



Informovanost české veřejnosti o pivu a jeho hodnocení v roce 2013

Technické parametry výzkumu

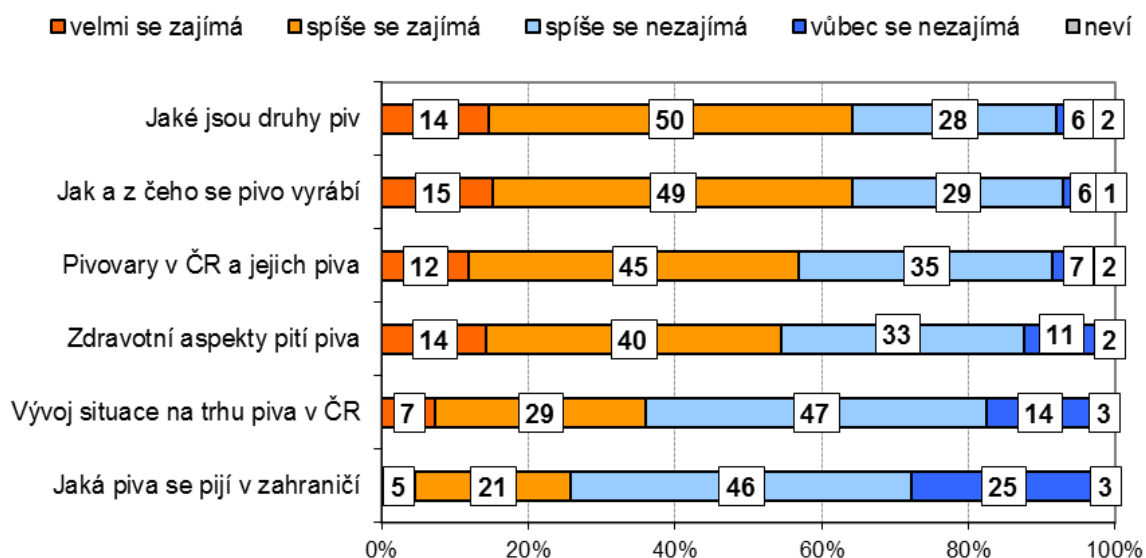
<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost, v13-09</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Dílčí projekt:</i>	<i>Pivo v české společnosti</i>
<i>Autor projektu:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>9. – 16. 9. 2013</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>Kvótní výběr</i>
<i>Kvóty:</i>	<i>Kraj (oblasti NUTS 3), 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>1029</i>
<i>Počet tazatelů:</i>	<i>245</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.96a, OR.188, OR.89, OR.93</i>
<i>Počet respondentů od 18 let:</i>	<i>990</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>20. listopad 2013</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>

V září 2013 CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., opět položilo respondentům vybrané otázky s tematikou piva, které jsou součástí výzkumného projektu Pivo v české společnosti probíhajícího od roku 2004. Tisková zpráva přináší výsledky otázek zjišťujících zájem obyvatel o informace týkající českého piva, jejich hodnocení vlastních znalostí o pivu a hodnocení české pivní kultury a také jejich postoje k pivu jako českému národnímu nápoji.

1. Zájem o informace o pivu

Současně s tím, jak je pivo v České republice konzumováno ve větší míře muži než ženami, lze potvrdit také to, že zájem o pivo jako takové, o jeho výrobu, situaci na trhu nebo o další související témata je mezi muži obecně silnější než mezi ženami. Z témat, která byla do výzkumu vybrána, se vždy více než polovina mužů zajímá o variabilitu pivních druhů, o postupy a suroviny, které se při vaření piva používají, o to, jaké jsou v České republice pivovary a jaká vyrábějí piva, a také o zdravotní aspekty konzumace piva. O něco nižší zájem pak muži (již méně než polovina z nich) projevují o vývoj na českém pivním trhu, nejmenší zájem je mezi vybranými aspekty o situaci za hranicemi České republiky.

Graf 1. Zájem o informace týkající se piva - muži¹



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 9. – 16. 9. 2013, 1029 respondentů.

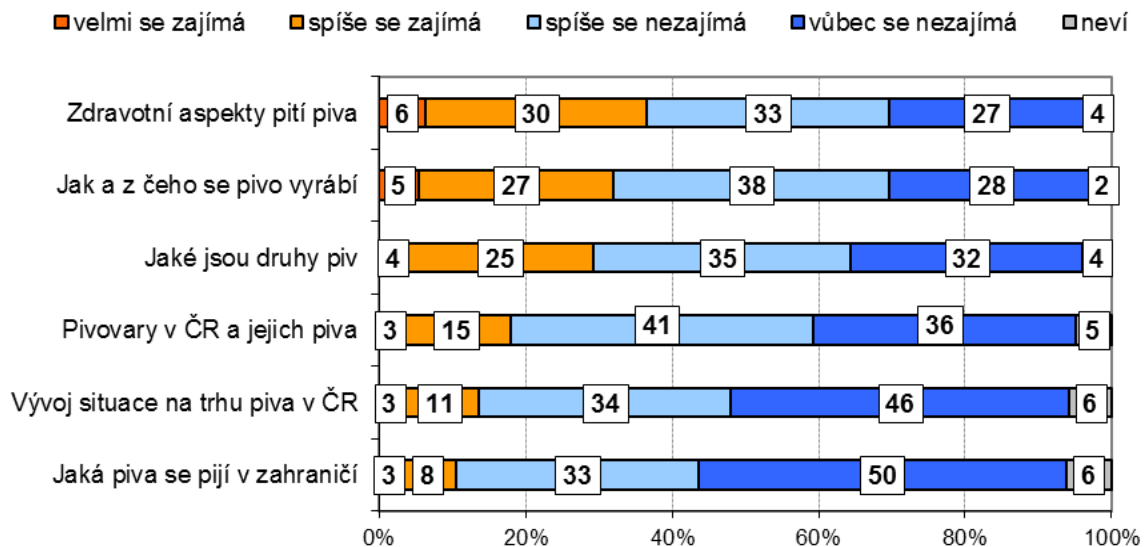
Slabší zájem mezi ženami o pivo jako takové je čitelný z porovnání grafů 1 a 2, přičemž rozdílné je do jisté míry i pořadí oblastí. Ženy zajímají na rozdíl od mužů

¹ Znění otázky: OR.246 „Zajímáte se nebo nezajímáte o následující věci kolem piva:

- jaké jsou v České republice pivovary a jaká vaří piva,
- jak se vyvíjí situace na českém trhu piva,
- jaká piva se pijí v zahraničí,
- jaké jsou druhy pív,
- jak a z čeho se pivo vyrábí,
- jaké jsou zdravotní aspekty pití piva.“

především zdravotní aspekty konzumace piva, varní technologie nebo druhy piv jsou až za nimi. U žen patří mezi slabší oblasti zájmu také pivovary a jimi vařená piva, shodně s muži pak na konci jejich žebříčku stojí situace na trhu a v zahraničí.

Graf 2. Zájem o informace týkající se piva - ženy



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 9. – 16. 9. 2013, 1029 respondentů.

Je vcelku pochopitelné, že jak mezi muži tak i mezi ženami deklarují vyšší míru zájmu ti, kteří pivo častěji pijí, nemění se však prakticky vůbec v souvislosti s věkem nebo vzděláním konzumentů.

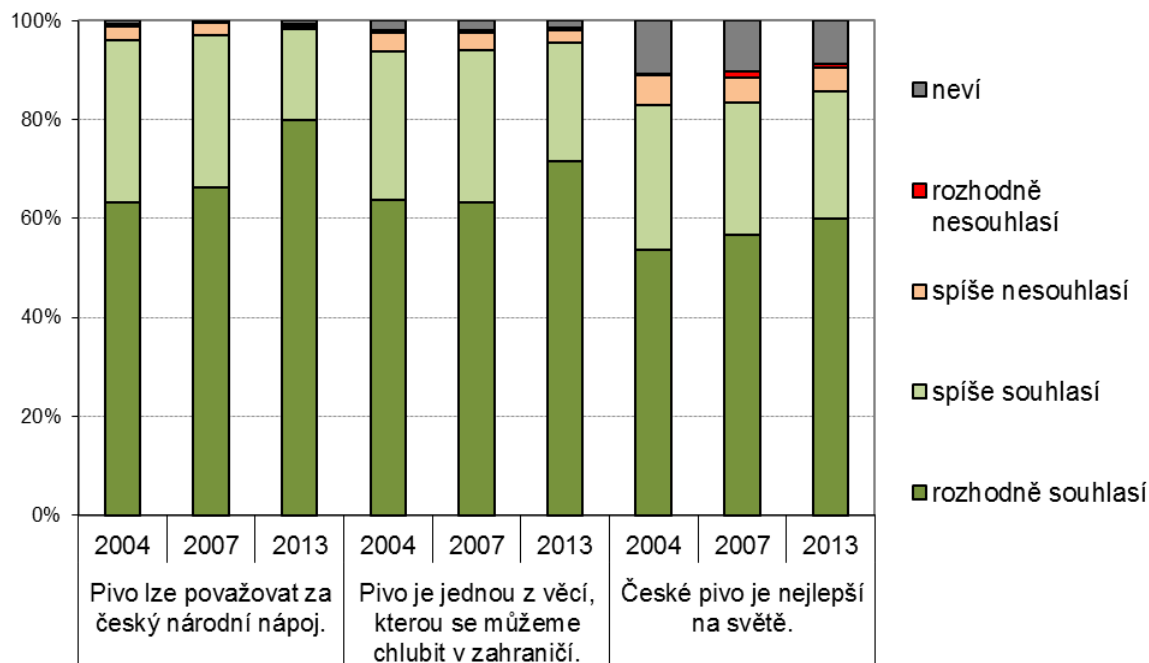
2. Obecný český pivní patriotismus

Českému pivu je v naší společnosti tradičně přisuzována vysoká symbolická hodnota národního nápoje. V řadě předcházejících vln projektu Pivo v české společnosti se ukázalo, jak se tento obecný český pivní patriotismus projevuje a jak se například liší od lokálního pivního patriotismu navázaného na užší region a jeho tradiční značky.

Jak je patrné z grafů 3 a 4, které obsahují výsledky těchto otázek také v letech 2004 a 2007, intenzita přesvědčení o symbolické hodnotě českého piva v poslední době sílí, a to mezi muži i ženami. Po letošním zařazení vybraných otázek lze proto i nadále o obyvatelích české kotliny tvrdit, že jsou velkými pivními patrioty. Pivo téměř všichni považují za český národní nápoj, jsou přesvědčeni, že se s ním můžeme chlubit v zahraničí, a výrazná většina si také myslí, že je nejlepší na světě. Ještě zajímavější je, že intenzita těchto přesvědčení za posledních 10 let vzrostla a to dokonce silněji u žen, než u mužů.

(velmi se zajímá, spíše se zajímá, spíše se nezajímá, vůbec se nezajímá)



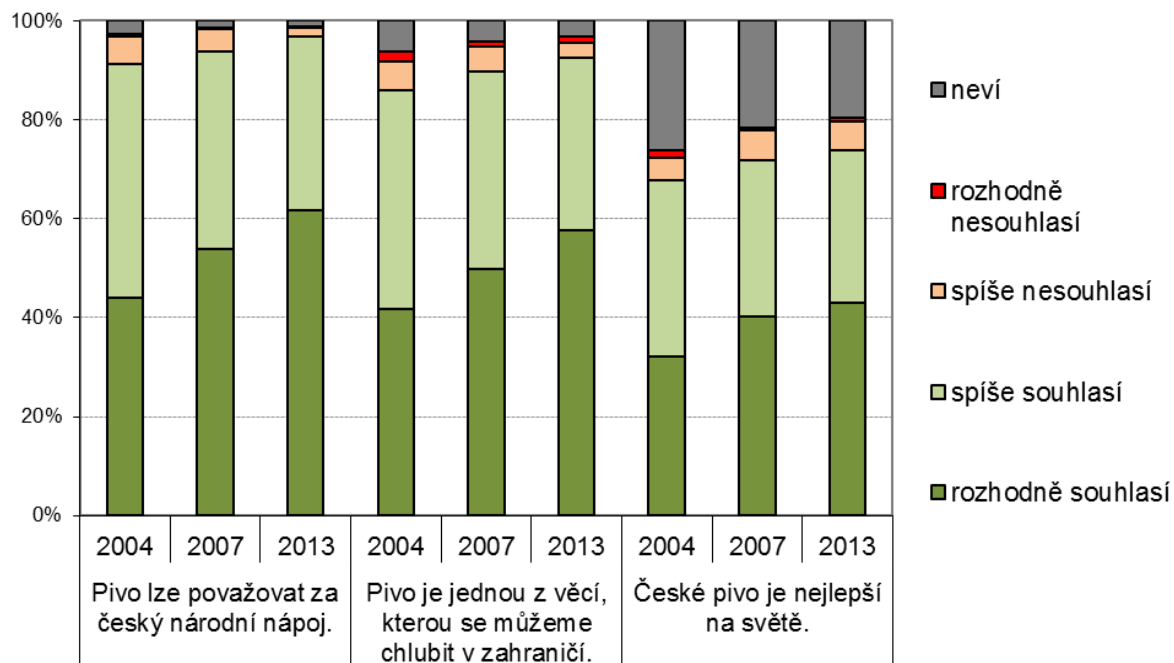
Graf 3. Souhlas s výroky o českém pivu - muži²

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2007, 09/2013.

Jistě není překvapivé, že muži a ženy se liší také ve svých postojích k předloženým otázkám na české pivo. Pozitivněji se ve všech případech vyslovuje mužská část populace, přičemž rozdíl nespočívá ani tak v tom, jaké podíly mužů a žen s předloženými výroky souvisí (ty jsou velmi podobné), nýbrž v tom, že muži častěji vyjadřují své přesvědčení jako rozhodné, zatímco ženy častěji volí mírnější odpověď „spíše souhlasím“.

² Znění otázky: „Souhlasíte, anebo nesouhlasíte s následujícími výroky?“

Graf 4. Souhlas s výroky o českém pivu - ženy



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2007, 09/2013.

Intenzita obecného pivního patriotismu roste u mužů i u žen s tím, kolik piva lidé pijí, nicméně s hlavními sociodemografickými proměnnými, jako je věk nebo vzdělání, se již souvislost postojů k předloženým výroky neprojevuje.