

Pivní mixy v kontextu české pivní kultury 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 rámci výzkumného projektu Pivo v české společnosti probíhajícího od roku 2004 zařadilo v září 2013 CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., do svého šetření opakovaně také otázky týkající se míchaných nápojů na bázi piva, tedy tzv. pivních mixů.¹ V této tiskové zprávě jsou představeny základní údaje o jejich konzumaci obyvateli České republiky i o

¹ Označením „pivní mix“ atp. respektujeme úzus Českého svazu pivovarů a sladoven. Ještě ve výstupech předchozí vlny projektu byl tento typ nápojů pojmenován v souladu s obecně zažitým označením jako „radler“.

postojích, jaké k nim veřejnost zaujímá ve srovnání s postoji k běžnému pivu. Analýzy jsou prováděny na souboru respondentů starších 18 let.

Pivní mixy, tj. nápoje smíchané z piva a ovocných šťáv, se na českém trhu poprvé výrazněji prosadily v průběhu loňského léta, a jak se zdá, své místo si na něm našly. Z toho důvodu se k nim opět po roce vrací i projekt Pivo v české společnosti. Vedle toho, zda lidé tento nápoj pijí, byly opakovaně zjišťovány také názory na jeho roli na trhu, a to přirozeně zejména v souvislosti s pivem jako jeho klíčovou složkou a s pivovary jako jeho producenty.

Jak ukazují výsledky letošního průzkumu, vnímání pivních mixů českou veřejností se v průběhu roku viditelně proměnilo (viditelně zejména s ohledem na jinak dlouhodobě velmi stabilní oblast postojů k pivu jako takovému). Meziroční srovnání proto lze shrnout kontrastně na pozadí závěrů předchozího průzkumu. Ty komentovaly stav před rokem tak, že „česká veřejnost se ze strany radleru neobává ohrožení tradičního českého piva“, a že „Tento postoj lze vysvětlit jednak tím, že radlery za pivo většinou ani nepovažuje, jednak převažujícím postojem, že jde o dočasnou módní záležitost.“ Jak ale ukazují letošní výsledky, situace se vyvíjí a tak, jako se pivní mixy pevněji usazují na trhu, usazují se i v postojích veřejnosti. To se projevuje zejména tím, že v jejich očích pomalu nabývají statutu piva, oslabuje jejich vnímání jakožto pouze módní záležitosti a naopak, zřejmě v souvislosti s obojím právě uvedeným, sílí pocit ohrožení tradičního českého piva právě ze strany pivních mixů. Zároveň ovšem i nadále ve stejné míře platí, že čeští konzumenti je v naprosté většině vítají jako dobrý způsob rozšíření standardní nabídky pivovarů. Věnujme se však nyní jednotlivým oblastem podrobněji.

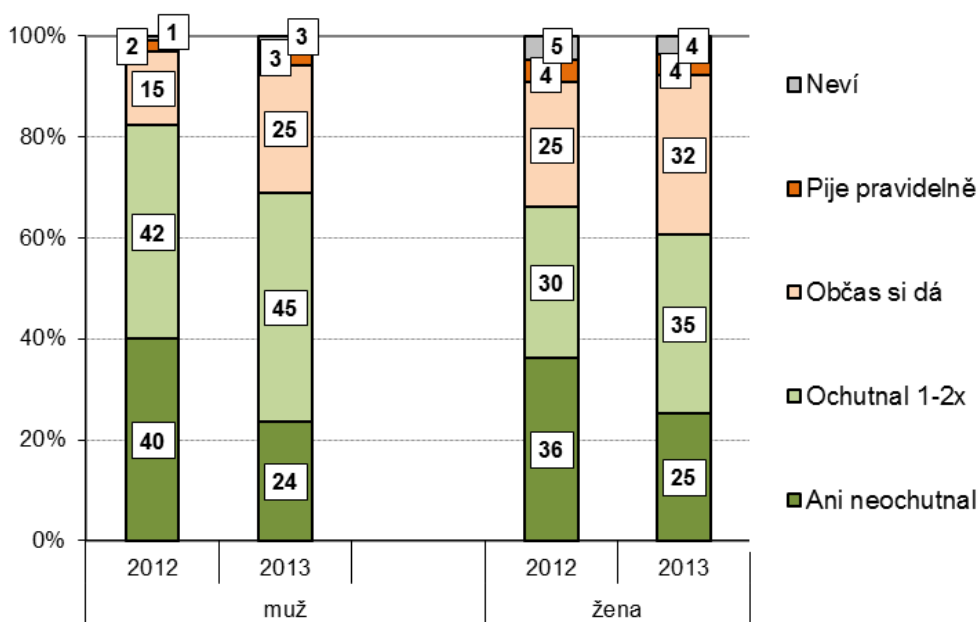
1. Konzumace pivních mixů²

Některý z pivních mixů již ochutnala většina dospělých Čechů a Češek, konkrétně tak učinilo 73 % mužů a 71 % žen ve věku 18 let a více. Je přitom přirozené, že podíly těch, kteří prozatím ani neochutnali, se oproti loňskému roku snížily. Jak je patrné z následujícího grafu, například mezi muži meziročně ovšem nijak výrazně nenarostl podíl těch, kteří pivní mix jen jednou, dvakrát ochutnali, nýbrž mnohem více podíl občasných konzumentů. Je tedy zřejmé, že část mužů se přesunula ze skupiny náhodných do skupiny občasných konzumentů pivních mixů. U žen přitom posílily podobným způsobem

² Znění otázky: OR.258 „V letošním roce se na našem trhu objevila řada nápojů vyrobených z piva a různě ochucených limonád. Ochutnal jste některé z nich? Ne, neochutnal jste je, ano, asi jednou nebo dvakrát jste je ochutnal, ano, občas si nějaký takový nápoj dáte, ano, pijete je vcelku pravidelně.“

obě kategorie. Nadále ovšem zůstává v platnosti, že pravidelných konzumentů mají pivní mixy mezi muži i ženami naprosté minimum.

Graf 1. Pití pivních mixů



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 9/20012, 09/2013.

Nepříliš překvapivě se pití pivních mixů týká především mladších věkových skupin mužů i žen. Souhrnně řečeno, s růstem věku přibývá lidí, kteří tyto nápoje ani neochutnali a ubývá takových, kteří si je občas dávají. Ze stovky mužů ve věku 18-29 let pivní mix dosud neochutnali pouze čtyři jedinci, v nejstarší skupině nad 60 let je takových téměř polovina (45 %). Naopak v nejmladší skupině mužů téměř polovina (44 %) pije pivní mixy občas, v nejstarší jen desetina (10 %). Mezi ženami nejsou rozdíly tak výrazné, nicméně i tak v nejmladší skupině pivní mix neochutnala přibližně jedna pětina žen (18 %), zatímco v nejstarší dvě pětiny (42 %); a současně mezi mladšími ženami ve věku 18 – 44 let pije pivní mix občas 38 % žen, v nejstarší pouze 20 %.

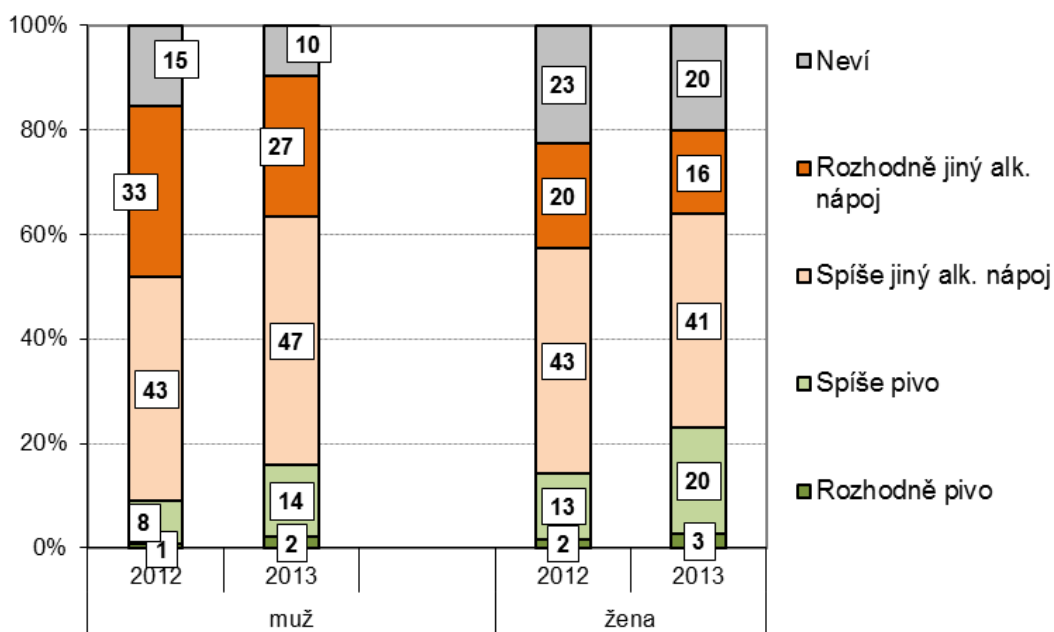
Pití pivních mixů nesouvisí nijak systematicky se vzděláním nebo ekonomickou situací, částečnou souvislost lze ovšem vysledovat s tím, kolik člověk pije tradičního piva. A zajímavé také je, že přijímání pivních mixů ze strany mužů a žen se nahlíženo touto optikou liší. Pro ženy poměrně zřetelně platí, že čím pijí více piva, tím častěji pijí také pivní mixy. U mužů výsledky letošního průzkumu naznačují vzorec opačný, totiž že čím více piva muž pije, tím méně často si dá pivní mix. Důležité přitom je, že množství piva nesouvisí s tím, zda muži pivní mix ochutnali; podíl těch, kteří tak vůbec nečinili, je ve všech skupinách podle množství konzumace poměrně vyrovnaný. Nicméně mezi muži, kteří pijí do sedmi piv týdně, je třetina (33 %) takových, kteří si dávají pivní mix občas, zatímco mezi muži, kteří pijí piva více, si pivní mix občas dává jen 17 %. Mezi těmito

muži je naopak větší skupina takových, kteří pivní mix pouze ochutnali, nepřesunuli se však zřejmě do kategorie jeho občasných konzumentů.

2. Pivo nebo zvláštní nápoj?³

Jak bylo naznačeno, pivní mixy se v očích českých konzumentů posouvají ke statutu piva. To alespoň naznačují výsledky letos znovu položené otázky na to, zda lidé považují pivní mixy za druh piva, anebo za jiný alkoholický nápoj. Ačkoli je jasné, že pivní mixy za pivo dominantně považovány nejsou a že jednoznačně převažujícím stanoviskem je naopak jejich vnímání jakožto svébytného druhu alkoholického nápoje, meziroční srovnání ukazuje, že skupina mužů i žen, kteří jsou ochotni mixům statut piva přiznat, mírně narostla, a že naopak se zmenšila skupina takových, kteří je s rozhodností vnímají jako jiný, samostatný druh alkoholického nápoje.

Graf 2. Vnímání pivních mixů jako piva a jako zvláštního alkoholického nápoje



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 9/20012, 09/2013.

Zajímavě vysoký podíl odpovědí „nevím“ jde v této situaci na vrub zejména těm, kteří pivní mix prozatím neochutnali, ačkoli i mezi nimi, pokud už k těmto nápojům zaujmají postoj, jednoznačně převažuje hodnocení, že jde o specifický druh, nikoli pivo. Analýza vnímání mixů podle míry jejich konzumace také dále ukazuje, že čím častěji nebo běžněji je pijí muži, tím spíše je vnímají jako pivo (mezi těmi, kteří pouze ochutnali,

³ Znění otázky: OR.259 „Považujete Vy osobně tyto nápoje spíše za pivo nebo spíše za zvláštní druh alkoholického nápoje? Rozhodně za pivo, spíše za pivo, spíše za zvláštní druh alkoholického nápoje, rozhodně za zvláštní druh alkoholického nápoje.“

vidí mix jako pivo 15 % a rozhodně jako jiný nápoj 30 % z nich, občasní konzumenti vnímají mixy jako pivo ve 28 % a jako rozhodně jiný nápoj jen ve 12 %). Mezi ženami, na rozdíl od mužů, vnímání pivních mixů prakticky nesouvisí s tím, jak často je reálně pijí.

V souladu s těmito zjištěními je také skutečnost, že u mužů s věkem sílí tendence chápat pivní mixy jako specifický druh alkoholického nápoje a naopak slábne jejich vnímání jakožto piva.

Jak se zdá, od loňského roku tedy vykrytalizovaly u mužů postoje k pivním mixům vzhledem k jejich konzumaci tradičního piva. Nyní již vcelku systematicky a pochopitelně platí, že s rostoucím množstvím tradičního piva konzumovaného muži posiluje jejich vnímání pivních mixů jako svébytného nápoje a současně slábne jejich přijímání jako piva. (V roce 2012 ještě platilo, že s rostoucí mírou konzumace piva posilovaly oba postoje: na jedné straně vnímání mixů jako svébytného nápoje, současně však i jeho chápání jakožto piva.)

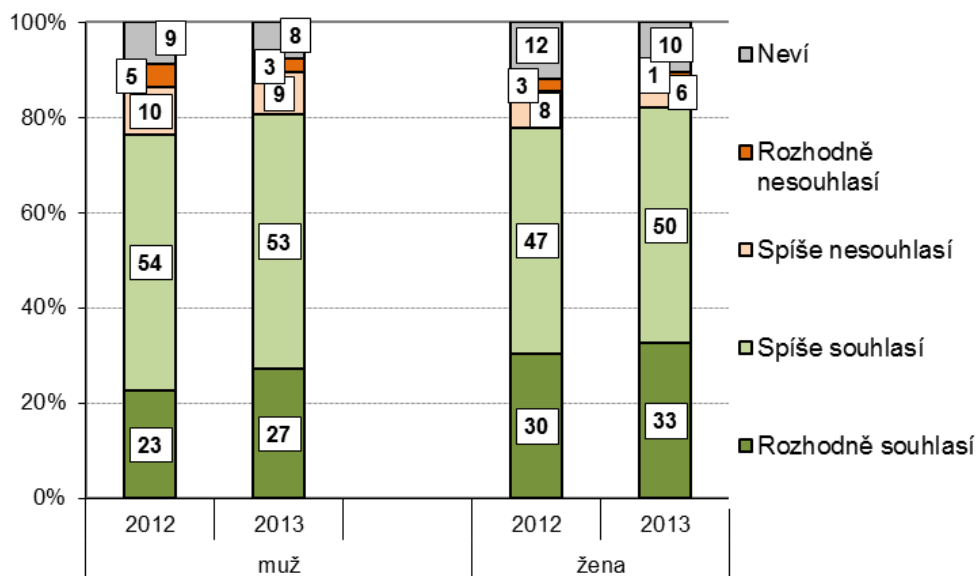
3. Vnímání pozice pivních mixů na českém trhu⁴

Čeští obyvatelé vnímají přítomnost mixů na trhu většinou pozitivně jako dobrý způsob rozšíření nabídky pivovarů. Situaci tak shodně hodnotí čtyři pětiny mužů i žen (80 % mužů a 83 % žen), přičemž mezi loňským a letošním průzkumem nedošlo v této otázce k výraznějšímu posunu. Souhlasné stanovisko mírně slábne s rostoucím věkem, posiluje naopak vcelku pochopitelně s tím, čím častěji lidé pivní mixy pijí. Z hlediska míry konzumace běžného piva se ukazuje, že mezi muži i ženami s jeho vyšší spotřebou je o něco více takových, kteří pivní mixy za dobré rozšíření nabídky pivovarů nepovažují.

⁴ Znění otázky: OR.260 „Do jaké míry souhlasíte s následujícími výroky o nápojích vyrobených z piva a různě ochucených limonád? (rozhodně souhlasí, spíše souhlasí, spíše nesouhlasí, rozhodně nesouhlasí)

- a) Těmito nápoji pivovary dobře rozšiřují nabídku na trhu.
- b) Tyto nápoje jsou ohrožením pro tradiční české pivo.
- c) Tyto nápoje jsou jen dočasnou módní záležitostí.“

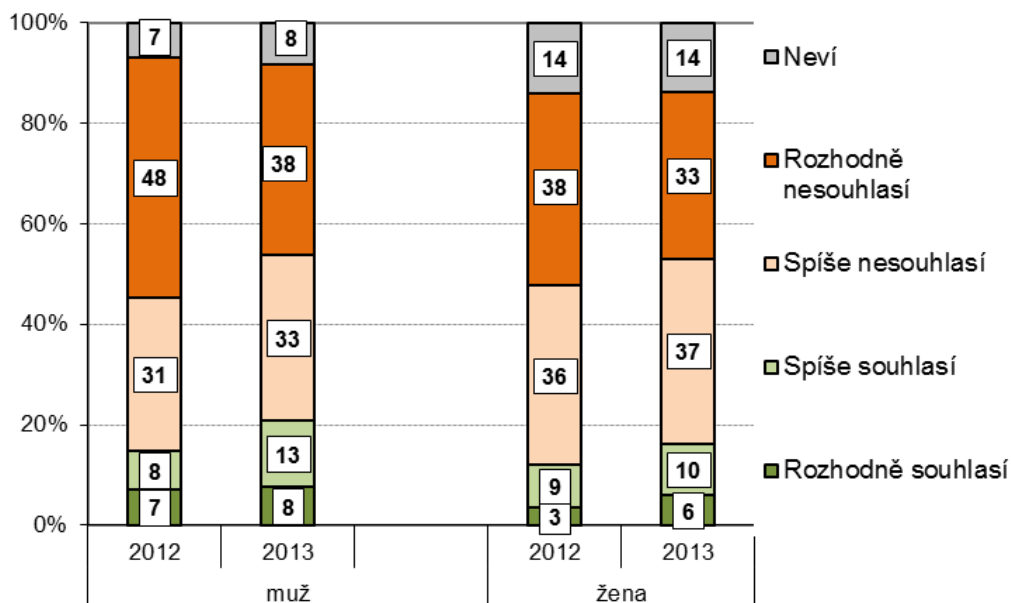
Graf 3. Souhlas s výrokem: „Těmito nápoji pivovary dobře rozšiřují nabídku na trhu.“



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 9/20012, 09/2013.

Viditelnější posun lze za uplynulý rok vysledovat v případě obav z toho, že by pивní mixy mohly představovat ohrožení tradičního českého piva. Ačkoli se takového scénáře nadále naprostá většina českých obyvatel neobává (70 % mužů i žen), je patrné, že od loňského šetření oslabila rozhodná varianta tohoto stanoviska a že naopak mírně narostlo hodnocení opačné, tedy připuštění toho, že pивní mixy pro tradiční české pivo ohrožení představují. Zajímavé je, že s množstvím konzumovaných pивních mixů přesvědčení o ohrožení českého piva nesouvisí, nicméně s rostoucím množstvím konzumovaného běžného piva se pojí posilování obou stanovisek, tj. jak obav z ohrožení piva, tak jejich odmítání.

Graf 4. Souhlas s výrokem: „Tyto nápoje jsou ohrožením pro tradiční české pivo.“

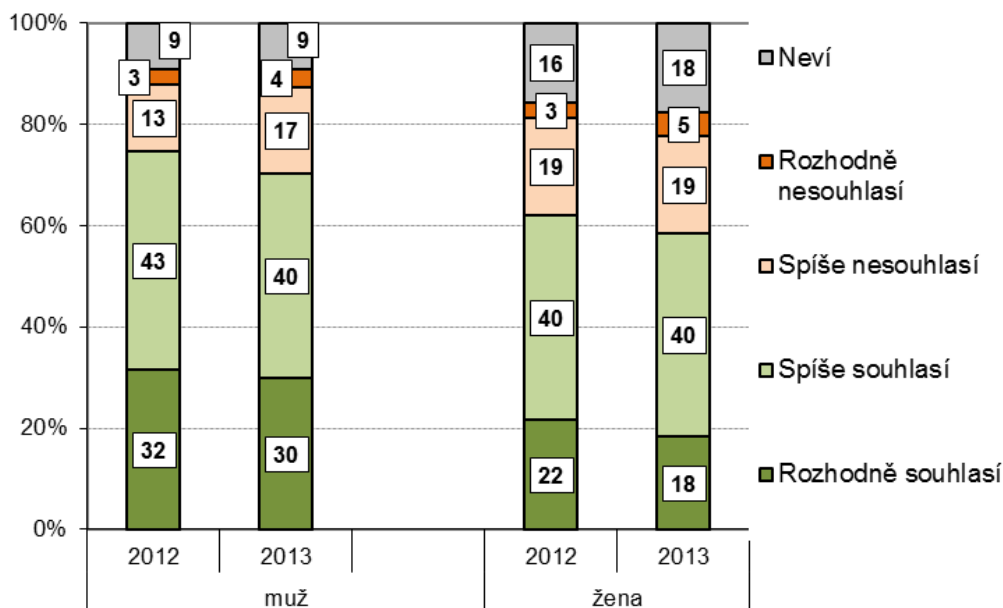


Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 9/20012, 09/2013.

Co se týče hodnocení budoucnosti pivních mixů na trhu, i v letošním roce platí, že jsou převažující částí českých spotřebitelů vnímány jako dočasná módní záležitost. Nicméně v meziročním srovnání se i v této otázce rýsuje náznak změny a příklon mužů i žen ke stanovisku, že pivní mixy pouhou módou nejsou. Ve světle malých hodnot podílů takto smýšlejících je to sice posun jen velmi slabý, nicméně v kontextu změn pozorovaných v dalších postojích a konzumačních vzorcích vcelku pochopitelný.

Navíc konzistentně s minulým rokem mají pivní mixy za pomíjivou módu muži současně se zvyšujícím se věkem, ženy se směrem k vyšším ročníkům k této otázce častěji nedokáží vyjádřit. Vcelku přirozeně pak také představa mixů jako pouhé módní záležitosti oslabuje současně s tím, čím častěji je lidé vlastně pijí. Poměrně zajímavé opět je, že míra konzumace tradičního piva u mužů a u žen souvisí s hodnocením módnosti pivních mixů různým způsobem. Zatímco pro muže platí, že pokud roste jejich spotřeba tradičního piva, mají stále silnější tendenci vnímat mixy jako módní záležitost, u žen toto neplatí. Jejich hodnocení módnosti mixů systematicky nesouvisí s tím, jaká je jejich spotřeba tradičního piva.

Graf 5. Souhlas s výrokem: „Tyto nápoje jsou jen dočasnou módní záležitostí.“



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 9/20012, 09/2013.

4. Souvislost pivních mixů a piva v české společnosti

Po uplynutí jednoho roku od prvního výzkumu na téma pivních mixů se zdá být patrné, že současně s tím, jak se tyto nápoje usazují na trhu a jak s nimi získává stále intenzivnější zkušenost čím dál více českých obyvatel, nabývají přehlednějších struktur také jejich postoje a hodnocení těchto nápojů. Zatímco v loňské výzkumné zprávě bylo proto jako jedno z nejzajímavějších zjištění prezentováno „že se ve výsledcích prvního průzkumu na toto téma neobjevuje nějak silná přímá souvislost konzumace radlerů a postojů k nim s tím, jak intenzivně se člověk oddává pití tradičního českého piva.“, tento očekávatelný vzorec se v letošním průzkumu již objevuje. Je přitom příznačné, že u mužů a u žen v různých podobách.

Jak lze demonstrovat na téměř jakékoli otázce položené kdy v rámci projektu Pivo v české společnosti, muži a ženy mají k pivu odlišný vztah, ať už v rovině chování, nebo postojů. Současně je také z některých objektivních ukazatelů patrné, že pivní mixy jsou sortimentem, který má ambice oslovit vedle nejmladších ročníků především právě ženy. Letos odhalené změny rozdílů mezi muži a ženami jak v oblasti konzumace pivních mixů, tak v oblasti postojů k nim nebo také například v oblíbenosti různých druhů piv, proto nemusí vůbec překvapovat a naopak spíše dokládají onen posun, který se mezi českými konzumenty během roku odehrál.

Je třeba také říci, že v rámci témat sledovaných od roku 2004 je to zřejmě jedna z nejvýraznějších a nejrychlejších změn, které byly vůbec zaznamenány. Ve skutečnosti často ohlašovaný odklon mladých generací od piva nebo zánik české hospody nejsou z hlediska dynamiky vývoje vůbec srovnatelné s posunem, který zaznamenaly právě

pivní mixy; které tím mimochodem překonaly i – z hlediska společenské viditelnosti – jiný výrazný jev uplynulých let, totiž nástup nealkoholických piv. Tato skutečnost vzbuzuje řadu otázek: Je tedy možné očekávat, že právě pivní mixy budou tím nejvýraznějším momentem, který promění českou pivní scénu? Stojíme na počátku změny po dlouhá desetiletí stabilní české pivní kultury? Nebo si mixy získají sice trvalé, nicméně z hlediska tradiční pivní kultury jen marginální místo na trhu? Anebo máme co dočinění skutečně stále jen s módní záležitostí, která se časem přežije? Odpovědi na tyto otázky proto vedle objektivních indikátorů o výrobě a prodeji snad podají také výsledky průzkumů opakovaných v následujících letech.