

**Edyta Kwiatkowska**

Zakład Ekonomiki i Finansów

Instytut Turystyki i Rekreacji, Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie

## **Wybrane uwarunkowania demograficzne korzystania z usług gastronomicznych (na przykładzie aglomeracji warszawskiej)**

### **Wstęp**

W ostatnich latach obserwuje się dynamiczny rozwój sektora usług w Polsce. Wzrost znaczenia usług jest konsekwencją rozwoju cywilizacyjnego we współczesnym świecie. Znaczenie tego sektora rośnie w czasie, zarówno pod względem liczby zatrudnionych, jak i wartości świadczonych usług. Usługi odgrywają znaczącą i ciągle rosnącą rolę w procesie produkcji, jak i konsumpcji, zaspokajając coraz szerszy wachlarz potrzeb. Na wzrost znaczenia usług mają także wpływ przemiany we współczesnym stylu życia ludzi, które są uwarunkowane zmianami demograficznymi, społecznymi i gospodarczymi oraz stylem życia w określonych środowiskach, np. zawodowym. Podstawową siłą, która kształtuje wielkość i strukturę sektora usług jest konsument. Wraz ze zmianami zachodzącymi w otoczeniu, zmieniają się wymagania konsumentów, również zaspokojenia potrzeb przez nabywanie usług.

Ważną rolę we wzroście znaczenia usług gastronomicznych ma zwiększanie się poziomu dochodów ludności, aktywizacja zawodowa kobiet oraz większa rola czasu wolnego. Rozwój usług gastronomicznych wywiera znaczący wpływ na styl prowadzenia gospodarstwa domowego, styl odżywiania, przemiany w strukturze czynności wypełniających czas wolny. Usługi gastronomiczne wpływają zatem pozytywnie na poziom i jakość życia.

Jak wynika z badań prowadzonych przez różne ośrodki naukowo-badawcze oraz GUS, usługi gastronomiczne spełniają coraz ważniejszą rolę w życiu polskich gospodarstw domowych. W Polsce rola usług gastronomicznych w wyżywieniu ludności w porównaniu do krajów wysoko rozwiniętych była dotychczas stosunkowo niewielka. Rynek usług gastronomicznych, w związku z szybkimi zmianami społeczno-ekonomicznymi, ma w warunkach polskich korzystne szanse rozwoju.

Korzystanie z usług gastronomicznych przez konsumentów staje się bardziej powszechne niż kilkanaście lat temu i związane jest nie tylko z koniecznością zaspokojenia potrzeb żywieniowych, ale również coraz częściej z potrzebami zaspokojenia takich wyższych potrzeb, jak: potrzeby współżycia społecznego, przynależności do danej grupy, prestiżu, samorozwoju.

Według badań GfK Polonia, do spożywania posiłków w zakładach gastronomicznych przyznaje się blisko połowa Polaków powyżej 15 roku życia [Zimna 2008].

Jak podaje Gutkowska i Ozimek, obserwuje się wyraźne zmniejszenie skłonności do wspólnego spożywania posiłków, co jest wynikiem różnej aktywności członków rodziny w ciągu dnia, wzrostu niezależności [Gutkowska, Ozimek 2005]. Ale nadal w Polsce korzystanie z usług gastronomicznych jest okazjonalne [Jeżewska-Zychowicz 2004].

## Cele, zakres i metody badań

Celem badania było poznanie wybranych determinant demograficznych wpływających na obecne zachowania konsumentów dużych miast (na przykładzie aglomeracji warszawskiej) na rynku usług gastronomicznych.

**Tabela 1**

Charakterystyka demograficzna badanej populacji (n = 500)

Kryterium		Ogółem w liczbach	Ogółem w %
Płeć	Kobieta	310	62
	Mężczyzna	190	38
Wiek	25–29 lat	284	57
	30–34 lat	75	15
	35–39 lat	61	12
	39–45 lat	80	16
Miejsce zamieszkania	Warszawa	361	72
	Miasto w aglomeracji warszawskiej	106	21
	Wieś w aglomeracji warszawskiej	33	6,6

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Podmiotem zainteresowania badawczego w badaniu własnym (pierwotnym) byli konsumenci na rynku usług gastronomicznych w wieku 25–45 lat, mieszkający w aglomeracji warszawskiej. Dane empiryczne uzyskano metodą ilościową (badania ankietowego z wykorzystaniem kwestionariusza samodzielnie wypełnianego przez respondentów). Badanie ilościowe przeprowadzono w 2006/2007

roku, wśród 500 osób mieszkających w aglomeracji warszawskiej, które deklarowały korzystanie z usług gastronomicznych. Dobór próby był zgodny z założeniami doboru uznaniowego. Charakterystykę badanej populacji przedstawia tabela 1.

Respondenci zostali poproszeni o podanie częstotliwości spożywania posiłków poza domem w różnych typach zakładów gastronomicznych.

## Wyniki badań empirycznych

Z przeprowadzonych badań wynika, że intensywność korzystania z żywienia w różnego typu zakładach gastronomicznych bardzo wyraźnie się różnicowała. Spożywanie posiłków w zakładach gastronomicznych przez badanych konsumentów miała, w przypadku prawie wszystkich typów zakładów, charakter okazjonalny. Najczęściej odwiedzane były stołówki – raz i kilka razy w miesiącu, puby, restauracje, kawiarnie i bary szybkiej obsługi typu fast food – raz w miesiącu. Nieco rzadziej odwiedzane były kluby, bary przekąskowe, cukiernie. Znacznie rzadziej badani korzystali z herbaciarni i barów mlecznych. W przypadku częstotliwości korzystania z tych lokali obserwuje się bardzo silną asymetrię prawostronną (dodatnią). W przypadku barów mlecznych współczynnik skośności (asymetrii) wynosi 2,06, a herbaciarni wynosi 1,36. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w tabeli 2.

Na podstawie badań można stwierdzić, że najbardziej popularnymi wśród badanych miejscami korzystania z usług gastronomicznych były: stołówki, puby, restauracje, kawiarnie i bary szybkiej obsługi typu fast food.

Analizując uwarunkowania demograficzne, zauważono, że wywierały one istotny wpływ na częstotliwość korzystania z usług gastronomicznych w wybranych typach zakładów.

Nie odnotowano istotnych różnic ze względu na płeć badanych w częstotliwości korzystania z usług gastronomicznych w stołówkach. Kobiety korzystały z żywienia w stołówkach ze średnią częstotliwością 3,5, a mężczyźni 3,84.

Ze względu na wiek odnotowano, że respondenci w wieku 40–45 lat korzystali z żywienia w stołówkach ze średnią wyrażoną liczbą 3,44, a w wieku 30–34 lat ze średnią 3,86.

Zauważono, że z najniższą średnią częstotliwością z żywienia w stołówkach korzystali respondenci mieszkający w miastach w aglomeracji warszawskiej (średnia 2,73), a najczęściej ze średnią wyrażoną liczbą 4,04, mieszkający we wsiach w aglomeracji warszawskiej. Szczegółowe dane na ten temat przedstawiono w tabeli 3.

**Tabela 2**

Częstotliwość korzystania z usług gastronomicznych w różnego typu zakładach gastronomicznych – statystyki opisowe

Zmienna	N ważnych	Średnia	Min.	Maks.	Odchylenie standardowe	Współczynnik zmienności	Współczynnik skośności
Stołówki	322	3,63	1	7	2,25	62,06	0,14
Puby	427	2,84	1	7	1,49	52,47	0,55
Kawiarnie	466	2,84	1	7	1,44	51,00	0,70
Restauracje	483	2,83	1	7	1,57	55,50	0,83
Bary/ /restauracje typu fast food	432	2,78	1	7	1,59	57,41	0,70
Średnia korzystania	500	2,59					

Skala ocen: 1 – b. rzadko, 2 – okazjonalnie, 3 – raz w miesiącu, 4 – kilka razy w miesiącu, 5 – raz w tygodniu, 6 – kilka razy w tygodniu, 7 – codziennie.

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

**Tabela 3**

Częstotliwość korzystania z usług gastronomicznych w stołówkach w zależności od wybranych czynników demograficznych – statystyki opisowe

Wyszczególnienie		N ważnych	Średnia	Min.	Maks.	Współczynnik zróżnicowania	Współczynnik skośności
Płeć	Mężczyźni	122	3,84	1	7	58,31	-0,01
	Kobiety	200	3,5	1	7	64,46	0,24
Wiek	25–29	172	3,54	1	7	61,46	0,15
	30–34	75	3,86	1	7	57,09	-0,02
	35–39	32	3,81	1	7	67,43	0,22
	40–45	43	3,44	1	7	70,4	0,33
Miejsce zamieszkania	Warszawa	227	3,55	1	7	63,2	0,18
	Miasto	72	2,73	1	7	58,91	0,11
	Wieś	23	4,04	1	7	62,15	-0,11

Skala ocen: 1 – b. rzadko, 2 – okazjonalnie, 3 – raz w miesiącu, 4 – kilka razy w miesiącu, 5 – raz w tygodniu, 6 – kilka razy w tygodniu, 7 – codziennie.

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W przypadku korzystania z usług gastronomicznych w pubach odnotowano, że z najwyższą częstotliwością korzystali z nich mężczyźni (średnia 3,16) oraz badani młodzi w wieku 25–29 lat (średnia 3,23), a częściej byli to mieszkańcy Warszawy (średnia 2,91).

Zauważono, że ponaddwukrotnie więcej mężczyzn (8,43%) niż kobiet (3,07%) chodziło do pubów kilka razy w tygodniu. Tylko mężczyźni (1,81%) deklarowali, że bywali w pubach codziennie lub prawie codziennie.

Warto zauważyć, że wraz z wiekiem istotnie statystycznie malała skłonność do bywania w pubach. Najmłodszy bywali w nich średnio raz w miesiącu, a najstarsi okazjonalnie. Ponadtrzykrotnie więcej młodych w wieku 25–29 lat (8,3%) niż w wieku 30–34 lat (2,91%) chodziło do pubów kilka razy w tygodniu. Wymienione wyniki przedstawiono w tabeli 4.

**Tabela 4**

Częstotliwość korzystania z usług gastronomicznych w pubach w zależności od wybranych czynników demograficznych – statystyki opisowe

Wyszczególnienie		N ważnych	Średnia	Min.	Maks.	Współczynnik zróżnicowania	Współczynnik skośności
Płeć	Mężczyźni	166	3,16	1	7	50,40	0,44
	Kobiety	261	2,64	1	6	52,70	0,56
Wiek	25–29	229	3,23	1	7	48,30	0,28
	30–34	103	2,58	1	6	53,30	0,67
	35–39	49	2,34	1	5	48,90	0,82
	40–45	46	2,04	1	5	54,50	0,91
Miejsce zamieszkania	Warszawa	311	2,91	1	7	52,19	0,44
	Miasto	89	2,62	1	7	53,60	0,98
	Wieś	27	2,77	1	5	51,20	0,51

Skala ocen: 1 – b. rzadko, 2 – okazjonalnie, 3 – raz w miesiącu, 4 – kilka razy w miesiącu, 5 – raz w tygodniu, 6 – kilka razy w tygodniu, 7 – codziennie.

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Z badań własnych wynika, że ze względu na uwarunkowania demograficzne, z największą częstotliwością z usług gastronomicznych w kawiarniach korzystali badani w wieku 30–34 lat (średnia wyrażona liczbą 3,11), ale również młodzi w wieku 25–29 lat (średnia 2,92), będący mieszkańcami Warszawy (średnia 2,9).

Również z analizy materiału źródłowego wynika, że około 26,13% respondentów w wieku 30–34 lat bywało w kawiarniach kilka razy w miesiącu.

Dane na ten temat przedstawia tabela 5.

**Tabela 5**

Częstotliwość korzystania z usług gastronomicznych w kawiarniach w zależności od wybranych czynników demograficznych – statystyki opisowe

Wyszczególnienie		N ważnych	Średnia	Min.	Maks.	Współczynnik zróżnicowania	Współczynnik skośności
Płeć	Mężczyźni	174	2,94	1	6	50,59	0,46
	Kobiety	292	2,77	1	7	51,20	0,86
Wiek	25–29	225	2,92	1	7	50,04	0,64
	30–34	111	3,11	1	6	44,06	0,38
	35–39	56	2,48	1	7	60,97	1,34
	40–45	74	2,43	1	6	55,31	1,10
Miejsce zamieszkania	Warszawa	341	2,9	1	7	49,56	0,64
	Miasto	95	2,66	1	7	56,28	0,90
	Wieś	30	2,7	1	6	51,60	0,82

Skala ocen: 1 – b. rzadko, 2 – okazjonalnie, 3 – raz w miesiącu, 4 – kilka razy w miesiącu, 5 – raz w tygodniu, 6 – kilka razy w tygodniu, 7 – codziennie.

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

**Tabela 6**

Częstotliwość korzystania z usług gastronomicznych w restauracjach w zależności od wybranych czynników demograficznych – statystyki opisowe

Wyszczególnienie		N ważnych	Średnia	Min.	Maks.	Współczynnik zróżnicowania	Współczynnik skośności
Płeć	Mężczyźni	184	3,27	1	7	49,25	0,54
	Kobiety	299	2,55	1	7	57,97	1,07
Wiek	25–29	233	2,84	1	7	56,25	0,87
	30–34	117	3,08	1	6	50,81	0,45
	35–39	58	2,48	1	6	60,94	1,42
	40–45	75	2,66	1	7	55,93	0,99
Miejsce zamieszkania	Warszawa	349	2,95	1	7	54,49	0,70
	Miasto	104	2,5	1	7	56,84	1,27
	Wieś	30	2,6	1	7	57,67	1,27

Skala ocen: 1 – b. rzadko, 2 – okazjonalnie, 3 – raz w miesiącu, 4 – kilka razy w miesiącu, 5 – raz w tygodniu, 6 – kilka razy w tygodniu, 7 – codziennie.

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Odnotowano, że ze względu na czynniki demograficzne z największą częstotliwością korzystali z usług gastronomicznych w restauracjach mężczyźni (średnia – 3,27).

Dwa razy więcej mężczyzn (14,13%) niż kobiet (7,36%) bywało w restauracjach kilka razy w tygodniu. Również znacznie więcej mężczyzn (22,83%) niż kobiet (11,04%) spożywało posiłki w restauracjach kilka razy w miesiącu.

Zmienną różnicującą w sposób statystycznie istotny częstotliwość chodzenia do restauracji było miejsce zamieszkania. Z badań wynika, że konsumenci mieszkający w Warszawie istotnie statystycznie częściej korzystali z usług restauracji niż mieszkający na wsi. Blisko trzy razy więcej mieszkańców Warszawy (12,03%) niż mieszkańców miast w aglomeracji warszawskiej (4,81%) i wsi (3,33%) bywało w restauracjach kilka razy w tygodniu.

Ze względu na wiek badanych odnotowano, że z najwyższą częstotliwością korzystali z usług gastronomicznych respondenci w wieku 30–34 lat (średnia – 3,08). Częstotliwość korzystania z usług gastronomicznych w restauracjach w zależności od wybranych czynników demograficznych przedstawiono w tabeli 6.

## Podsumowanie i wnioski

W literaturze przedmiotu stwierdzono istotną statystycznie zależność między płcią, wiekiem, miejscem zamieszkania i korzystaniem z usług gastronomicznych.

Z badań własnych, jak i danych literaturowych wynika, że płeć w dużym stopniu wyznaczała specyfikę zachowań żywieniowych. Kobieta poprzez pełnione przez siebie role społeczne w większości społeczeństw jest przypisana do sfery żywieniowej, a tym samym znaczna część jej aktywności łączy się z funkcjonowaniem tej sfery [Jeżewska-Zychowicz 2004]. Dlatego też prawdopodobnie z tego powodu to mężczyźni średnio częściej niż kobiety deklarowali spożywanie posiłków w zakładach gastronomicznych. Taką zależność odnotowano w przypadku wszystkich badanych typów zakładów gastronomicznych. Również zjawisko to potwierdzają badania GfK Polonia [Zimna 2008]. Gutkowska i Ozimek również potwierdzają, że mężczyźni wyrażali nieco większe zainteresowanie korzystaniem z usług gastronomicznych niż kobiety [Gutkowska i Ozimek 2005].

Z raportu GfK Polonia, wynika, że wzrasta odsetek mieszkańców dużych miast (powyżej 200 tys. mieszkańców), którzy przynajmniej od czasu do czasu spożywają posiłki w zakładach gastronomicznych [Zimna 2008]. Są to częściej osoby młode w wieku 25–29 lat (82%).

Reasumując można stwierdzić, że częstotliwość korzystania z różnych typów zakładów gastronomicznych nie była intensywna i bardzo wyraźnie zróżnicowana według cech demograficznych. Spożywanie posiłków w zakładach gastronomicznych przez badanych konsumentów miała w przypadku prawie wszystkich

badanych typów zakładów gastronomicznych charakter okazjonalny, nie mniej jednak dla pewnej grupy respondentów była to forma żywienia występująca codziennie lub prawie codziennie. Z usług gastronomicznych najczęściej korzystają ludzie młodzi, mieszkający w dużych miastach i legitymujący się wyższym wykształceniem.

## Literatura

- GUTKOWSKA K., OZIMEK I. 2005: Konsument żywności i jego zachowania rynkowe. Ogólnopolska Konferencja Naukowa. Wyd. SGGW, Warszawa, s. 20.
- GUTKOWSKA K., OZIMEK I. 2005: Wybrane aspekty zachowań konsumentów na rynku żywności-kryteria różnicowania. Wyd. SGGW, Warszawa, s. 166.
- JEŻEWSKA-ZYCHOWICZ M. 2004: Zachowania żywieniowe konsumentów i ich uwarunkowania. Wyd. SGGW, Warszawa.
- ZABRODZKI R., BABICZ-ZIELIŃSKA E. 2003: Czynniki wpływające na wybór i ocenę jakości usług żywieniowych. *Żywność Człowieka i Metabolizm*, 30, s. 266.
- ZIMNA M. 2008: Panorama polskiej gastronomii, Konferencja Food Business Forum, Warszawa, 16 kwietnia 2008.

## Demographic determinants of dining out (on the example of the Warsawian agglomeration)

### Abstract

In the last few years, a dynamic development of the service sector has been observed in Poland. An increase in the importance of services is a result of a civilisation development, and it is getting more and more meaningful due to an increasing number of employees and the value of provided services.

The main aim of this study was to analyze the preferences of consumers from big cities (on the example of Warsaw) on choosing the place and the frequency of dining in restaurants. I have tried to find the relations between the chosen demographic indicators (age, sex, place of stay) and dining habits. It was noticed that dining in restaurants, for almost all taking part in the survey, is rather occasional than common. However, for some of the respondents, it is an everyday (or almost everyday) way of dining. It was also noticed that dining out is common for young people at the ages between 25 and 29.