



**Centrum pro výzkum veřejného mínění
Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.**
Jilská 1, Praha 1
Tel.: +420 210 310 584
E-mail: jiri.vinopal@soc.cas.cz

Pivo v české společnosti v roce 2012

Technické parametry výzkumu

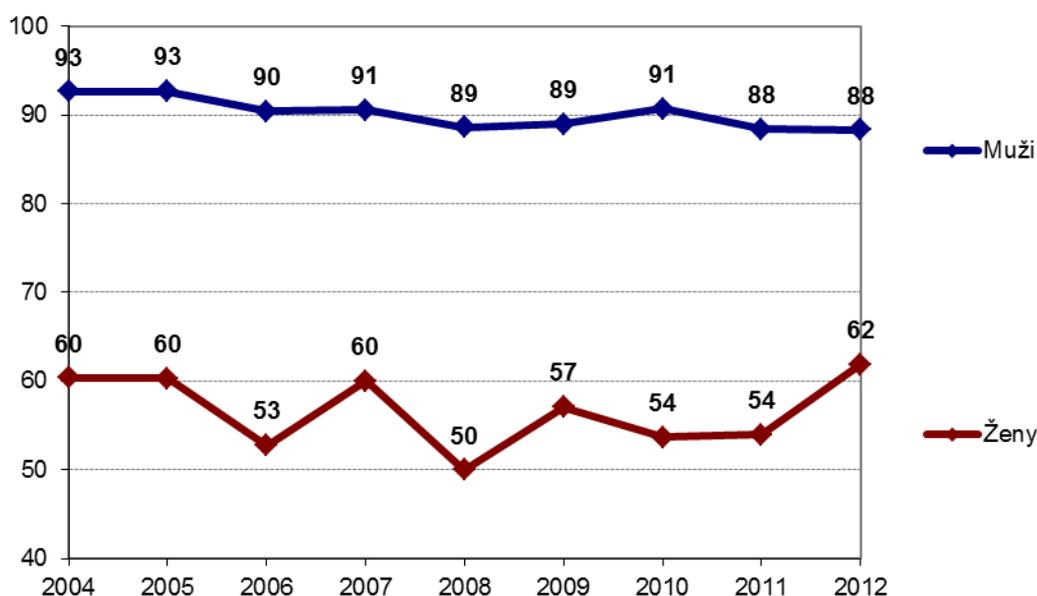
<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost, v12-09</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Dílčí projekt:</i>	<i>Pivo v české společnosti</i>
<i>Autor projektu:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>3. – 10. 9. 2012</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>1036</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>992</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>21. listopad 2012</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>

V září 2012 CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., zopakovalo některé otázky s tematikou piva, které jsou součástí výzkumného projektu Pivo v české společnosti probíhajícího od roku 2004. Tato tisková zpráva přináší základní výsledky o vývoji konzumace piva, o postavení nealkoholického piva, postojích české veřejnosti k vysoké spotřebě piva v České republice a o očekáváních týkajících se budoucnosti českého piva a pivovarnictví. Analýzy jsou prováděny na souboru respondentů s dosaženým věkem minimálně 18 let.

1. Konzumace piva¹

Podíl lidí, kteří pijí pivo, se v České republice dlouhodobě výrazně nemění. Podobně jako v předešlých letech je to hodnota blízká 90 % u mužů, mezi ženami se v roce 2012 k alespoň občasnému pití piva přihlásily zhruba tři pětiny (62 %). To je o něco více než v předchozích čtyřech letech, nicméně z dlouhodobého hlediska tato hodnota ještě nijak výrazně nevybočuje (v letech 2004, 2005 a 2007 byl tento podíl srovnatelný - 60 %).

Graf 1. Podíly konzumentů piva mezi muži a ženami v letech 2004 - 2012



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., *Naše společnost* 09/2004, 09/2005, 09/2006, 09/2007, 09/2008, 10/2009, 09/2010, 09/2011, 09/2012.

Je zřejmé, že přinejmenším od roku 2004, kdy proběhl první výzkum na toto téma, v populaci mírně ubývá mužských konzumentů piva. Z detailnějších analýz přitom vyplývá, že tento velmi pozvolný pokles se týká všech věkových skupin mužů s výjimkou těch nejstarších (tj. nad 60 let), zatímco u žen lze v posledních letech pozorovat mírný růst počtu konzumentek v mladších ročnících (18-29 let a také 30-45 let). V případě snižování počtu mužů konzumujících pivo, nejspíše hrají roli také ekonomické důvody, neboť k viditelnému a stabilnímu poklesu dochází zejména u mužů patřících do skupiny s nejnižšími příjmy.

¹ Znění otázky: OR.96a „Pijete někdy pivo? Pokud ano, jak je to za běžných okolností často? (Obvykle každý nebo téměř každý den, asi tak pětkrát až šestkrát za týden, asi tak třikrát až čtyřikrát za týden, asi tak jednou až dvakrát za týden, asi tak jednou až dvakrát za 14 dní, asi tak jednou až dvakrát za měsíc, méně než jednou za měsíc, nepijete pivo nikdy nebo téměř nikdy.)“

I přes tyto dílčí posuny ovšem i nadále můžeme pivo označit za univerzální nápoj, který přinejmenším čas od času pijí téměř všichni čeští muži a více než polovina českých žen. O poměrně univerzálních vzorcích konzumace piva svědčí tradičně také skutečnost, že podíly mužů a žen pijících alespoň někdy pivo se mezi skupinami různého věku, vzdělání nebo příjmů nijak významně neliší (pro přiblížení, v každé z příjmových skupin se podíl konzumentů piva nachází v rozmezí 84 % až 91 %)

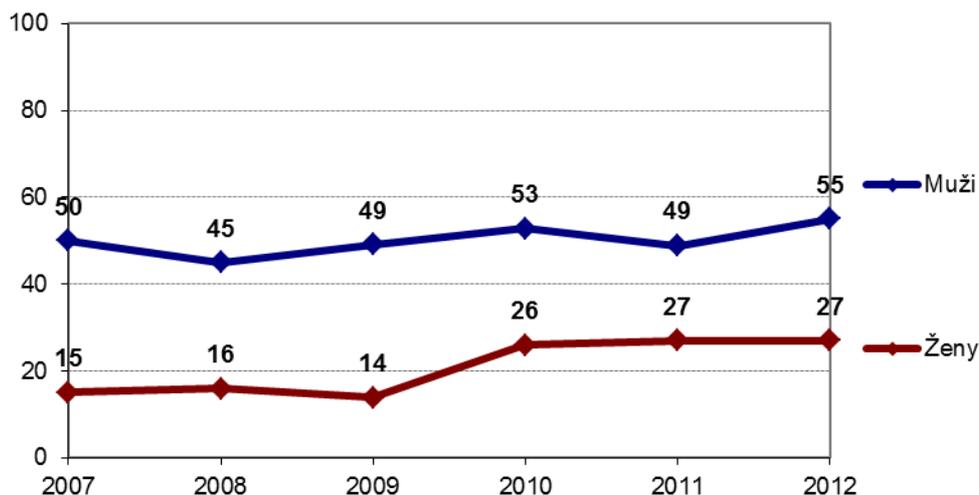
2. Nealkoholické pivo jako náhrada běžného piva²

Pravidelně od roku 2007 je zjišťováno, do jaké míry je, či není, nealkoholické pivo pro obyvatele České republiky samozřejmou náhradou piva běžného. Dotaz konkrétně zní tak, zda by respondent preferoval nealkoholické pivo, anebo jiný nealkoholický nápoj, v situaci, kdy si např. kvůli řízení automobilu nemůže dopřát běžné pivo.

Výsledky ukazují, že i přes jeho objektivně rostoucí spotřebu se v průběhu posledních pěti let vnímání nealkoholického piva nijak dramaticky neproměnilo a stále tedy platí, že nealkoholické pivo pro české obyvatele samozřejmou náhradou běžného piva není. V situaci, kdy si normální pivo dát nemůže, automaticky zvolí nealkoholické pivo přibližně polovina mužů (55 %), mezi ženami by tak podle svých slov v roce 2012 učinila přibližně čtvrtina (27 %). Ostatní si namísto nealko piva dají raději jiný nealkoholický nápoj, přičemž podíl těchto lidí je vcelku pochopitelně vyšší zejména mezi méně pravidelnými konzumenty. Současně také nepřekvapí, že nealko pivo si objednávají ve větší míře ti muži a ženy, kterým pivo jako takové chutná, a že s menší oblibou běžného piva klesá také pravděpodobnost, že si lidé objednají pivo nealkoholické.

² Znění otázky: OR.188 „Představte si situaci, ve které byste si za normálních okolností dal pivo. Tentokrát si ho ale dát nemůžete, například protože řídíte. Dáte si tedy raději nealkoholické pivo, anebo nějaký jiný nealkoholický nápoj? (Rozhodně nealkoholické pivo, spíše nealkoholické pivo, spíše nějaký jiný nealkoholický nápoj, rozhodně nějaký jiný nealkoholický nápoj.)“

Graf 2. Nealkoholické pivo jako náhrada piva běžného v letech 2007 až 2012 u mužů a u žen (součet podílů odpovědí „rozhodně..." a „spíše nealkoholické pivo")

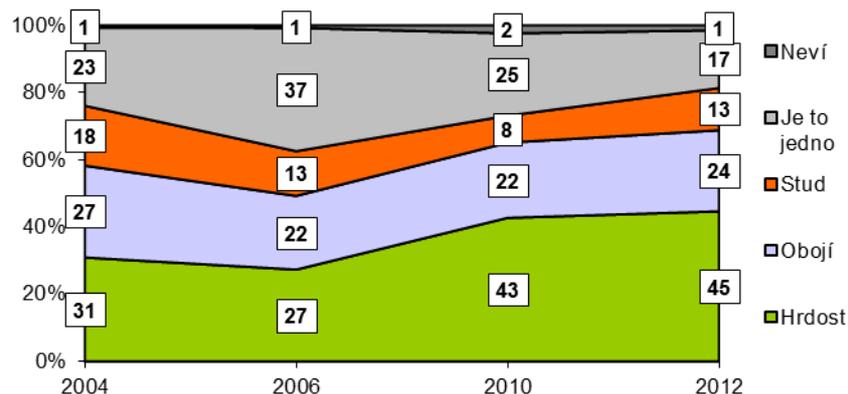


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2007, 09/2008, 10/2009, 09/2010, 09/2011, 09/2012.

Pozn.: Hodnoty vypovídají o respondentech, kteří uvedli, že pivo alespoň někdy pijí (N v roce 2012 = 725).

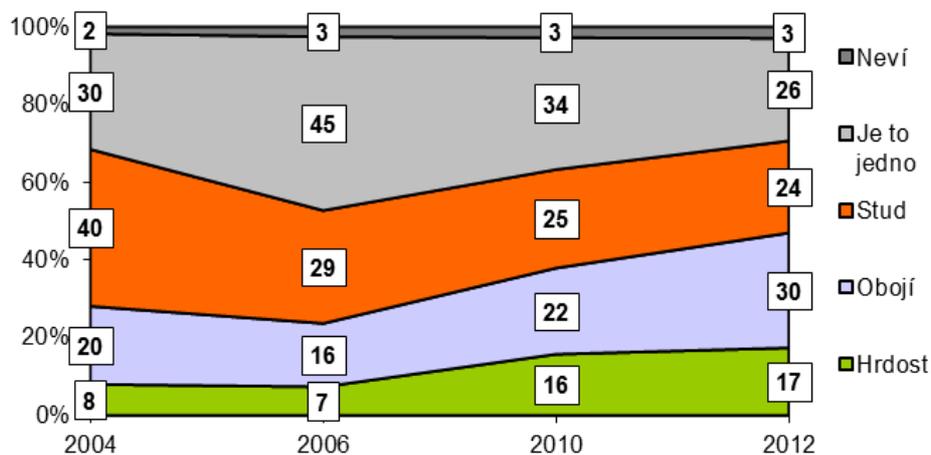
3. Postoje ke spotřebě piva v České republice

Češi jsou dlouhodobě na špičce celosvětového žebříčku konzumace piva, tento fakt ovšem jimi samotnými není nutně přijímán jako něco, čím by se měli chlubit. Hrdost na toto prvenství vyjadřují v roce 2012 dvě pětiny mužů a přibližně každá šestá žena. Oproti tomu, spíše stud je při zmínce o českém prvenství v konzumaci piva hlavním pocitem pro čtvrtinu žen a přibližně jednoho z deseti mužů. Přibližně čtvrtina mužů a třetina žen má v této souvislosti smíšené pocity a co je také důležité, téměř každému šestému muži a každé čtvrté ženě je tato záležitost takřikajíc jedno.

Graf 3. Postoj k vysoké spotřebě piva v České republice - muži³

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2010, 09/2012.

Graf 4. Postoj k vysoké spotřebě piva v České republice - ženy



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2010, 09/2012.

Pocity vůči faktu vysoké spotřeby piva se vcelku pochopitelně odvíjí především od skutečnosti, kolik piva sám člověk konzumuje. Konkrétně pro muže i ženy platí, že čím více piva pijí, tím spíše jsou na vysokou konzumaci v České republice hrdí. Zatímco u žen pak také opačně platí, že ty s nižší mírou konzumace častěji pociťují stud, u mužů se s menším objemem konzumace spíše zvětšují podíly takových, kteří mají smíšené pocity nebo je jim tato věc zkrátka jedno.

V případě věku nebo vzdělání jsou rozdíly jen málo výrazné: z hlediska věku se od ostatních liší jen skupina nejstarších nad 60 let, která méně často zažívá pocit hrdosti a naopak je jí při zmínkách o českém prvenství v množství konzumovaného piva častěji

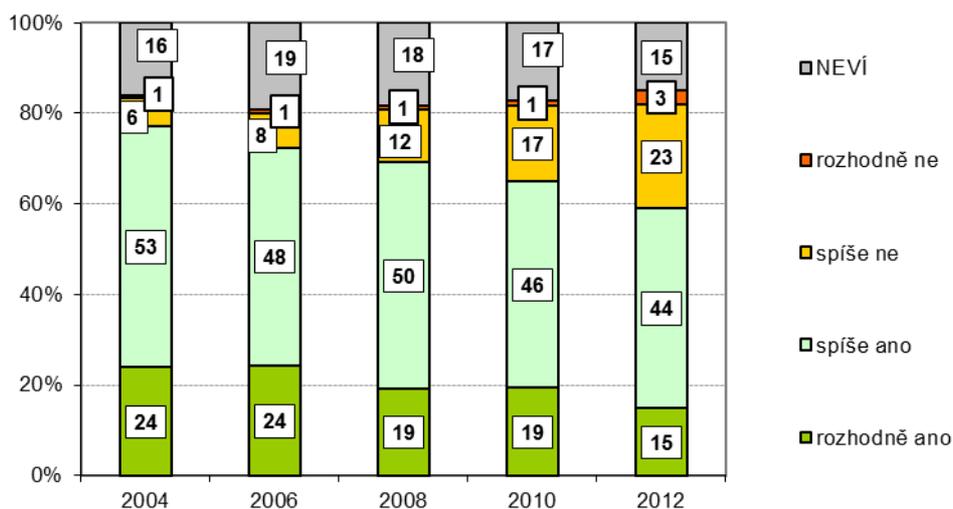
³ Znění otázky: OR.89 „Pociťujete Vy osobně hrdost nebo stud, když se dozvídáte, že se v České republice ze všech zemí vypije nejvíce piva na hlavu? Pociťujete rozhodně hrdost, spíše hrdost, tak trochu obojí, spíše stud, rozhodně stud, je Vám to jedno, anebo pociťujete něco jiného, co?“
Pozn.: Odpovědi „něco jiného“ byly ze zpracování vypuštěny kvůli jejich zanedbatelnému počtu (méně než 0,5 %).

vlastní stud. Pocit hrdosti také ubývá s růstem vzdělání a na jeho úkor nastupují smíšené pocity nebo přímo stud.

4. Budoucnost českého piva a pivovarnictví očima veřejnosti⁴

Pohled veřejnosti na budoucnost českého piva a pivovarnictví je dlouhodobě celkově optimistický, nicméně již lze pozorovat pozvolný nárůst méně příznivých očekávání. Většina obyvatel České republiky kupříkladu stále věří, že české pivovary prorazí v zahraničí. V roce 2012 jsou to přibližně tři pětiny (59 %) lidí ve věku od 18 let, přičemž k opaku se přiklání zhruba čtvrtina populace (26 %). Dlouhodobějšímu trendu mírného poklesu optimismu nasvědčují v této otázce jednak zvyšující se podíl lidí, kteří v průnik českých pivovarů do zahraničí nevěří (ze 7 % v roce 2004 na 26 % v roce 2012), a také úbytek takových, kteří jej naopak očekávají (ze 77 % na 59 %).

Graf 5. Názory české veřejnosti na to, zda některé české pivovary prorazí na zahraničních trzích



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2008, 09/2010, 09/2012.

V podobném duchu lze komentovat také výsledky otázky na obavy z toho, že by české pivo bylo z domácího trhu vytlačeno zahraničními značkami. Také zde celkově jednoznačně dominuje optimistický pohled (73 % v roce 2012), ovšem zároveň je patrné

⁴ Znění otázek: OR.93 „Co se podle vás stane s českým pivem a pivovarnictvím v následujících 10 letech? Myslíte, že

a) ceny piva porostou (rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne),

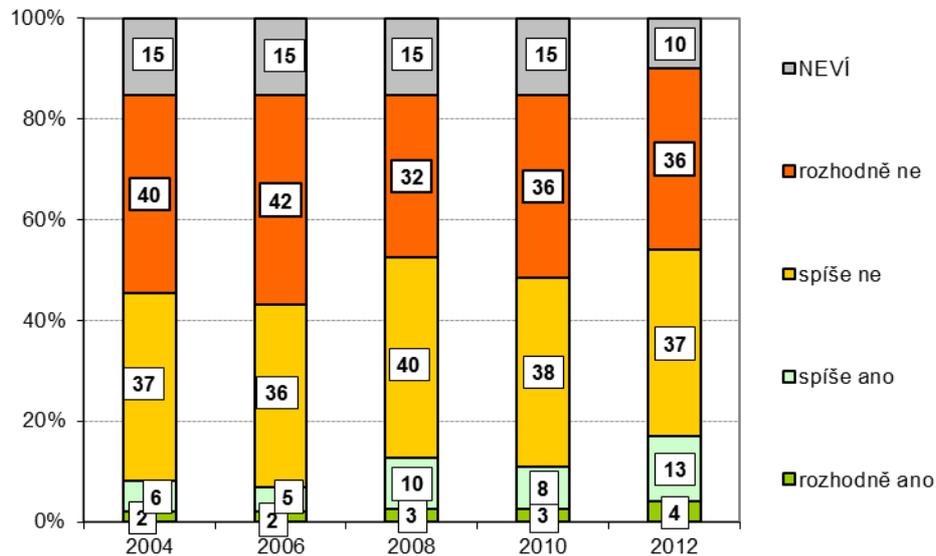
b) některé české pivovary prorazí na zahraničních trzích (rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne),

c) zanikne většina menších pivovarů (rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne),

d) české pivo bude z trhu vytlačeno zahraničními značkami? (rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne).“

posilování názoru opačného (17 % v roce 2012). Zajímavostí v jinak nepříliš výrazných rozdílech v postojích různých skupin obyvatelstva u této otázky je, že čím více lidé sami piva pijí, tím jistější postavení domácích pivovarů v konkurenci zahraničních očekávají.

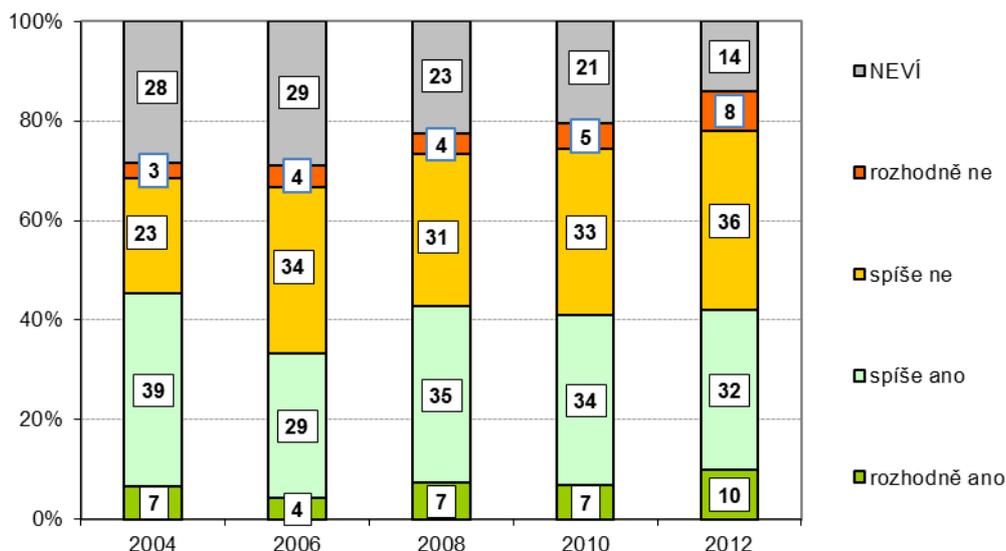
Graf 6. Názory české veřejnosti na to, zda české pivo bude z trhu vytlačeno zahraničními značkami



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., *Naše společnost* 09/2004, 09/2006, 09/2008, 09/2010, 09/2012.

Slabý náznak trendu lze sledovat i v otázce budoucnosti menších pivovarů, když čím dál více lidí se v této otázce dokáže vyjádřit a současně s tím posiluje podíl těch, kteří takové obavy nesdílejí. Fakt, že od roku 2006 se plynule snižuje podíl takových, kteří se k této otázce nedokázali vyslovit, stojí jistě za zmínku. Tuto skutečnost lze vysvětlit například tím, že téma malých pivovarů od té doby proniká stále častěji do obecnější známosti jednak s rozšiřující se nabídkou pivních stylů, jednak v návaznosti na rozvoj restauračních pivovarů a čeští obyvatelé tak mají více možností učinit si v této věci jasno.

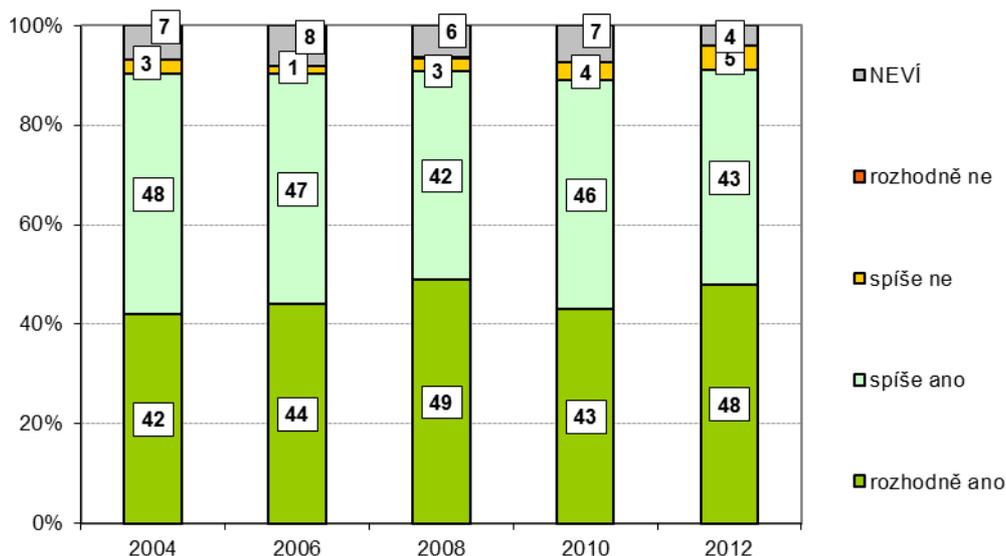
Graf 7. Názory české veřejnosti na to, zda zanikne většina menších pivovarů



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2008, 09/2010, 09/2012.

Prakticky stejná jako v předchozích letech jsou očekávání stran vývoje ceny, která je pro české pivo jedním z jeho významných atributů. S dalším růstem ceny piva i v roce 2012 počítá naprostá většina obyvatel České republiky, přičemž přibližně polovina je o dalším růstu dokonce přesvědčena rozhodně.

Graf 8. Názory české veřejnosti na to, zda porostou ceny piva



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 09/2004, 09/2006, 09/2008, 09/2010, 09/2012.