

DOI: 10.12361/2661-3263-06-05-138617

消费者对于餐饮产品需求的影响因素研究

杨 莉

南通理工学院, 中国·江苏 南通 226000

【摘要】 餐饮行业对国民经济的贡献日益显著, 与老百姓的生活和健康息息相关, 同时也是食品行业的重要组成部分, 是对外开放最早、市场化程度最高的行业。相对其他食品行业而言, 餐饮业更加直接地面对消费者。随着疫情的开放, 国民经济的发展, 人民生活水平的提高, 市场和社会对餐饮业的需求不断扩大, 餐饮行业发展迅速。

【关键词】 餐饮产品; 消费者需求; 调查研究

Research on the influencing factors of consumer demand for catering products

Li Yang

Nantong Institute of Technology, Nantong 226000, Jiangsu

[Abstract] The catering industry has made an increasingly significant contribution to the national economy, closely related to the lives and health of the people, and is also an important component of the food industry. It is the earliest and most market-oriented industry to open up to the outside world. Compared to other food industries, the catering industry faces consumers more directly. With the opening up of the epidemic, the development of the national economy, the improvement of people's living standards, and the continuous expansion of market and social demand for the catering industry, the catering industry has developed rapidly.

[Keywords] Catering products; Consumer demand; Investigation and research

1 消费者对餐饮需求的现状

2022年是不平凡的一年, 国内餐饮企业普遍受到了疫情的影响和冲击。随着我国疫情防控进入新阶段, 国家和餐饮企业都在积极引导消费者到店消费, 餐饮业会逐步复苏, 或将带动整个实体经济恢复活力。袁芳在《多管齐下, 助力餐饮业回暖复苏》一文中讲到2022年12月政府对关于餐饮防疫的措施调整后, 不少从业者信心回增^[1]。欧阳洁在《餐饮企业稳步回暖》中提到, 2022年12月门客流量逐渐回升, 各地餐饮消费都有一定的恢复。以广州为例, 12月疫情政策放开以来广州地区到店餐饮线上订单量相比上一阶段增长超101%^[2]。经调查, 全国多家餐企发布了“战绩”, 不难发现, 部分餐企门店迎来2022年全年单日最高销售额和翻台率, 其中, 海底捞、湊湊火锅、巴奴等餐企的部分门店甚至出现“一桌难求”的现象。

2 消费者对餐饮需求变化的原因

2.1 从商家角度

从商家角度来看, 在疫情冲击下, 众多餐饮面临生存危机。其无法适应已经悄然改变的消费者消费习惯, 消费者对餐饮可选择的多样性减少。经研究发现因疫情原因, 许多餐饮门店被迫停业, 大量社会人员失业, 因此进店消费的客人越来越少。而餐饮店又要缴纳房租、水电等费用, 长时间的入不敷出导致餐饮需求越来越少^[3]。

2.2 从消费者角度

从消费者角度来说, 随着电商平台的兴起, 消费者更偏向于网络消费, 许多年轻人宁愿在手机上点餐而不愿到店就餐。而且, 手机点餐与到店就餐的餐品完全一样, 足不出户就可以享受到完全相同的食物, 大大减少了出行带来的不便, 所以消费者越来越喜爱手机点餐^[4]。

3 消费者对餐饮产品需求的影响因素

影响餐饮产品选择的因素有很多, 本文选取了职业、收入水平、销售方式三个因素进行了调查研究, 通过发放调查问卷的形式收集到数据, 并进行了相关与回归分析。

假设一: 不同职业正向影响消费者对餐饮产品的需求

当皮尔逊相关性系数大于0时, 表示两个变量之间是正相关关系, 反之小于0时则为负相关关系。通过表1相关性分析可以看出, 职业与对餐饮产品的需求的相关系数为0.303大于0, 且显著性小于0.01, 所以不同职业与不同餐饮产品的需求显著正向相关。

表 1 不同职业与不同餐饮产品的需求的相关性分析

		职业	对餐饮产品的需求
职业	Pearson 相关性	1	.303**
	显著性 (双尾)		.000
	N	332	332
对餐饮产品的需求	Pearson 相关性	.303**	1
	显著性 (双尾)	.000	
	N	332	332

** . 在置信度 (双测) 为 0.01 时, 相关性是显著的。

相关性分析通常描述的是变量之间的关系密切程度, 而具体描述变量间的影响关系, 影响方向及影响程度情况, 即相互依赖的定量关系, 则需要使用回归分析。接下来将从职业对对餐饮产品的需求进行回归分析。

将对餐饮产品的需求作为因变量 Y, 职业作为自变量 X, 进行回归分析。最后方程如表2所示, 决定系数 R²=0.092, 表明职业可解释消费者对餐饮产品的需求9.2%的变化原因。通过方差分析 (ANOVA) 可得 F=33.303 显著性检验的 P=0.000<0.05, 达到显著水平, 表明模型有效。不同职业与不同餐饮产品的需求产生显著正向影响。

表 2 回归

模型	非标准化系数		标准系数	t	显著性	R ²	调整R ²	F	
	B	标准错误	贝塔						
1	(常量)	3.526	.073		48.091	.000	.092	.089	33.303
	职业	.142	.025	.303	5.771	.000			

a. 因变量: 对餐饮产品的需求

假设二: 不同收入水平正向影响消费者对餐饮产品的需求

通过表3收入水平与消费者对餐饮产品的需求的相关性分析相关性分析可以看出, 收入水平与对餐饮产品的需求的相关系数为0.359大于0, 且显著性小于0.01, 所以不同收入水平与不同餐饮产品的需求为显著正向相关。

表 3 不同收入水平与不同餐饮产品的需求的相关性分析

		收入水平	对餐饮产品的需求
收入水平	Pearson 相关性	1	.359**
	显著性 (双尾)		.000
	N	332	332
对餐饮产品的需求	Pearson 相关性	.359**	1
	显著性 (双尾)	.000	
	N	332	332

** . 在置信度 (双测) 为 0.01 时, 相关性是显著的。

将对餐饮产品的需求作为因变量 Y, 收入水平作为自变量 X, 进行回归分析。最后方程如表4所示, 收入水平显著变量, 决定系数 R²=0.129, 表明收入水平可解释消费者对餐饮产品的需求12.9%的变化原因。通过方差分析 (ANOVA) 可得 F=48.847 显著性检验的 P=0.000<0.05, 达到显著水平, 表明模型有效。不同收入水平与不同餐饮产品的需求产生显著正向影响。

表 4 回归

模型	非标准化系数		标准系数	t	显著性	R ²	调整R ²	F	
	B	标准错误	贝塔						
1	(常量)	3.436	.074		46.126	.000	.129	.126	48.847
	收入水平	.150	.021	.359	6.989	.000			

a. 因变量: 对餐饮产品的需求

假设三: 不同消费方式正向影响消费者对餐饮产品的需求

通过表5消费方式与消费者对餐饮产品的需求的相关性分析相关性分析可以看出, 消费方式与对餐饮产品的需求的相关系数为0.308大于0, 且显著性小于0.01, 所以不同消费方式与不同餐饮产品的需求显著正向相关。

表 5 不同消费方式与不同餐饮产品的需求的相关性分析

		消费方式	对餐饮产品的需求
消费方式	Pearson 相关性	1	.308**
	显著性 (双尾)		.000
	N	332	332
对餐饮产品的需求	Pearson 相关性	.308**	1
	显著性 (双尾)	.000	
	N	332	332

** . 在置信度 (双测) 为 0.01 时, 相关性是显著的。

将对餐饮产品的需求作为因变量 Y, 消费方式平作为自变量 X, 进行回归分析。最后方程如表6所示, 消费方式显著变量, 决定系数R2=0.095, 表明消费方式可解释消费者对餐饮产品的需求9.5%的变化原因。通过方差分析 (ANOVA) 可得F=34.477显著性检验的P=0.000<0.05, 达到显著水平, 表明模型有效。不同消费方式对消费者对餐饮产品的需求产生显著正向影响。

表6 回归

模型	非标准化系数		标准系数	t	显著性	R2	调整R2	F
	B	标准错误	贝塔					
1	(常量)	3.367	.097					
	消费方式	.252	.043	.308	5.872	.000		

a. 因变量: 对餐饮产品的需求

4 结论

4.1 不同职业正向影响消费者对餐饮产品的需求

学生群体受疫情影响较小, 因此调查数据显示在校学生对餐饮需求变化不明显, 疫情对全球经济造成了巨大冲击, 收入的降低使普通的职员消费观念发生改变, 相比之

前, 对餐饮的高质量需求降低, 更加注重餐饮产品的性价比与质价比, 普通职工对餐饮产品的需求变化较为明显。自由职业和退休人员属于休闲消费者, 他们对餐饮需求的变化也不明显。

4.2 收入水平正向影响消费者对餐饮产品的需求

在我们的调查数据中, 高收入人群对疫情后的餐饮选择更注重绿色健康, 低收入人群更注重性价比。高收入人群受疫情对经济影响较小, 在不考虑价格等因素下, 对绿色健康的需求更强烈; 低收入人群受疫情对经济影响较大, 在餐饮消费方面, 会更注重性价比的选择。

4.3 消费方式正向影响消费者对餐饮产品的需求

选择线下消费的消费者对于餐饮的高质量需求更强烈, 不仅是对餐饮产品的需求, 更有对餐饮环境的需求, 干净, 整洁, 有氛围感的餐饮环境是消费者选择线下就餐的原因之一。相反, 选择线上消费的消费者往往对餐饮的质量要求没有很高。

参考文献:

- [1] 袁芳. 多管齐下助力餐饮业回暖复苏[J]. 中国商界, 2023 (01): 14-15.
- [2] 欧阳洁. 餐饮企业稳步回暖[J]. 中国食品工业, 2023 (01): 30-31.
- [3] 谢宗福. 新冠肺炎疫情前后餐饮行业的市场比较——基于“世界美食之都”广东顺德的调研数据[J]. 商业经济研究, 2022 (20): 32-38.
- [4] 陈玉麒. 湖北省餐饮行业需求调研及优化建议——基于后疫情时代的分析[J]. 中国市场, 2022 (29): 94-97.

作者简介:

杨莉 (1994.12-) 女, 江苏省南通市, 汉族, 讲师, 研究生, 会计专硕, 财务管理。