

调查: 防疫放宽后堂食人数增加 餐饮店食品质量满意度下降

顾客对餐饮业食品质量满意度有所下降,且打包和外卖的用餐体验明显低于堂食体验。满意指数满分为100分的情况下,顾客对餐馆堂食、打包和外卖的满意度分别为75.8分、71.1分和69.9分。

安诗一 报道
anshiyi@sph.com.sg

调查显示,今年选择堂食的顾客相较于去年有显著增长,但顾客对于餐馆和快餐店食品质量的满意度均有所下降。

随着今年冠病疫情安全管理措施放宽,相较于选择打包或点外卖,越来越多消费者回归堂食。数据显示,约59.4%的受访

者近期曾堂食用餐,比去年同期的34.8%增长了近25个百分点,但顾客对餐馆和快餐店餐饮和服务质量的满意度同比有所下降。

新加坡管理大学卓越服务研究院星期五(12月2日)公布了针对餐饮和旅游业的2022年第三季度全国客户满意指数(Customer Satisfaction Index of Singapore)报告。共有2600名本

地居民参与了问卷调查。

整体来说,顾客对餐饮业食品质量满意度有所下降,且打包和外卖的用餐体验明显低于堂食体验。

满意指数满分为100分的情况下,顾客对餐馆堂食、打包和外卖的满意度分别为75.8分、71.1分和69.9分。

等候时间长食物凉送错单是送餐平台满意度低原因

相较于去年同期,顾客对于送餐平台Grab、Foodpanda和Deliveroo的满意度均有下降。调

查显示,等候时间过长、食物凉了或不新鲜了、收到了错误的订单等,是顾客满意度较低的主要原因。

卓越服务研究院执行总监妮塔·拉切曼达斯(Neeta Lachmandas)建议业者在堂食与外带服务间取得平衡,并提升食品与服务品质,例如为打包的食客提供等候休息区。

“餐饮业在招聘和培训员工方面仍面临极大的挑战,业者不应忽视他们过去两年里花费大量精力建立的选择打包和外卖的顾客群。”

研究还发现,在有折扣的平台交易更为普遍。25.6%的消费者最近用餐时,使用过Burpple、Entertainer和Fave等交易平台。这类消费者对餐馆的满意度、忠诚度更高,且人均消费的中位数为35元,要高于未使用交易平台的20元消费额。

妮塔认为,消费者初衷是通过平台获取优惠券以节省开销,无形中增加了多次光顾的概率。如果这种机制操作得当,对消费者和餐饮业是种双赢。

旅游业方面,游玩的年长者有显著增加,50岁以上的游客比

例占28.6%,比去年同期增长了4.9个百分点。

与年轻游客群体相比,年长者对服务质量的满意度更低。

研究报告建议,景点应从娱乐与教育价值、工作人员知识储备、指示牌清晰度等提高游客的满意度。

业者不应忽视他们过去两年里花费大量精力建立的选择打包和外卖的顾客群。

——卓越服务研究院执行总监
妮塔·拉切曼达斯