

ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАЧЕСТВОМ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В статье рассматриваются подходы к оценке качества общественного питания на основе изучения удовлетворенности потребителей и результаты анкетирования студентов и преподавателей Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации.

The article discusses approaches to assessing the quality of public nutrition based on study of customer satisfaction and results of questionnaire survey of students and teachers of the Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives.

Можно выделить два основных источника информации для характеристики культуры и качества обслуживания покупателей:

- Первичные источники – материалы специально организованных опросов и наблюдений;
- Вторичные источники – статистическая отчетность, результаты проверок соблюдения правил продажи продукции общественного питания, товаров, санитарных правил и гигиенических нормативов; отзывы, замечания покупателей в Книге отзывов и предложений и т. д.

Для оценки и контроля культуры обслуживания используются два основных метода:

- экспертный – опрос и анкетирование исполнителей в сфере услуг общественного питания, оценка результатов опроса (анкетирования);
- социологический – опрос или интервьюирование потребителей услуг общественного питания, оценка результатов опроса (интервьюирования).

Стандартом ИСО 9001:2000 предусмотрено, что организация должна осуществлять мониторинг информации, касающийся восприятия потребителями соответствия организации требованиям потребителей. В качестве одного из измерений характеристик системы управления качеством организация должна контролировать информацию, относящуюся к восприятию потребителем факта удовлетворения его запросов.

Зависимость между удовлетворенностью потребителя и его лояльностью экспоненциальная. Это означает, что удовлетворенные в большей степени потребители с гораздо большей вероятностью становятся лояльными, чем удовлетворенные в малой степени. Измерение удовлетворенности потребителя позволяет точно определить запросы потребителей и относительную важность этих запросов; понять, как потребители воспринимают данный объект общественного питания и соответствует ли его деятельность их запросам; определить приоритеты для улучшения – те области, в которых улучшение характеристик объекта общественного питания даст наибольшее увеличение удовлетворенности потребителя; выявить «расхождения в понимании», т. е. те области, в которых персонал объекта общественного питания неправильно понимает приоритеты потребителя или свои возможности удовлетворить его собственные потребности; установить цели улучшения обслуживания и контролировать процесс этого улучшения по коэффициентам удовлетворенности потребителя; увеличить товарооборот и прибыль за счет увеличения лояльности потребителя и его сохранения.

В Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации (далее – БТЭУ) удовлетворенность потребителей оценивается ежегодно в рамках анкетирования по системе менеджмента качества (СМК) университета. Наблюдается тенденция повышения удовлетворенности потребителей качеством общественного питания в университете. В 2015 г. процент удовлетворенности составил 78,84% и возрос по сравнению с 2014 г. на 4,64% (таблица 1).

Таблица 1 – Результаты анкетирования студентов в системе менеджмента качества БТЭУ по вопросу качества обслуживания и организации питания в буфете, баре и столовой университета, %

Форма получения образования	Год			
	2012	2013	2014	2015
Очная	77,27	80,59	80,44	81,64
Заочная	70,14	70,33	70,25	77,17
Итого	73,32	74,60	74,20	78,84
Отклонение оценки по заочной форме от очной формы получения образования (+; -)	-7,13	-10,26	-10,19	-4,47

В то же время уровень удовлетворенности качеством и организацией общественного питания по заочной форме получения образования ниже, чем по очной форме получения образования. Разрыв в оценках по результатам анкетирования в 2015 г. составил 4,47% (в 2014 г. – 10,19%). Таким образом, в 2015 г. произошел положительный качественный сдвиг в сближении уровня удовлетворенности студентов заочной и очной форм получения образования при общей тенденции возрастания удовлетворенности общественным питанием студентов по университету.

Для оценки удовлетворенности потребителей качеством общественного питания в обособленном структурном подразделении «Предприятие общественного питания» БТЭУ были определены те показатели, которые целесообразно использовать для оценки качества; выявлены факторы, влияющие на выбранные показатели с целью воздействия на них для повышения степени удовлетворенности потребителей; выбран метод сбора информации и оценки степени удовлетворенности потребителей на основе анкетирования; проведено анкетирование студентов, преподавателей и сотрудников; разработаны мероприятия по повышению степени удовлетворенности потребителей.

Были выделены две целевые группы потребителей, в которую вошли студенты университета, профессорско-преподавательский состав (ППС) и сотрудники. Для вероятности 95,4% было определено необходимое количество анкет исходя из запланированной степени охвата по преподавателям 20%, по студентам – 15%. Предельная ошибка выборки составляет соответственно 10 и 4%. Результаты расчетов подтвердили репрезентативность выборки. В анкетном опросе участвовали 287 человек, в том числе 238 студентов и 49 преподавателей и сотрудников. Анкета содержала различные вопросы по качеству обслуживания и качеству питания в БТЭУ. Для обработки анкет был использован табличный процессор Excel с введенными формулами для вычисления средних оценок по ответам на вопросы анкеты.

При обработке данных анкеты числовые шкалы обрабатывались с использованием средних значений и стандартных отклонений, а словесные шкалы – с помощью частотных распределений. Определялись разрывы между важностью и удовлетворенностью для нахождения приоритетов для улучшения.

Были выявлены важнейшие, с точки зрения потребителя, критерии (вкусовые свойства пищи, стоимость питания, продолжительность обслуживания и др.), которые приводят к принятию решения о посещении объекта общественного питания. Самыми важными показателями в общественном питании для студентов являются «вкусовые свойства блюд» – 8,6 балла, «стоимость питания» – 8,21 балла, «продолжительность обслуживания» – 8,09 балла.

Самым важным в общественном питании для ППС и сотрудников является показатель «вкусовые свойства блюд» – 8,9 балла (по студентам данный показатель по важности оценен в 8,6 балла), т. е. запросы (ожидания) ППС и сотрудников выше, чем студентов. Вторым по важности показателем является «стоимость питания» – 8,6 балла (у студентов 8,21 балла), третьим – «удобство режима работы» – 8,6 балла. У студентов третьим по важности является показатель «продолжительность обслуживания». Различия можно объяснить тем, что для питания ППС и сотрудников в БТЭУ имеется отдельный зал с режимом работы с 12⁰⁰ до 14⁰⁰, где нет очередей. Также можно отметить, что для целевой группы ППС и сотрудников очень важен показатель «температура подачи блюд» (8,3 балла).

Ежедневно в учебное время услугами столовой пользуется 18% студентов, буфета – 32, бара – 5%. 3–4 раза в неделю услугами столовой пользуются 20% студентов, буфета – 28, бара – 2%.

Наиболее покупаемым является полный обед – 42% опрошенных. Обед без первого блюда пользуется меньшей популярностью, его покупают 18% опрошенных. Наименее часто покупаемым является обед без третьего блюда – 3% студентов. Количество студентов, покупающих выпечку, составило 10%. 13% студентов покупают отдельные блюда и 13% – горячие напитки.

58% студентов, преподавателей и сотрудников на одно посещение объекта общественного питания тратят сумму от 15 050 до 25 000 р. В диапазоне 25 000 р. и выше по затратам на одно посещение объекта общественного питания находится только 28% ППС и сотрудников (для сравнения – 24% студентов). Стоит отметить, что сумму свыше 30 000 р. тратит только 12% преподавателей (среди студентов – 10%), а сумму до 10 000 р. тратит только 8% от всех анкетированных из числа ППС и сотрудников (среди студентов – 6%). Таким образом, можно отметить, что стоимость услуг общественного питания является приемлемой, преподаватели и сотрудники в своем большинстве не тратят внушительные суммы на ежедневное питание.

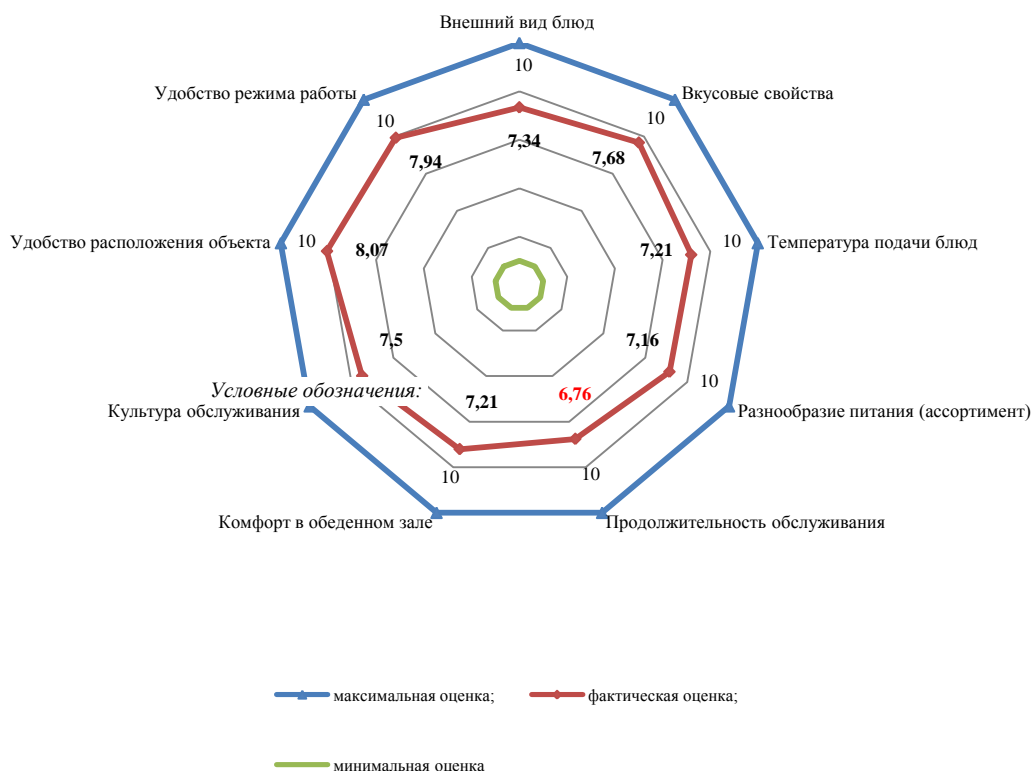
Анализ удовлетворенности ежедневным меню позволил выявить следующие данные: ответы «устраивает» и «да, в основном устраивает» в столовой составили 92,4%, в буфете – 88,8, в баре – 84,3%. Это очень высокие показатели удовлетворенности.

Большинство показателей качества обслуживания и качества продукции в столовой университета, по мнению студентов, находятся на высоком уровне. По ним получена оценка выше 7 баллов. Согласно рисунку, показатель «продолжительность обслуживания» получил оценку 6,76 балла.

Средняя оценка столовой (зала для преподавателей) со стороны ППС и сотрудников составила 7,76 балла. Показатель «температура подачи блюд» получил оценку 6,85 балла, «разнообразие питания (ассортимент)» – 6,97 балла. По результатам анкетирования исследована также удовлетворенность студентов и преподавателей работой буфета и бара.

Для выявления приоритетов улучшения качества продукции и обслуживания в общественном питании университета было проведено сравнение показателей важности и удовлетворенности и рассчитано отклонение.

Оценка удовлетворенности студентов работой столовой БТЭУ, %



Показатели, по которым наблюдаются наибольшие отрицательные отклонения удовлетворенности от важности, и определяют приоритеты в улучшении качества продукции и качества обслуживания. В таблицах 2 и 3 представлены результаты таких сравнений по одному из объектов общественного питания университета – столовой.

Таблица 2 – Соотношение показателей важности и удовлетворенности студентов работой столовой БТЭУ в баллах

Показатели	Важность	Удовлетворенность	Отклонение (+; -)
Вкусовые свойства блюд:			
салатов, холодных закусок	8,62	7,35	-1,27
первых блюд	8,62	7,45	-1,17
вторых блюд	8,62	7,68	-0,94
третьих блюд	8,62	7,6	-1,02
десертов, сладких блюд	8,62	7,55	-1,07
в целом	8,62	7,68	-0,94
Продолжительность обслуживания	8,09	6,76	-1,33

Окончание таблицы 2

Показатели	Важность	Удовлетворенность	Отклонение (+; -)
Культура обслуживания:			
чистота посуды и приборов	8,03	7,27	-0,76
чистота зала	8,03	7,44	-0,59
вежливость персонала	8,03	7,45	-0,58
опрятность персонала	8,03	7,55	-0,48
в целом	8,03	7,5	-0,53
Внешний вид блюд:			
салатов, холодных закусок	8,2	7,18	-1,02
первых блюд	8,2	7,29	-0,91
вторых блюд	8,2	7,4	-0,8
третьих блюд	8,2	7,48	-0,72
десертов, сладких блюд	8,2	7,35	-0,85
в целом	8,2	7,34	-0,86
Разнообразие питания (ассортимент):			
салатов, холодных закусок	8	7,03	-0,97
первых блюд	8	6,72	-1,28
вторых блюд	8	7,31	-0,69
третьих блюд	8	6,95	-1,05
десертов, сладких блюд	8	6,99	-1,01
в целом	8	7,16	-0,84
Температура подачи блюд	8	7,21	-0,79
Комфорт в обеденном зале	7,97	7,21	-0,76
Удобство расположения объекта питания	7,97	8,07	0,1
Удобство режима работы объекта питания	7,96	7,94	-0,02

Показателями, по которым отклонение удовлетворенности и важности по студентам для столовой превышает единицу (по убыванию), являются «продолжительность обслуживания», отклонение по которому составило 1,33 балла; «разнообразие питания (первые блюда)» – 1,28; «вкусовые свойства блюд (салаты, холодные закуски)» – 1,27; «вкусовые свойства блюд (первые блюда)» – 1,17; «вкусовые свойства блюд (десерты, сладкие блюда)» – 1,07; «разнообразие питания (третьи блюда)» – 1,05; «вкусовые свойства блюд (третьи блюда)» – 1,02; «внешний вид блюд (салаты, холодные закуски)» – 1,02; «разнообразие питания (десерты, сладкие блюда)» – 1,01 балла.

Таблица 3 – Соотношение показателей важности и удовлетворенности преподавателей и сотрудников работой столовой БТЭУ в баллах

Показатели	Важность	Удовлетворенность	Отклонение (+; -)
Вкусовые свойства блюд:			
салатов, холодных закусок	8,9	7,33	-1,57
первых блюд	8,9	7,05	-1,85
вторых блюд	8,9	7,35	-1,55
третьих блюд	8,9	8	-0,9
десертов, сладких блюд	8,9	8,08	-0,82
в целом	8,9	7,5	-1,4
Удобство режима работы объекта питания	8,6	8,83	0,23
Культура обслуживания:			
чистота посуды и приборов	8,4	7,63	-0,77
чистота зала	8,4	8,18	-0,22
вежливость персонала	8,4	8,43	0,03
опрятность персонала	8,4	8,43	0,03
в целом	8,4	8,18	-0,22
Удобство расположения объекта питания	8,4	8,9	0,5
Температура подачи блюд	8,3	6,85	-1,45
Продолжительность обслуживания	8,1	7,23	-0,87
Внешний вид блюд:			
салатов, холодных закусок	8	7,33	-0,67
первых блюд	8	7,05	-0,95
вторых блюд	8	7,35	-0,65
третьих блюд	8	8	0
десертов, сладких блюд	8	8,08	0,08
в целом	8	7,75	-0,25
Разнообразие питания (ассортимент):			
салатов, холодных закусок	8	6,95	-1,05
первых блюд	8	6,18	-1,82
вторых блюд	8	7,28	-0,72
третьих блюд	8	7,51	-0,49
десертов, сладких блюд	8	7,24	-0,76
в целом	8	6,97	-1,03
Комфорт в обеденном зале	8	7,92	-0,08

Проведенный детальный анализ удовлетворенности потребителей (студентов, ППС и сотрудников) качеством общественного питания показал, что имеются резервы улучшения качества продукции и качества обслуживания и, соответственно, повышения степени удовлетворенности потребителей по различным направлениям. При проведении мероприятий по улучшению качества обслуживания необходимо руководствоваться тем, что мнение клиента о качестве предоставленных услуг является основополагающим.