

大学校园外卖现状与对策分析

——以安徽财经大学为例

马语童

(安徽财经大学 财政与公共管理学院, 安徽 蚌埠 233030)

【摘要】: 如今, 外卖已经成为青年人生活不可或缺的一部分。在大学校园中, 外卖通过迅速占领大学生市场, 深刻地影响着当代大学生的就餐选择。对安徽财经大学 230 名本科生的外卖订购情况进行数据调查, 辅之相关的数据分析, 以便深入解大学生订购外卖的现状、原因和存在的问题, 并提出科学合理的治理措施。

【关键词】: 大学校园 外卖 对策分析

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

随着互联网时代的发展, 尤其是智能手机的普及, 外卖行业逐渐发展壮大, 并成为大学生生活不可或缺的一部分。与之产生的便是大学生订购外卖的情况越来越多, 甚至超过了去食堂就餐的情况。这是因为校园外卖以其食品选择多样化、配送便捷化的特点, 给大学生的就餐带来了一定的便利, 提高了大学生的生活质量。但伴随着外卖的爆发式发展, 外卖本身存在的隐患也逐渐显现, “外卖中毒”、“外卖人员威胁大学生”等情况时有发生, 严重影响这大学生的生命健康安全。安徽财经大学作为大学生外卖现象的典型高校, 在“饿了么”平台 2017 年度公布的中国大学生外卖订单排行榜中已经位列全国第六名。因此, 通过问卷调查、实地访问与数据分析等方式研究安徽财经大学外卖现状, 对于当前的高校外卖问题治理具有经验借鉴和现实指导意义。

1 安徽财经大学外卖订购现状

本文对 230 名安徽财经大学本科生进行了问卷调查。其中, 女生占比 60.89%, 男生占比 39.11%, 考虑到安徽财经大学男少女多的性别构成情况, 参加问卷调查的男女比例较为均衡。下文将从订购外卖次数、拿取地域、外卖满意度三个层面深度分析安徽财经大学外卖订购现状。

1.1 订购外卖次数

调查发现, 安徽财经大学学生订购外卖已经常态化。大学生外卖月订购 1-5 次占比 49.48%, 大学外卖月订购 5-10 次占比 18.23%, 大学生外卖月订购 10 次以上占比 14.58%, 大学生外卖无订购占比 17.71%。这些都充分显示大学生对外卖的较大需求, 外卖行业拥有较大的大学生消费市场。

1.2 外卖拿取地域

调查发现, 安徽财经大学学生拿取外卖地点在宿舍楼附近, 外卖拿取方便。首先, 居住在南苑的同学 43.04%在南苑栅栏处领取外卖, 15.19%在宿舍门口领取外卖, 27.85%在南苑宿舍楼下领取外卖, 13.92%在南门领取外卖。其次, 居住在北苑的同学 73.86%在

宿舍楼下领取外卖, 21.59%在宿舍门口领取外卖, 4.55%在东门领取外卖。

综上所述, 外卖拿取地点主要集中在宿舍楼附近, 迎合了大学生“懒”、“宅”的生活方式, 有利于激发大学生订购外卖的欲望, 增加外卖订购的成交量。

1.3 学生对外卖满意度

调查数据分析显示, 19.89%的同学对校园外卖满意, 69.89%的同学对校园外卖较为满意, 8.52%的同学对校园外卖不满意, 1.7%的同学对校园外卖非常不满意。这说明安徽财经大学学生对外卖有较高的满意度, 同时反映了外卖的发展前景较为广阔, 大学生对外卖的接受度较高。

综上所述, 校园外卖以便捷化等特点迅速占领了大学生消费市场。校园外卖的大学生消费市场广阔, 大学生订购外卖次数多, 对外卖食品的满意度较高, 借助大学生群体的消费, 有利于推动外卖行业的发展。

2 校园外卖订购原因分析

通过调查发现, 当代大学生对外卖有着较大的需求, 来自于以下多方面的原因。

2.1 节省时间, 食堂排队过长

数据分析显示, 79.55%的学生认为外卖可以错开食堂就餐高峰时段, 这是订购外卖的主要原因。以安徽财经大学为例, 每学期全校下课时间统一, 每到高峰时段便有大量同学涌入食堂, 造成食堂人数过多, 排队过长的现状。因此, 许多同学因为不想浪费时间, 所以选择订购外卖。

2.2 外卖选择余地多, 厌倦食堂饭菜

数据分析显示, 53.41%的同学厌倦了食堂饭菜, 而外卖的选择余地多。这是由于饮食消费心理的影响, 同学们因长时间在食堂就餐, 已经对食堂饭菜的种类和口味产生了疲劳感。外卖的选择种类多、口味不同于食堂外卖, 很大程度上吸引了学生选择订购外卖。

2.3 外卖价格优惠, 食堂饭菜价格贵

数据分析显示, 26.7%认为相比较于食堂饭菜价格的昂贵, 外卖价格更为优惠, 更是有 20.45%的学生认为食堂价格明显过高。这是因为外卖平台进行价格竞争营销策略, 校园外卖平台经常推出大量价格优惠和满减活动, 致使外卖价格低于食堂价格, 这也深深吸引了学生选择订购外卖。

2.4 食堂饭菜不符合自身口味偏好

数据分析显示, 33.52%认为食堂饭菜不符合自身口味偏好。由于安徽财经大学招收生源的地域广阔, 学生的饮食结构、饮食地域差异、饮食偏好各不相同, 造成了食堂饭菜不能满足所有大学的饮食口味。这也直接导致大学生选择通过订购外卖来满足更多的饮食偏好需求。

2.5 自身懒惰心理, 不愿去食堂就餐

数据分析显示, 35.8%认为是由于自身的懒惰心理驱使自己不愿去食堂就餐。这也反映了当代大学生生活方式日渐“懒”化, 不少大学生因为不想出宿舍, 而选择订购外卖。

3 校园外卖给大学生产生的影响

校园外卖的出现对大学生造成了一定的影响, 它是一把双刃剑, 有利有弊。我们对它的影响进行分析, 以便我们正视校园外卖现象, 更好地进行深入分析。

3.1 正面影响

首先, 增加食品选择余地, 提高生活质量。校园外卖的出现, 增加了大学生的饮食消费选择, 提高了大学生的生活质量, 满足大学生的食品消费需求。

其次, 节省时间, 方便生活。外卖的出现使得部分同学可以节省食堂排队的时间, 避免食堂排队时间过长的问题, 及时吃到饭菜, 极大程度上便利了大学生的生活。

再次, 推动大学生创业, 激发创业兴趣。外卖平台是新型行业, 投入小, 成本低, 市场前景大, 市场广阔。外卖平台的出现为大学生创业提供了新的创业想法和途径, 激发大学生创业的兴趣。

3.2 负面影响

首先, 外卖食品安全难以保障, 对大学生身体健康造成威胁。外卖食品安全存在不卫生问题, 大学生吃外卖中毒抢救的例子屡见不鲜。

其次, 外卖配送人员混杂, 校园安全难以保障。大学校园人员流动量大, 陌生程度高, 无法对外卖配送人员的身份进行验证, 加大了学校安全保障难度。

4 大学校园外卖存在的问题

外卖行业的快速发展, 为大学生提供多样化饮食选择, 便利了大学生生活。但是外卖行业在发展的过程中也存在着外卖卫生质量无法保证等问题, 阻碍着外卖行业的发展, 对大学生生命健康安全产生了潜在的威胁。

4.1 外卖卫生质量难以保障

首先, 食物来源渠道不透明。外卖商家购买食材的渠道不透明, 消费者无法确认外卖食品中采用的食材是否卫生干净。

其次, 外卖制作环境存在脏乱差现象。一是存在外卖商家把制作外卖地址选择在废弃的卫生间的情况; 二是存在外卖商家制作外卖环境非常不干净的情况, 这严重影响了外卖卫生质量。

再次, 制作流程不干净。在外卖制作的过程中无法确保厨师是否戴手套, 无法确认有没有使用不干净的食品作为原材料。

最后, 外卖包装不卫生。外卖食品多使用的是一次性塑料包装, 然而只有 PP 聚丙烯材料的塑料包装可以盛装热饭热菜, 饭菜的高温 and 油脂会使餐盒中的多种化学助剂、聚合物的单体等毒性物质溶出, 有可能污染食品。同时外卖配送人员送餐盒没有具体

的卫生要求,送餐盒无法定期清洁,滋生细菌,污染食品。

4.2 外卖配送时间长

外卖平台预估送达时间与实际送达时间严重不符,配送时间过长,配送效率并不高。一是,外卖配送人员一车多单现象常态化,无法合理安排送达时间;二是,外卖商家能否及时做出外卖食品也存在时间差异,导致送达时外卖食品已经变凉,影响口感。

4.3 外卖人员服务态度差

外卖配送人员存在着服务态度差的现象,时有电话威胁消费者的情况发生,目前外卖配送行业普遍存在入职门槛低,配送人员存在素质低、服务能力差的情况。

5 大学校园外卖问题对策分析

针对大学校园外卖现状的分析和调查研究,发现大学校园外卖存在着诸多问题,故此,亟需制定精准的对策建议,以期更好地治理大学校园外卖问题。

5.1 建立完备的卫生监管机制,加大卫生监管力度

首先,外卖平台要严格把控商家入驻卫生程度,对于发现卫生不合格的商家,应该及时对卫生不合格的商家进行卫生整改,对于情节严重的商家进行平台资格取缔。其次,卫生监管部门对外卖食品安全进行不定期的卫生抽查,制定外卖卫生标准,严格把控外卖卫生红线。

5.2 完善配送机制,提高配送速度

外卖平台必须提高配送速度,推动外卖工具的更新换代,通过建立商家与外卖骑手的拿餐机制,确保骑手能够及时到达。

5.3 进行素质培训,提高服务水平

许多同学认为外卖配送人员的服务态度不好,有“你爱吃不吃”、“不送了”等情况出现,服务态度较差。因此,外卖平台要将配送人员素质道德培训和服务技能培训提上日程,提高配送服务水平,提升消费满意度。

5.4 建立垂直监管系统,加大对外卖商家入驻检查力度

当前外卖商家的监管力度小,外卖商家来源广,入住平台信息不透明等现象,使得大学生消费者无法对外卖商家产生信任。因此,外卖平台应建立外卖商家信息入住公示制度,将外卖商家的地址、食品经营范围、卫生指标等内容透明化公开化,增强信息流动,增加客户信任。另外,有关部门要加大对外卖商家入驻的检查力度,提高商家入驻标准。

5.5 加强消费者沟通,建立消费者反馈平台

外卖平台要加强与消费者的沟通,及时了解消费者的消费情况,对外卖食品安全及配送过程中存在的问题迅速反馈上报,并给消费者进行答复和处理。通过建立消费者沟通反馈平台,发现潜在的外卖平台问题,提升服务水平,提高消费者消费的满意程度,增加客户数量。

参考文献:

- [1]莫少贞. 大学校园外卖行业现状及前景——以饿了么和广东海洋大学为例[J]. 现代商业, 2017, (24):185-188.
- [2]乔婷婷, 李会. 020 模式下校园外卖配送问题研究——以安徽财经大学为例[J]. 现代商业, 2018, (12):143-144.
- [3]吕秀云. 大学校园外卖市场发展现状及经济影响——以洛阳市各高校为调查对象[J]. 现代企业, 2015, (09):70-71.