



## **Oblíbené typy restauračních zařízení v roce 2011**

### **Technické parametry výzkumu**

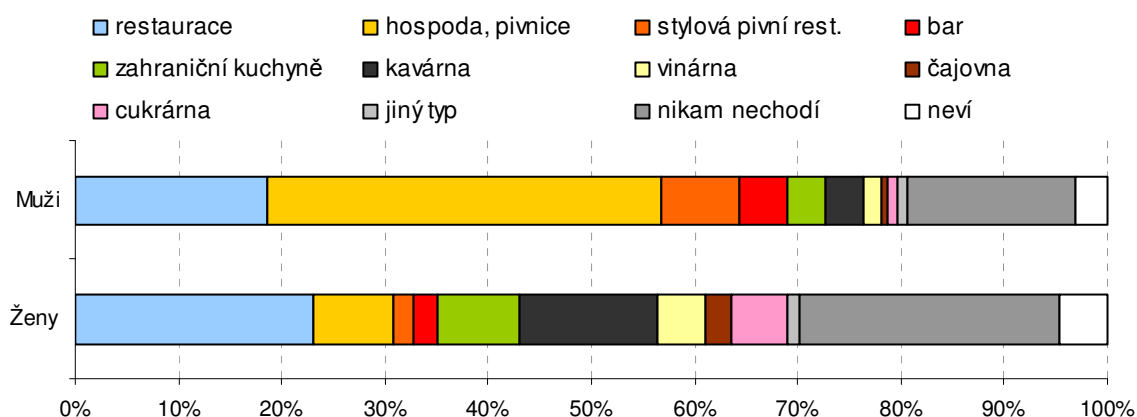
<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost 2011, v11-09</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Dílčí projekt:</i>	<i>Pivo v české společnosti</i>
<i>Autor projektu:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>5. – 12. 9. 2011</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>Kvótní výběr</i>
<i>Kvóty:</i>	<i>Region (Oblasti NUTS 2), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
<i>Zdroj dat pro kvótní výběr:</i>	<i>Český statistický úřad</i>
<i>Reprezentativita:</i>	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
<i>Počet dotázaných:</i>	<i>984</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Otázky:</i>	<i>OR.77, OR.78, OR.80, OR.87</i>
<i>Počet respondentů od 18 let:</i>	<i>937</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>15. prosinec 2011</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>

V září 2011 CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., zopakovalo některé otázky s tematikou restauračních zařízení, které jsou součástí výzkumného projektu Pivo v české společnosti probíhajícího od roku 2004. V této tiskové zprávě jsou uvedeny základní výsledky otázek na oblíbený typ podniku a popsány rozdíly v jejich charakteru z hlediska frekvence návštěv, hlavního důvodu návštěv a pro ně typického nápoje. Analýzy jsou prováděny na souboru respondentů s dosaženým věkem minimálně 18 let.

## 1. Oblíbený typ gastronomických zařízení

Ačkoli souhrnně by se dalo říci, že mezi obyvateli České republiky se nejvyšší oblibě těší restaurace a hospody, není toto vyjádření zcela přesné. Obliba různých typů restauračních zařízení se totiž vcelku pochopitelně liší zejména mezi muži a ženami, částečně pak i v různých věkových nebo vzdělanostních skupinách obyvatel. V první řadě je patrné, že preference žen jsou mnohem variabilnější, než jaké jsou z hlediska oblíbeného typu podniků mezi muži. Ti, pokud už někam chodí, soustřeďují se prakticky výhradně na hospody a restaurace, jen malé části z nich preferují stylové pивní restaurace, bary, vinárny nebo kavárny. Mezi ženami jsou preference diferencovanější: největší podíl z nich sice označuje svůj nejoblíbenější druh podniku jako restaurace, další vcelku vyrovnané podíly žen však uvádějí všechny ostatní typy zařízení. Dlouhodobě se mezi ženami objevuje vyšší obliba kaváren a cukráren než je tomu u mužů. Poměrně velký rozdíl pak panuje také v podílu těch, kteří podle svých slov nenavštěvují vůbec žádná pohostinská zařízení, který je dlouhodobě větší u žen.

Graf 1. Oblíbený typ gastronomických zařízení<sup>1</sup>



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2011.

<sup>1</sup> Znění otázky: OR.77 „Jaký je váš nejoblíbenější druh podniku? Kam si nejraději zajdete posedět, když si můžete vybrat?“

Tabulka 1. Oblíbený typ gastronomických zařízení

	Ženy	Muži
Restaurace	23	18
Hospoda, pivnice	8	38
Stylová pivní rest.	2	8
Bar	2	4
Restaurace se zahraniční kuchyní	8	4
Kavárna	14	4
Vinárna	5	2
Čajovna	2	1
Cukrárna	5	1
Jiný typ	1	1
Nikam nechodí	25	16
Neví	5	3

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2011.

Při sledování rozdílů mezi preferencemi různých skupin je výrazněji patrná zvýšená obliba barů mezi nejmladšími věkovými ročníky mužů a také stylových pivních restaurací mezi muži zejména mladšího středního věku (30 - 44 let) a vyššího vzdělání. Tyto preference jsou přitom zřetelně na úkor obliby klasických hospod a pivnic, jejichž obliba je v těchto skupinách mužů naopak menší.

Od roku 2004, kdy byla tato otázka položena poprvé, nedošlo v preferencích jednotlivých typů gastronomických zařízení k dramatickým posunům, a to ani mezi muži, ani mezi ženami; snad jen s tou výjimkou, že žen, které nechodí nikam, postupně ubývá, a to zejména mezi ročníky nad 45 let. Z hlediska věku se rýsuje trend nejmladší generace preferovat stále častěji zařízení, která označují jako bary nebo kavárny (kavárny zejména ženy), a to zejména na úkor takových, které označují jako restaurace. Především muži v mladším středním věku (30 - 44 let) pak pomalu v průběhu let opouštějí klasické hospody a pivnice a stále častěji je nahrazují těmi, které sami označují jako stylové pivní restaurace; oproti tomu starší věkové ročníky mužů klasickým hospodám zůstávají více méně věrni.

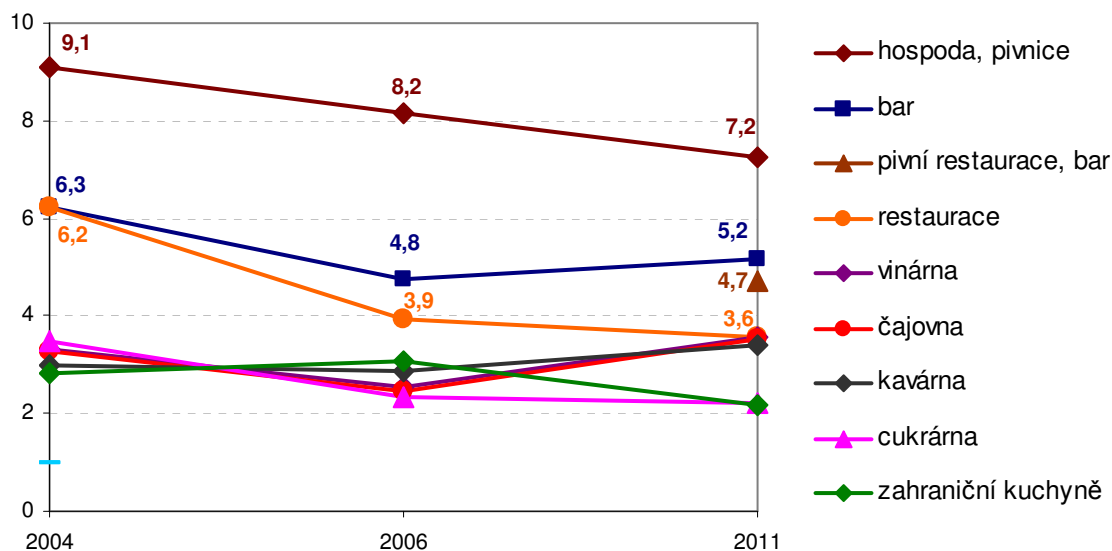
## 2. Frekvence návštěv oblíbeného typu podniku

Pokud už lidé mají oblíbený některý typ gastronomického zařízení, pak jej přirozeně také v určité frekvenci navštěvují. Rozdíly mezi věrností hostů pak ukazují na rozdíly v charakteru jednotlivých typů podniků. Z následujícího grafu je zřejmé, že v tomto ohledu dochází k určité proměně, kdy tradiční hospody a také restaurace jsou lidmi, kteří je považují za své oblíbené, navštěvovány stále ještě s nejvyšší, nicméně plynule slábnoucí, frekvencí. Jak bylo naznačeno již u předešlé otázky, na jejich místo přitom navíc v mnoha ohledech nastupují tzv. stylové pivní restaurace nebo bary; frekvence jejich návštěvnosti lidmi, kteří je mají za nejoblíbenější, je však již prakticky



totožná s tím, jak často navštěvují bary návštěvníci barů a spíše se v tomto ohledu blíží běžným restauracím, kavárnám nebo vinárnám, než tradičním hospodám.

Graf 2. Průměrná frekvence návštěv oblíbeného typu pohostinských zařízení za měsíc.<sup>2</sup>

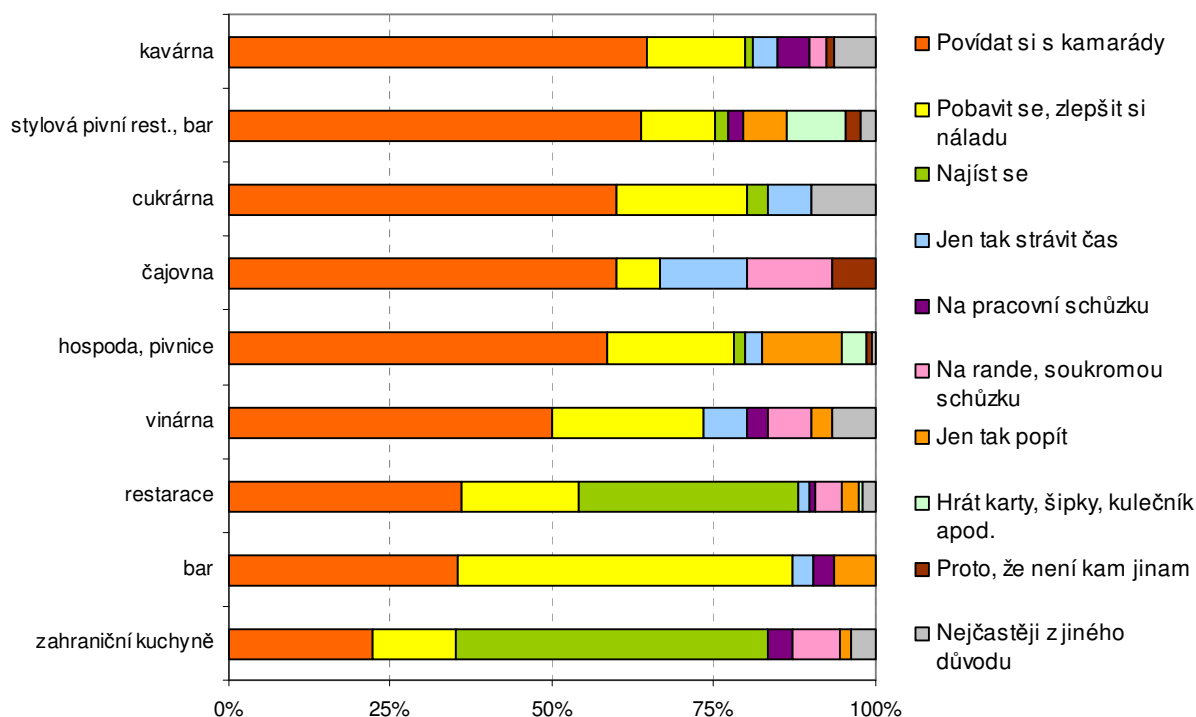


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2011.

### 3. Důvod návštěv oblíbeného typu podniku

Podobně jako frekvence návštěv, s jakou se jejich hosté do podniků vrací, hovoří o charakteru jednotlivých typů zařízení také důvody, za jakými jsou návštěvníky vyhledávány. Jak je patrné z výsledků letošního průzkumu, u většiny podniků dominuje dimenze setkávání se s přáteli a známými, druhým nejsilnějším motivem pro jejich návštěvy je pak potřeba se pobavit, zlepšit si náladu. Nepřekvapuje, že role stravování jakožto nejčastějšího důvodu pro jejich návštěvu je zdůrazněna u restaurací ať už klasických nebo těch nabízejících zahraniční kuchyni, jako jsou pizzerie, čínské restaurace atp. Specifické postavení mají mezi sledovanými typy podniků také ty, které jejich návštěvníci označují jako bary, když dominujícím účelem návštěvy u nich je pobavit se, zlepšit si náladu, a dimenze setkávání s přáteli je oproti ostatním druhům podniků oslabena. Takovéto pojmání barů jejich návštěvníky přitom poměrně výrazně posílilo v posledních letech, ještě v letech 2004 a 2006 totiž pobavení se jakožto hlavní účel svých návštěv vyjadřovala pouze přibližně třetina z těch, pro které byly bary nejoblíbenějším podnikem; tehdy do nich častěji chodili právě kvůli přátelům nebo jen tak popít. Naopak u nových stylových pivních restaurací a barů, které v některých ohledech nahrazují tradiční hospody, zůstává jejich funkce místa pro setkávání přátel prakticky stejná s tím, jak ji zajišťovaly a zajišťují klasické české hospody a pivnice.

<sup>2</sup> Znění otázky: OR.78 „Jak často tento druh podniku navštěvujete? Pokuste se odhadnout, kolikrát je to průměrně v měsíci.“

Graf 3. Důvody návštěv oblíbených pohostinských zařízení.<sup>3</sup>

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2011.

#### 4. Typický nápoj v podniku

Poslední zkoumanou charakteristikou oblíbených typů restauračních zařízení je nápoj, který si ve svém oblíbeném typu podniku lidé nejčastěji objednávají. I zde se pochopitelně objevují rozdíly, které spoluutvářejí charakter jednotlivých druhů zařízení. Jak je názorně vidět v grafu 4., pivo dominuje v hospodách klasického i moderního stříhu, významným podílem je zastoupeno také v barech a restauracích. V nich, a také v restauracích s mezinárodní kuchyní je však již významným artiklem také víno, které pak bez překvapení zcela panuje ve vinárnách. Čajovnám, kavárnám a cukrárnám zcela pochopitelně dominují teplé nealkoholické nápoje, za povšimnutí však stojí nezanedbatelný význam vína v kavárnách, stejně jako vyšší podíl destilátů, likérů a jiných alkoholických nápojů v případě barů.

3 Znění otázky: OR.80 „Podívejte se prosím na všechny možnosti na kartě OR.80 a řekněte mi, za jakým účelem navštěvujete tento oblíbený druh podniku nejčastěji.“ Možnosti:

Povědat si s kamarády;

Najíst se.

Jen tak strávit čas.

Pobavit se, zlepšit si náladu.

Na pracovní schůzku.

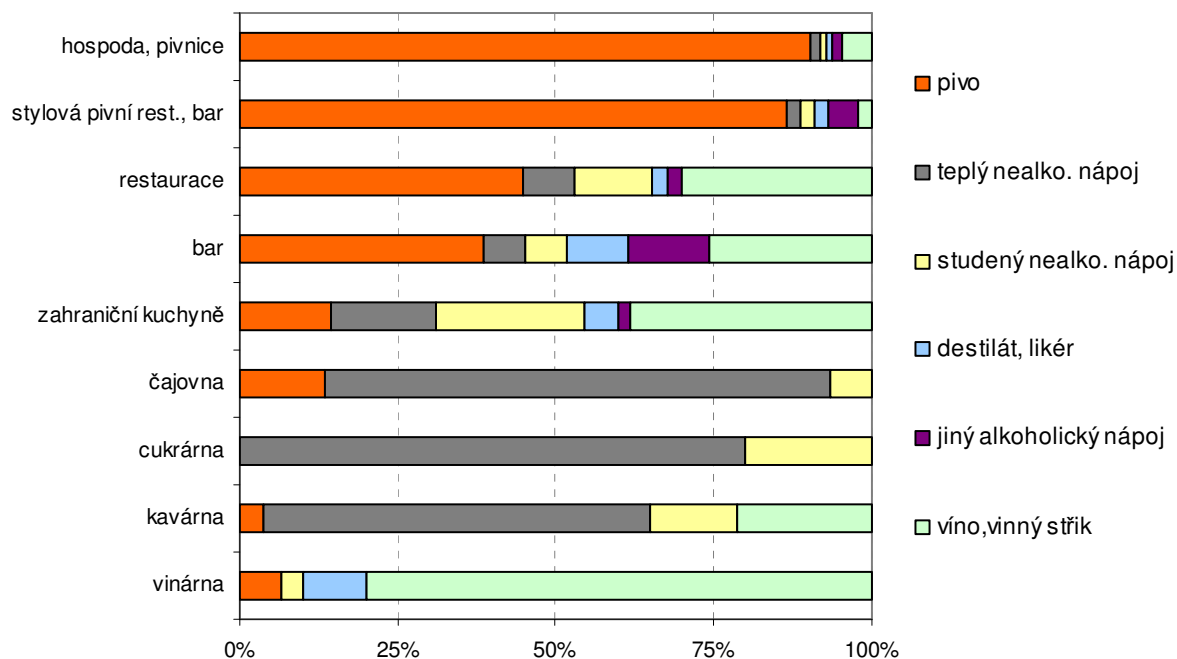
Na rande, soukromou schůzku.

Jen tak popít.

Hrát karty, šipky, kulečnick apod.

Chodíte tam proto, že není kam jina jít.

Nejčastěji tam chodíte z jiného důvodu.

Graf 4. Nejčastěji objednávaný nápoj v oblíbeném typu podniku.<sup>4</sup>

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2011.

4 Znění otázky: OR.87 „Pokud si jdete někam posedět s kamarády, známými apod., jaký druh nápoje si nejraději objednáte?“ Možnosti:

Kávu, čaj nebo jiný teplý nealkoholický nápoj

Minerálku, limonádu, džus nebo jiný studený nealkoholický nápoj

Pivo

Víno, vinný střík

Destilát, likér

Jiný alkoholický nápoj.

