

Особенности потребительского поведения посетителей кофеин в современных условиях

Научный руководитель – Нуруллина Эльмира Ринатовна

Велюго Юлия Алексеевна

Студент (бакалавр)

Казанский государственный энергетический университет, Институт экономики и информационных технологий, Кафедра социологии, Казань, Россия

E-mail: Velyugo.yulia@yandex.ru

В современном обществе рынок общественного питания является ведущим в секторе экономики и расходы населения, связанные с посещением заведений общественного питания являются весьма значительными в структуре расходов населения. При этом, становятся популярными заведения быстрого приготовления еды, поскольку для многих людей в стремительном потоке повседневной жизни, важную роль при выборе места покупки готовой еды играет скорость ее приготовления. По этой же причине среди многих деловых людей, весьма популярными, становятся кофейни, поскольку потребитель может зайти, заказать напиток и в скором времени продолжить заниматься важными делами. Однако необходимо отметить, что в последнее время, особенно среди молодежи, появилась тенденция посещать кофейни для общения с друзьями или коллегами по работе. Кофейни стали местом встреч для многих людей, что представляет собой интерес для изучения данного аспекта как важной составляющей проведения досуга среди населения.

В 2022 году в рамках учебной практики нами было проведено авторское пилотажное социологическое исследование в городе Казани (n=112 человек). Были опрошены респонденты, которые пользуются услугами рынка онлайн торговли, в возрасте от 18 до 65 лет. Целью данного исследования являлось изучение особенностей потребительского поведения посетителей кофеин для возможности построения бизнес-модели для создания кофейни.

Итак, согласно данным проведенного нами исследования, большинство респондентов покупают «несколько раз в день» (51%), 19% пьют кофе «несколько раз в неделю», 12,0% покупают кофе «один раз в день» и 12,0% покупают кофе «по выходным». 6,0% опрошенных покупают кофе «реже раза в неделю».

Большинство опрошенных респондентов при выборе кофейни всегда ходят в несколько проверенных и любимых мест (59%). 21% респондентов при выборе кофейни стремятся найти «что-нибудь новое». Малой части опрошенных (20%) при выборе кофейни нет разницы, в какую кофейню ходить.

73% респондентов покупают еду в кофейню, а 27% опрошиваемых предпочитают отказаться от покупки еды в кофейнях.

51% опрошенных респондентов при выборе ресторанов/кафе прислушиваются рекомендаций знакомых. 27,5% респондентов при выборе источников информации при выборе ресторанов/кафе ориентируются на социальные сети. Как показали результаты опроса, ни один из опрошенных респондентов в качестве источников информации не использует сайты, рекомендации блогеров и он-лайн карты (отзывы в них).

Среди наиболее значимых факторов при выборе кофейни респонденты отмечают вкус кофе (41,0%) и уровень цен (29,0%). Далее по значимости идут удобное расположение (22,0%), интерьер кофейни (24,0%), наличие скидок (14,0%) и программы лояльности (12,0%).

С целью полноценно пообедать и попить кофе большинство опрошенных респондентов посещают кофейни «несколько раз в месяц» (61%). 17,0% опрошенных по «выходным», 12,0% «несколько раз в неделю», 6,0% «несколько раз в месяц», 4,0% «раз в день».

С целью попробовать необычный сорт кофе респонденты отдали предпочтение кофейням, специализированных на кофе с разными видами заваривания (36,0%). Ресторанам посещают в большинстве случаев для полноценного приема пищи (26,0%). Сетевые кофейни с посадочными местами выбирают для того, чтобы перекусить (18,0%) или встретиться с другом/компанией (15,0%). Сетевые кофейни формата «кофе с собой» респонденты посещают с целью «небольшого перекуса» (12,0%).

Большинство респондентов берут кофе с собой реже одного раза в месяц (47%) поскольку предпочитают оставаться в кофейнях и употреблять напиток в самом месте. 29,0% опрошенных респондентов забирают кофе с собой из кофейни несколько раз в месяц, 10,0% один раз в день, 10,0% несколько раз в неделю и 4,0% берут кофе с собой несколько раз в день.

В настоящее время индустрия кофейни развивается очень стремительно и приобретает популярность среди разных социальных слоев населения с различными возрастными и гендерными характеристиками. Все большее количество людей начинают разбираться в сортах кофе и интересуются различиями их характеристик. По этой причине дальнейшее изучение особенностей поведения потребителей кофеин представляет большой интерес для развития предпринимательства в этой отрасли.