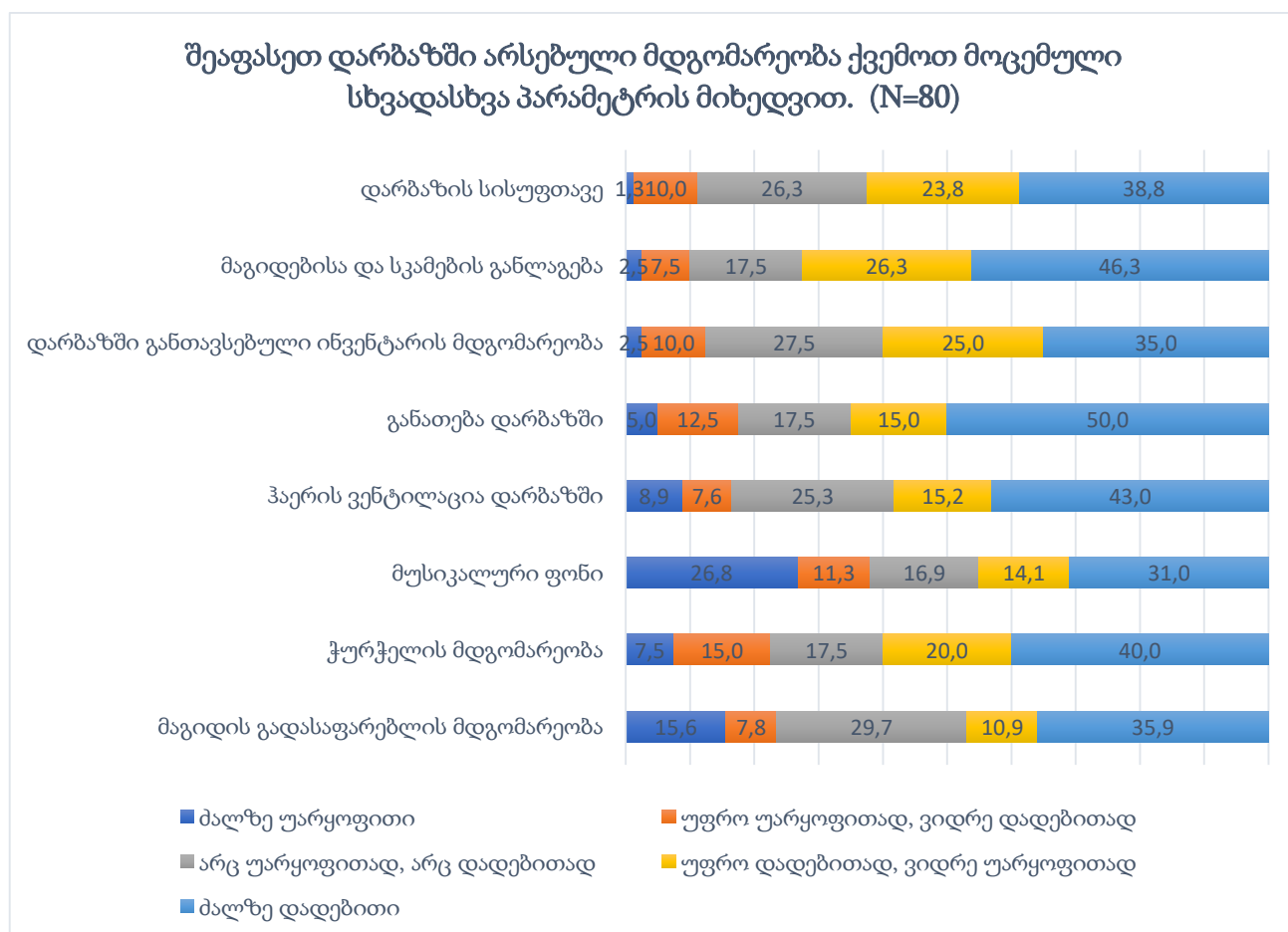
დარბაზში არსებული საერთო მდგომარეობის შეფასების ერთ-ერთ კრიტერიუმად ჰაერის ვენტილაცია განისაზღვრა. ობიექტების დიდ ნაწილში (43%) აღნიშნული კრიტერიუმი ძალზე დადებითად შეფასდა, 7 ობიექტში კი - ძალზე უარყოფითად. აღსანიშნავია, რომ ობიექტების მეოთხედზე მეტში (25.3%) ჰაერის ვენტილაციის შეფასებამ ნეიტრალური ქულა (5-ქულიანზე 3) დაიმსახურა. დამკვირვებლებმა მიუთითეს, რომ ცალკეულ შემთხვევაში სავენტილაციო სისტემა არ არსებობს. ასევე მათი დაკვირვებით, ზოგჯერ დარბაზში კვამლის სუნი იდგა და განიავების მიზნით გაღებული კარიდან ბუხები თავისუფლად დაფრინავდნენ (იხ. დიაგრამა #6).

მუსიკალური ფონი ობიექტების 31%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, თუმცა, აღსანიშნავია, რომ 26.8%-ში ამ კრიტერიუმს ყველაზე დაბალი ქულა მიენიჭა, რაც ვერბალურად „ძალზე უარყოფით“ კატეგორიაში ერთიანდება. დამკვირვებლებმა ხაზი გაუსვეს, რომ უმეტეს შემთხვევაში დარბაზში მუსიკალური ფონი საერთოდ არ იყო ან იმდენად ხმამაღლა იყო ჩართული, რომ დისკომფორტს უქმნიდა (იხ. დიაგრამა #6).

კვების ობიექტების 40%-ში ჭურჭლის მდგომარეობა ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 20%-ში - დადებითად. აღსანიშნავია, რომ მხოლოდ ექვსი ობიექტი აღმოჩნდა, სადაც აღნიშნულმა კრიტერიუმმა ძალზე უარყოფით შეფასება დამკვირვებლებმა მიუთითეს, რომ ჭურჭელი განახლებას საჭიროებს, რადგანაც ჭიქები დალაქავებულია ან ცუდი სუნი აქვს (იხ. დიაგრამა #6).

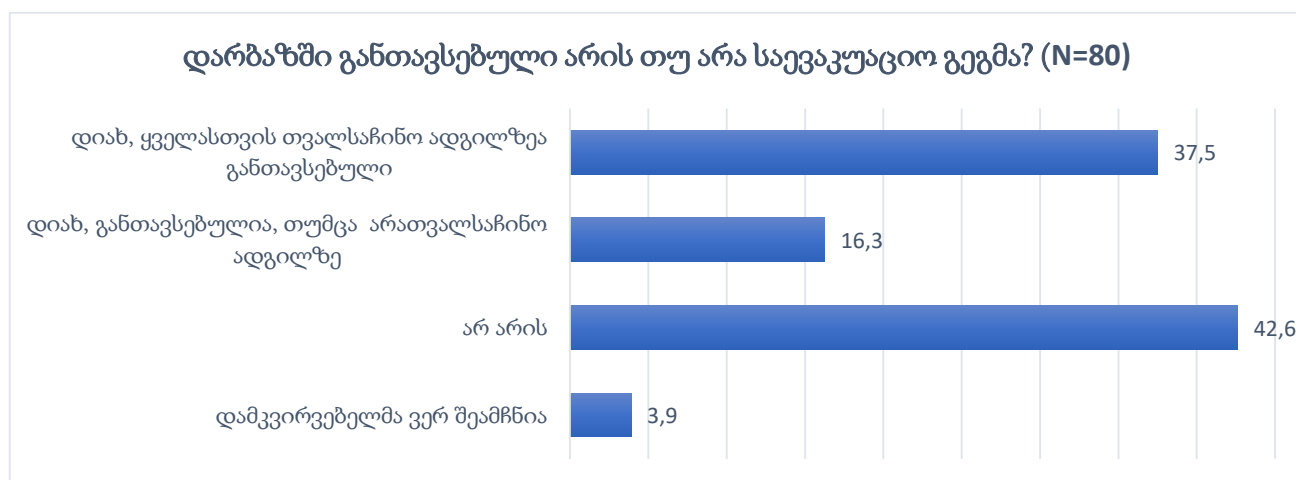
რაც შეეხება მაგიდის გადასაფარებლის მდგომარეობას, კვების ობიექტების 35.9%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 29.7%-ში - ნეიტრალური შეფასება (5-ქულიან სკალაზე 3) მიიღო. 10 ობიექტი აღმოჩნდა, სადაც მაგიდის გადასაფარებელი ძალიან ცუდ მდგომარეობაში იყო. დამკვირვებელთა შეფასებით, ხშირად მაგიდეებზე საერთოდ არ არის გადაფარებული, ხოლო თავად მაგიდა ძალიან გადასაწმენდია. ზოგიერთ შემთხვევაში კი საჭიროა გადასაფარებლის გამოცვლა (იხ. დიაგრამა #6). რაც შეეხება წინა წლის მონაცემებს, აღნიშნული პარამეტრი დამკვირვებლებმა შემდეგნაირად შეაფასეს: 35,4% - ძალზე დადებითი, 13,4% - არც დადებითი და არც უარყოფითი, ხოლო 7,3% - ძალზე უარყოფითი.

დიაგრამა #6



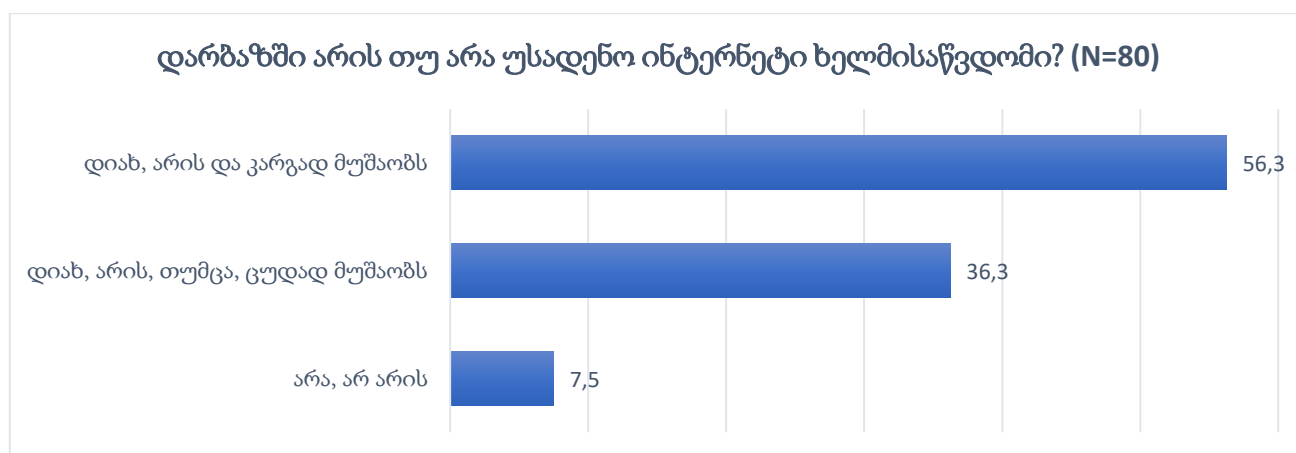
რაც შეეხება საევაკუაციო გეგმას, როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 41.3%-ში საერთოდ არ არის; 37.5%-ში ყველასთვის თვალსაჩინო ადგილზეა განთავსებული. 2.6%-ის შემთხვევაში კი დამკვირვებლების შეფასებით, შესაძლოა არის, თუმცა ვერ დაინახეს (იხ. დიაგრამა #7). 2018 წელს კვების ობიექტების მხოლოდ 15.9%-ის შემთხვევაში იყო ყველასთვის თვალსაჩინო ადგილას განთავსებული.

დიაგრამა #7



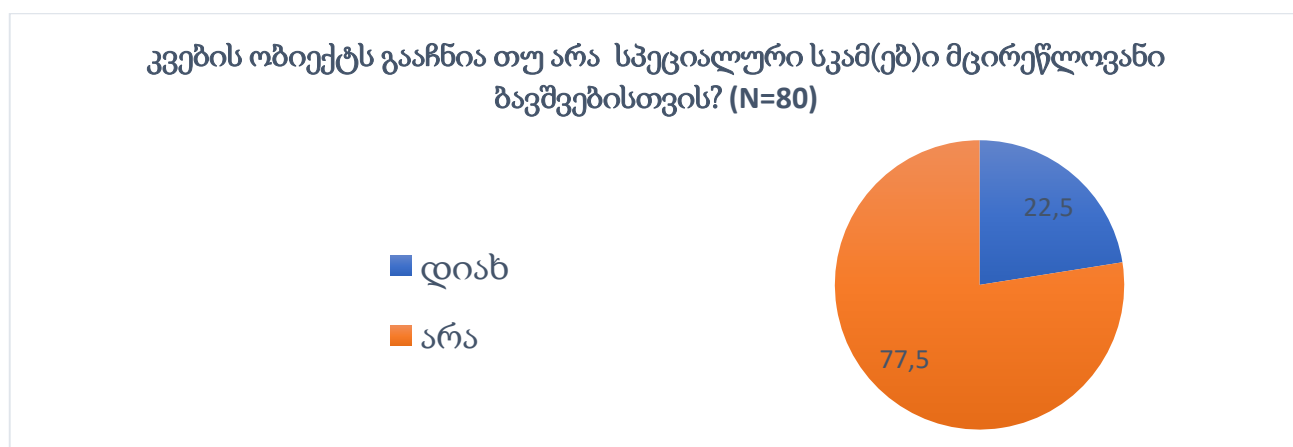
აღსანიშნავია, რომ კვლევაში ჩართული კვების ობიექტების უმრავლესობაში (56.3%) ინტერნეტი ხელმისაწვდომია და, რაც მთავარია, კარგად მუშაობს. ობიექტების 7.5%-ში კი უსაღესო ინტერნეტი საერთოდ არ არის, რაც შესაძლოა მომხმარებლისთვის ერთგვარ დისკომფორტს წარმოადგენდეს (იხ. დიაგრამა #8). ინტერნეტზე ხელმისაწვდომობის, თითქმის, იდენტური შედეგი დაფიქსირდა 2018 წელსაც - კვების ობიექტების 54.9% დადებით პასუხის კატეგორიაში გაერთიანდა.

დიაგრამა #8



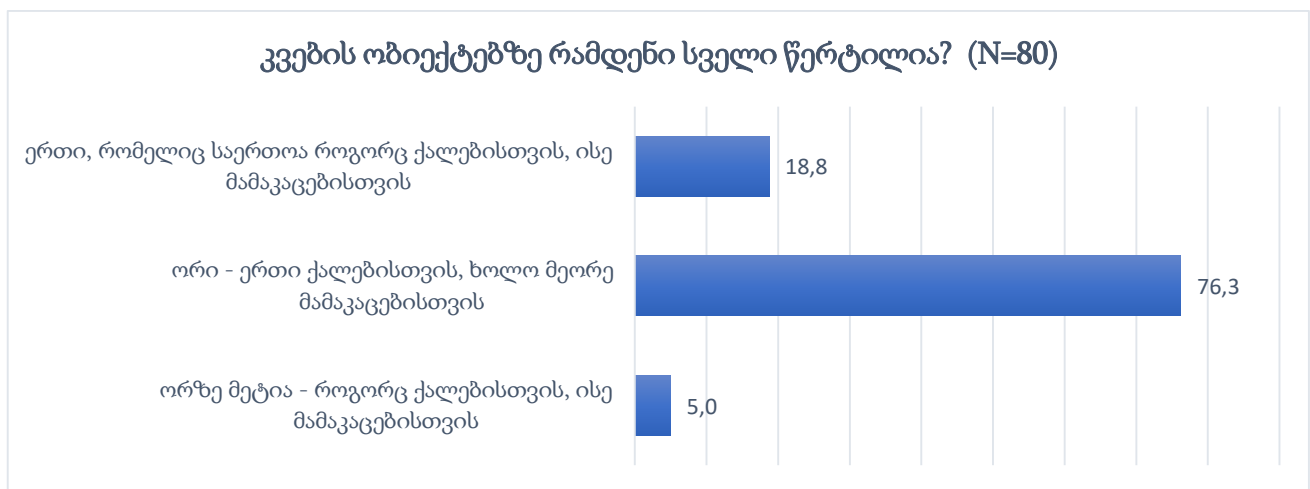
ცალკე კომპონენტად განისაზღვრა მცირეწლოვანი ბავშვებისთვის სპეციალური სკამ(ებ)ის არსებობა. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების უმრავლესობა (77.5%) მსგავსი ინვენტარით არ არის აღჭურვილი. მეოთხედს მცირედით აღემატება დადებით კატეგორიაში მოხვედრილი ობიექტების პროცენტული მაჩვენებელი - 22.5% (იხ. დიაგრამა #9). წინა წლის შედეგთან შედარებით, ვითარება გაუარესებულია. 2018 წელს სასტუმროების 68.5% არ იყო მსგავსი ინვენტარით აღჭურვილი.

დიაგრამა #9



ამასთანავე შეფასდა კვების ობიექტში არსებული სველი წერტილების რაოდენობა. როგორც აღმოჩნდა, ძირითადად (ობიექტების 76.3%) 2 სველი წერტილია - ერთი ქალებისთვის, ხოლო მეორე მამაკაცებისთვის. ობიექტების დაახლოებით მეხუთედში (18.8%) ქალებისა და კაცებისთვის საერთო სველი წერტილია (იხ. დიაგრამა #10). 2018 წელსაც სასტუმროების უმრავლესობაში (63.4%) ორი სველი წერტილი იყო.

დიაგრამა #10



შემდგომ ეტაპზე სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით, სწორედ სველი წერტილების მდგომარეობა შეფასდა. ამისთვის გამოყენებულ იქნა 5-ქულიანი სკალა, რომელზეც 1 აღნიშნავს „ძალზე უარყოფითად“, ხოლო 5 – „ძალზე დადებითად“. დამკვირვებლები სველ წერტილებში სუნს 35.4%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად აფასებენ, 30.4%-ში - ნეიტრალურ პოზიციას აფიქსირებენ, ხოლო რაოდენობის მეთაედში (10.1%) ეს კრიტერიუმი ძალზე უარყოფითად შეფასდა. მსგავსი შედეგები განპირობებულია იმით, რომ ზოგიერთ შემთხვევაში მცირედენი, ზოგან კი უსაშველოდ ცუდი სუნი იდგა (იხ. დიაგრამა #11).

რაც შეეხება უნიტაზის სისუფთავეს დამკვირვებლები, ძირითადად (34.2%), ძალზე დადებითად აფასებენ. აღნიშნული კრიტერიუმი ობიექტების 20.3%-ში ნეიტრალურად შეფასდა, ხოლო 11.4%-ში - ძალზე უარყოფითად. დამკვირვებლების შეფასებით, ზოგან იდეალურად სუფთაა ყველაფერი, ზოგ შემთხვევაში კი უნიტაზი არ არის (ე.წ. ჩეჩმა ტუალეტია). ცალკეულ შემთხვევაში ერთი დამლაგებელი არ არის საკმარისი რომ ყველაფრის სისუფთავეზე იზრუნოს (იხ. დიაგრამა #11).

განცალკევებულად შეფასდა ხელსაბანი ნიჟარების სისუფთავე. კვების ობიექტების 34.2%-ში ძალზე დადებითი შეფასება მიიღო, დაახლოებით მეხუთედში (20.3%) კი - ძირითადად, დადებითი. მხოლოდ 7 ობიექტის ისეთი, სადაც ხელსაბანი ნიჟარები არ არის სუფთა, რაც 5-ქულიან სკალაზე 1 ქულით გამოიხატა. აღსანიშნავია, რომ წინა წლის კვლევასთან შედარებით, პროცენტული მაჩვენებლები მცირედით, მაგრამ მაინც შემცირებულია (იხ. დიაგრამა #11). 2018 წელს შემდეგი შედეგები დაფიქსირდა: ობიექტების 36,6%-ის შემთხვევაში ნიჟარების სისუფთავე ძალზე დადებითად შეფასდა, 25,6%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად, 17,1%-ის შემთხვევაში კი არც დადებითად და არც უარყოფითად.

კვების ობიექტების 32.9%-ში იატაკის სისუფთავე ძალზე დადებითად შეფასდა, რაც მხოლოდ 3%-ით აჭარბებს ნეიტრალური შეფასების კატეგორიას. აღსანიშნავია ისიც, რომ 6 ობიექტში იატაკის სისუფთავის მდგომარეობა უკიდურესად ცუდად შეფასდა. დამკვირვებლების შეფასებით, იატაკი იყო სველი და დაღვრილი წყალი არ იყო აწმენდილი (იხ. დიაგრამა #11).

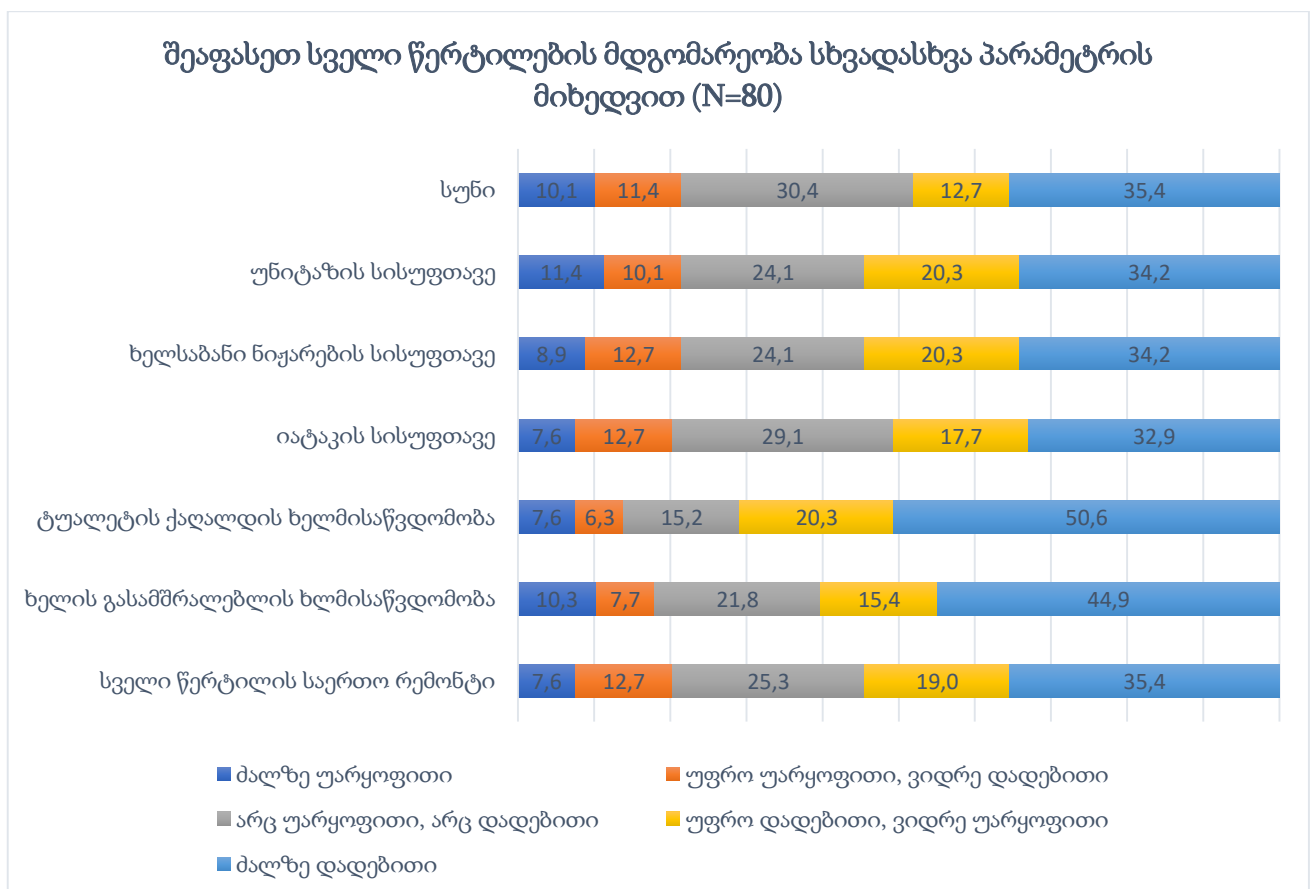
კვების ობიექტების 50.6%-ში ტუალეტის ქაღალდის ხელმისაწვდომობა ძალზე დადებითად შეფასდა, 20.3% კი - დადებით კატეგორიაში გაერთიანდა. მხოლოდ 6 ობიექტი აღმოჩნდა

ისეთი, სადაც ეს კრიტერიუმი დამკვირვებლებმა ძალზე უარყოფითად შეაფასეს (იხ. დიაგრამა #11).

როგორც აღმოჩნდა ობიექტების 44.9%-ში ხელის გასამშრალელების ხელმისაწვდომობა ძალზე დადებითად შეფასდა, თუმცა რაოდენობის დაახლოებით მეთედში ამ კრიტერიუმმა 5-ქულიან სკალაზე 1 დაიმსახურა („ძალზე უარყოფითად“). 21.8%-ში ნეიტრალური პოზიცია დაფიქსირდა. დამკვირვებლებმა მიუთითეს, ზოგან რომ ობიექტში ხელის გასამშრალელები საერთოდ არ არის, ან მისთვის განკუთვნილი ნიჟარა ქაღალდით არის გავსებული (იხ. დიაგრამა #11).

დამკვირვებლებმა სწორედ ამ კრიტერიუმებზე დაყრდნობით შეაფასეს სველი წერტილის საერთო რემონტი. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 35.4%-ში ძალზე დადებითი მდგომარეობაა, მაშინ როცა 25.3%-ის შემთხვევაში ნეიტრალური პოზიცია ფიქსირდება. კვლევაში მონაწილე 6 ობიექტის შემთხვევაში კი საერთო რემონტი ძალზე უარყოფითად შეფასდა. დამკვირვებლებმა მიუთითეს, რომ ზოგან სველი წერტილი იდეალურ მდგომარეობაში და ახალგაქმონებული იყო, ხოლო ზოგან - რესტორანს სველი წერტილი არ ჰქონდა, მოშორებით იდგა საპირფარეშო, რომელიც კონკრეტულად ამ ობიექტს არც ეკუთვნოდა (იხ. დიაგრამა #11). 2018 წლის მონაცემების მიხედვით, ვითარება დიდად შეცვლილი არ არის. წინა კვლევის მიხედვით ამ პარამეტრის შეფასება შემდეგნაირად გადანაწილდა: კვების ობიექტების 37,8% - ძალზე დადებითად, 20,7% - ძირითადად დადებითად, 13,4% კი ძირითადად უარყოფითად.

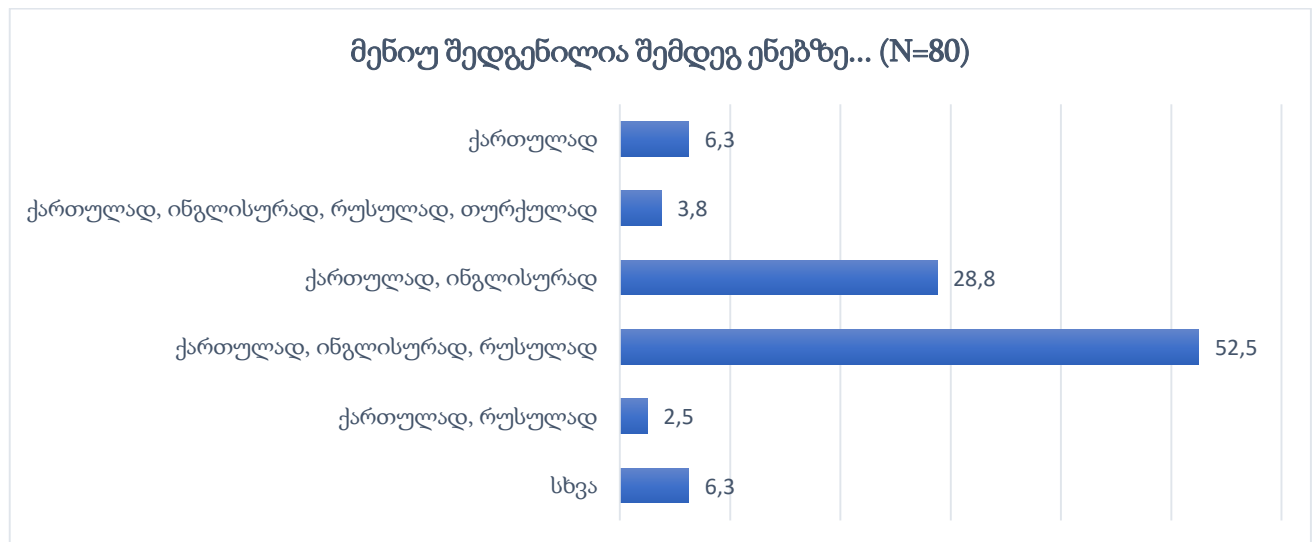
დიაგრამა #11



კვების ობიექტის მენიუს შეფასება

მენიუს შეფასების პირველ კომპონენტს ენა წარმოადგენდა. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების უმრავლეს შემთხვევაში (52.5%) მენიუ შედგენილია ქართულად, ინგლისურად და რუსულად. ხოლო 28.8%-ის შემთხვევაში ქართულად და ინგლისურად (იხ. დიაგრამა #12). რაც შეეხება 2018 წლის მონაცემებს, შემდეგნაირადაა წარმოდგენილი: 40,2%-ის შემთხვევაში - ქართული, ინგლისური და რუსული მენიუ, 37,8%-ის შემთხვევაში - ქართული და ინგლისური.

დიაგრამა #12



ზოგადი შეფასების გარდა, მენიუს შესახებ დეტალური ინფორმაციის მისაღებად სხვადასხვა პარამეტრი განისაზღვრა. მენიუს ფურცლის/ბუკლეტის მდგომარეობა შემდეგნაირად შეფასდა: 26.7% - ძალზე დადებითად, 29.3% - არც დადებითად არც უარყოფითად (ნეიტრალური შეფასება), 10.7% - ძალზე უარყოფითად. დამკვირვებლებმა მიუთითეს რომ ზოგიერთ შემთხვევაში მენიუ საერთოდ არ ჰქონდათ. ზოგან კი - მენიუ დაზიანებულია და განახლებას საჭიროებს. რასაკვირველია, კარგ მდგომარეობაში მყოფი მენიუს არსებობის ფაქტების დაფიქსირდა (იხ. დიაგრამა #13). 2018 წელსაც თითქმის მსგავსი შეფასება დაფიქსირდა: მენიუს ფურცლის/ბუკლეტის მდგომარეობა 25,6%-ის შემთხვევაში - ძალზე დადებითად, 29,3%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად, 24,4%-ის შემთხვევაში კი არც დადებითად და არც უარყოფითად.

მენიუს ფურცლის/ბუკლეტის გაფორმება კვების ობიექტების 29.3%-ში ნეიტრალურად შეფასდა, ხოლო მათი რაოდენობის მეხუთედში - ძალზე დადებითად. აღსანიშნავია, რომ უარყოფითი შინაარსის მქონე პასუხების კატეგორიები („ძალზე უარყოფითად“, „უფრო უარყოფითად, ვიდრე დადებითად“) ობიექტების 32%-ში დაფიქსირდა. დამკვირვებლების შეფასებით, ზოგან მხოლოდ კერძების ჩამონათვალია, ფასებიც კი არ არის მითითებული, ობიექტების ნაწილში მენიუს ფურცელს გაფორმება საერთოდ არ აქვს ან ვიზუალურად გასაუმჯობესებელია (იხ. დიაგრამა #13).

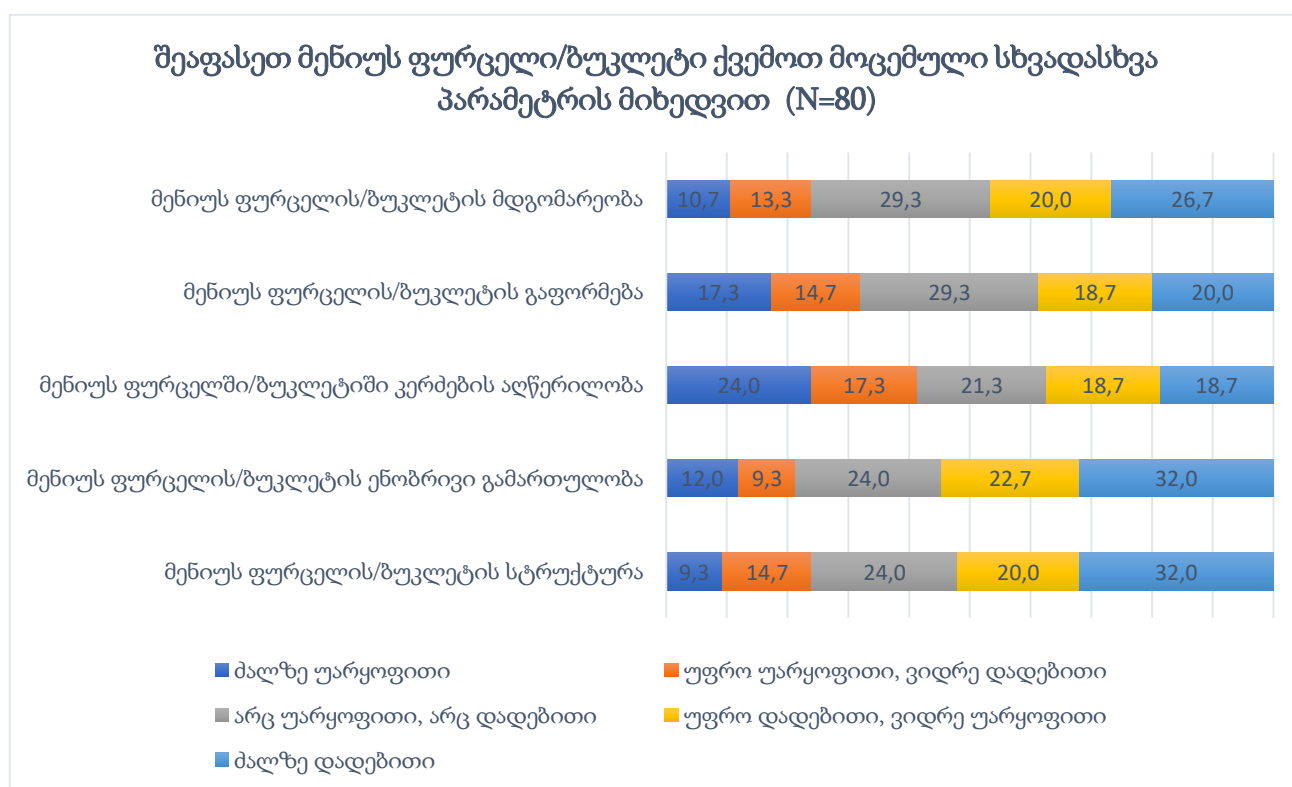
როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების თითქმის მეოთხედის (24%) შემთხვევაში მენიუს ფურცელში/ბუკლეტში კერძების აღწერილობა ძალზე უარყოფითად შეფასდა, ხოლო 21.3% ნეიტრალურ კატეგორიაში მოხვდა. საინტერესოა, რომ ამ კატეგორიაში უარყოფითი

შეფასება დადებითს აჭარბებს - ძალზე დადებითი შეფასება ობიექტების მხოლოდ 18.7%-მა დაიმსახურა. დამკვირვებლებმა მიუთითეს, რომ მენიუს ფურცელში/ბუკლეტში კერძების აღწერილობა საერთოდ არ არის ან იმდენად გაუგებარია, რომ მიმტანის დახმარებაა საჭირო. ზოგიერთ ობიექტის შემთხვევაში კერძების მხოლოდ ნაწილია აღწერილი. წინა წლის კვლევასთან შედარებით, შეფასებები გაუარესებულია (იხ. დიაგრამა #13). 2018 წელს ეს პარამეტრი კვების ობიექტების 31.7%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, 22%-ში - ძირითადად დადებითად, ხოლო 8.5%-ის შემთხვევაში ძირითადად უარყოფითად.

მენიუს ფურცლის/ბუკლეტის ენობრივი გამართულობა უმეტესწილად (32%) ძალზე დადებითად შეფასდა. კვების ობიექტების 12%-ში კი აღნიშნული კრიტერიუმი უკიდურესად უარყოფით კატეგორიაში გაერთიანდა. დამკვირვებლების მითითებით ცალკეულ შემთხვევაში მენიუს გარედან არასრულად ეწერა სახელი და ენობრივად გაუმართავი იყო, რადგან ასოები აკლდა (იხ. დიაგრამა #13).

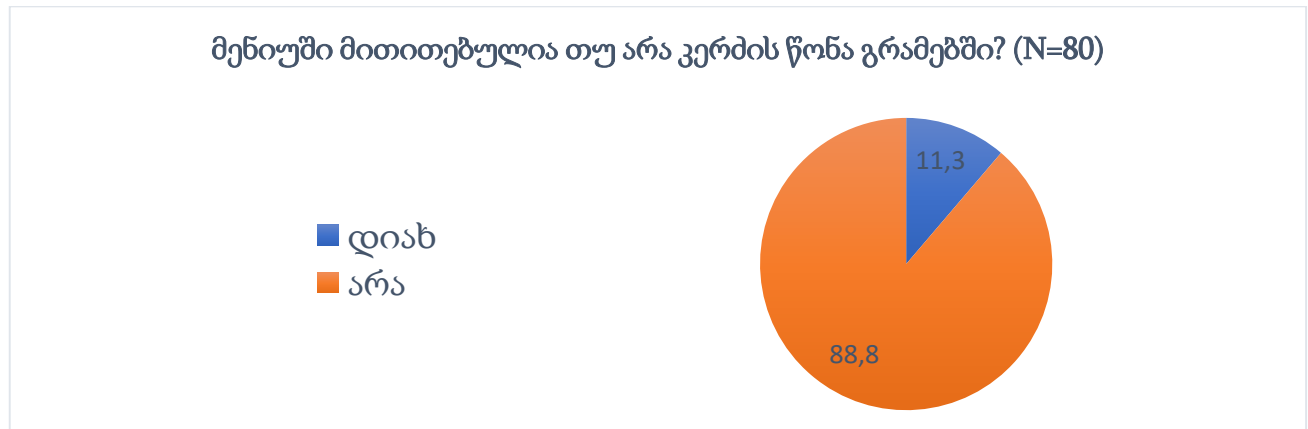
მენიუს ფურცლის/ბუკლეტის შეფასების ბოლო კრიტერიუმად მისი სტრუქტურა განისაზღვრა. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 32%-ში ეს კომპონენტი დაცულია და მენიუს ფურცელი სტრუქტურულად ძალზე გამართულია. თუმცა 7 ობიექტი უარყოფით შეფასების ველში მოხვდა - 5-ქულიან სკალაზე, დამკვირვებელთა შეფასებით, მხოლოდ 1 მიენიჭათ. აღინიშნა რომ ძირითადად მოწესრიგებულია, სასმლის მენიუ ცალკეა წარმოდგენილი (იხ. დიაგრამა #13). 2018 წელს ამ პარამეტრის შეფასება შემდეგი პროცენტული მაჩვენებლებით მოხდა: კვების ობიექტების 52,4%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, 17,1%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად, 15,9%-ის შემთხვევაში კი - არც დადებითად და არც უარყოფითად.

დიაგრამა #13



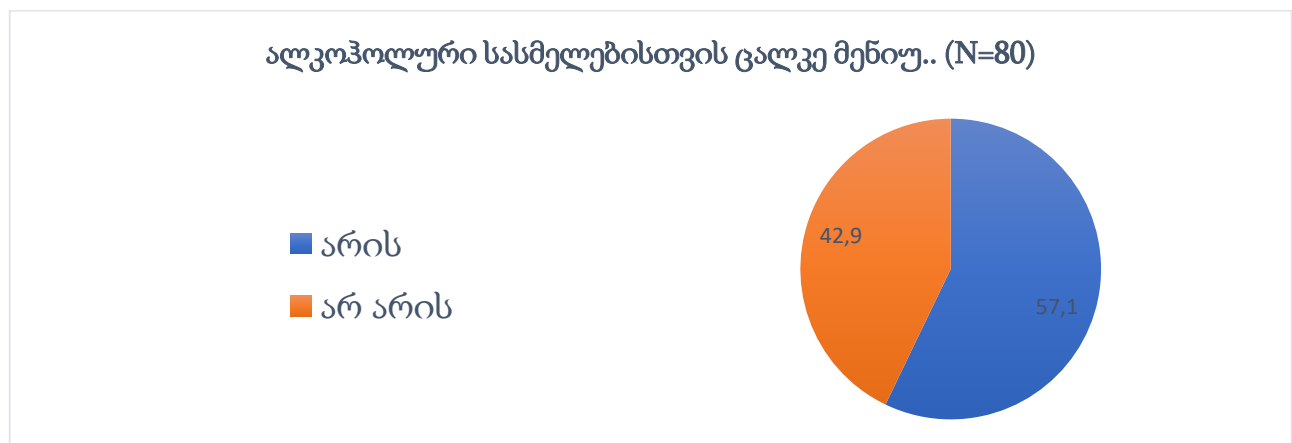
ამასთანავე დაკვირვების ფარგლებში შეფასდა არის თუ არა მენიუში კერძის წონა მითითებული გრამებში. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების უმრავლესობაში (88.8%) არ არის მითითებული, მხოლოდ 9 ობიექტია სადაც დადებით პასუხი დაფიქსირდა (იხ. დიაგრამა #14). წინა კვლევაშიც მსგავსი შედეგი დაფიქსირდა: ობიექტების 87.1%-ში ეს კომპონენტი არ იყო მითითებული.

დიაგრამა #14



დამატებით შეფასდა ალკოჰოლური სასმელებისთვის ცალკე მენიუს არსებობა. როგორც აღმოჩნდა კვების ობიექტების 57.1%-ში მსგავსი პრაქტიკა დანერგილია, ხოლო 42.9%-ში არა (იხ. დიაგრამა #15) (2018 წელი: 57.1%-ს აქვს, 42.9%-ს - არა).

დიაგრამა #15



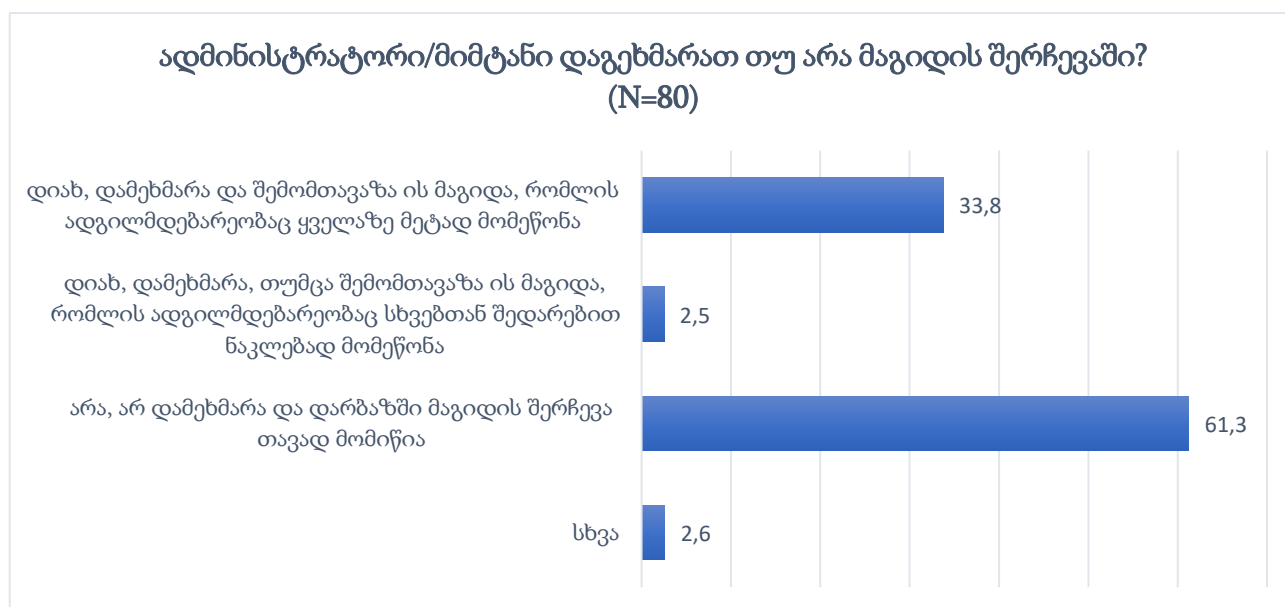
როგორც კვების ობიექტის მენიუს შეფასების ნაწილიდან ირკვევა, დამკვირვებლებისთვის ყველაზე გაუმართავად მენიუს ფურცელში/ბუკლეტში კერძების აღწერილობა შეაფასეს. 5-ქულიანი სკალაზე ამ პარამეტრის საშუალო მაჩვენებელი 2.91-ს უტოლდება, რაც თითქმის უახლოვდება ნეიტრალურ კატეგორიას, თუმცა, ძირითადად, უარყოფით ველშია წარმოდგენილი.

პერსონალის მომსახურების შეფასება

კვლევის ფარგლებში სხვადასხვა კრიტერიუმზე დაყრდნობით შეფასდა პერსონალის მომსახურება. საწყის ეტაპზე განისაზღვრა შეეგება თუ არა მომხმარებელს კვების ობიექტში შესვლისას ადმინისტრატორი/მიმტანი. როგორც აღმოჩნდა, დადებითი და უარყოფითი პასუხების კატეგორიაში ობიექტების თანაბარი რაოდენობა მოხვდა - 50% (40 ობიექტი). 2018 წელს დადებითი პასუხის მაჩვენებელი კვების ობიექტების 59.8%-ში ფიქსირდებოდა.

რაც შეეხება ადმინისტრატორის/მიმტანის დახმარებას მაგიდის შერჩევაში, ობიექტების 33.8%-ში დაეხმარა დამკვირვებელს და შესთავაზა ის მაგიდა, რომლის ადგილმდებარეობაც ყველაზე მეტად მოეწონა, მაგრამ უმაღლესი მაჩვენებელი უარყოფით პასუხის შემთხვევაში დაფიქსირდა - 61.3% არ დაეხმარა და დამკვირვებელს თავად მოუწია მაგიდის შერჩევა (იხ. დიაგრამა #16). აღსანიშნავია, რომ ეს მაჩვენებელი 2018 წელთან შედარებით, საგრძნობლად გაზრდილია - 2018 წელს კვების ობიექტების მხოლოდ 45.1%-ში არ შეეგება ადმინისტრატორი სტუმარს.

დიაგრამა #16

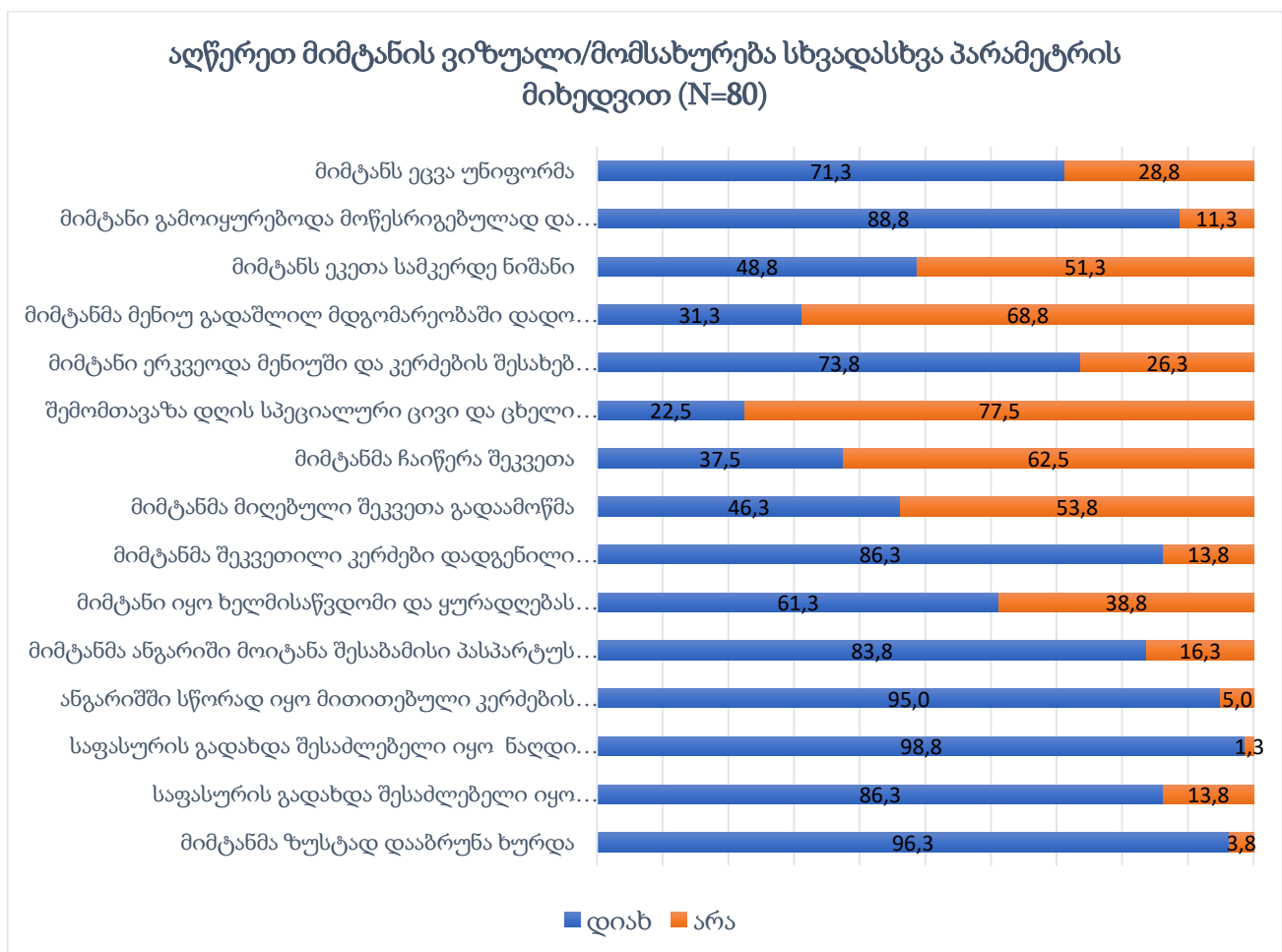


შემდგომ ეტაპზე სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით, თავად მიმტანის ვიზუალი და მომსახურება შეფასდა. წარმოდგენილი კომპონენტები „დიახ“ – „არა“ კატეგორიებად დაიყო. თითოეული პარამეტრის მიხედვით დაფიქსირებული „დიახ“ პასუხები პროცენტულად შემდეგნაირად გადანაწილდა (თან ახლავს 2018 წლის მონაცემებიც) (იხ. დიაგრამა #17):

- მიმტანს ეცვა უნიფორმა: 71.3% (2018 წელი: 62.2%)
- მიმტანი გამოიყურებოდა მოწესრიგებულად და სუფთად: 88.8% (2018 წელი: 86.6%)
- მიმტანს ეკეთა სამკერდე ნიშანი: 48.8% (2018 წელი: 37.8%)
- მიმტანმა მენიუ გადამლილ მდგომარეობაში დადო მაგიდაზე: 31.3.% (2018 წელი: 26.8%)
- მიმტანი ერკვეოდა მენიუში და კერძების შესახებ ჰქონდა ამომწურავი ინფორმაცია: 73.8% (2018 წელი: 79.3%)

- შემომთავაზა დღის სპეციალური ცივი და ცხელი კერძები, დღის წვნიანი და ღესერტი: 22.5% (2018 წელი: 18.3%)
- მიმტანმა ჩაიწერა შეკვეთა: 37.5% (2018 წელი: 50%)
- მიმტანმა მიღებული შეკვეთა გადაამოწმა: 46.3% (2018 წელი: 52.4%)
- მიმტანმა შეკვეთილი კერძები დადგენილი თანმიმდევრობით მოიტანა: 86.3% (2018 წელი: 81.7%)
- მიმტანი იყო ხელმისაწვდომი და ყურადღებას აქცევდა მაგიდის სისუფთავეს: 61.3% (2018 წელი: 61%)
- მიმტანმა ანგარიში მოიტანა შესაბამისი პასპარტუს მეშვეობით: 83.8% (2018 წელი: 81.7%)
- ანგარიშში სწორად იყო მითითებული კერძების დასახელება და გადასახდელი თანხა: 95% (2018 წელი: 89%)
- საფასურის გადახდა შესაძლებელი იყო ნაღდი ანგარიშსწორებით: 98.8% (2018 წელი: 93.9%)
- საფასურის გადახდა შესაძლებელი იყო საკრედიტო/ვიზა ბარათით: 86.3% (2018 წელი: 80.5%)
- მიმტანმა ზუსტად დააბრუნა ხურდა: 96.3% (2018 წელი: 91.5%)

დიაგრამა #17



მენიუს მიწოდების დრო მაგიდასთან დაჯდომიდან 0-დან 45 წუთამდე მერყეობს. 0-5 წუთი დასჭირდა კვების ობიექტების 84.2%-ის შემთხვევაში; 6-10 წუთი - 6.5%-ში; ობიექტების 9.1%-ში 15 წუთი და მეტი დრო დასჭირდა მიმტანს მენიუს მიწოდებისთვის.

რაც შეეხება მიღებული შეკვეთის მოტანას 0-5 წუთი დასჭირდა 7.7%-ის შემთხვევაში, 6-10 წუთი - 25.5% (აქედან 10 წუთის კატეგორია 11.5%-ის შემთხვევაში დაფიქსირდა), 11-15 წუთი - 32.2% (აქედან 15 წუთი - 23.1%), ობიექტების 34.8%-ში მიღებული შეკვეთის მოტანას 15 წუთზე მეტი დრო დასჭირდა.

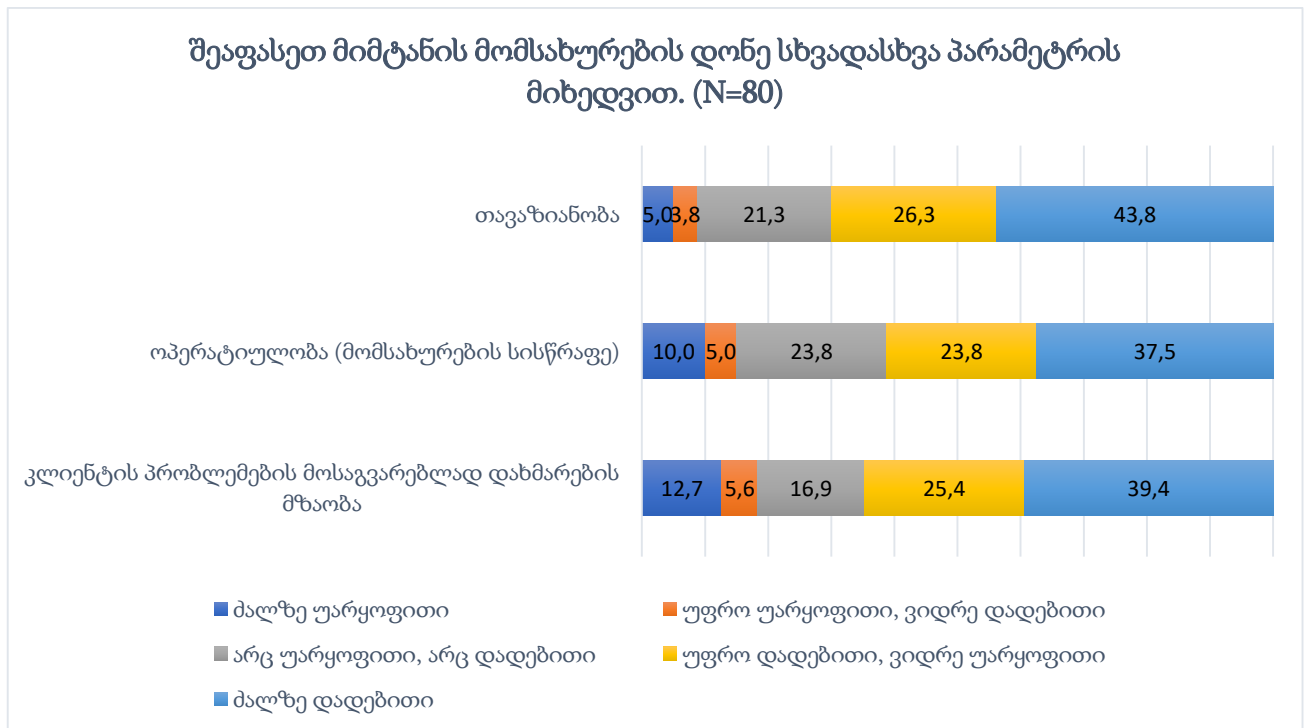
ანგარიშის მოტანას ობიექტების 89%-ში 1-5 წუთი დასჭირდა, 6-10 წუთი დაფიქსირდა კვების ობიექტების 6.8%-ის შემთხვევაში, ხოლო ობიექტების 4.2%-ში მიმტანს ანგარიშის მოსატანად 10 წუთზე მეტი დასჭირდა.

ამასთანავე, სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით, მიმტანის მომსახურების დონე შეფასდა. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 43.8%-ის შემთხვევაში მიმტანის თავაზიანობა ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 26.3%-ში - ძირითადად დადებითად. ძალზე უარყოფით კატეგორიაში დაფიქსირებულმა პასუხებმა მხოლოდ 5% შეადგინა (იხ. დიაგრამა #18). 2018 წელს მიმტანის თავაზიანობა კვების ობიექტების 52.4%-ში ძალზე დადებითად აფასებდნენ, ხოლო 28%-ში - ძირითადად დადებითად.

მიმტანის მომსახურების შესაფასებლად შემდგომ პარამეტრად ოპერატიულობა განისაზღვრა, რაც 37.5%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 10%-მა უკიდურესად უარყოფითად შეაფასა (იხ. დიაგრამა #18). წინა წლის კვლევაში მიმტანების ოპერატიულობა კვების ობიექტების 48.8%-ში ძალზე დადებითად ფასდებოდა, ხოლო 20.7%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად.

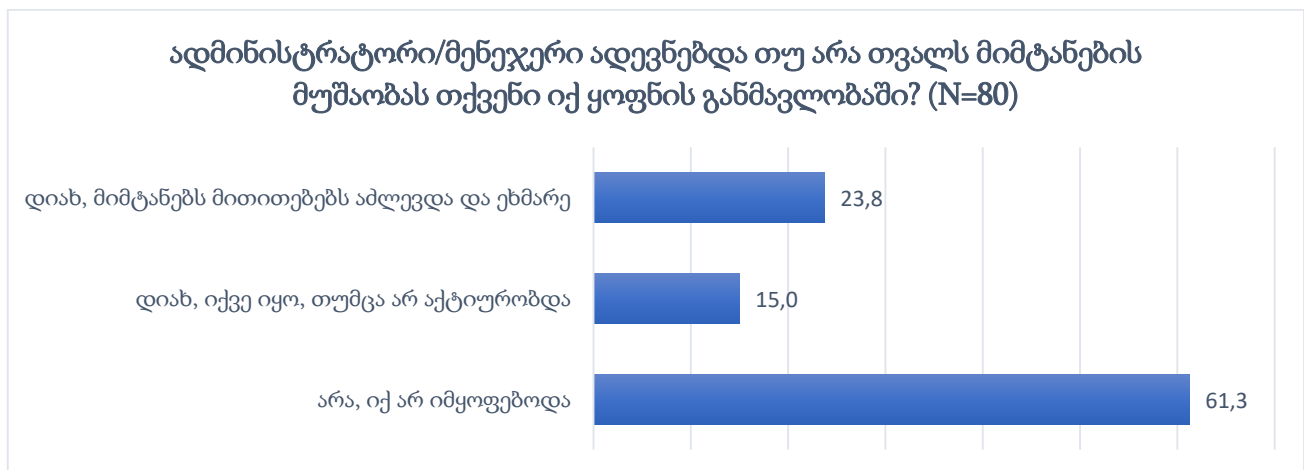
კვების ობიექტების 39.4%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა კლიენტის პრობლემების მოსაგვარებლად დახმარების მზაობა, ძირითადად დადებით კატეგორიაში გაერთიანდა 25.4%, ხოლო 12.7%-ის შემთხვევაში ძალზე უარყოფითი კატეგორია დაფიქსირდა (იხ. დიაგრამა #18). 2018 წელს კვების ობიექტების 41.5%-ში ძალზე დადებითად, ხოლო 26.8%-ში ძირითადად დადებითად შეფასდა მიმტანების მზაობა კლიენტის პრობლემების მოსაგვარებლად.

დიაგრამა #18



დამკვირვებლებმა ასევე შეაფასეს ადმინისტრატორის/მენეჯერის მხრიდან მიმტანების მუშაობაზე დაკვირვების ფაქტი. როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების უმრავლესობაში (61.3%) ადმინისტრატორი ადგილზე არ იმყოფებოდა საერთოდ და შესაბამისად, არც მიმტანების საქმიანობას აკვირდებოდა. 23.8%-ის შემთხვევაში კი მიმტანებს მითითებებს აძლევდა და ეხმარებოდა კიდევ (იხ. დიაგრამა #19). წინა წლის მონაცემების მიხედვით, კვების ობიექტების 50%-ის შემთხვევაში არ იმყოფებოდა მენეჯერი ადგილზე.

დიაგრამა #19



კერძების/სასმელების ხარისხი

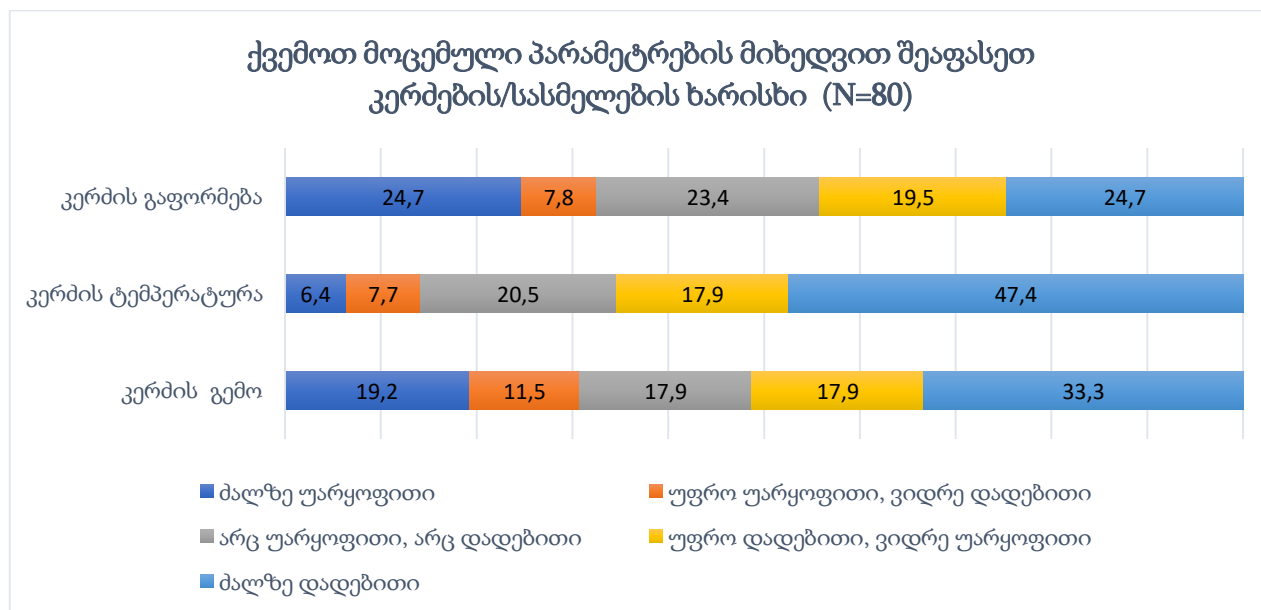
კვლევის ფარგლებში დამკვირვებლებმა კერძების/სასმელების ხარისხი 5-ქულიან სკალაზე შემდეგი პარამეტრების მიხედვით შეაფასეს: კერძის გაფორმება, კერძის ტემპერატურა, კერძის გემო.

როგორც აღმოჩნდა, კერძების გაფორმება კვების ობიექტების 24.7%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, იგივე მაჩვენებელი დაფიქსირდა ძალზე უარყოფითი პასუხის კატეგორიაშიც. ნეიტრალური მაჩვენებელი დაფიქსირდა ობიექტების 23.4%-ში. დამკვირვებლებმა მიუთითეს, რომ ვიზუალი არ იყო მიმზიდველი (იხ. დიაგრამა #20). შესაძლოა ითქვას, რომ 2018 წლის მონაცემებთან შედარებით მდგომარეობა გაუარესებულია, რადგან წინა წელს კვების ობიექტების 40.2%-ში კერძების გაფორმების პარამეტრი ძალზე დადებითად შეფასდა.

რაც შეეხება კერძების ტემპერატურას, დამკვირვებლები 47.4%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად აფასებენ, 20.5%-ში ნეიტრალური პასუხი დაფიქსირდა, ხოლო 6.4% ძალზე უარყოფითად შეაფასეს (იხ. დიაგრამა #20). 2018 წლის მონაცემები შემდეგნაირად იყო გადანაწილებული: 73,2%-ის შემთხვევაში, ძალზე დადებითად აფასებენ, 9,8%-ის შემთხვევაში კი ძირითადად დადებითად.

კერძის გემო ობიექტების 33.3%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 19.2% ძალზე უარყოფითი შეფასების კატეგორიაში მოხვდა. დამკვირვებლებმა მიუთითეს, რომ ზოგ შემთხვევაში კერძის გემო იყო იდეალური, თუმცა, ზოგა, მჟავე, უმარილო და უგემური საკვები შესთავაზეს (იხ. დიაგრამა #20). 2018 წელს აღნიშნული პარამეტრი მცირედით განსხვავებულად შეფასდა: 43,9%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, 17,1%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად, ხოლო 19,5%-ის შემთხვევაში - არც დადებითად და არც უარყოფითად.

დიაგრამა #20



პერსონალის კონფლიქტურ სიტუაციაში მუშაობის შეფასება

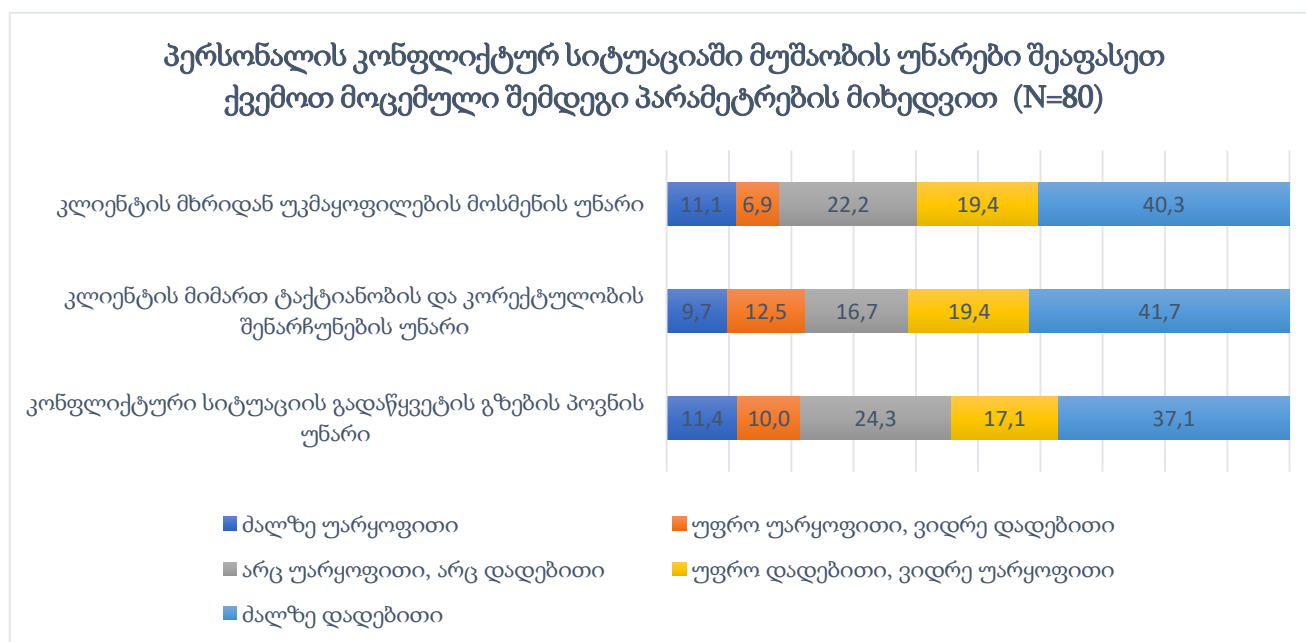
კვების ობიექტის შეფასებისას, ასევე მნიშვნელოვანია სხვადასხვა პარამეტრის გათვალისწინებით პერსონალის კონფლიქტურ სიტუაციაში მუშაობის უნარების შეფასება.

სტუმრის მხრიდან უკმაყოფილების მოსმენის უნარი დამკვირვებლების მხრიდან კვების ობიექტების 40.3%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, 22.2%-ში ნეიტრალური პოზიცია დაფიქსირდა, ხოლო 11.1%-ში - ძალზე უარყოფითი. კომენტარების გათვალისწინებით ზოგან პერსონალი ცდილობდა კლიენტის დახმარებას, ზოგ შემთხვევაში კი შენიშვნის მიღების შემთხვევაში მიმტანი არაფერს არ აკეთებდა (იხ. დიაგრამა #21). 2018 წლის მონაცემები: 35,4%-ს - ძალზე დადებითად, 25,6% - ძირითადად დადებითად, 12,2%-ს - არც დადებითად და არც უარყოფითად.

რაც შეეხება კლიენტის მიმართ ტაქტიანობისა და კორექტულობის შენარჩუნების უნარს, ობიექტების 41.7%-ში მომუშავე პერსონალი ძალზე დადებითად შეფასდა, მაშინ როცა მხოლოდ 7 ობიექტი აღმოჩნდა სადაც მომსახურე პერსონალს მსგავსი უნარები ნაკლებად აღმოჩნდა და ამ პარამეტრის მიხედვით უარყოფითად შეფასდნენ. დამკვირვებლების შეფასებით, ზოგიერთ კვების ობიექტში მიმტანის სახის გამომეტყველება არასასიამოვნო იყო და თან შიდა საუბრებში კლიენტებზე არაკორექტულად საუბრობდნენ (იხ. დიაგრამა #21). 2018 წელსაც დაახლოებით იდენტური მონაცემები იყო დაფიქსირებული: 42,7% ძალზე დადებითად შეფასდა, 29,3% კი ძირითადად დადებითად.

კვების ობიექტების მიმტანების კონფლიქტური სიტუაციის გადაწყვეტის გზების პოვნის უნარს კი დამკვირვებლები შემდეგნაირად აფასებენ: 37.1% - ძალზე დადებითად, 17.1% ძირითადად დადებითად, 24.3% - არც დადებითად და არც უარყოფითად (იხ. დიაგრამა #21). 2018 წლის მონაცემებთან შედარებით, ვითარება მცირედით შეცვლილია. წინა წელს მსგავსი შედეგები დაფიქსირდა: აფასებენ: 25,6% - ძალზე დადებითად, 22% ძირითადად დადებითად, 17,1% - არც დადებითად და არც უარყოფითად.

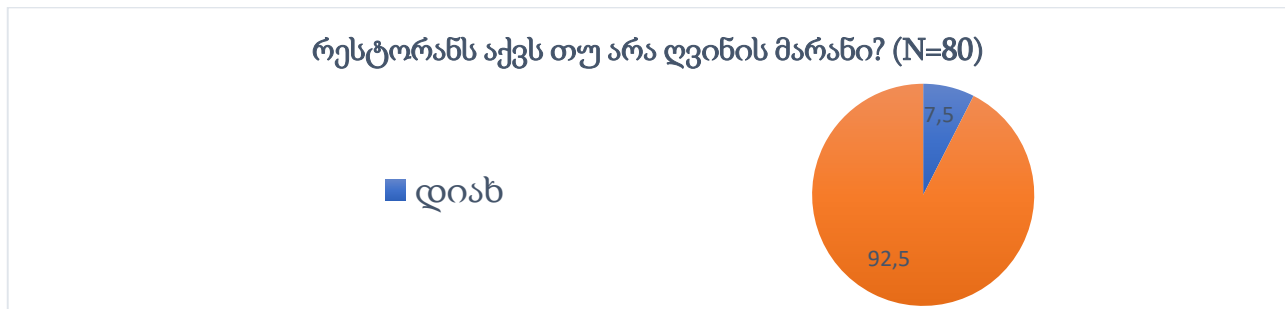
დიაგრამა #21



მარნის მომსახურების შეფასება

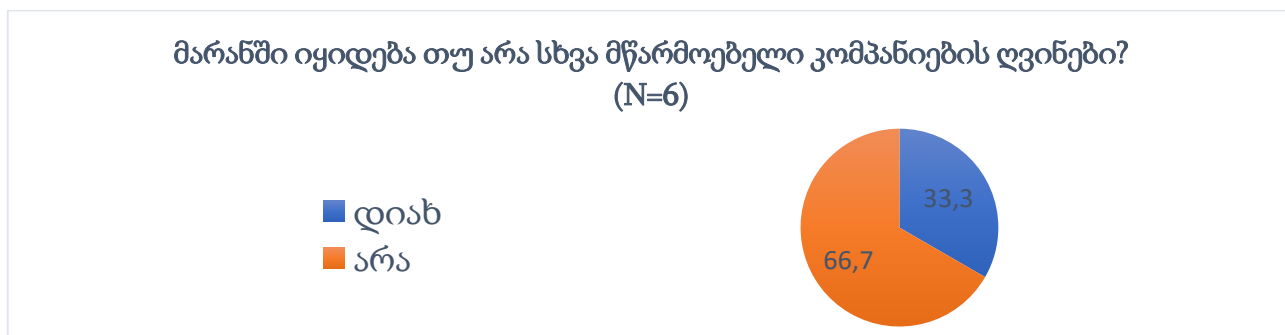
კვლევაში მონაწილე კვების ობიექტების უმრავლესობას (92.5%) ღვინის მარანი არ აქვს (იხ. დიაგრამა #22). ყველა ობიექტში, სადაც ღვინის მარანია, საკუთრივ მეპატრონის მიერ წარმოებული ღვინო იყიდება. 2018 წელს კი, კვლევაში მონაწილე კვების ობიექტების 91.5%-ს ღვინის მარანი არ ჰქონდა.

დიაგრამა #22



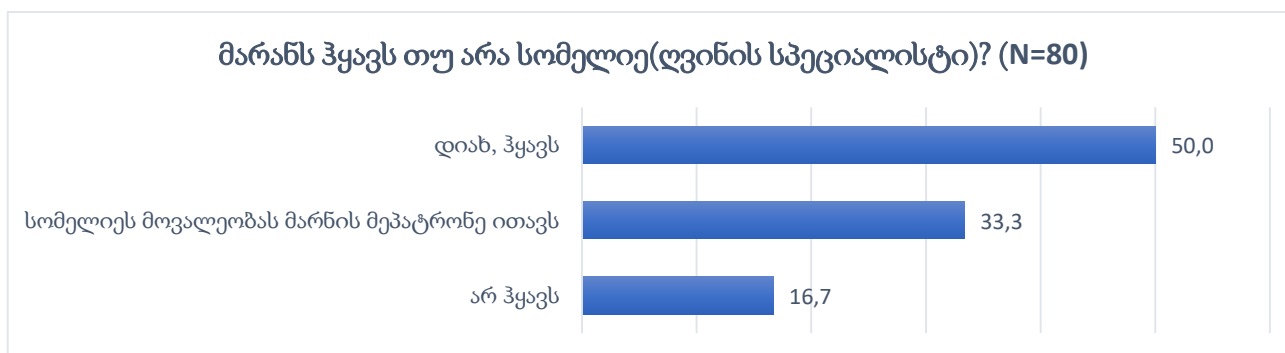
მარნების 66.7%-ში სხვა მწარმოებელი კომპანიების ღვინოები არ იყიდება. დანარჩენ 33.3%-ში კი მსგავსი ღვინოები წარმოდგენილია (იხ. დიაგრამა #23). წინა წლის მონაცემების მიხედვით, მარნების 86%-ში სხვა მწარმოებელი კომპანიების ღვინო არ იყიდება.

დიაგრამა #23



როგორც აღმოჩნდა, მარნების 50%-ს სომელიე (ღვინის სპეციალისტი) ჰყავს, ხოლო 33.3%-ის შემთხვევაში ამ ფუნქციას თავად მარნის მეპატრონე ასრულებს (იხ. დიაგრამა #24). 2018 წელს დაფიქსირებული მონაცემების მიხედვით, მარნების 43%-ს სომელის ჰყავს, ხოლო 28%-ის შემთხვევაში მეპატრონეა ასრულებდა სომელიეს ფუნქციებს.

დიაგრამა #25



გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია მოცემული მარნების სომელიესა თუ სომელიეს მოვალეობის შემსრულებლის უნარების სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით შეფასება (5-ქულიანი კალა, რომელზეც 1 „ძალზე უარყოფით“ შეფასება, ხოლო 5 – „ძალზე დადებით“).

მაღალალკოჰოლური სასმელების ზოგადი ტექნოლოგიების ცოდნა მარნების 80%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო დანარჩენი 20% ძირითადად დადებითი შეფასების კატეგორიაში მოხვდა (იხ. დიაგრამა #25). 2018 წლის მონაცემები: 28.6%-ის შემთხვევაში - ძალზე დადებითად, 28.6%-ში - ძირითადად დადებითად.

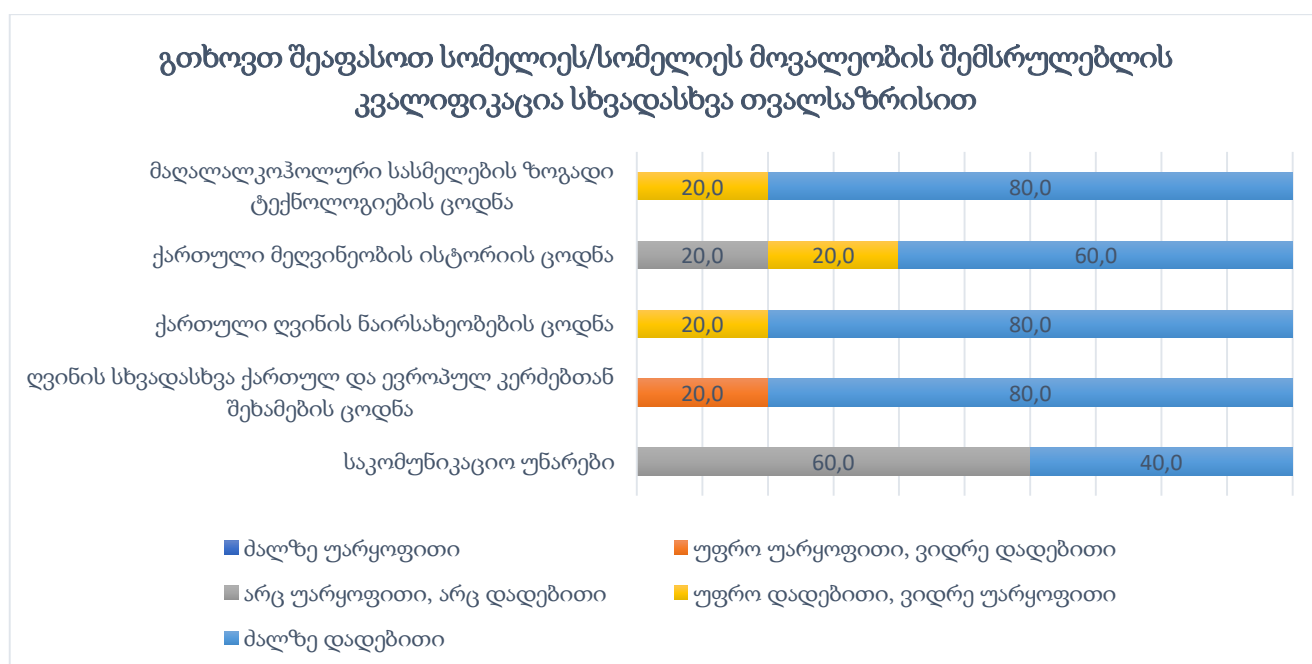
რაც შეეხება სომელიეს/სომელიეს მოვალეობის შემსრულებლის კომპეტენციის ხარისხს ქართული ღვინის ისტორიის ცოდნაში, 60%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად აფასებენ, 20%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად და ასევე 20% დაფიქსირდა „არც დადებითად და არც უარყოფითად“ კატეგორიაში (იხ. დიაგრამა #25). 2018 წელს მარნების 28.6%-ის შემთხვევაში სომელიეების კომპეტენციის ხარისხი ძლიერ დადებითად შეფასდა.

ქართული ღვინის ნაირსახეობების ცოდნა ყველა ობიექტის შემთხვევაში დადებითად შეფასდა. შიდა კატეგორიები კი პროცენტულად შემდეგნაირად გადანაწილდა: ძალზე დადებით - 80%, უფრო დადებითი, ვიდრე უარყოფითი - 20% (იხ. დიაგრამა #25).

ღვინის სხვადასხვა ქართულ და ევროპულ კერძებთან შეხამების ცოდნის კრიტერიუმის შეფასების მაჩვენებლები დადებით და უარყოფით კატეგორიებში გადანაწილდა - 80%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 20%-ის შემთხვევაში - უფრო უარყოფითად, ვიდრე დადებითად (იხ. დიაგრამა #25). 2018 წლის მონაცემები: 28,6% - ძალზე დადებითად, 28,6% - არც დადებითად, არც უარყოფითად, 14,3% - ძალზე უარყოფითად.

სომელის/სომელიეს მოვალეობის შემსრულებლის შეფასების მნიშვნელოვან კრიტერიუმად განისაზღვრა საკომუნიკაციო უნარები. როგორც აღმოჩნდა 60%-ის შემთხვევაში ნეიტრალური პოზიცია დაფიქსირდა, ხოლო 40% - ძალზე დადებით კატეგორიაში მოექცა (იხ. დიაგრამა #25).

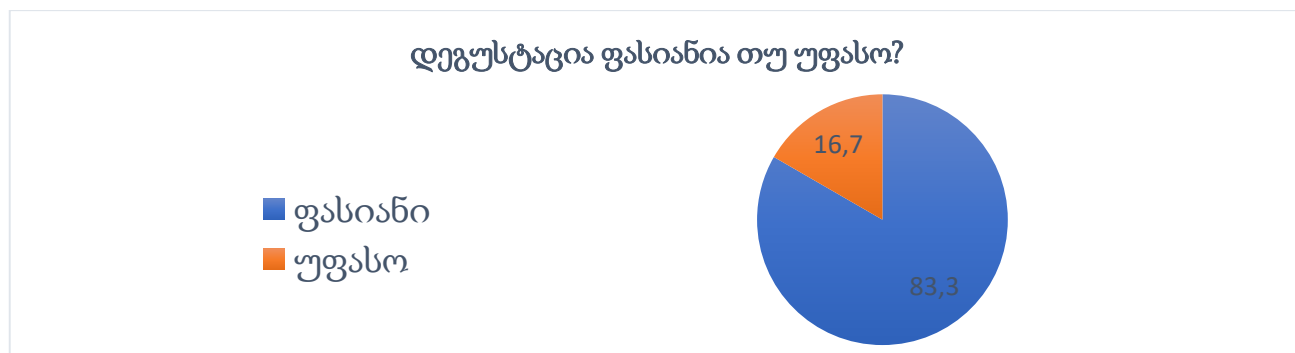
დიაგრამა #25



კვლევის ფარგლებში მნიშვნელოვნად განისაზღვრა იმის შეფასება აძლევს თუ არა მარანი სტუმრებს ღვინის დაგემოვნების შესაძლებლობას. როგორც აღმოჩნდა, აბსოლუტურად ყველა მარანი (100%) კლიენტებს ამ სერვისს სთავაზობს. 2018 წლის კვლევის მონაცემების მიხედვით, მარნების მხოლოდ 71.4% აძლევდა სტუმარს ღვინის დაგემოვნების შესაძლებლობას.

ხოლო თავად დეგუსტაცია, უმრავლეს შემთხვევაში (83.3%) ფასიანია, შესაბამისად, 16.7%-ში - უფასო (იხ. დიაგრამა #26). წინა წელს შემდეგი სახის შედეგი დაფიქსირდა: მარნების 57,1%-ში ზოგიერთი ღვინის დეგუსტაცია ფასიანი იყო, ზოგიერთი ღვინის - უფასო; 28,6%-ის შემთხვევაში - სრულად უფასო; 14,3%-ის შემთხვევაში - ფასიანი.

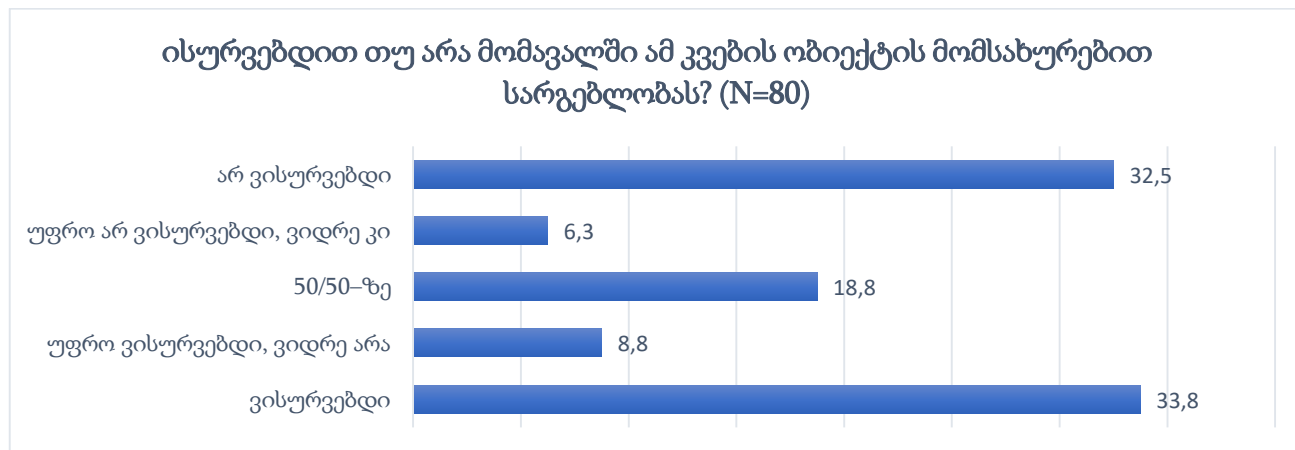
დიაგრამა #26



სტუმრის ემოციური მდგომარეობა კვების ობიექტში ყოფნისას

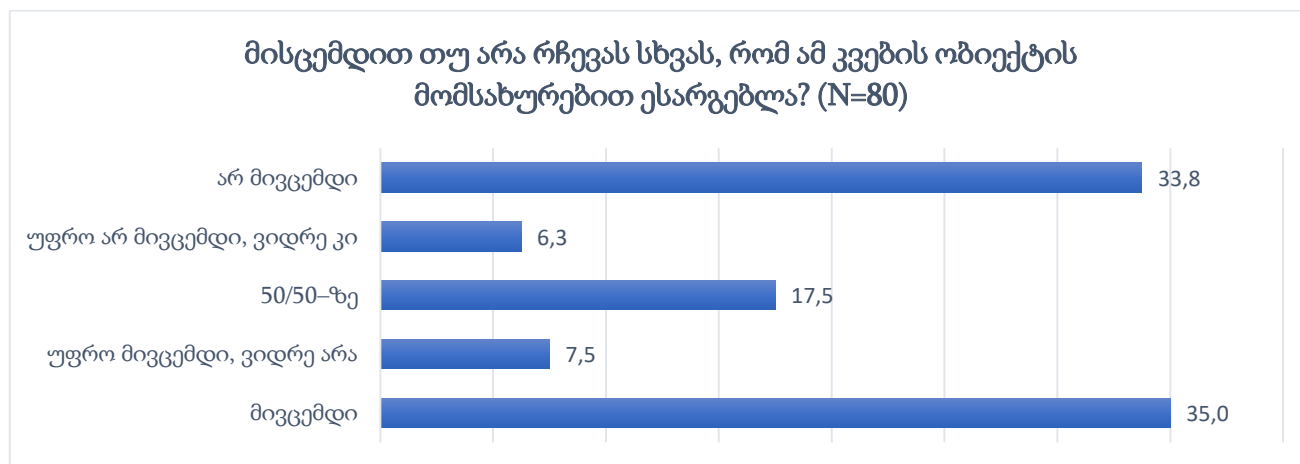
ზემოთ განხილული კომპონენტების შემდეგ დამკვირვებლებმა შეაფასეს, ისურვებდნენ თუ არა მომავალში ამ კვების ობიექტის მომსახურებით სარგებლობას. როგორც აღმოჩნდა, უმრავლეს შემთხვევაში (33.8%) ისურვებდნენ, თუმცა აღსანიშნავია, რომ ეს მაჩვენებელი მცირედით აღემატება უარყოფით შინაარსის მქონე კატეგორიას, რომელიც 32.5%-ით არის წარმოდგენილი (იხ. დიაგრამა #27). რაც შეეხება 2018 წლის შედეგებს შემდეგნაირად გადანაწილდა: 41,5%-ის შემთხვევაში - ისურვებდნენ, 20,7%-ის შემთხვევაში პასუხი 50/50-ზეა, 15,9%-ის შემთხვევაში - უფრო ისურვებდნენ, ვიდრე არა.

დიაგრამა #27



გარდა ამისა, მომსახურების კმაყოფილების შესწავლისთვის მნიშვნელოვანია გაზიარების ფაქტორი. ამდენად, კვლევის ფარგლებში დამკვირვებლების მხრიდან შეფასდა, მისცემდნენ თუ არა სხვა ამ კვების ობიექტის მომსახურებით სარგებლობის რჩევას. როგორც მონაცემთა დამუშავების შედეგად აღმოჩნდა, დიდი ნაწილი (35%) მისცემდა; თუმცა, ამ შემთხვევაშიც ცალსახად უარყოფითი პასუხის კატეგორია დიდად არ ჩამორჩება - 33.8% (იხ. დიაგრამა #28). 2018 წელს კი, კვების ობიექტების 40.2%-ის შემთხვევაში დაფიქსირდა ცალსახად დადებითი პასუხი.

დიაგრამა #28



შესაძლოა ითქვას, რომ დამკვირვებლების შეფასებებში გარკვეულწილად უარყოფითი დამოკიდებულება იგრძნობა.

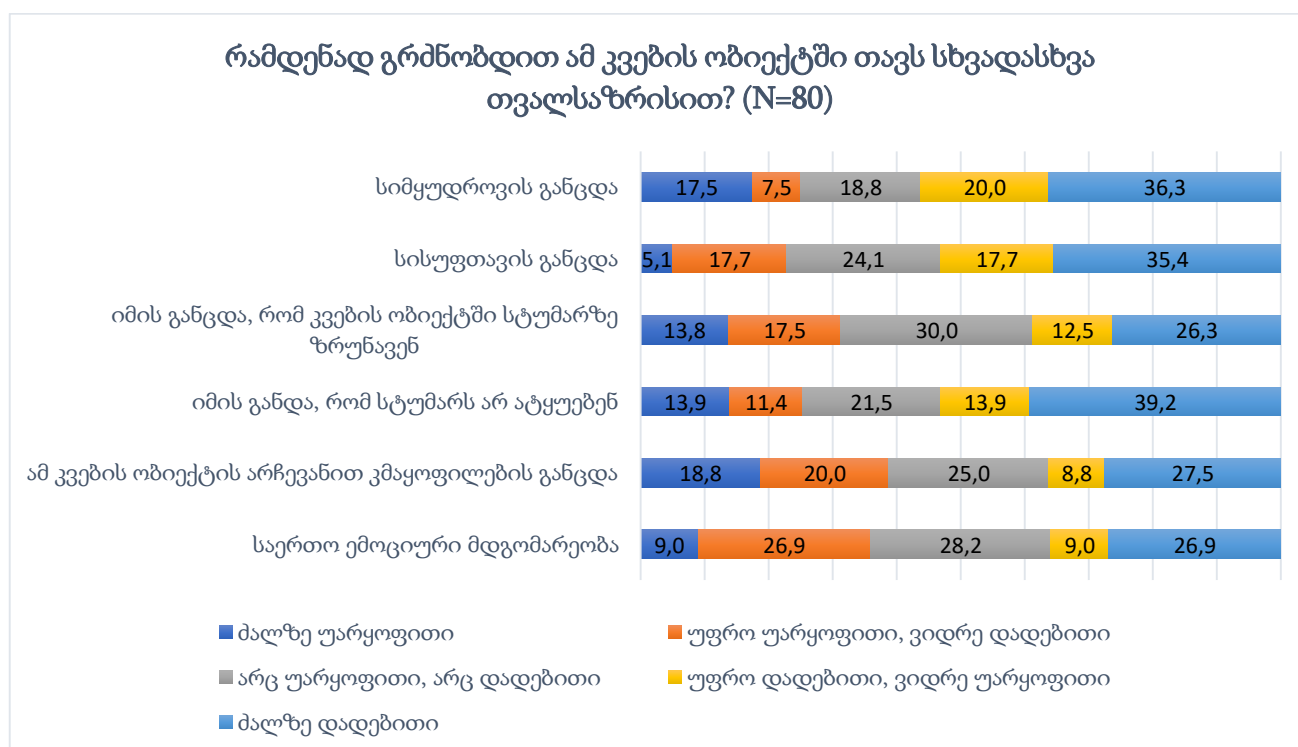
დამკვირვებლებმა სხვადასხვა თვალსაზრისით კვების ობიექტთან დაკავშირებული განცდები შეაფასეს (იხ. დიაგრამა #29):

- როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების დიდ ნაწილში (36.3%) დამკვირვებლები ძალზე დადებითად აფასებენ სიმყუდროვის განცდას. უარყოფით ველში მოხვედრილ პასუხთა კატეგორიები (გაერთიანებული: „ძალზე უარყოფითად“, „უფრო უარყოფითად, ვიდრე დადებითად“) ობიექტების 25%-ში დაფიქსირდა. 2018 წლის მონაცემები: კვების ობიექტების 37,8%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა, 26,8%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად, ხოლო 19,5%-ის შემთხვევაში - არც დადებითად, არც უარყოფითად.
- აღსანიშნავია, რომ კვების ობიექტების 35.4%-ში დამკვირვებლებმა სისუფთავე ძალზე დადებითი მაჩვენებლით შეაფასეს. ობიექტების თითქმის მეოთხედში (24.1%) კი ნეიტრალური პოზიცია დაფიქსირდა. მხოლოდ 4 დაწესებულება აღმოჩნდა, სადაც სისუფთავე არ იყო დაცული, რაც ძალზე უარყოფითი შეფასების კატეგორიით გამოიხატა. 2018 წლის მონაცემები: კვების ობიექტების 42,7%-ში ძალზე დადებითია, 24,4%-ის შემთხვევაში - არც დადებითი და არც უარყოფითი, 15,9%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითი.
- კვების ობიექტების დიდ ნაწილში (30%) სტუმარზე ზრუნვა ნეიტრალური პოზიციით შეფასდა (5-ქულიან სკალაზე 3); „ძალზე დადებითი“ პასუხის შემთხვევა კი ობიექტების 26.3%-ში დაფიქსირდა. 2018 წლის მონაცემები: 39%-ის შემთხვევაში

დადებითად შეფასდა, 28%-ის შემთხვევაში - არც დადებითად და არც უარყოფითად, 7,3%-ის შემთხვევაში კი ძირითადად უარყოფითად.

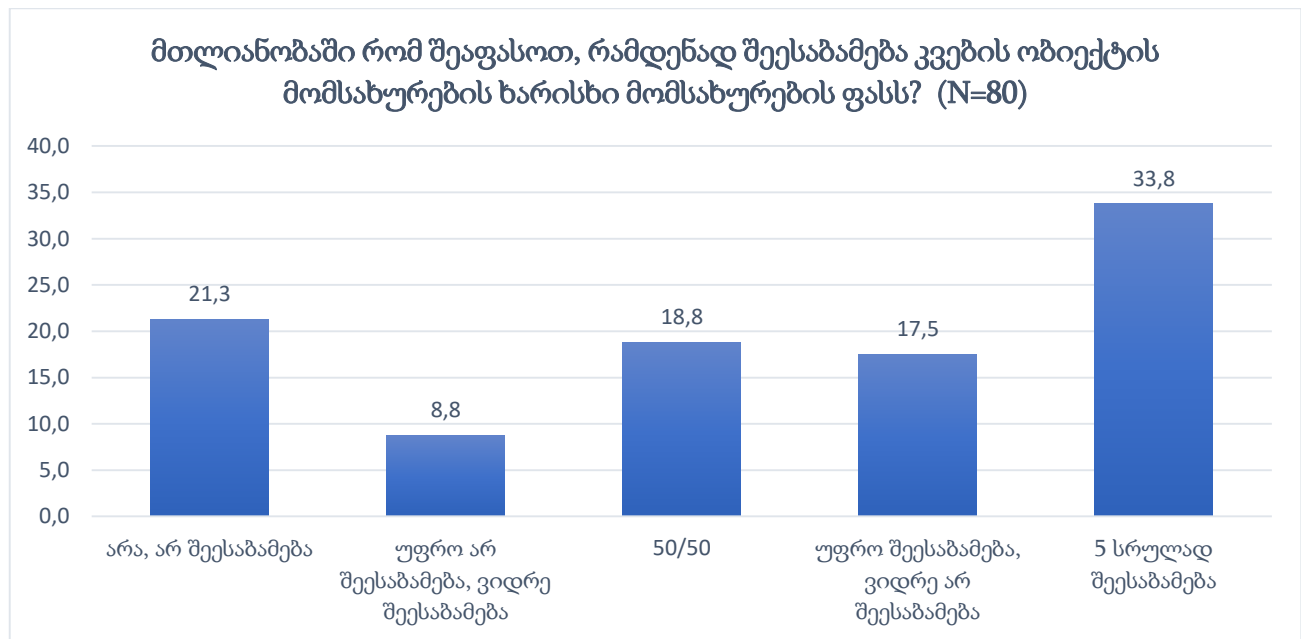
- როგორც აღმოჩნდა, კვების ობიექტების 39,2%-ში კლიენტს არ ეუფლება იმის განცდა რომ მას ატყუებენ; ობიექტების 21,5%-მა ნეიტრალური შეფასება დაიმსახურა, 11 დაწესებულება კი ძალზე უარყოფითი შეფასების კატეგორიაში გაერთიანდა. 2018 წლის მონაცემები: კვების ობიექტების 51,2%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, 20,7%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად, 17,1%-ის შემთხვევაში კი არც დადებითად, არც უარყოფითად.
- კვების ობიექტის არჩევანის კმაყოფილების განცდა მათ 27,5%-ში დამკვირვებლებმა ძალზე დადებითად შეაფასეს; თუმცა, აღსანიშნავია, რომ ეს მაჩვენებელი დიდად არ აღემატება ნეიტრალური შეფასების კატეგორიას, რაც 25%-ით არის წარმოდგენილი. კვების ობიექტების 18,8%-ში კი ეს პარამეტრი ძალზე უარყოფითად შეფასდა. 2018 წლის მონაცემები: ძალზე დადებითად კვების ობიექტების 35,4% შეფასდა, 20,7%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად, 25,6%-ის შემთხვევაში - არც დადებითად, არც უარყოფითად.
- სწორედ ამ კრიტერიუმებზე დაყრდნობით, დამკვირვებლებმა საერთო ემოციური მდგომარეობაც შეაფასეს. როგორც აღმოჩნდა ობიექტების ყველაზე დიდი ნაწილი (28,2%) ნეიტრალური დამოკიდებულების მქონე პასუხის კატეგორიაში მოხვდა. მთლიანობაში დადებითი („ძალზე დადებითი“, „უფრო დადებითი, ვიდრე უარყოფითი“) და უარყოფითი („ძალზე უარყოფითი“, „უფრო უარყოფით, ვიდრე დადებითი“) შეფასება კი ობიექტების თანაბარ ოდენობაში გამოვლინდა, რაც პროცენტულად 35,9%-ს უტოლდება. 2018 წლის მონაცემები: კვების ობიექტების 32,9%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითია, 28%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითი.

დიაგრამა #29



საბოლოოდ დამკვირვებლებმა შეაფასეს თუ რამდენად შეესაბამება კვების ობიექტების გაწეული მომსახურების ხარისხი ფასს. აღმოჩნდა, რომ ობიექტების 33.8%-ის შემთხვევაში სრულად შეესაბამება. თუმცა, უკიდურესად უარყოფითი პასუხის პროცენტული მაჩვენებელიც მაღალია და 21.3%-ს უტოლდება (იხ. დიაგრამა #30). 2018 წლის მონაცემები თითქმის იდენტურია და კვების ობიექტების 37.8%-ის შემთხვევაში დამკვირვებელთა შეფასებით, ფასი მომსახურებას სრულად შეესაბამება.

დიაგრამა #30



შეიძლება ითქვას, რომ ფასისა და გაწეული მომსახურების ურთიერთმიმართებაზე ხაზგასმა რთულია, რადგანაც პასუხის რომელიმე კატეგორიას ობიექტების უმრავლესობა არ მოუცვია. ამდენად, ამ ორ ცვლადს შორის კავშირი ცალსახად ვერც პოზიტიურ და ვერც ნეგატიურ ქრილში ვერ შეფასდება.

რეკომენდაციები

- კვების ობიექტთან მისასვლელი გზა უნდა მოწესრიგდეს და საინფორმაციო აბრა დამონტაჟდეს.
- არამართო ინტერიერი, არამედ ექსტერიერიც მოწესრიგებული უნდა იყოს, მათ შორის ეზო უნდა დასუფთავდეს, გარე ნათურები მტვრისგან გაიწმინდოს ან გამოიცვალოს.
- სასურველია კვების ობიექტი ადაპტირებული იყოს შშმ პირებისთვის, ჰქონდეს პანდუსი.
- სასურველია კვების ობიექტს ჰყავდეთ ჰოსტესი, რომელიც სტუმარს შეეგება.
- მომსახურე პერსონალმა კლიენტს კვების ობიექტში შესვლისთანავე უნდა მიაქციოს ყურადღება - მომხმარებელს დახლთან მისვლა არ უნდა მოუწიოს შეკვეთის მისაცემად.
- გადატვირთული სამუშაოს მიუხედავად, მიმტანები სტუმრის მიმართ უნდა იყვნენ კეთილგანწყობილნი და ღიმილიანები. სტუმარს უნდა შეექმნას განცდა, რომ ის სასურველი სტუმარია კვების ობიექტში და მასზე ზრუნავენ.
- მნიშვნელოვანია, რომ კვების ობიექტის პერსონალს ეცვას უნიფორმა, გამოიყურებოდეს მოწესრიგებულად და ეკეთოს სამკრდე ნიშანი, სადაც მითითებული იქნება პერსონალის სახელი, რათა სტუმარს არ გაუჭირდეს მიმტანის იდენტიფიცირება, შეძლოს სახელით მიმართვა და შეკვეთის მიცემა, ან სხვა საჭირო ინფორმაციის მიღება.
- მიმტანი ნებისმიერ დროს მაქსიმალურად უნდა იყოს ხელმისაწვდომი სტუმრისთვის, რომ არ მოუწიოს სტუმარს ლოდინი სხვადასხვა საკითხის გასარკვევად, ეს იქნება შეკვეთის მიცემა, ანგარიშის მოთხოვნა, თუ სხვა რამ.
- სასურველია მიმტანების დატრენინგება, რათა მენიუ უკეთ შეისწავლონ და მომხმარებლებს, საჭიროების შემთხვევაში, კერძის არჩევაში დაეხმარონ.
- აუცილებელია, რომ მიმტანმა იცოდეს დღის შეჩერებული ე.წ. „Stop“ კერძების შესახებ.
- მომსახურე პერსონალი უცხო ენას კარგად უნდა ფლობდეს, რადგან უცხოენოვან კლიენტთა კომუნიკაციის პრობლემა არ შეიქმნას.
- სასურველია, რომ ერთ მაგიდას ერთი მიმტანი ემსახურებოდეს და ყოველ ჯერზე არ იცვლებოდეს.
- მომსახურების ხარისხით უკმაყოფილო სტუმართან, მიმტანმა უნდა შეინარჩუნოს თავაზიანობა და სიმშვიდე და მენეჯერს უნდა აცნობოს სტუმრის უკმაყოფილების მიზეზი.
- მომხმარებელს არ უნდა რჩებოდეს შთაბეჭდილება, რომ მოატყუეს - კლიენტს აქვს უფლება, რომ სალაროს ჩეკს გაეცნოს.
- მენიუ საჭიროებს ვიზუალურ და სტრუქტურულ განახლებას, კერძების სახელწოდებასთან ერთად საჭიროა ეწეროს კერძების შემადგენლობის შესახებ ინფორმაცია, მათ შორის გრამაჟი და ფასი.
- სასურველი იქნება სამზარეულოში პერსონალის დამატება, რათა მომხმარებელს კერძისთვის დიდხანს ლოდინი არ მოუწიოს.
- აუცილებელია, რომ განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს საკვების მრავალფეროვნებას, გემოსა და გაფორმებას.

- მენიუში არ უნდა იყოს შეტანილი ისეთი კერძი, რომლის შეთავაზებასაც კლიენტისთვის ვერ ახერხებენ, ან ამის შესახებ მომხმარებელს წინასწარ უნდა მიეწოდოს ინფორმაცია.
- მენეჯერი უფრო აქტიურად უნდა იყოს ჩართული მიმტანების საქმიანობაზე დაკვირვებით. ამასთანავე, კვების ობიექტის ადმინისტრაციამ, ვიდრე მოხმარებაში გაუშვებს მენიუს, აუცილებელია დეტალურად შეამოწმოს იგი, რომ რამე შეცდომა არ გაეპაროს, რაც შემდგომ შესაძლოა გახდეს გაუგებრობის მიზეზი (მაგალითად, კერძის არასწორად მითითებული ფასი).
- აუცილებელია სამზარეულოს ინვენტარის განახლება, როგორც ავეჯის ისე ჭურჭლის; სასურველია მცირეწლოვანი ბავშვებისთვის სპეციალური სკამის დამატება და დანა-ჩანგლის გამოცვლა.
- აუცილებელია, რომ სველ წერტილებს უფრო ხშირად ალაგებდნენ და სანიტარულ-ჰიგიენური ნორმები იყოს დაცული.
- რესტორანში აუცილებელია მუშაობდეს საღარო აპარატი და გადახდა შესაძლებელი იყოს ტერმინალითაც.
- კვების ობიექტში ყველა საჭირო ნივთს და ინვენტარს უნდა ჰქონდეს განკუთვნილი შესაბამისი ადგილი, დარბაზი არ უნდა წარმოადგენდეს საწყობს.
- სასურველია, მაგიდებს ჰქონდეს გადასაფარებელი. წინააღმდეგ შემთხვევაში უსუფთაობის განცდას ტოვებს.
- აუცილებელია, რომ კვების ობიექტში სავაკუაციო გეგმა თვალსაჩინო ადგილას იყოს მოთავსებული.
- ინტერნეტზე ხელმისაწვდომობა სასურველია, რადგან კლიენტს უფრო მეტი კომფორტი შეექმნას და გარკვეული სამუშაოს შესრულება შეძლოს.
- სასურველია, რომ კვების ობიექტის კარი იყოს დახურული, რათა კლიენტები მწერებმა და გარედან შემოსულმა ძაღლებმა არ შეაწუხოს.
- მენეჯმენტმა უნდა მიაქციოს ყურადღება მუსიკალურ ფონს დარბაზში, რომ, ერთი მხრივ, მუსიკა შეესაბამებოდეს კვების ობიექტის კონცეფციას, და მეორე მხრივ, არ იყოს შემაწუხებლად ხმამაღალი.