

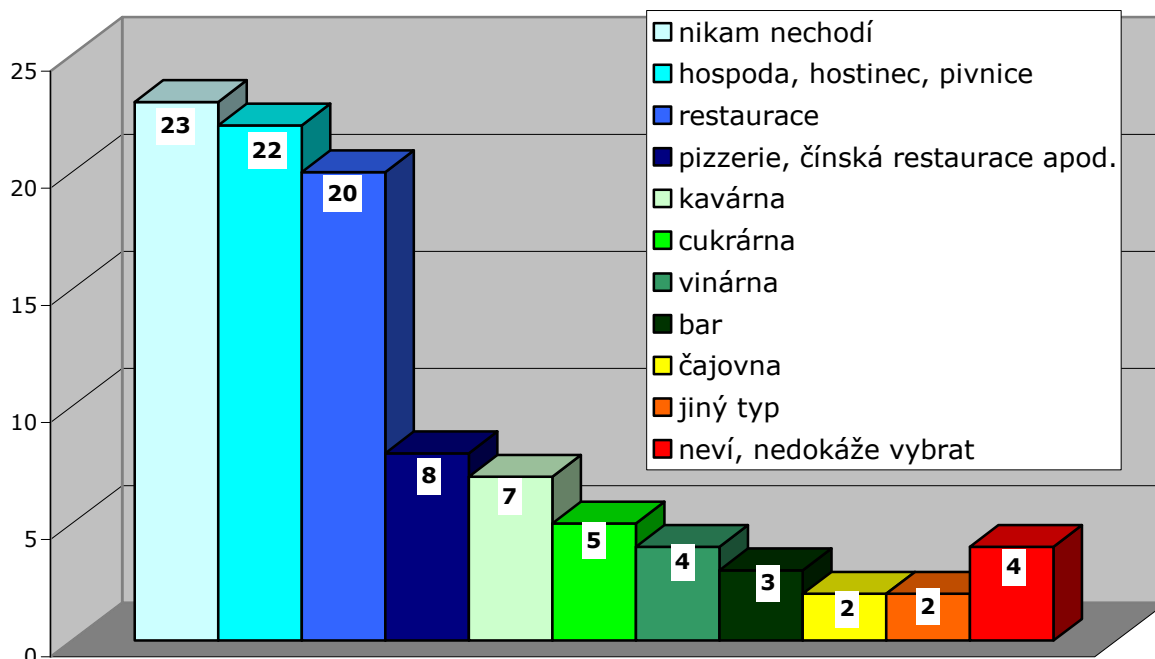
## Kam si chodíme posedět?

### Technické parametry

Výzkum:	Naše společnost 2004, v04-09
Otázky:	OR.77, OR.78, OR.79, OR.80, OR.81
Termín terénního šetření:	13. – 20. září 2004
Počet respondentů:	1 053
Reprezentativita:	obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let
Výběr respondentů:	kvótní výběr
Zveřejněno dne:	11. října 2004
Zpracovala:	Naděžda Horáková

Centrum pro výzkum veřejného mínění SOÚ AV ČR se ve svém zářijovém šetření věnovalo mimo jiné tématu pohostinských zařízení a pití piva. Na úvod jsme se všech respondentů zeptali, kam si zajdou nejraději posedět, mají-li možnost si vybrat.<sup>1</sup>

Graf 1: Oblíbený druh pohostinského zařízení (v %)



<sup>1</sup> Otázka: „Nyní si budeme chvíli povídat o pohostinských zařízeních. Jaký je Váš nejoblíbenější druh podniku? Kam si zajdete posedět, když si můžete vybrat?“

Téměř čtvrtina dotázaných odpověděla, že žádné pohostinské zařízení nenavštěvuje. Přibližně stejný podíl respondentů však uvedl, že nejraději si zajde do hospody, hostince či pivnice. Poměrně oblíbené jsou mezi českými občany také restaurace, které za svůj nejoblíbenější druh podniku označila pětina oslovených. Necelá desetina českých občanů si nejraději zajde do pizzerie, čínské restaurace či jiné restaurace se zahraniční kuchyní (8 %) či do kavárny (7 %). Přibližně dvacetina respondentů pak nejraději navštíví cukrárnu (5 %) či vinárnu (4 %).

Podívejme se nyní podrobněji na charakteristiky návštěvníků 2 nejoblíbenějších typů pohostinských zařízení. Hospodu, hostinec či pivnici označovali jako místo, kam si nejraději zajdou posedět, výrazně častěji muži (tuto možnost zvolilo 40 % českých mužů, ale pouze 6 % žen), dále lidé pracující v dělnických profesích, dotázaní se středním vzděláním bez maturity či vyučení a občané ekonomicky aktivní.

Restaurace pak za svůj oblíbený druh podniku označovali častěji lidé pracující v zaměstnaneckém poměru (nikoliv však v dělnických profesích), dotázaní, kteří jsou ekonomicky aktivní, respondenti se středním vzděláním s maturitou, občané ve věku 45 až 59 let a i zde převažovali muži. Rozdíl mezi oběma pohlavími ale nebyl tak výrazný jako v případě hospod (za oblíbený druh podniku si jej zvolilo 24 % oslovených mužů a 17 % žen).

Odpověď, že žádné pohostinské zařízení nenavštěvuje, volily častěji ženy, dotázaní starší 60 let, nepracující důchodci (nikam podle svých slov nechodí 47 % z nich), dotázaní, kteří uvedli, že jejich životní úroveň je špatná, respondenti se základním vzděláním a oslovení hlásící se k římskokatolickému náboženskému vyznání.

Jak už jsem naznačila, panovaly poměrně výrazné rozdíly v oblíbě jednotlivých typů pohostinských zařízení mezi muži a ženami.

Tabulka 1: Oblíbený druh pohostinského zařízení podle pohlaví (v %)

	Muži	Ženy	Muži+ženy
bar	4	2	3
restaurace	24	17	20
kavárna	2	12	7
hospoda, hostinec, pivnice	40	6	22
čajovna	0	4	2
vinárna	3	4	4
cukrárna	1	8	5
pizzerie, čínská restaurace apod.	5	11	8
jiný typ	1	2	2
nikam nechodí	16	30	23
neví, nedokáže vybrat	4	4	4
<b>Celkem</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

U mužů se jednoznačně největší oblíbě těší hospody, hostince a pivnice (jako svůj oblíbený druh podniku jej uvedlo 40 % oslovených mužů), na pomyslném druhém místě se pak u mužů umístily restaurace. Pouze 16 % mužů v našem průzkumu odpovědělo, že žádné pohostinské zařízení nenavštěvuje. U žen je situace poněkud jiná. Tři z deseti žen podle svých slov nechodí nikam. Nejoblíbenějším podnikem pro ženy jsou restaurace, více než desetina žen si pak ráda zajde také do kavárny či do pizzerie, čínské restaurace nebo jiné restaurace se zahraniční kuchyní.

Ráda bych upozornila na to, že v dalších analýzách se budu věnovat pouze 4 druhům podniků, které respondenti nejčastěji uvedli jako své oblíbené. Podívejme se nyní, jak často čeští občané svůj oblíbený typ podniku navštíví.<sup>2</sup> Následující tabulka ukazuje průměrnou měsíční návštěvu daného zařízení u těch, kteří je označili za své nejoblíbenější.

Tabulka 2: Počet návštěv za měsíc (v %)

	Méně než 1X za měsíc	1X-5X za měsíc	6X-10X za měsíc	11X-20X za měsíc	Vícekrát než 20X
Hospoda, hostinec, pivnice	3	30	39	21	5
Restaurace	12	46	24	13	2
Pizzerie, čínská restaurace apod.	17	67	11	1	0
Kavárna	20	65	10	3	0

Dopočet do 100 % tvoří odpověď „neví, nebo nedokáže spočítat“.

Pouhá 3 % návštěvníků hospod tam zajdou méně než jedenkrát do měsíce, necelá třetina pak uvedla, že si do hospody zajde jedenkrát až pětkrát do měsíce. Přibližně dvě pětiny návštěvníků hospod navštíví toto zařízení šestkrát až desetkrát za měsíc, jinými slovy tedy přibližně dvakrát týdně. Ještě častěji, tedy jedenáctkrát až dvacetkrát do měsíce, je v hospodě jedna pětina těch, kteří ji označili za své oblíbené pohostinské zařízení.

Restauraci navštíví více než desetina jejích návštěvníků méně často, než jednou za měsíc, necelá polovina pak maximálně pětkrát do měsíce. Čtvrtina těch, kteří považují restauraci za svůj oblíbený druh podniku, ji navštíví šestkrát až 10krát do měsíce, 13 % pak jedenáctkrát až dvacetkrát. 2 % návštěvníků restaurací je navštíví častěji než dvacetkrát do měsíce.

Podobnou frekvenci návštěv svého oblíbeného pohostinského zařízení mají návštěvníci pizzerie, čínské restaurace či jiné restaurace se zahraniční kuchyní a návštěvníci kaváren. Z nich si přibližně pětina do tohoto druhu podniku zajde méně často než jedenkrát do měsíce a asi dvě třetiny jedenkrát až pětkrát v měsíci. Více než desetina z nich pak do svého oblíbeného druhu podniku zavítá ještě častěji.

Ve výzkumu nás dále zajímalo, za jakým účelem navštěvují lidé ten druh podniku, který označili za svůj nejoblíbenější.<sup>3</sup> Výsledky zachycuje následující tabulka.

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

<sup>3</sup> Otázka: „Chodíte tam za následujícími účely? U každé možnosti mi prosím řekněte, zda tam někdy chodíte i za tímto účelem.“

Tabulka 3: Důvody návštěvy oblíbeného druhu podniku (v %)

	Hospoda	Restaurace	Pizzerie, čínská restaurace apod.	Kavárna
Popovídat si s kamarády	97	80	78	97
Najíst se	36	74	91	26
Jen tak strávit čas	48	27	20	43
Pobavit se, zlepšit si náladu	90	76	65	79
Na pracovní schůzku	12	27	21	22
Na rande, soukromou schůzku	23	39	53	46
Jen tak popít	76	42	22	30
Hrát karty, šipky, kulečnick apod.	39	18	9	4
Chodíte tam proto, že není kam jít.	30	14	5	7

Dopočet do 100 % tvoří odpověď „ne“ a „neví“.

Návštěvníci hospod, hostinců a pivnic v našem průzkumu nejčastěji uváděli, že si tam zajdou popovídat s přáteli (97 %), pobavit se a zlepšit si náladu (90 %) či jen tak popít (76 %). Návštěvníci restaurací si pak do svého oblíbeného druhu podniku chodí nejčastěji popovídat s kamarády (80 %), pobavit se, zlepšit si náladu (76 %) či se najíst (74 %). Pizzerie, čínské restaurace či jiné restaurace se zahraniční kuchyní vyhledávají jejich návštěvníci především proto, aby se tam najedli (91 %), často uváděným důvodem návštěvy je však také chuť popovídat si s přáteli (78 %) či touha pobavit se a zlepšit si náladu (65 %). V porovnání s ostatními zde uvedenými druhy pohostinských zařízení jsou tyto podniky nejčastěji vyhledávány jako místo pro rande či soukromou schůzku (53 %). Do kaváren si chodí jejich návštěvníci především popovídat s přáteli (97 %) či se pobavit a zlepšit si náladu (79 %). Také kavárny jsou poměrně oblíbeným místem pro rande či osobní schůzku (46 %).

Podívejme se nyní, který z vyjmenovaných důvodů vede k návštěvě oblíbeného druhu pohostinského zařízení nejčastěji.<sup>4</sup>

Tabulka 4: Nejčastější důvod návštěvy oblíbeného druhu podniku (v %)

	Hospoda	Restaurace	Pizzerie, čínská restaurace apod.	Kavárna
Popovídat si s kamarády	61	43	27	59
Najíst se	3	28	46	0
Jen tak strávit čas	1	2	0	3
Pobavit se, zlepšit si náladu	13	11	8	21
Na pracovní schůzku	1	3	4	7
Na rande, soukromou schůzku	1	5	9	5
Jen tak popít	11	4	2	0
Hrát karty, šipky, kulečnick apod.	6	1	0	0
Chodíte tam proto, že není kam jít.	0	0	0	1

<sup>4</sup> Otázka: „Podívejte se prosím na všechny možnosti ještě jednou a řekněte mi, za jakým účelem navštívujete tento oblíbený druh podniku nejčastěji.“

Hospody a pivnice, restaurace i kavárny představují pro své návštěvníky především místa, kde si mohou popovídat se svými kamarády. Více než desetina návštěvníků hospod tam pak nejčastěji chodí pobavit se a zlepšit si náladu, nebo jen tak popít. Do restaurace se více než čtvrtina jejich návštěvníků jde především najíst a přibližně desetina si tam také chce zlepšit náladu. Za stejným účelem pak chodí do kaváren více než pětina jejich návštěvníků. Pizzerie, čínské restaurace či jiné restaurace se zahraniční kuchyní vyhledávají lidé především proto, aby se tam najedli, méně často pak proto, aby si popovídali se svými přáteli. Přibližně desetina lidí chodí do tohoto druhu podniků na rande či na soukromou schůzku.

Dále nás zajímalo, podle čeho si lidé vybírají podnik, kam si zajdou posedět.<sup>5</sup>

Tabulka 4: Důvody pro výběr určitého podniku (v %)

	Je to rozhodující	Je to důležité	Není to moc důležité	Není to vůbec důležité
Čistota prostředí	35	57	8	1
Obsluha	29	63	7	1
Ceny	30	55	14	1
Poloha (vzdálenost od vašeho bydliště, zaměstnání ap.)	22	41	31	6
Typ lidí, kteří se tam scházejí	27	51	17	5
Značka piva, které tam čepují	12	23	27	30
Kvalita kuchyně	22	40	18	13

Dopočet do 100 % tvoří odpověď „neví, netýká se.“

Při výběru podniku, kam si lidé rádi zajdou posedět, hraje nejvýznamnější roli čistota prostředí (tento faktor hraje rozhodující roli pro více než třetinu respondentů), přibližně 3 z 10 oslovených pak za rozhodující označili ceny, obsluhu, ale také typ lidí, kteří se v daném podniku scházejí. Více než pětina dotázaných pokládá za rozhodující polohu daného podniku a také kvalitu místní kuchyně. Nejmenšímu podílu respondentů, tedy asi jedné desetině, se jako rozhodující jeví značka piva, které v daném podniku čepují.

<sup>5</sup> Otázka: „Dále by mne zajímalo, podle čeho si vybíráte podnik, kam si půjdete posedět. Jak důležitou roli hraje čistota prostředí, obsluha, ceny, poloha (vzdálenost od Vašeho bydliště, zaměstnání apod.), typ lidí, kteří se tam scházejí, značka piva, které tam čepují, kvalita kuchyně.“