

PATĒRĒTĀJU INFORMĒŠANA PAR ĒDINĀŠANAS UZŅĒMUMOS PIEDĀVĀTAJAIEM PRODUKTIEM

CONSUMERS INFORMATION ABOUT PRODUCTIONS WHAT OFFERS COMPANIES OF CATERING INDUSTRY

ĒVU 8. semestra studente **Ieva Auniņa**

Zinātniskā darba vadītāja, docente, *Dr. oec. Ingrīda Millere*

Abstract

If compare people eating habits nowadays and before 50 years, then need to admit that eating habits are changed. More and more consumers begin to pay attention to meal what they eat beside of home because some of them have allergy to someone product, some of them what to focus on wholesome food. The greatest part of respondents have touch with information shortage about meal what they order and reasons are: incomplete menu and as well as personal knowledge fault. So that companies of catering industry at first need to improve menu with structure of meal, product's origins, food value, caloric value, and, secondly, need to think how to improve personal knowledge level.

Ievads

Salīdzinot cilvēku ēšanas paradumus tagad un pirms gadiem 50, ir jāatzīst, ka tie ir krasi mainījušies. Starptautiskā uzņēmumā *Unilever Food Solution* veiktajā aptaujā, 90 % no aptaujātajiem respondentiem ir atzinuši, ka informācijas trūkums par ēdienu ir viens no faktoriem, kas traucē pievērsties veselīga uztura ievērošanai.

Darba mērķis ir patērētāju informēšanas mehānisma izvērtēšana ēdināšanas uzņēmumos, lai izstrādātu priekšlikumus tā pilnveidošanai.

Metodika

Pētāmais objekts ir patērētāji, viņu informēšana par piedāvāto produkciju 5 Valmieras atklāta tipa ēdināšanas uzņēmumos. Tika izveidota aptaujas anketa ar 10 jautājumiem. Aptaujas anketas mērķis bija izvērtēt to, vai patērētāji ir apmierināti ar viņiem pieejamo informāciju par ēdināšanas uzņēmumu piedāvāto produkciju, kā arī par pasākumiem, kurus nepieciešams veikt patērētāju apmierinātības palielināšanai. Kopumā aptaujā piedalījās 100 respondenti.

Rezultāti

Veiktais pētījums liecina par to, ka arvien vairāk patērētāju sāk pievērst lielāku uzmanību ēdienam, ko viņi bauda ārpus mājas, tam par iemeslu minot gan veselīga uztura ievērošanu, gan alerģijas pret kādu produktu, gan arī dažādu produktu nepanesamību. Par spīti tam, ka arvien vairāk ne tikai Latvijā un Eiropā, bet arī pat pasaulē cīnās par cilvēku tiesībām, pētījuma rezultāti liecina, ka 51% no aptaujātajiem respondentiem nav informēti par savām tiesībām saņemt pilnīgu informāciju par piedāvāto ēdināšanas uzņēmumu produkciju.

Tā kā liela daļa, proti, 58% no aptaujātajiem respondentiem ir atzinuši, ka kaut reizi ir saskārušies ar informācijas trūkumu no ēdināšanas uzņēmumu puses gan nepilnīgas ēdienkartes, gan personāla dēļ, tad ēdināšanas uzņēmumiem būtu noteikti jāņem vērā patērētāju intereses un jāpapildina ēdienkartes ar informāciju par ēdiena sastāvu, proti, izmantotajām izejvielām, par izmantoto izejvielu izcelsmi, par gatavošanas veidu, gan arī par uzturvērtību un kaloritāti. Taču, ja izvēlētais ēdienkartes tips neļauj to papildināt (krīta tāfeles, displejs), tad ēdināšanas uzņēmumiem būtu jāpadomā par personāla pilnveidošanu un viņa kvalifikācijas līmeņa paaugstināšanu.

Secinājumi

1. Lai arī Latvijas likumdošanas normatīvajos aktos vēl pagaidām nav noteiktas stingras prasības ēdināšanas uzņēmumiem par informācijas saturu un sniegšanas veidu attiecībā uz ēdieniem, ko realizē ēdināšanas uzņēmumi, tomēr būtu jārespektē patērētāju tiesības saņemt izsmeljošu informāciju par piedāvāto produkciju kaut vai mutiskā veidā.