



**Centrum pro výzkum veřejného mínění
Sociologický ústav AV ČR**

Jilská 1, Praha 1

Tel./fax: 286 840 129

E-mail: jiri.vinopal@soc.cas.cz

Pivo v české společnosti v roce 2006

Technické parametry

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost 2006, v06-09</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>4. 9. – 11. 9. 2006</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>999</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Počet respondentů ve věku od 18 let:</i>	<i>898</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>21. listopadu 2006</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>

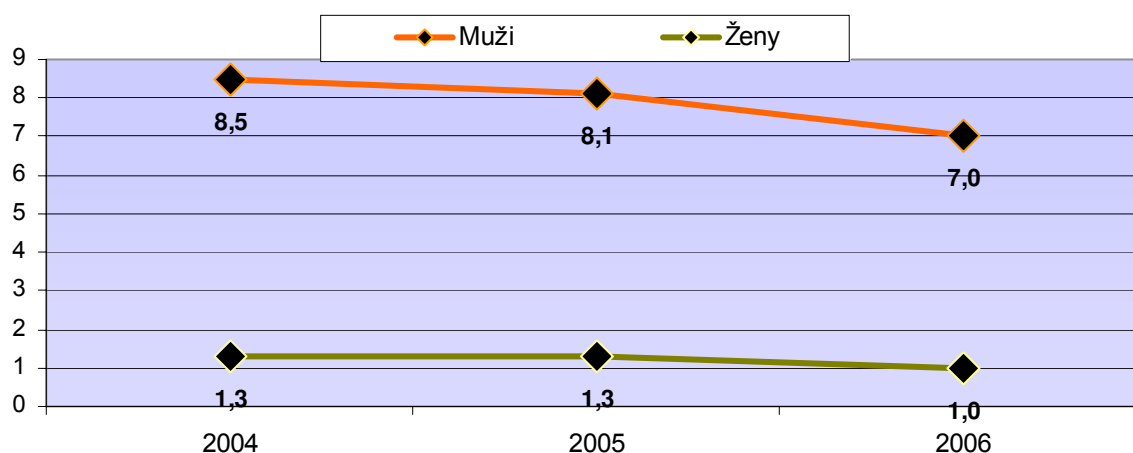
V září 2006 byly v rámci projektu kontinuálního sledování českého veřejného mínění Naše společnost, které provádí Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu Akademie věd ČR, zopakovány některé otázky, které byly v roce 2004 součástí výzkumného tématu Hospody a pivo v české společnosti.

Výsledky průzkumu poskytují jednak aktuální pohled na současný stav některých aspektů postavení piva a hospod v české společnosti, jednak díky opakování dotazů také orientační pohled na související otázky jejich vývoje.

Mezi nejvýraznější zjištění patří, že konzumace piva českými občany mírně klesá a vzorce spotřeby se pomalu dostávají do souvislosti s ekonomickým postavením konzumentů. Tyto trendy se mezi lety 2004 a 2006 projeví v mnoha konkrétních souvislostech, z nichž lze vyjmenovat například:

- zmenšení celkového podílu lidí, kteří podle svých slov alespoň někdy pijí pivo, a to zejména mezi ženami,
- pokles objemu konzumace piva českými občany, a to zejména muži,
- zmenšení podílu lidí, kteří si pivo nejraději objednají při návštěvě restauračního zařízení.

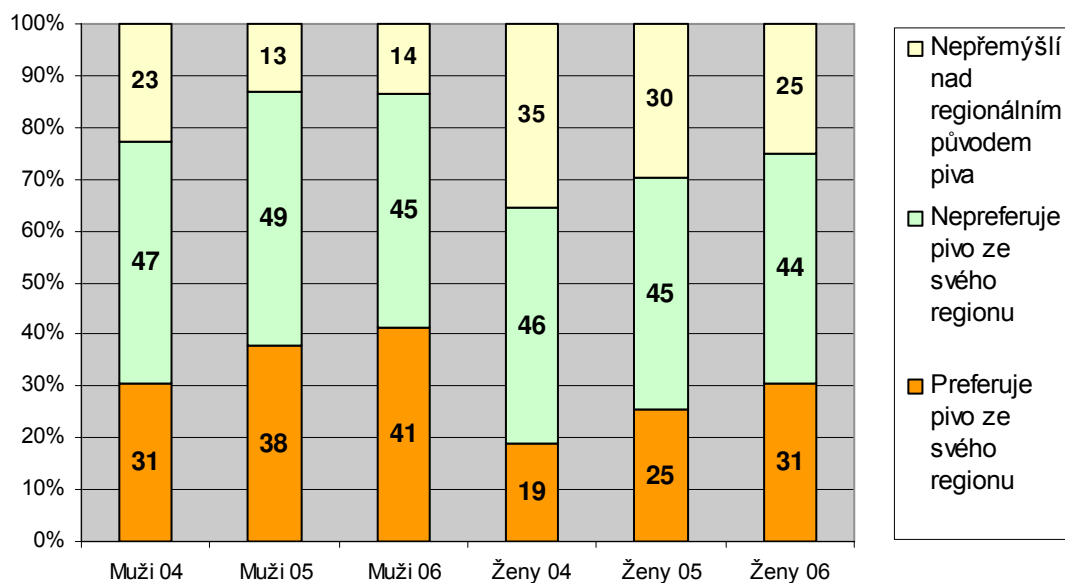
Graf 1: Průměrné množství piva konzumovaného týdně muži a ženami v letech 2004 -2006¹



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost 09/2004, 09/2005, 09/2006

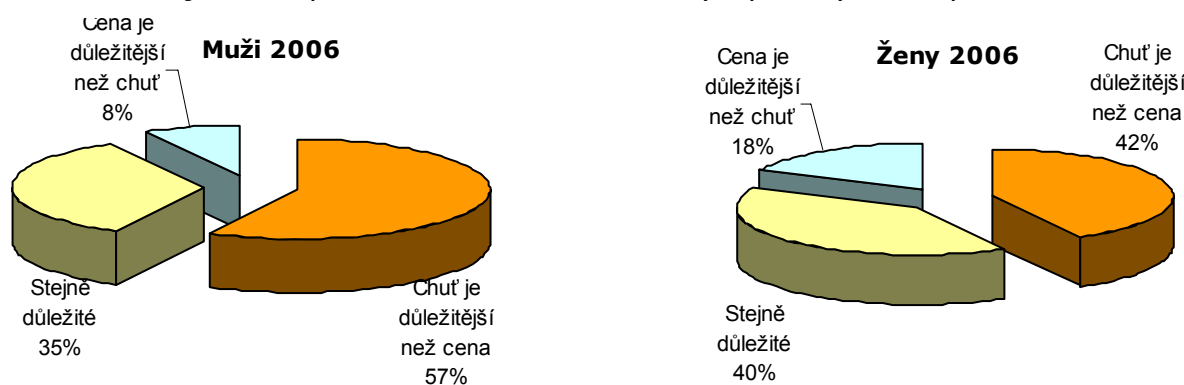
Na druhé straně se však objevují také signály o tom, že čeští konzumenti si začínají stále více vybírat mezi jednotlivými produkty. Mezi lety 2004 a 2006 mírně narostl podíl těch, kteří si vybírají pouze některé značky nebo pivovary, plynule narůstá také podíl takových, kteří záměrně preferují pivo z pivovarů, které působí v regionu jejich bydliště.

¹ Znění otázky: OR.95 „Jaké množství piva přibližně vypijete za týden? Kdybyste to přepočítal na půllitry, kolik by to tak průměrně bylo?“

Graf 2: Výběr piva vyrobeného v regionu v letech 2004-2006 u mužů a u žen.²

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost 09/2004, 09/2005, 09/2006

Jak je patrné z podrobnějších analýz výsledků výzkumu, za tendencemi ke snižování spotřeby i větší výběrovosti částečně stojí ekonomické aspekty. Ty však prozatím v českých podmínkách (s jejich absolutní i relativní cenou piva) nelze přeceňovat, o čemž mimo jiné svědčí také stále převládající přesvědčení konzumentů, že si své pivo vybírají spíše podle jeho chuti nežli ceny. Podstatný podíl na těchto procesech proto dosti pravděpodobně mají postupné proměny chování a postojů ve společnosti obecně a k českému pivu speciálně.

Graf 3: Vzájemné preference chuti a ceny při výběru piva v roce 2006.³

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost 09/2006

² Znění otázky: OR.103 „Preferujete značku/y, která/é se vyrábí v regionu, v němž bydlíte? Ano, ne, nepřemýšlíte o tom?“

³ Znění otázky: OR.104 „A jak velkou roli u Vás při výběru piva hraje jeho chuť a cena? Chuť: velkou, docela velkou, malou, žádnou. Cena: velkou, docela velkou, malou, žádnou.“