

**Covid–19 pandemic impact on customer experience in Georgian Restaurant  
industry**

**Zurabi Tsiramua**

*This thesis is presented for the degree of Master in Business Administration to the  
faculty of Business School of the Ilia State University*

*Project Supervisor: Resan Kikava, Associate Professor*



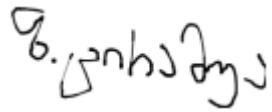
**Ilia State University**

**Tbilisi, 2021**

## Declaration and Waiver

I, an author, Zurabi Tsiramua declare that this thesis is hereby submitted to the Ilia State University. It has not been previously submitted for the requirements of any degree at this or other universities. I confirm, that all the sources and information used in thesis are acknowledged in the section of references.

Zurabi Tsiramua

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Z. Tsiramua', written in a cursive style.

03.07.2021

## **Acknowledgement**

In writing this thesis, I relied on various people whose contributions I want to highlight. Firstly, I would like to express my gratitude to my supervisor, Associate Professor Resan Kikava, for his support, recommendations and suggestions. He took me through the academic journey with full guidance and instructions.

Additionally, I would like to thank Ilia State University for giving me the information and support I needed, since I had access to its online scientific database that played vital role to accomplish research goals and objectives.

Lastly, I would like to thank everyone who participated in my survey, who filled online survey and who gave me their valuable time answering my questions. In addition, thanks to my friends, family and colleagues who supported me and helped to spread online survey.

Author,

Zurabi Tsiramua

## Abstract

The aim of this research was to analyze the impact and influence Covid-19 pandemic had on customers overall experience in Georgian Restaurant industry. Covid-19 had affected hospitality industry greatly and one of the most significant impact it had on restaurant industry. The aim was to observe both sides, their perspectives about pandemic, how both side adjusted to it, how changes were made, how customers preferences and overall experience has changed, what are their current wants, needs and preferences. For analysis, theoretical and empirical research methods are used in the paper. Both quantitative and qualitative research was used in the process of gathering data. Two group of people were interviewed, Restaurant sector representatives: top management, managers, owners, HR managers, staff and on the other side customers. Furthermore, I made a survey of 114 customers. 8 representative of Restaurant sector were also questioned. There respondents are from different restaurants in Georgia, For instance: Sainvie, Coffee Corner, Burger Club etc. The data showed that Covid-19 has affected overall experience greatly. Customers were going to restaurants more frequently, mostly with their friends, were not using delivery service much and were more loyal to restaurant, but after Covid-19 pandemic less people are going to restaurant, less goes with their friends and more just to eat. Customers are using more delivery service now, than before Covid-19 and are more concerned on safety standards and prices in the restaurant. Some recommendations were given: improve the delivery service quality, create friendlier environment, make customers more aware about price changes, offer more discounts and offers and try to make more amusement events.

Key words: Covid-19, Customer experience, Restaurant industry, top management, HR manager;

## აბსტრაქტი

კვლევის მიზანი იყო შემესწავლა კოვიდ-19 პანდემიის გავლენა საქართველოს სარესტორნო ბიზნესში მომხმარებლების ზოგად გამოცდილებაზე. კოვიდ-19 პანდემიამ ძალიან დააზიანა სტიმარ-მასპინძლობის ინდუსტრია, მათ შორის, კი სარესტორნო ბიზნეს ერთ-ერთი ყველაზე დიდი დარტყმა მიაღწა. მიზანს ორივე მხარის გამოკვლევა შეადგენდა, როგორ მოერგო ორივე მხარე პანდემიას, რა ცვლილებები იქნა განხორციელებული და როგორ იქნა ისიმი მომხმარებლამდე მიტანილი, როგორ შეიცვალა მომხმარებლების ზოგადი გამოცდილება და სურვილები, რა არის მომხმარებლების ამჟამინდელი პრიორიტეტები. შედეგების ანალიზისთვის ემპირიული და თეორიული კვლევის მეთოდები იქნა გამოყენებული. ინფორმაციის მოძების პროცესში ორივე, თვისობრივი და რაოდენობრივი კვლევა იქნა გამოყენებული. ორი ჯგუფის ადამიანები იქნან გამოკითხულები, სარესტორნო ინდუსტრიის წარმომადგენლები, ტოპ მენეჯერები, მენეჯერები, მფლობელები, ადაიანის რესურსების მართვის მენეჯერები, სტაფის წევრები, მეორე მხარეს, კი მომხმარებლები, რომლებიც სარესტორნო ინდუსტრიის სერვისებს მოიხმარენ. კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ იქნა 114 მომხმარებელი რათა ზუსტად მივმხდარიყავი მათი გამოცდილების ცვლილებას. რესტორნის 8 წარმომადგენელი იქნა გამოკითხული კვლევის განმავლობაში. ისინი საქართველოს სხვადასხვა რესტორნებს წარმოადგენდნენ: სენვი, ქოფი ქორნერი, ბურგერ ქლაბი, გემრიელობა, ვივიანას შოკოლადის გულები და ასე შემდეგ. მონაცემებმა აჩვენა, რომ კოვიდ-19 პანდემიამ სერიოზულად შეცვალა მომხმარებლების რესტორანში ზოგადი გამოცდილება. პანდემიამდე მომხმარებლები სხვადასხვა სახის რესტორნებში უფრო

ხშირად დადიოდნენ, უმეტესწილად მათ მეგობრებთან ერთად დროის გატარების მიზნით, არ იყენებდნენ მიტანის სერვის ისეთი სიხშირით როგორც პანდემიის განმავლობაში და იყვნენ შედარებით უფრო ლოიალური მომხმარებლები რომელიმე კონკრეტული ობიექტის, კოვიდ-19 პანდემიის შემდეგ, კი უფრო ნაკლები ადამიანი დადის რესტორანში, ნაკლები მეგობრებთან ერთად, მეტი ადამიანი კი გამოძახების სერვისს იყენებს და უფრო მეტად აქცევენ უსაფრთხოების სტანდარტებს ყურადღებას, ვიდრე კოვიდ-19 პანდემიამდე და ასევე მეტად ანაღვლებთ რესტორნის ფასები. კვლევის ბოლოს რამენიმე რჩევა იქნა მიცემული რესტორნებისთვის: მათ უნდა გააუმჯობესონ მიტანის სერვისის ხარისხი, უნდა შექმნან უფრო მეგობრული გარემო, მეტი ესაუბრონ მომხმარებლებს მათი რესტორნების ფასების ცვლილებაზე, შესთავაზონ მათ მეტი ფასდაკლება და შეთავაზება და ეცადონ მეტი გასართობი ღონისძიების დაგეგმვა და განხორციელება.

**საძიებო სიტყვები:** კოვიდ-19, მომხმარებლების გამოცდილება, სარესტორნო ინდუსტრია, ტოპ მენეჯმენტი, მენეჯერები, ადამიანების რესურსების მართვის მენეჯერი;