



**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

## Názory veřejnosti na české pivo a pivovarnictví

### Technické parametry

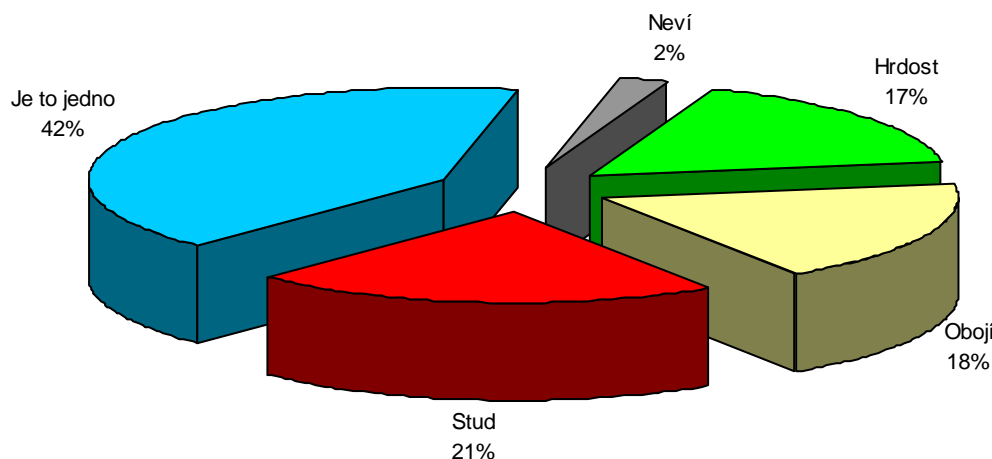
<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost 2006, v06-09</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>4. 9. – 11. 9. 2006</i>
<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 CVVM SOÚ AV ČR zopakovalo některé otázky s tematikou piva, které byly v roce 2004 součástí výzkumného tématu Hospody a pivo v české společnosti.

## Postoj ke spotřebě piva v České republice

Češi jsou dlouhodobě na špičce žebříčku konzumace piva, tento fakt ovšem není jimi samotnými přijímán jako něco, čím by se měli příliš chlubit. Hrdost na takové prvenství totiž vyjadřuje v roce 2006 pouze 17 % obyvatel ČR, zatímco 21 % lidí pociťuje při podobných zprávách stud. Dalších 18 % lidí má ambivalentní pocity a dvěma pětina je to jedno.

Graf 1. Postoj k vysoké spotřebě piva v České republice<sup>1</sup>



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

Z hlediska vývoje je zajímavé, že klesají jak podíly lidí, kteří se za to stydí, kteří pociťují hrdost, i těch, kteří pociťují obojí. Naopak roste podíl takových, kterým jsou tyto zprávy jedno.

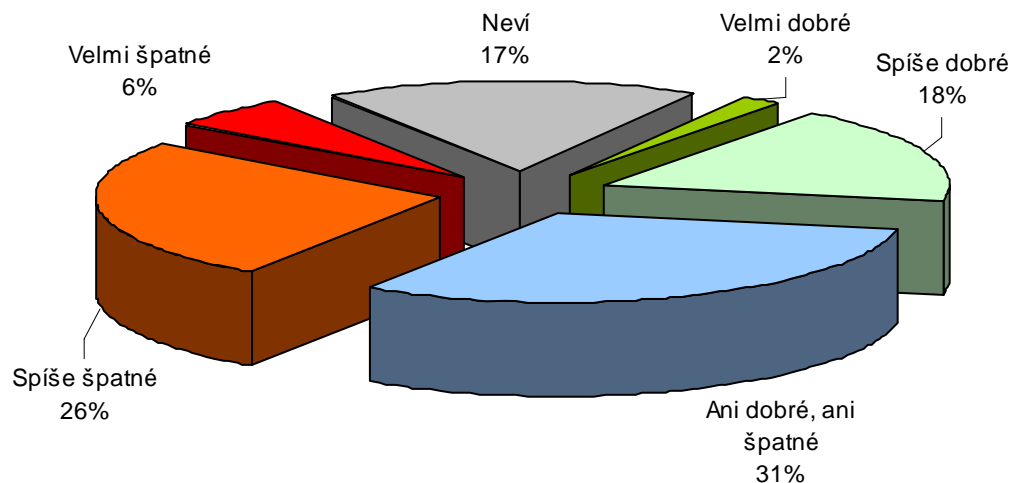
Pocity vůči faktu vysoké spotřeby piva se vcelku pochopitelně odvíjí především od skutečnosti, kolik piva sám člověk konzumuje. Čím více jej pije, tím spíše bude na vysokou konzumaci hrdý, naopak čím menší je jeho vlastní konzumace, tím spíše bude pociťovat stud. V případě věku nebo vzdělání jsou rozdíly jen nevýrazné: se vzrůstajícím věkem jsou lidé mírně kritičtější, mladší jsou častěji hrdí; hrdost pociťují o trochu častěji lidé s nižším vzděláním, vzdělanějším je to ve větší míře jedno nebo mají ambivalentní pocity.

<sup>1</sup> 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?“

## Dovoz zahraničních značek

V roce 2006 největší podíl (37 %) konzumentů piva neschvaluje dovoz zahraničních značek piva na český trh, že je to dobré si myslí jen jedna čtvrtina (23 %). Výsledky se přitom vzhledem k předchozím letům nijak zásadně nezměnily.

Graf 2. Postoj k dovozu zahraničních značek piva do České republiky<sup>2</sup>



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

Negativní postoj k dovozu zahraničních značek přitom není způsoben obavami, že by tyto značky vytlačily domácí z trhu. Spíše jej lze přičítat klasickému obrazu českého piva jako „českého národního nápoje“ a „nejlepšího piva na světě,“ které přece není třeba doplňovat cizozemskými produkty. Za špatné považují lidé dovoz tím více, čím více piva sami konzumují a také čím více si mezi produkty na trhu vybírají ať už podle značky nebo podle regionu.

## Budoucnost

Pohled české veřejnosti směrem do budoucnosti piva a pivovarnictví v české kotlině je více než optimistický. Většina Čechů věří, že české pivovary prorazí v zahraničí (72 %), a neobává se toho, že bude české pivo vytlačeno z domácího trhu (76 %). Jen malý podíl (32 %), a navíc menší než v dřívějších letech, se obává zániku malých pivovarů. Za pesimistický náhled by šlo považovat snad jen

<sup>2</sup> Znění otázky: OR.90 „Jaký je Váš postoj k dovozu zahraničních značek piv na český trh? Je to, že se k nám zahraniční piva dovážejí, podle Vás velmi dobré, spíše dobré, ani dobré ani špatné, spíše špatné, nebo velmi špatné?“

přesvědčení o růstu cen piva (90 %), na druhou stranu však i toto může být z určitého hlediska příznivým signálem zejména pro výrobce zlatavého moku.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> 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)“