# 快餐店市场调查报告

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-06-07

*第一篇：快餐店市场调查报告快餐店市场调查报告第十五组贾钰琴2010242417李明2010242428葛晓东2010242403随着经济的发展,大学生们对生活饮食的要求也随之提高,他们平时的生活节奏非常紧凑，谁也不愿为了填饱肚子, 而浪费...*

**第一篇：快餐店市场调查报告**

快餐店市场调查报告

第十五组贾钰琴2010242417李明2010242428

葛晓东2010242403

随着经济的发展,大学生们对生活饮食的要求也随之提高,他们平时的生活节奏非常紧凑，谁也不愿为了填饱肚子, 而浪费更多的学习和工作时间。而山西大学正处于在发展扩招阶段,学生人数已经接近两万了,饭堂所能供给学生的饭菜的品种,数量有限,并且提供用餐的时间短,工作效率低,不能满足广大学生的需要.所以快餐的潜在市场比较大.对于正有意于把学生作为目标市场;在校内开创新品牌的中式快餐的创业者, 深入研究了大学生对饮食方面的消费要求是非常重要的.大学生作为有知识，有思想的年轻一代，是所有消费者中最容易接受新事物，新概念的一个群体，抓住他们的胃，可能就是抓住了校园一个稳赚的消费市场。因此，我们小组在2024/5/27-2024/5/31五天时间在我校学生进行了一次关于在校内开创一家以提供固定快餐为主的快餐店。此次调查旨在为有意愿创业的学生提供一个可靠的参考依据。

一、本次的调查方法

本次调查问卷采用学院分配来选择调查目标对象和样本.采用这种方式成本低,而且能够直接对受访者进行启发,让受访者的回答更贴近我们的调查目的.二、本次的调查说明:

本次调查的研究对象为山西大学,在2024/5/27-2024/5/31对我校学生采用问卷调查的方式进行,以取得调查表中的各项数据,问卷填写整齐后,由调查员统一收回.每份问卷平均访问时间为5-6分钟.本次调查共发放问卷100份,回收85份,其中有效问卷83份,问卷回收率83%.三、调查结论分析

1、调查的性别是： 选择人数被调查人数百分比

男458552.9%

女408547.1%

调查显示，男生的受访者比女生略高5.8个百分点，但总体上趋于平均。

2、您每月花在吃饭上的费用是多少？

选择人数被调查人数百分比

A、小于400108511.8%

B、400—600518560%

C、600—800208523.5%

D、大于8004854.7%

根据调查数据显示，有11.8%的同学的活费小于400，而生活费为400—600的学生占60%，有23.5%的同学生活费600—800，最后生活费在800以上的学生占4.7%，说明大学生的生活费偏中低，所以应该用低廉的价格能够吸引更多的消费者。

3、您多久选择一次快餐？

选择人数 被调查人数 百分比

A、几乎每天168518.8%

B、一周1—3次268530.6%

C、一月1—3次168518.8%

D、很少278531.8%

在该问卷中所提及到学生的快餐就餐的频率，从汇总数据可里得到各选项的比例分别为18.8%，30.6%，18.8%，31.8%，可见学生的快餐就餐频率偏频繁，所以这对于开设快餐店是较有利的，市场潜力是很大。

4、您通常选择快餐主要是何时用餐？(多选)

选择人数 被调查人数 百分比

A、早餐138515.3%

B、午餐438550.6%

C、晚餐318536.5%

D、夜宵5855.9%

调查结果显示：有15.3%的同学早餐选择快餐,50.6%和36.5%的同学分别选择了午餐和晚餐吃快餐，5.9%进行快餐时间选择夜宵，因此我们午餐和晚餐应该餐食品种丰富多样化。

5、您每次的消费金额大约在？

选择人数 被调查人数 百分比

A、10元以下418548.2%

B、10~20元228525.9%

C、20~30元158517.6%

D、30元以上7858.2%

从分析数据所得，受访者都集中趋向于10元以下，选择的比例为48.2%，随消费金额增加，人数递减。多以饭菜应尽量便宜实惠。

6、您喜欢哪种方式购买快餐？

选择人数 被调查人数 百分比

A、在快餐厅就餐498557.6%

B、打包298534.1%

C、叫外卖5855.9%

D、网上订购0850

根据分析数据里面，受访者都较多趋向于在快餐厅就餐，所以应该保证餐厅的卫生质量，保证学生就餐坏境。

7、您个人喜欢哪种餐食？(多选)

选择人数 被调查人数 百分比

A、中式快餐448551.8%

B、西式快餐158517.6%

C、中式炒菜馆238529.4%

D、火锅店188521.2%

E、其他2852.4%

调查结果显示，有大约一半的学生喜欢中式快餐，大约30%的学生喜欢中式炒菜馆，西式快餐的占到约18%，火锅店为21%，可以看出建一个中式快餐馆还是很有前景的。

8、您喜欢什么样的就餐环境？

选择人数 被调查人数 百分比

A、人多热闹228525.9%

B、不希望有人打扰228525.9%

C、有音乐伴奏288532.9%

D、无所谓148516.5%

调查结果显示：对学生这个群体来说，有大约33%的受访者喜欢就餐时有音乐伴奏，而希望人多和不希望人打扰的比例都为25.9%，这两个极端该如何取舍，我觉得应该去令德餐厅实地考察一下。不希望有人打扰的学生，我们可以在打包方面给予一定的优惠。

9、您通常从何种途径知道新开张的餐饮店？

选择人数 被调查人数 百分比

A、电台广播8859.4%

B、同学推荐328537.6%

C、传单218524.7%

D、其他途径218524.7%

从问卷中反映中，受访者选择同学推荐的比例大致为百分之四十，选择传单、其他途径的人将近25%，综上来看对每一位顾客都要有热情周到的服务，适量印些传单。

10您会因为新开张餐饮店的促销优惠活动而过去就餐吗？

选择人数 被调查人数 百分比

A会478555.3%

B不会328537.6%

调查显示，对学生这个经济不独立的群体来说，优惠活动还是蛮有吸引力的11、您更喜欢以下的哪种饮食？(可多选)

选择人数 被调查人数 百分比

A饭食类318531.5%

B面条类348540%

C面点类7858.2%

D饮料小吃类138515.3%

调查显示，我们这个中式快餐馆应该主营饭食和面条。

12、影响您选择快餐的主要因素是？（可多选）

选择人数 被调查人数 百分比

□价格508558.8%

□品种丰富438550.6%

□地理位置208523.5%

□品牌7858.2%

□卫生质量638574.1%

□服务态度398545.9%

□方便快捷408547.1%

□其它0850

调查结果显示，学生最在意的是餐饮的卫生质量，其次是价格，方便快捷，服务态度，和它的可选择性，所以在开设餐厅时在这些方面应多加注意。

13、您在等外卖或就餐时感觉最不满意的是？

选择人数 被调查人数 百分比

□等待时间长508558.8%

□快餐价格贵248528.2%

□服务质量差298534.1%

□快餐质量差278531.8%

调查显示，58.8%的学生最不满意的是等待时间长34.1%的选择服务质量差31.8%的选择快餐质量差28.2%的选择快餐价格贵 所以我们应该在保证卫生质量和口感的前提下尽可能的缩短学生的等待时间。

五、结论

（1）随着山西大学招生规模的不断扩大，学校食堂的扩建速度，工作时间，服务质量已远远满足不了广大师生的需求。因此，在校内开设一家有质量，有特色的快餐店将会有很大的市场潜力。为此，我们对这个理想计划的合理性进行了一次市场调查。调查结果显示，在学校内开设这样一间快餐店是有很大风险的，关键要有针对性，根据学生的需求来设计整个快餐店的运作模式。

（2）分析餐厅的优势

在调查中，我们对83位山西大学的学生进行了问卷调查式的采访，从他们的认真回答中我们了解到快餐店的卫生质量和口味、方便快捷这三个方面尤其重要。但月亮苑内已有几间快餐店，它们已经形成了一定的规模，也有一些固定的客户群，因此要在众多竞争者中脱颖而出，必须强调自己本身的特色，无论是从饭菜的质量，还是环境的舒适度，都要经过精心的考量，尽可能的从全方位，全角度来满足广大学生多样化的需求。

（3）分析餐厅的劣势：

根据调查结果，可能是基于就餐的方便和习惯性，更多的人选择在令德餐厅就餐，我们的第十三个问题，去令德餐厅就餐，您更喜欢去哪层？ 一层（传统餐饮）二层（中式快餐）相比较之下，男生去一层的偏多，女生去二层的偏多，男生更注重实惠量多，女生更注重卫生质量，但共同的一个意见都是希望等待的时间可以尽可能的短，这中间大家去令德餐厅一层的比较多，其中有一个很重要的原因，就是上二楼很费事。所以如果要开一个中式快餐馆，就要综合一下令德餐厅一二层的优势。

（六）建议：根据分析数据里面，受访者都较多趋向于在快餐厅就餐，上菜的速度方面，在保证菜样的丰富度、环境的舒适度、服务的态度的同时，我们应着重加强这两方面的服务，并且将此成为本餐厅的特色。

餐厅的服务质量，价格定位，店内气氛：

选择在学校校门口开快餐店，由于消费群体是比较挑剔的大学生，所以服务质量很重要，服务态度一定要好，不然就不会被大家所接受；上菜速度一定要快，要知道大学生的时间是很宝贵的，特别是那些沉迷于打游戏的同学，他们更是等多一刻都不行，如果吃个快餐都要等上很长的时间，那还不如去饭堂吃啦。

价格的定位也很重要，一般不要定得太高，尽量定在校园的快餐价格水平5-6元就好，当然对大家比较喜欢吃，喜欢叫的某些快餐可以相对定高一点，但是也要在大家可以接受的范围内。

店内气氛方面，具体要视乎餐厅的档次定位而定，如果只是一般的快餐店，大家不会在店里消磨太多时间，就没必要在店内搞太多花样，只要给大家一种干净、舒适的气氛就好，不要给大家一种压迫感，店里的布置最好能宽敞一点。

**第二篇：快餐店的调查报告**

我发现，现在的快餐店不仅仅是小朋友喜欢光顾，连大人也喜欢光顾。但快餐店又很多，到底哪家快餐店最好呢？这可是小朋友最关心的问题了。于是，我对三家比较有名的快餐店进行一次调查。

调查时间：20xx年xx月xx日

调查结果：

第1站：欧罗巴店时间：中午

店里情况：比较忙调查桌数：五桌

卫生环境服务态度食物味道点餐速度

五桌满意

四桌满意

一桌一般

一桌满意

三桌满意

一桌一般

一桌满意

二桌不满意

二桌一般

五分钟不到买到快餐

卫生环境服务态度食物味道点餐速度

五桌满意

二桌满意

二桌太差

一桌一般

一桌满意

四桌不满意

四桌满意

一桌一般

二分钟不到买到快餐

卫生环境服务态度食物味道点餐速度

五桌满意

三桌满意

一桌一般

二桌满意

二桌一般

一桌差

三桌满意

二桌一般

一分钟买到快餐

从以上的统计表上，不难看出三家快餐店的卫生情况令人十分满意，点餐速度也比较快。肯德基生意比较好，原因是味道比较符合口味，但态度由于太忙的原因不十分理想，二环境也由于人多太吵不理想。

欧罗巴环境优雅，还有古典钢琴伴奏，是个浪漫的地方，态度和味道都能让人接受。

麦当劳的生意一般，味道不错，环境也还可以。

建议：通过这次调查我给大家提几点建议：

1，选择环境好就去欧罗巴。

2，选择口味好就去肯德基。

3，选择防方面面都不错就去麦当劳。

**第三篇：关于快餐店的调查报告**

关于快餐店的调查报告

我发现，现在的快餐店不仅仅是小朋友喜欢光顾，连大人也喜欢光顾。但快餐店又好些，到底哪家快餐店最好呢？这可是小朋友最关心的问题啦。于是，我对三家比较有名的快餐店进行一次调查。

调查对象：玛利琅快餐店肯德基人民店麦当劳快餐店

调查时间：2024年1月16日

调查结果：

第1站：玛利琅快餐店时间：中午

店里情况：比较清闲调查桌数：五桌

卫生

环境

服务态度

食物味道

点餐速度

五桌满意

四桌满意

一桌通常

一桌满意

三桌不满意

一桌通常

一桌满意

二桌不满意

二桌通常

一分钟不到买到快餐

第2站：肯德基人民店时间：中午

店里情况：非常忙调查桌数：五桌

卫生

环境

服务态度

食物味道

点餐速度

五桌满意

二桌满意

二桌太差

一桌通常

一桌满意

四桌不满意

四桌满意

一桌通常

二分钟不到买到快餐

第3站：麦当劳快餐店

店里情况：生意通常

卫生

环境

服务态度

食物味道

点餐速度

五桌满意

三桌满意

一桌通常

二桌满意

二桌通常

一桌太差

三桌满意

二桌通常

一分钟买到快餐

由此可见，声音上看，时间：中午调查桌数：五桌 麦当劳和肯德基似乎“代言”着中国的快餐市场，然而中式

快餐占据着超过西式快餐4倍的市场份额。只不过，在中式快餐这口“大锅”内，没有真正的“领导者”。

当肯德基们已经宣布要做“中国式快餐”的时候这使我们发现了一个事实：中国快餐业的两大主要矛盾(西式快餐和中式快餐两个品类的竞争)掩盖了另一个潜在的矛盾(中式快餐相互之间的竞争)。如同麦

当劳从来没有将永和作为它最主要的对手一样，“双种子”所需面对的主要对手我们找到了他们的另一个共同点：他们贩卖的也是西式口味的快餐，在21.1%的“小池塘”里，已经有了两条大鱼，小鱼注定

难以生存。

这再次证实了我们前面提到的，如果放弃了中式快餐之路，就等于离开了占据78.9%的自由竞争时代的中式快餐品类，而挤身于仅占21.1%的、垄断竞争的西式快餐品类。

由此我们不难看出，“标准化QSC”是中式快餐品类业态大转型的主线，而中式快餐品类业态大转型的实质是：

中学为体，西学为用。

由此可见，声音上看，麦当劳和肯德基似乎“代言”着中国的快餐市场，然而中式快餐占据着超过西式快餐4倍的市场份额。只不过，在中式快餐这口“大锅”内，没有真正的“领导者”。

当肯德基们已经宣布要做“中国式快餐”的时候这使我们发现了一个事实：中国快餐业的两大主要矛盾(西式快餐和中式快餐两个品类的竞争)掩盖了另一个潜在的矛盾(中式快餐相互之间的竞争)。如同麦

当劳从来没有将永和作为它最主要的对手一样，“双种子”所需面对的主要对手我们找到了他们的另一个共同点：他们贩卖的也是西式口味的快餐，在21.1%的“小池塘”里，已经有了两条大鱼，小鱼注定

难以生存。

这再次证实了我们前面提到的，如果放弃了中式快餐之路，就等于离开了占据78.9%的自由竞争时代的中式快餐品类，而挤身于仅占21.1%的、垄断竞争的西式快餐品类。

由此我们不难看出，“标准化QSC”是中式快餐品类业态大转型的主线，而中式快餐品类业态大转型的实质是： 中学为体，西学为用。

如果说防灾减灾是一项重要的工程，那么科技发展是不可缺失的。作为一个在科技发展中的国家，科学技术在各个领域中都发挥着重要的作用。打过电话。但是。因为如此，我国的科学技术有待发展。防灾减灾是目前最重要的事情，要落实到各个阶层里去。同时，也要防止这再次证实了我们前面提到的，如果放弃了中式快餐之路，就等于离开了占据78.9%的自由竞争时代的中式快餐品类，而挤身于仅占21.1%的、垄断竞争的西式快餐品类。由此我们不难看出，“标准化QSC”是中式快餐品类业态大转型的主线，而中式快餐品类业态大转型的实质是： 中学为体，西学为用。因此，我们要团结起来，一起

**第四篇：关于快餐店的调查报告**

关于快餐店

我发现，现在的快餐店不仅仅是小朋友喜欢光顾，连大人也喜欢光顾。但快餐店又很多，到底哪家快餐店最好呢？这可是小朋友最关心的问题了。于是，我对三家比较有名的快餐店进行一次调查。

调查对象：德克士快餐店肯德基快餐店麦当劳快餐店

调查时间：2024年1月19日

调查结果：

第1站：德克士快餐店时间：上午

店里情况：比较清闲调查桌数：五桌

卫生：五桌满意

环境：四桌满意 一桌一般

服务态度：一桌一般 一桌满意 三桌不满意

食物味道：一桌一般 二桌满意 二桌不满意

点餐速度：一分钟不到买到快餐

第2站：肯德基快餐店时间：中午

店里情况：非常忙调查桌数：五桌

卫生：五桌满意

环境：二桌满意 二桌太差 一桌一般

服务态度：一桌满意 四桌不满意

食物味道：四桌满意 一桌一般

点餐速度：二分钟不到买到快餐

第3站：麦当劳快餐店时间：晚上

店里情况：生意一般调查桌数：五桌

卫生：五桌满意

环境：三桌满意 一桌太差 一桌一般

服务态度：一桌一般 二桌满意 二桌一般

食物味道：三桌满意 二桌一般

点餐速度：一分钟买到快餐

从以上的统计数据上，不难看出三家快餐店的卫生情况令人十分满意，点餐速度也比较快。肯德基生意比较好，原因是味道比较符合口味，但态度由于太忙的原因不十分理想，二环境也由于人多太吵不理想。

德克士由于生意不好，所以很情景，环境就觉的好了，但态度和味道都不能让人接受。麦当劳的生意一般，味道不错，环境也还可以。

建议：通过这次调查我给大家提几点建议：

1，选择环境好就去德克士。

2，选择口味好就去肯德基。

3，选择方方面面都不错就去麦当劳。

**第五篇：市场调查报告**

市场调查报告

为了能够更清楚现在的服装市场，公司现在的运营情况，门店的经营模式与结构和适应市场发展需要，怎么样提高公司的销量，并为下一步工作需要于2024年3月1号下午在部门张用明经理的带领下对百斯盾服饰专卖店衡阳店，南棉店就专卖店经营状况，主要客户群体，货品陈列，门店卫生，卖场气氛，卖点，促销卖点，周边消费环境。门店服务态度，商品知识，销售技巧，销售情况，以及周边其他品牌促销情况做了个粗略的调查。

调查的结果是：

从两家店铺里外的整体形象来看的外观清晰，门头保持整洁，灯光配置合理卫生状况做得可以。室外小广告，宣传品应有都有;灯，陈列柜，货架，音响，电脑，空调没有损坏并保持清洁；地面，墙面，收银台，玻璃，镜子，门口里外保持清洁干净。POP无损坏、发黄、张贴不规范。试衣间也保持干净卫生，墙上表有尺码表，灯光合适能够给顾客方便和舒适的环境；货品出样陈列摆设合理，新款，促销款，主推款陈列合理，颜色搭配由浅到深有层次感；特价产品有明显标识，新产品上市有新产品标识牌，系列区分合理，正特价区分清楚；仓库货品摆放整齐，能够适时补缺货，卖场有音乐衬托气氛，迎宾接待热情，导购员穿着端正能够符合公司的要求保持良好的仪容仪表；专业知识方面能够熟练介绍产品商品单价、商品货号、产品面料、功能等。根据当时的情况衡阳店的导购熟练度比南棉店的好，也更热情，以客为先，主动、热情，能够给顾客一个舒心的购物环境与心情。都是用买一件7折两件6.5折的促销方式，主推新款产品。人员分配分工还合理，能够对销售，收银分工合作，账面清晰。

在门店方面，南棉店由于地理位置，周边都是大型购物广场，所以消费环境和客户资源比较丰富，销售额相对也大，衡阳店主要消费者是附近的小区，小区生活的都是收入稳定的群体，旁边服装竞争小，相对消费群也小，因此做的主要是附近居民，回头客。南棉店旁边的大卖场里面其他品牌都在打着5折5.5折的折扣，我们的促销模式是否要考虑改进。2月份两家店的销售额都比较平淡，这与行业市场销售季节有关，还有促销手段，吸引顾客方面可能还有欠缺。因此我们是否考虑应该从服务方面入手，服务好每一个客户，我们销售产品的时候很多还是在自己的服务，服装行业更是服务要求更高的行业，从设计，裁到颜色，到搭配，特别是如何去搭配好都体现我们的服务质量；只有更熟悉才可以提高，那样我们服务好我们每一位客户我们就有一批长期固定的消费群体。从销售方面，促销技巧这些还有些改进，特别是促成的时候要点不是很能够察言观色，达到临门一脚的效果。建议多安排组织培训，包括多掌握，熟练产品知识，品牌知识，跟销售知识，销售技巧。这样通过我们的不懈的努力，各个员工能够积极配合，能够在工作上更好地去协调，奉献的精神，团结一致把公司的业绩销量做到量的提升。

报告调查人：黄华聪

2024-03-02

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找