

# РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА ПОСЕТИТЕЛЕЙ ТОЧЕК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ БГЭУ 2016

## 1. ПРОФИЛЬ РЕСПОНДЕНТОВ

Опрос проводился в феврале 2016 года, метод проведения опроса – анкетирование. Общее количество полученных анкет составило 382.

Студенты – одна из наиболее динамичных групп потребителей, оказывающее существенное воздействие не только на остальную молодежь, но и на широкие слои населения за пределами этой возрастной группы. Нередко студенты выступают в качестве пионеров потребления, что делает эту социальную группу особенно интересной для исследователей.

Реакция других на потребительское поведение индивида – это мощный фактор, заставляющий его делать то, что ему хочется, постоянно оглядываясь на окружение, делая это так, как принято, избегая того, что может вызвать осуждение. Значит, даже в самых простых актах удовлетворения своих природных потребностей индивид потребляет не только для себя, но и для других, воспроизводя этим себя как члена той или иной социокультурной общности.

Исследование имело эмпирический, прикладной характер, а также предполагало выработку рекомендаций по работе торгового комплекса БГЭУ, с учетом пожеланий студентов.

Анкета состояла из 3-х блоков: в первом из них респондентам предлагалось заполнить данные о самом участнике опроса, во втором – рассказать о своих предпочтениях и оценить качество работы торгового комплекса БГЭУ, в третьем – предложить пути улучшения работы торгового комплекса БГЭУ.

Общий профиль респондентов выглядел следующим образом:

Рис 1.1 Структура респондентов (по факультетам)



Рис 1.2 Структура респондентов (по курсам)



В результате анализа оказалось, что в опросе приняли участие 19 % лиц мужского пола (72 человек) и 81 % - женского (310 человек).

257 опрошенных - иногородние студенты, 125 человек - минчане.

Рис. 1.3 Половая структура респондентов

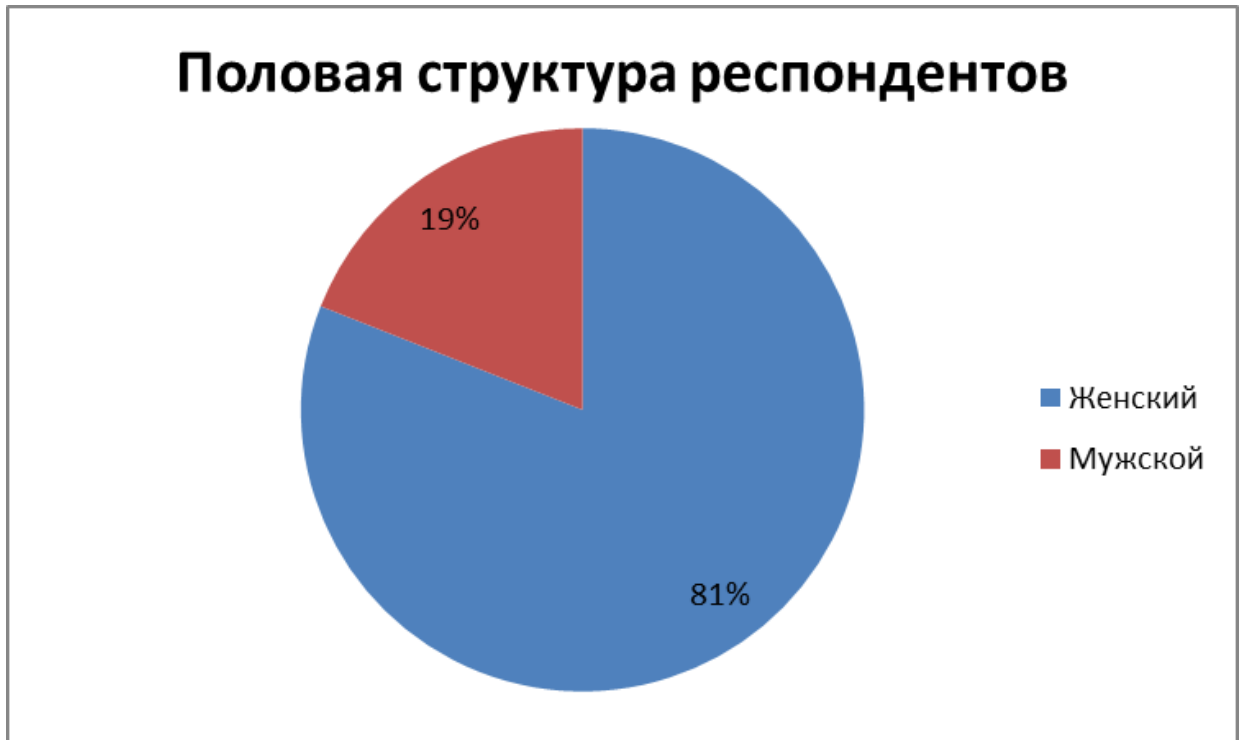


Рис. 1.4 Структура респондентов (по месту проживания)



## 1. ИНТЕНСИВНОСТЬ И ПРИОРИТЕТНОСТЬ ПОСЕЩЕНИЯ МЕСТ ПИТАНИЯ.

Значительная часть опрошенных отметили, что питаются в пунктах общественного питания БГЭУ «Часто» – 98 человека (25,7 %), «Иногда» (несколько раз в неделю) – 153 человек (40,1 %), «Редко» (несколько раз в месяц) – 120 человек (31,3 %), не ответили – 11 человека (2,9 %), что свидетельствует о достаточной посещаемости предприятий торгового комплекса, среди респондентов.

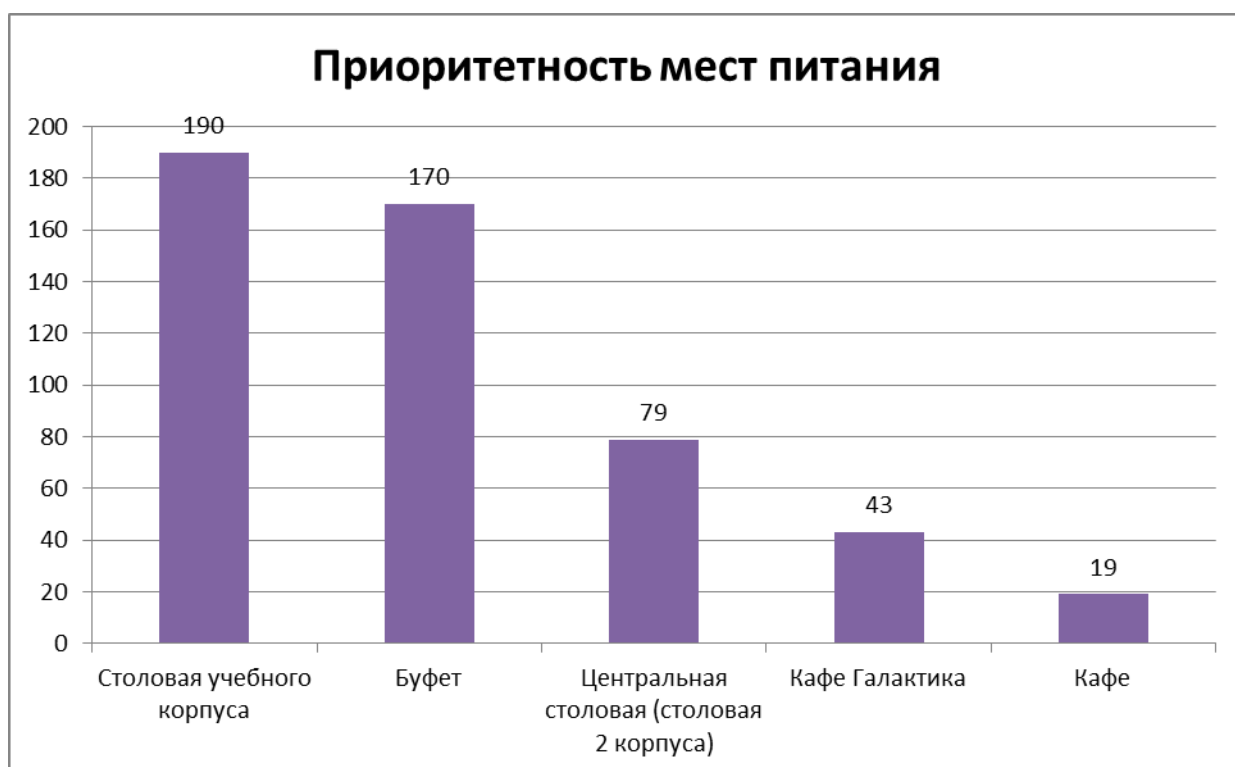
Рис 2.1 Частота посещений комплекса общественного питания БГЭУ



Прослеживается следующая приоритетность мест питания:

- Центральная столовая – 79 человек;
- Столовая учебного корпуса – 190 человека;
- Кафе – 19 человек;
- Буфет – 170 человека;
- Кафе «Галактика» – 43 человек.

Рис 2.2 Приоритетность мест питания



Наибольшее число выборов получили «Столовая учебного корпуса» (190), «Буфет» (170), «Центральная столовая» (79) что, по мнению исследователей, свидетельствует о приоритетности комплексного питания у студентов, наряду с «перекусами» в буфете, в силу объективных факторов невозможности посещения столовой - очереди на переменах.

Самое малое число выборов получили объекты питания «Кафе» и «Кафе Галактика» что, по мнению исследователей, свидетельствует о малой осведомленности респондентов о наличии возможности питаться в данных объектах.

## 2. ОБЩАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО КОМПЛЕКСА БГЭУ.

В ходе исследования, опрашиваемым предлагалось оценить уровень питания от одного до пяти баллов, по следующим характеристикам: качество блюд, ассортимент в целом и ассортимент диетических блюд, качество обслуживания, качество столовых приборов, цены на продукты питания.

Для оценки, респондентам предлагалось выставить балл, от 1 до

5. Соответственно оценка «1» - означала слабую оценку показателя респондентом;

оценка «2» - посредственную оценку показателя респондентом;

оценка «3» - достаточную оценку показателя респондентом;

оценка «4» - хороший уровень оценки показателей;

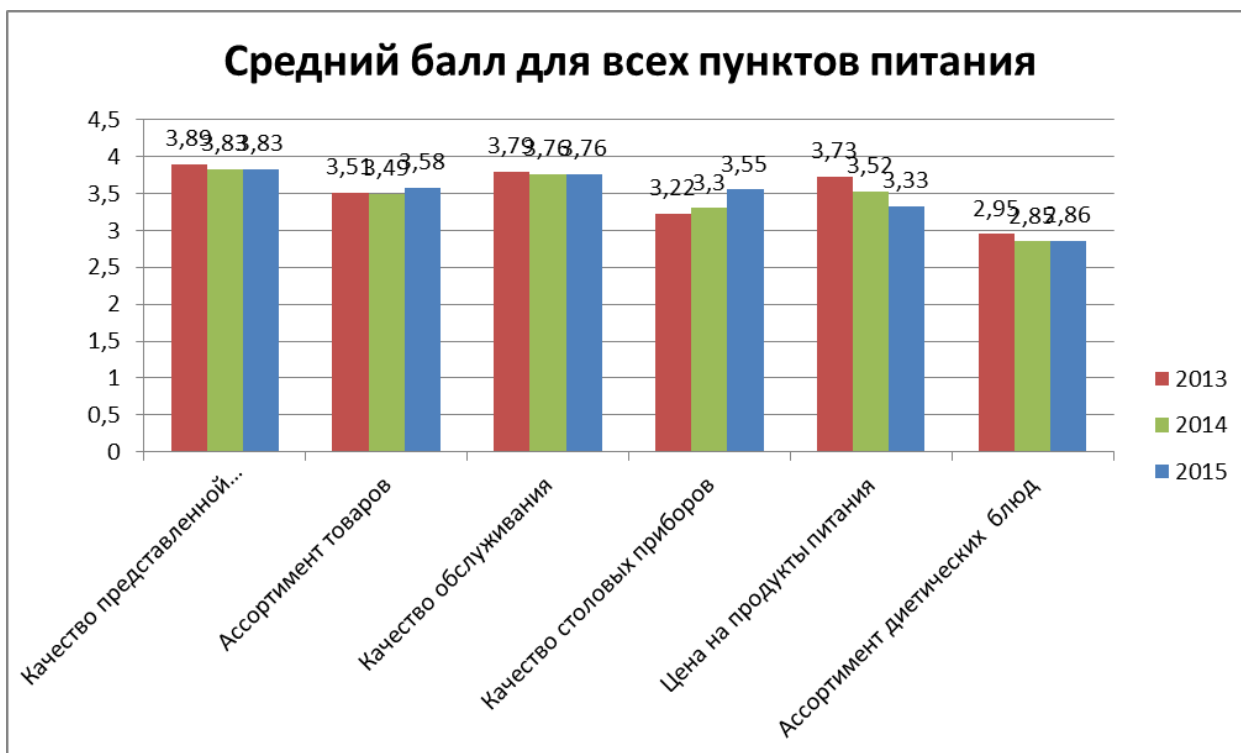
оценка «5» - отличный уровень оценки показателей.

В результате анализа полученных данных отмечается незначительное повышение оценки деятельности торгового комплекса БГЭУ, за исключением показателя «цены на продукты питания», который заметно уменьшился, в сравнении с показателями прошлых лет.

<b>Средний балл для всех пунктов питания</b>							
<b>Характеристики</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
	<b>год</b>	<b>год</b>	<b>год</b>	<b>год</b>	<b>год</b>	<b>год</b>	<b>год</b>
Качество представленной продукции	3,89	3,65	3,57	3,76	3,89	3,83	3,83
Ассортимент товаров	3,56	3,33	3,20	3,46	3,51	3,49	3,58
Качество обслуживания	3, 52	3,29	3,17	3,78	3,79	3,76	3,76
Качество столовых приборов	3,39	3,07	2,86	2,78	3,22	3,30	3,55
Цена на продукты питания	3.83	3,46	3,25	3,52	3,73	3,52	3,33
Ассортимент диетических блюд	3,47	3,21	3,09	2,89	2,95	2,85	2,86

Сравнение с результатами предыдущих лет, представлено в таблице ниже:

*Табл. 3.1 Общая оценка обслуживания пунктов питания*



*Далее респондентам было предложено написать замечания и предложения по работе торгового комплекса БГЭУ.*

**Недовольство респондентов было высказано в следующих направлениях:**

- Огромные очереди;
- Недовольство ассортиментным перечнем предлагаемой и диетической продукции;
- Нехватка свободных мест в кафе и столовой;
- Отсутствие в меню фруктов, овощей;
- Недостаток массы в некоторых блюдах;
- Плохое качество столовых приборов и подносов.

**Предложения:**

- Расширить ассортимент десертов;

- Обновить посуду;
- Включить в меню фрукты и овощи;
- Повысить культуру общения и скорость обслуживания персонала торгового комплекса;
- Расширить ассортимент диетических блюд;
- Улучшить качество блюд и размеры порций.