

第三季餐饮外带订单增加 顾客对咖啡馆满意度低于去年

■ 安诗一 anshiyi@sph.com.sg

调查显示，今年第三季度餐饮业的外带订单有所增加，但顾客对咖啡馆的满意度与忠诚度低于去年。

新加坡管理大学卓越服务研究院日前公布针对餐饮和旅游业的2021年第三季度全国客户满意指数报告，共2600名消费者参与调查。整体而言，顾客满意度与去年相当，在满分100分中，餐饮业客户满意度得72.7分、旅游业75.4分。

受堂食人数限制影响，餐馆、快餐，以及咖啡馆的外带订单相较往年显著增长，堂食比率则下降，通过外卖平台订餐的比例与去年持平。

卓越服务研究院研究咨询负责人陈勇畅说，虽然数据显示人们更倾向于堂食，但考虑到安全管理措施，外带人数在一段时间内仍会保持较高水平。

调查也显示，顾客用餐方式的变化，对餐馆及快餐店顾客满意度影响不大，但对咖啡馆的整体满意度却低于平均水平。其中，对咖啡馆外带的忠诚度仅64.3分，堂食为67.9分，外卖平台送餐为73.1分。

饮品质量与员工服务态度评分下滑，是咖啡馆顾客满意度下降的主要原因。与外送服务相比，选择外带的顾客认为

在店内点餐的用户体验较差。

对餐饮业来说，能否提供快捷且舒适的服务是影响顾客忠诚度的重要因素，但相较于用餐体验等方面，服务质量的评分并不高。

陈勇畅建议，业者在保障食物的质量和种类多样性之余，也应考虑改善团队的服务质量。“外带订单利润往往更高，餐饮业若想提升外带的部分并加强堂食的供应，就应当优化店内的点餐流程。也要避免过于注重外卖平台的订单，而影响店内的顾客体验。”

更多年长居民 走访本地旅游景点

旅游业方面，受疫情限制，调查仅访问近期到访过本地旅游景点的新加坡居民，其中年长的游客比率有所上升，尤其是50岁至69岁的游客，从去年的14.2%增至22.3%。卓越服务研究院执行总监拉切曼达斯表示，半数受访者使用“重新探索新加坡”消费券。

与咖啡馆业的调查结果相似，游客对旅游景点的忠诚度同比大幅下降，价格上涨与重游景点的吸引力不足，使满意度由去年75.3分跌至69.7分。此外，进入景点的便捷度、等候时长，以及景点消费、餐饮质量等方面也低于平均分。