

## Tisková zpráva

### Pivo v české společnosti v roce 2018

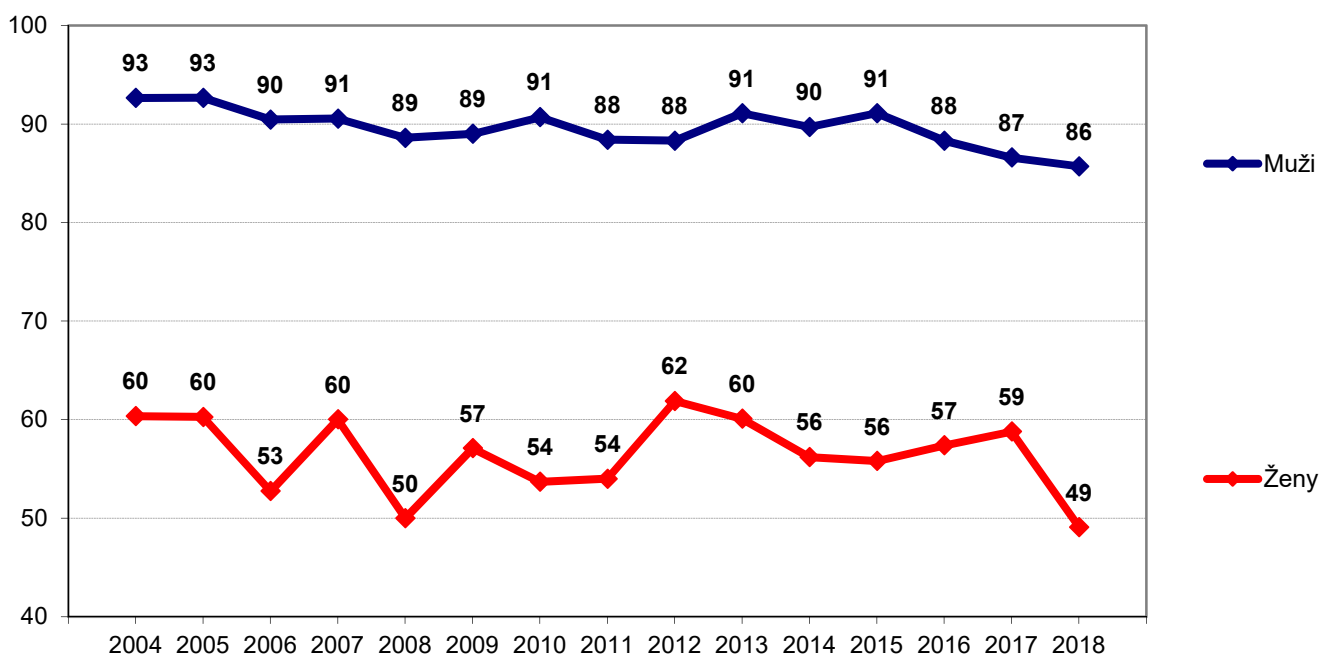
- ⊗ Alespoň někdy pilo pivo v roce 2018 v České republice 86 % mužů a 49 % žen.
- ⊗ Muži, kteří pivo pijí, si dají podle svých odhadů týdně v průměru přibližně sedm a půl půllitrů piva, ženy v průměru o něco více než dva a půl.
- ⊗ Muži, kteří pivo pijí, si jej dají v průměru triiapůlkrát týdně, ženy v průměru téměř dvakrát za týden.
- ⊗ Na české prvenství v konzumaci piva mají čeští občané smíšené názory.

Zpracoval:  
Jiří Vinopal  
Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.  
Tel.: 210 310 593



V září 2018 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 zpráva přináší základní výsledky o podílu konzumentů piva mezi dospělými obyvateli České republiky a o množství a frekvenci, s jakou pivo pijí. Zpráva si všímá také postavení piva nealkoholického a jeho vývoje v posledních letech. Analýzy jsou prováděny na souboru respondentů s dosaženým věkem minimálně 18 let a v některých sledovaných oblastech mapují trendy od roku 2004.

**Graf 1: Podíly konzumentů piva mezi muži a ženami (%)<sup>1</sup>**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost.

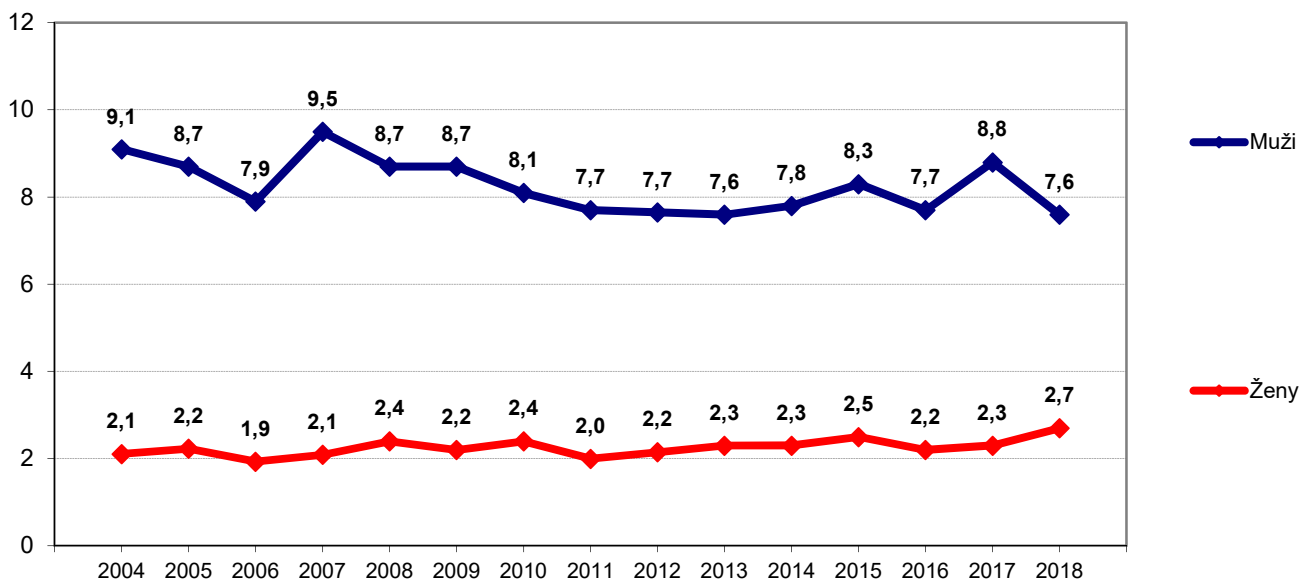
Letošní výsledky výzkumu přinášejí zajímavá zjištění v ukazateli, který se v posledních letech výrazně neproměňoval, totiž v podílu lidí, kteří alespoň někdy pijí pivo. Ten činil v září letošního roku 86 % mezi muži a 49 % mezi ženami.

<sup>1</sup> Otázka: „Pijete někdy pivo? (Ano – ne)“

Na první pohled patrný je především úbytek žen, které někdy pijí pivo, neboť jejich podíl se z roku na rok snížil o deset procentních bodů. Pokles je přitom o to překvapivější, že daný ukazatel měl v posledních letech, jakkoli pouze velmi mírně, tendenci narůstat. V první řadě je zde třeba upozornit, že podobný výkyv není za dobu provádění výzkumu ojedinělý, že k podobně velkým změnám u žen docházelo dokonce opakovaně mezi lety 2005 a 2009 nebo i později jednorázově mezi roky 2011 a 2012. Jistou zásluhu na velikosti výkyvů, které jsou u žen obecně častější a výraznější než u mužů, má samotná povaha výzkumu – ten má při dané velikosti výzkumného vzorku přece jen menší přesnost a velikost vychýlení je proto více ovlivněna čistě náhodou. Na základě poznatků nabytých díky dlouhodobé povaze zkoumání však tyto skutečnosti lze objasnit i ve věcné rovině. Jak bude ukázáno dále, za poklesem podílu žen alespoň někdy pijících pivo stojí především skupina těch, které jej pijí nejméně často, de facto spíše výjimečně. Je velice pravděpodobné, že v září letošního roku se při položení otázky mnoho z těchto žen rozhodlo uvést, že pivo nepijí vůbec. K tomu je přitom mohla vést jak skutečnost, že pivo opravdu přestaly pít úplně (resp. jej třeba vůbec nepily v poslední době), anebo také neochota takovou věc v rozhovoru uvést. Tento fakt je podpořen také skutečností, že k systematictějšímu poklesu konzumentek piva dochází v posledních letech speciálně mezi ženami s maturitním a vysokoškolským vzděláním. Jinými slovy se na daném poklesu podílejí jak fakt samotného úbytku žen konzumujících pivo, tak také společenské klima oslabující ochotu žen tuto skutečnost ve výzkumu sdělovat.

Poněkud jiný obrázek poskytují výsledky sledování tohoto ukazatele v případě mužů. U nich se dále potvrzuje trend, jakkoli opět velice pozvolného, úbytku takových, kteří alespoň někdy pijí pivo. Jejich podíl se od roku 2015 plynule snižuje z 91 % na současných 86 %. Ani zde nejde o jev úplně nový, podobný pokles bylo možné sledovat již mezi lety 2005 a 2008; nicméně je fakt, že ten současný posouvá podíl konzumentů mezi muži opět o pár procentních bodů níže. U mužů přitom tento posun není tak viditelně jako u žen spojen s lavírováním svátečních konzumentů mezi tím, kdy uvedou, že pivo pijí, a kdy, že nikoli. V jejich případě jde o celkové dlouhodobější systematické trendy, které jsou pouze v určitých obdobích trochu výraznější v některých skupinách. Konkrétně v posledních letech za úbytkem konzumentů stojí všechny vzdělanostní skupiny mužů s výjimkou těch se základním vzděláním, z hlediska věku pak všechny skupiny s výjimkou nejmladších mezi 18 29 lety.

**Graf 2: Průměrné množství piva konzumovaného týdně muži a ženami (v půllitrech)<sup>2</sup>**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost.

Vedle toho, zda člověk pivo pije, je dalším významným ukazatelem spotřebních vzorců také objem konzumace. Ten má smysl sledovat u těch, kteří pivo někdy pijí, a v našem případě to bylo realizováno prostřednictvím dotazu na průměrný počet půllitrů za týden.<sup>3</sup> Jak je patrné z grafu 2, hodnota spotřeby mužů se po loňském výkyvu směrem

<sup>2</sup> Otázka: „Jaké množství piva přibližně vypijete za týden? Kdybyste to přepočítal na půllitry, kolik by to tak průměrně bylo?“

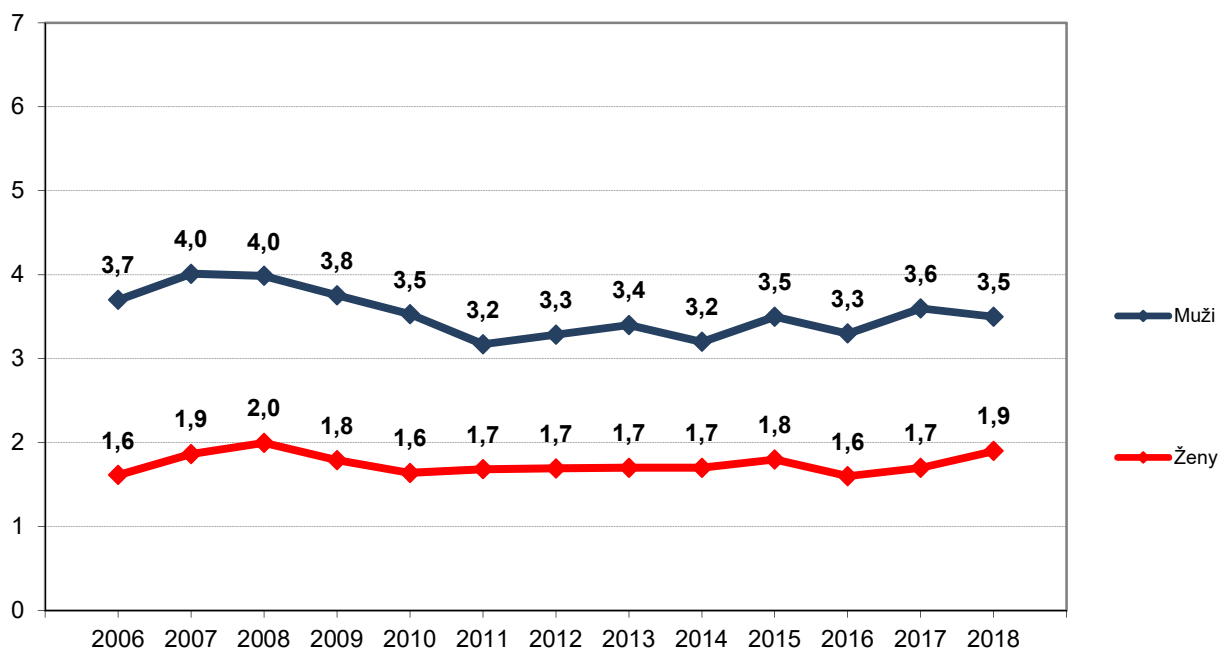
<sup>3</sup> V takto koncipované analýze nejde o odhad průměrné spotřeby populace, nýbrž o sledování trendu v množství a způsobech konzumace piva u těch, kteří jej pijí.

nahoru v letošním roce vrátila pod osm půllitrů piva (7,6), které vypijí během týdne. Naopak u žen počet sklenic z loňských 2,3 narostl na hodnotu 2,7 za týden.

Snadno vysvětlitelné je zvýšení hodnoty u žen. Jedná se totiž o důsledek skutečnosti popsané výše, čili snížení množství takových, které podle svých slov alespoň někdy pijí pivo. Tyto ženy, sváteční pijačky piva, totiž průměrnou hodnotu spotřeby přirozeně snižují (pijí piva nejméně ze všech). Pakliže v letošním roce tyto ženy z výpočtu průměrné spotřeby vypadávají, neboť prohlásily, že pivo nepijí vůbec, je průměrná hodnota vypočítávána pouze z těch, které mají spotřebu vyšší. Ve skutečnosti tedy za poslední rok nemuselo nutně dojít k reálnému zvýšení spotřeby piva ženami, zvýšení průměrné hodnoty zjištěné výzkumem je způsobeno především výpadkem takových žen, které pijí piva vůbec nejméně.

Podobně, jako se viditelný nárůst v loňském roce oproti hodnotám dřívějších let objevil univerzálně ve všech věkových i vzdělanostních skupinách mužů, tak se napříč všemi základními sociodemografickými kategoriemi projevuje i letošní pokles deklarované spotřeby. Jak jsme tedy předpokládali při loňském navýšení ukazatele, spíše než o změnu v konzumačních vzorcích některých skupin se jednalo o nahodilé zakolísání měření způsobené širšími společenskými událostmi, specifickým kontextem výzkumu, anebo jednoduše náhodnou výchylnou měření. Pokud kolísání časové řady naměřených ukazatelů vyhladíme například zprůměrováním hodnot za sousední tři roky, projeví se realitě spíše bližší skutečnost, že v posledních deseti letech se mezi muži, kteří alespoň někdy pivo pijí, průměrný počet pohybuje v blízkosti hodnoty osm půllitrů vypitých v průběhu týdne.

**Graf 3: Frekvence konzumace piva u mužů a žen (průměrný počet dnů v týdnu, kdy si dají pivo)<sup>4</sup>**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost.

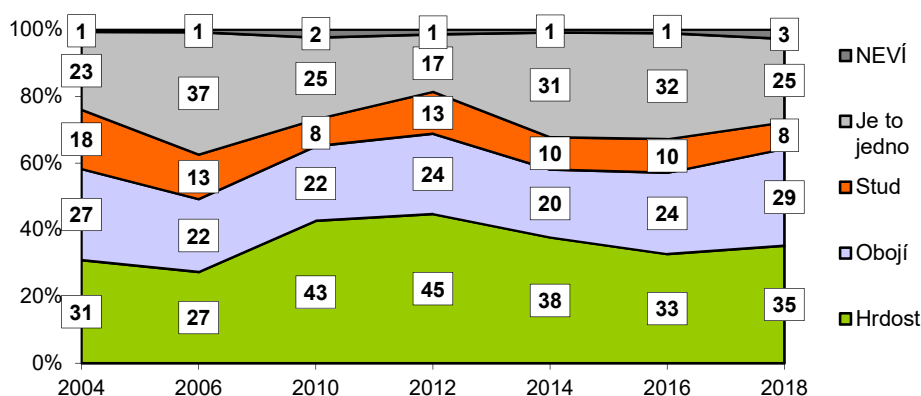
Frekvence konzumace je ukazatel, který napovídá, zda je nápoj běžným nebo spíše svátečním pitím. Její vývoj u mužů i u žen ukazoval mezi lety 2008 až 2011 klesající trend počtu dní v týdnu, kdy si dají pivo; od roku 2012 však již vývoj tímto směrem dále systematicky nepokračuje. Pro tento rok tedy platí, že průměrný počet dnů v týdnu, ve kterých si konzumenti dají pivo, jsou tři a půl dne u mužů a téměř dva dny v týdnu u žen. Současně lze výsledky vyjádřit i tak, že alespoň dvakrát týdně si pivo dá 74 % mužů a 45 % žen (z těch, kteří pivo vůbec někdy pijí).

<sup>4</sup> Otázka: „Jak často běžně pivo pijete? Teď nezáleží na množství, zajímá nás, v kolika dnech v týdnu průměrně se nějakého piva napijete.“

Důležité je i zde upozornit na fakt, že u žen je přinejmenším z části vzestup hodnoty způsoben již komentovanou skutečností, že v letošním roce se znatelně „vyprázdnila“ skupina žen pijící pivo nejméně často. Průměrná hodnota je tudíž složena z odpovědí takových, které pivo pijí častěji a matematicky se tak posunula výše, i když k reálné změně frekvence pití piva u těchto žen dojít nemuselo.

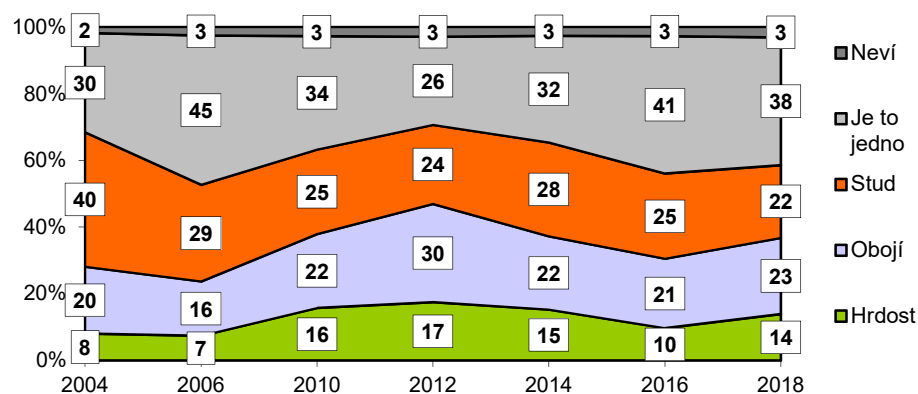
V počtu dní se vzájemně nijak významně neodlišují jednotlivé základní sociodemografické skupiny; dlouhodobě se pouze ukazuje, že nejstarší věková kategorie pije pivo o něco častěji než ostatní, její průměr překračuje čtyři dny u mužů a dva dny v týdnu u žen. Specificky se v posledních letech vyvíjí skupina nejmladších mužů (18 – 29), u nichž se průměr dlouhodobě udržuje na nebo těsně pod hranici tří dnů v týdnu, přičemž letos se již přiblížil ke dvěma (2,3).

**Graf 4: Postoj ke spotřebě piva v České republice – MUŽI<sup>5</sup>**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost.

**Graf 4: Postoj ke spotřebě piva v České republice – ŽENY<sup>6</sup>**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost.

I přes různé výkyvy a celkově mírně klesající trendy v nedávných letech jsou obyvatelé České republiky dlouhodobě na špičce celosvětového žebříčku konzumace piva. Jak opakovaně zjišťujeme ve výzkumu, tento fakt ovšem jimi samotnými není nutně přijímán jako něco, čím by se měli chlubit. Hrdost na toto prvenství v roce 2018 vyjadřuje 35 % mužů a 14 % žen. Naopak stud je při zmínce o českém prvenství v konzumaci piva hlavním pocitem pro 22 % žen a 8 % mužů. Ostatní mají v této souvislosti smíšené pocity (29 % mužů a 23 % žen) a co je také důležité, čtvrtině mužů (25 %) a téměř dvěma z pěti žen (38 %) je tato záležitost takřkajíc jedno. Z hlediska vývoje je patrné, že mezi lety 2004 a 2012 mírně narůstaly pocity hrdosti, které následně do roku 2016 opět poklesly a od té doby se drží na

<sup>5</sup> Znění otázky: „Pocítujete Vy osobně hrdost nebo stud, když se dozvídáte, že se v České republice ze všech zemí vypije nejvíce piva na hlavu? Pocítujete rozhodně hrdost, spíše hrdost, tak trochu obojí, spíše stud, rozhodně stud, je Vám to jedno?“

<sup>6</sup> Znění otázky: „Pocítujete Vy osobně hrdost nebo stud, když se dozvídáte, že se v České republice ze všech zemí vypije nejvíce piva na hlavu? Pocítujete rozhodně hrdost, spíše hrdost, tak trochu obojí, spíše stud, rozhodně stud, je Vám to jedno?“

srovnatelné hladině. Zajímavé je, že kategorií, která se v průběhu let u mužů i u žen proměňuje nejvíce, je nezáměr o tuto záležitost; u žen pak i skupina, v níž nalézáme ty, které vyjadřují smíšené pocity.

Je zřejmé, že ženy mají k českému prvenství výrazně kritičtější vztah než muži. Dále se však pocity vůči faktu vysoké spotřeby piva vcelku pochopitelně odvíjí především od skutečnosti, kolik piva člověk sám konzumuje. Konkrétně pro muže i ženy platí, že s množstvím konzumovaného piva narůstají pocity hrdosti a ubývá pocitů studu. Dá se přitom vysledovat zajímavá hranice mezi lidmi, kteří pijí pivo vcelku pravidelně (více než 2 piva za týden) a lidmi, kteří jej pijí méně nebo vůbec. V první řadě je mužům i ženám pod touto hranicí české prvenství takřkajíc jedno; ženy nad touto hranicí méně často deklarují v této souvislosti pocity studu, častěji pocity smíšené nebo přímo hrdosti.

Z hlediska věku lze vysledovat, že pocity hrdosti jsou méně časté ve vyšších věkových skupinách, ve kterých naopak narůstají smíšené pocity (u mužů) nebo pocity studu (u žen). Podobně hrdost i stud na české prvenství v konzumaci piva slábnou a sílí v souvislosti se vzděláním. Shodně u mužů i u žen totiž platí, že s růstem vzdělání posiluje pocit studu či alespoň smíšené pocity a pocit hrdosti slábne.

---

## Technické parametry výzkumu

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost, v18-09</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>Termín terénního šetření:</i>	<i>8. - 20. 9. 2018</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>1037</i>
<i>Počet tazatelů:</i>	<i>239</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem - kombinace dotazování CAPI a PAPI</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Otázky:</i>	<i>OR.94, OR.95, OR.96, OR.89</i>
<i>Kód zprávy:</i>	<i>OR181113a</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>13. listopadu 2018</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Jiří Vinopal</i>

---

## Slovníček pojmů:

Kvótní výběr – napodobuje strukturu základního souboru (u nás je to obyvatelstvo České republiky starší 15 let) pomocí nastavení velikosti vybraných parametrů, tzv. kvót. Jinými slovy kvótní výběr je založen na stejném procentuálním zastoupení vybraných vlastností. Pro tvorbu kvót používáme údaje z Českého statistického úřadu. V našich výzkumech jsou stanoveny kvóty na pohlaví, věk, vzdělání, region a velikost obce. Vzorek je tedy vybrán tak, aby procentuální podíl např. mužů a žen ve vzorku odpovídal procentuálnímu podílu mužů a žen v každém kraji ČR. Podobně je zachován procentuální podíl obyvatel jednotlivých krajů ČR, občanů různých věkových kategorií, lidí s různým stupněm dosaženého vzdělání a z různých velkých obcí.

Reprezentativní výběr je takový výběr z celé populace, z jehož vlastností se dá platně usuzovat na vlastnosti celé populace. V našem případě to tedy znamená, že respondenti jsou vybráni tak, abychom zjištěné údaje mohli zobecnit na obyvatele České republiky starší 15 let.

---

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) je výzkumným oddělením Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Jeho historie sahá do roku 1946, kdy jako součást Ministerstva informací začal fungovat Československý ústav pro výzkum veřejného mínění. Současné Centrum vzniklo v roce 2001 převedením svého předchůdce (IVVM) z Českého statistického úřadu do Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.. Včlenění do vědecké instituce zaručuje kvalitní odborné zázemí a kredit pracoviště; jako součást akademického prostředí musí CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., splňovat veškeré nároky a dosahovat tak té nejvyšší odborné úrovně. Hlavní náplní práce oddělení je výzkumný projekt Naše společnost, v jehož rámci je prováděno deset šetření ročně. Jedná se o průzkum veřejného mínění na reprezentativním vzorku české populace od 15 let, kterého se vždy účastní přibližně 1000 respondentů. Omnibusová podoba dotazníku umožňuje pokrýt velkou šíři námětů, a do šetření jsou proto pravidelně řazena politická, ekonomická i další obecně společenská témata. Jsou využívány jak opakované otázky, které umožňují sledovat vývoj zkoumaných jevů, tak náměty nové, reagující na aktuální dění. Díky dlouhodobému a kontinuálnímu charakteru je tento vědecký projekt zkoumání veřejného mínění v České republice ojedinělý. |