

Jaký typ piva vařit

Ing. Jiří CURÍN, CSc., Výzkumný ústav pivovarský a sladařský Praha

Klíčová slova: *pivo, charakter, ekonomika výroby*

663.41

1. ÚVOD

Zásadní změny v naší ekonomice, které v současné době probíhají, zcela mění tvářnost a podmínky práce pivovarského průmyslu. Jednotlivé pivovary se již staly anebo vbrzku stanou zcela samostatnými subjekty, které hledají uplatnění na stále náročnějších tuzemských i zahraničních trzích. Před vedoucími pracovníky jednotlivých pivovarů tak vyvstává ohromné množství otázek, které musejí velmi rychle vyřešit. Přednost budou mít pochopitelně problémy operativního typu, bylo by však chybou při jejich řešení zcela opomíjet i otázky bližší či vzdálenější perspektivy. Nezanedbatelný význam v tomto okruhu problémů má otázka typu a charakteru vyráběného piva.

V minulosti se o otázkách typu a charakteru piva dosti často hovořilo, všechny úvahy však měly, až na malé výjimky, pouze teoretický ráz bez praktických souvislostí. Direktivně pojaté pokusy o podrobnější specifikaci charakteru vyráběných piv

a o zvýšení nároků na vyrovnanost jakosti pivovarské produkce nikdy neuspěly. Novými ekonomickými podmínkami se však význam otázek typu a charakteru produkovaného piva dostává do zcela nové polohy a v řadě případů tyto problémy mohou spolu-rozhodovat i o další existenci toho kterého pivovaru. Za této situace bude jistě účelné připomenout naší pivovarské veřejnosti některé zásadní poznatky z oblasti problematiky typu a charakteru piva i z oblasti senzoriky.

2. TYP A CHARAKTER PIVA

Podle organoleptického charakteru lze vyráběná piva rozdělit na základě podobnosti některých z nich do skupin, označovaných jako piva určitého typu. Jde např. o piva dortmundského typu či o piva typu ale. V našich podmínkách se nejčastěji hovořilo o pivech českého typu. V rámci těchto typů má pochopitelně

každý pivovarský výrobek svůj neopakovatelný individuální charakter.

Vztah mezi charakterem a typem piva na jedné straně a úspěšností piva na trhu na druhé straně evidentně existuje, je však zastírán a modifikován řadou dalších důležitých vlivů. Za dobré pivo je nutno považovat jakékoliv pivo bez ohledu na typ a charakter, na jehož koupi jsou spotřebitelé ochotni vynaložit své prostředky. Názor spotřebitele je při tom výrazně ovlivňován reklamou, obalem a pochopitelně i cenou výrobku. Přesto však spotřebitel při své volbě vychází z určitých obecných vztahů, daných jeho fyziologickou podstatou. I když je např. možno určitý okruh spotřebitelů přesvědčit propagací a izolací (vznik senzorické slepoty) o přijatelnosti či dokonce o přednosti některých obecně nežádoucích složek vůně a chuti piva, v širším měřítku to nikdy nebude možné. Pivo zahrnující ve svém charakteru takovou složku zůstane pouze lokální specialitou. Nežádoucnost některých složek vůně a chuti vyplývá totiž ze skutečnosti, že pro organismus jsou v zásadě signálem ohrožení (např. produkty rozkladu) a bez ohledu na skutečný původ nemohou být obecně spotřebiteli kladně přijímány.

Při volbě charakteru a typu piva hraje velmi důležitou roli rozsah konzumace, se kterou u spotřebitele výroba počítá. Jestliže se předpokládá, že rozsah konzumace bude jednorázově relativně malý (pouze uhašení fyziologické žízně či prestižní konzumace exkluzivního nápoje), nemá typ a charakter výrobku nikterak mimořádný význam, nezahrnuje-li organoleptický charakter některou z obecně nežádoucích složek vůně a chuti. Úspěch prodeje bude záležet především na reklamě, obchodní zdatnosti a další aktivitě výrobce. Uvažuje-li však výrobce o tom, že by spotřebitel měl jednorázově zkonzumovat větší objemy piva, pak je třeba typ a charakter výrobku velmi dobře zvážit. Výrobek, který má spotřebitele přimět k tomu, aby po uhašení běžné fyziologické žízně pokračoval v konzumaci a odmítl nabídku jiných konkurenčních nápojů, musí mít určité vyhraněné vlastnosti. Staří sládkové je charakterizovali jako schopnost piva pobízet spotřebitele k dalšímu napití. A právě v tomto směru má ideální vlastnosti pivo českého typu.

Hovoříme-li o souvislostech mezi typem a charakterem piva a reakcí spotřebitele, nemůžeme ovšem očekávat v každém případě exaktně platnou souvislost. Tak jako ve všech případech, kdy jde o problematiku lidských reakcí, je možno očekávat určité souvislosti pouze ve statisticky pojatých vztazích a nikoliv v každém jednotlivém případě. Navíc všechny úvahy tohoto typu platí pro běžné spotřebitele a nikoliv pro osoby mající nenormální vztah ke konzumaci alkoholických nápojů.

3. PROBLEMATIKA PIVA ČESKÉHO TYPU

V našem prostředí i v zahraničí měl doposud velký úspěch typ piva označovaný jako český či plzeňský [1]. Jeho nejdůležitějším představitelem je pivo Plzeňský Prazdroj. Úspěchy piva Plzeňský Prazdroj vedly v minulosti k rozsáhlé produkci více či méně podobných výrobků u nás i v zahraničí. Tak se stalo, že v regionu českých zemí bylo ještě v nedávné minulosti pivo českého typu typem jednoznačně převažujícím.

Velké úspěchy, kterých pivo českého typu dosáhlo, nejsou v žádném případě náhodné a nepřamení jen z obchodní zdatnosti příslušných výrobků. Úspěchy piva českého typu pramení především ze skutečnosti, že velmi dobře vyhovuje lidské fyziologii. Při konzumaci pobízí konzumenta k dalšímu napití a negativní důsledky rozsáhlejší konzumace piva tohoto typu jsou relativně menší než u piv jiných typů.

Hlavním reprezentantem piva českého typu je dvanáctiprocentní světlé pivo. Použijeme-li souměrnou senzorickou stupnici o pěti stupních [2], pak celkovou intenzitu vůně dvanáctiprocentního piva českého typu lze charakterizovat jako slabou až střední s tím, že je zcela nepřijatelná přítomnost esterových, ovocných či parfemových složek vůně. Esterové, ovocné či parfemové složky nesmí obsahovat ani chuť piva českého typu. Říz tohoto typu piva je silný, plnost je rovněž silná. Co do intenzity

hořkosti musejí piva českého typu vykazovat hořkost střední až silnou, mírně drsného až drsného charakteru. V žádném případě nesmějí vykazovat přítomnost nežádoucích cizích složek vůně a chuti.

Srovnáme-li uvedenou charakteristiku hořkosti s obvyklými popisy uváděnými v našich pivovarských publikacích, je na první pohled patrný rozdíl mezi uvedeným a obvyklým popisem charakteru hořkosti piva českého typu. Tato difference vznikla v důsledku změny významu popisných termínů, ke kterému došlo v minulých dvaceti letech vlivem změny ve struktuře chmelení a zejména vlivem podstatného snížení intenzity hořkosti piva. To, co náš hodnotitel v minulosti považoval za hořkost jemnou, označí hodnotitel dnes minimálně jako hořkost mírně drsnou.

Dvanáctiprocentní pivo českého typu lze charakterizovat i některými kritérii chemické analýzy. Jeho hořkost by se měla pohybovat mezi 34 a 45 j.EBC. Mělo by být i poněkud méně prokvašeno. Zdánlivé prokvašení by se mělo pohybovat mezi 70 a 78 % při zachování rozdílu mezi zdánlivým a dosažitelným prokvašením v rozsahu do 3 až 5 %. Obsah CO₂ by měl být mírně vyšší než 0,40 % hm.

Přednosti piva českého typu lze na základě uvedené charakteristiky zcela racionálně vysvětlit. Nejdůležitějším znakem piva českého typu je střední, spíše však silná hořkost mírně drsného až drsného charakteru. Vjem hořké chuti, jak je všeobecně známo, vyvolává bez ohledu na typ hořkosti zvýšenou sekreci trávicích žláz a tím i chuť k přijímání potravy (hořké aperitivy, žaludeční likéry atd.). Konkrétně např. sekrece příušních slinných žláz, které jsou největšími slinnými žlázami, je reflexně vyvolávána podněty z oblasti zadní třetiny jazyka, zvláště citlivé na vnímání hořkosti. Tyto žlázy mimo jiné obohacují potravu vodou, takže se výrazně uplatňují zejména při požívání suché potravy. Existuje zde tedy souvislost s vyvoláním pocitu žízně. Reflexně na základě podnětů z chuťových receptorů lze vyvolat rovněž sekreci žaludečních šťáv.

Silná intenzita hořkosti piva českého typu podporuje proces trávení a je zdrojem podnětů pobízejících ke konzumaci tuhé potravy i tekutin. Tento fyziologický mechanismus je podporován mírně drsným až drsným charakterem hořkosti, který je spojen s delším ulpíváním hořkosti v ústech a tím i s delším drážděním chuťových receptorů. U velmi jemné hořkosti je tomu právě naopak.

Silná intenzita hořké chuti piva českého typu může být do organoleptického charakteru piva harmonicky začleněna pouze za předpokladu jeho vysoké plnosti. V prázdných, silně hořkých pivích hořkost přeshraničně vyniká a je proto konzumenty nepříjemně přijímána. Tím je dán i požadavek na nižší stupeň prokvašení piva českého typu, které současně určuje i nižší obsah alkoholu v něm a tím i jeho nižší opojnou schopnost.

Nízká celková intenzita vůně a absence ovocných, esterových či parfemových složek vůně a chuti v pivu českého typu poukazuje na relativně nízký obsah nežádoucích vedlejších zplodin kvašení, které jsou jedním z původců nepříjemných reakcí organismu při konzumaci větších množství nápoje.

Dvanáctiprocentní pivo je sice hlavním reprezentantem piva českého typu, nemalý význam však má a i nadále bude mít desetiprocentní světlé pivo. Desetiprocentní pivo českého typu musí rovněž vykazovat nízkou celkovou intenzitu vůně, spojenou s nepřítomností ovocných, esterových, parfemových či jiných cizích složek vůně a chuti. Intenzita hořkosti se má pohybovat kolem intenzity střední a v žádném případě by neměla dosáhnout intenzity slabé. Charakter hořké chuti desetiprocentního piva českého typu je mírně drsný až drsný, přičemž dozrání sladké chuti namísto chuti hořké je zcela nepřijatelné. Říz a plnost desetiprocentního piva českého typu má být střední. Zdánlivé prokvašení se má pohybovat mezi 70 a 78 % a hořkost by neměla klesnout pod 22 j. EBC.

Pivo českého typu nelze jednoznačně spojovat s určitou technologií. Není podstatné, jak a z čeho bylo pivo vyrobeno, rozhodující je dosažený organoleptický charakter výrobku.

4. OBECNÉ ZHODNOCENÍ VÝCHOZÍHO STAVU

Jak je všeobecně známo, správné perspektivní rozhodnutí není možno přijmout bez reálného, byť často značně nepřímého zhodnocení momentální situace. V tomto směru je především třeba správně ohodnotit typ a charakter současného výrobku. Populární jistě nebude zjištění, že velká část u nás produkovaného piva již ztratila charakter piva českého typu. Odlišuje se především v intenzitě a charakteru hořkosti, v plnosti a přítomnosti nežádoucích složek vůně a chuti.

Výrazný pokles intenzity hořké chuti našich piv, zaznamenaný v průběhu posledních dvaceti let, je evidentně výsledkem jednostranného tlaku ekonomiky, který nebyl vyvážen stejně účinným vlivem trhu na udržení jakosti. Často ovšem je tato změna vykládána jako důsledek změny požadavků spotřebitelů. I když tento vliv nelze v obecné rovině vyloučit, pro praktické závěry nelze zase zapomenout na skutečnost, že ještě v nedávné minulosti neměl spotřebitel reálný vliv na to, jaké pivo se bude vyrábět. Vzhledem k tomu, že dodržení původní koncentrace mladiny bylo kontrolními orgány soustavně sledováno a nedodržení sankcionováno, nesledovaná intenzita hořké chuti piva umožňovala snižovat dávku chmelení, což se často stávalo východiskem velice prostého řešení ekonomické situace závodu či podniku.

Zcela běžnou součástí organoleptického charakteru řady našich piv se staly ovocné, esterové a parfemové složky chuti a vůně relativně silné intenzity. Při tom se v sedmdesátých letech vyskytovaly v organoleptickém charakteru našich piv pouze ojediněle. Jde o důsledek působení dvou vzájemně souvisejících vlivů a to neadekvátní intenzifikace klasického kvasného procesu a jednostranného preferování technologických vlastností kvasničných kmenů na úkor jejich vlivu na organoleptický charakter finálního výrobku. I tak jako v případě intenzity a charakteru hořké chuti i zde byla hybnou silou snaha po maximálním snížení výrobních nákladů nevyvážená stejným důrazem, kladeným na zachování jakosti produkce.

Obdobně bylo motivováno i zvyšování stupně prokvašení a tedy snižování plnosti našich piv. U zrodu celého problému byla v minulosti problematika nedostatku základních surovin, která vedla spolu s potřebou zvýšit kapacitu varen k surogaci sacharosou různé jakosti. V některých případech se sice jednalo o změnu motivovanou skutečným a racionálním úmyslem snížit plnost piva, většinou je však současný stav výsledkem více či méně nahodilého vývoje.

5. JAK KONKRÉTNĚ POSTUPOVAT

Východiskem pro řešení otázek spojených s volbou typu vyráběného piva musí být konkrétní kritické zhodnocení organoleptického charakteru výrobků pivovaru. Vážné nebezpečí pro objektivitu tohoto zhodnocení představuje senzorická slepota hodnotitelů, plynoucí z malé možnosti konzumovat piva různého charakteru. Osamostatňování jednotlivých pivovarů výrazně podporuje možnost vzniku senzorické slepoty členů hodnotitelské komise. Pro získání reálného pohledu na organoleptický charakter vyráběného piva by mělo být prvním krokem odstranění všech nežádoucích (cizích) složek vůně a chuti. V řadě případů se sice bude jednat o náročnou dlouhodobou práci, její odkládání však v krátké době může způsobit pivovaru řadu potíží.

Řešení vlastní otázky typu a charakteru piva vyráběného pivovarem musí začít stanovením zásadní koncepce odbytu. Jde totiž o to, do jakého prostředí hodlá pivovar svou výrobu prodávat. Jestliže pivovar zamýšlí svůj výrobek exportovat či prodávat pouze jako exkluzivní nápoj, pak je třeba zvážit možnost přizpůsobení charakteru výrobku zvyklostem prostředí či naopak úmyslného odlišení [3]. Vedle udržení standardní jakosti a zajištění nepřítomnosti obecně nežádoucích složek vůně a chuti je třeba položit důraz především na obchodní a reklamní činnost, neboť na charakteru a typu piva z obecného hlediska v zásadě nezáleží. Domnívám se však, že každý pivovar potřebuje určité

tuzemské zázemí, reprezentované okruhem stabilních tuzemských konzumentů. A v tomto případě je třeba velmi citlivě vážit typ a charakter nabízeného výrobku a uvažovat o návratu k výrobě piva českého typu.

Velmi poučné může být v počáteční fázi zjišťování představ konzumentů. Musí se však jednat zásadně o objektivní zjištění některou z metod hodnocení oblíbenosti piva při objektivním výběru hodnotitelů, reprezentujících skutečné spotřebitele [4]. Názor obchodních složek má pochopitelně rovněž nemalý význam. Důležitost takových názorů, zvláště v případě nových výrobků, nesmí však být přeceněna. Názory obchodníků jsou zpravidla vedle reakcí spotřebitelů ovlivňovány i řadou dalších zájmů. Přecenit však nelze ani význam momentálního názoru spotřebitelů. Nejde totiž v žádném případě o neměnné stanovisko, nýbrž o názor citlivými zásahy v kvalitě i reklamou dlouhodobě modifikovatelný.

Spotřebitelé především odmítají prudké výkyvy v kvalitě výrobků. Z tohoto důvodu jsou předem odsouzeny k neúspěchu všechny snahy o jednorázovou změnu charakteru piva a tím spíše i typu piva. Typickým případem jsou v tomto směru pokusy s jednorázovou změnou intenzity hořkosti. Jestliže pivovar trvale vyráběl slabě hořké pivo, pak nelze v žádném případě očekávat kladnou odezvu spotřebitelů po prezentaci středně či dokonce silně hořkého piva. Jestliže pivovar uzná za vhodné středně či silně hořké pivo vyrábět, musí se k němu dostat nejlépe řadou postupných kroků anebo jednorázovým skokem v podobě nového výrobku, zabezpečeného ovšem patřičnou reklamou. V každém případě bude účelné typově diverzifikovat produkci pivovaru, nevázat se pouze na výrobu piva jediného typu a charakteru, souběžně vyrábět pivo českého typu, vhodné prezentované např. jako tradiční specialita, spolu s pivem jiného typu a charakteru a pružně reagovat na poptávku. Jsem však přesvědčen, že pivo českého typu díky svým vlastnostem znovu získá v našem regionu svou tradiční pozici a úspěšně obstojí v konkurenci s jinými typy piva.

Literatura

- [1] CUŘÍN, J.: Kvas. prům., 33, 1987, s. 233
- [2] CUŘÍN, J.: Kvas. prům., 23, 1977, s. 198
- [3] CUŘÍN, J.: Kvas. prům., 34, 1988, s. 321
- [4] CUŘÍN, J.: Kvas. prům., 21, 1975, s. 145

Lektoroval Ing. Jiří Šrogl

Cuřín, J.: Jaký typ piva vařit. Kvas. prům., 38, 1992, č. 2, s. 41 - 44.

Při úvahách o budoucnosti jednotlivých pivovarů v nových ekonomických podmínkách nelze opomenout otázku typu a charakteru piva, které budou vyrábět. V zásadě je možno v souladu s představou o odbytištích vyrábět pivo libovolného typu. V podmínkách Československa je však třeba pečlivě zvážit možnost výroby piva českého typu, ať již v celé produkci či pouze v určité jejím podílu. Poskytuje totiž předpoklady rozsáhlejší konzumace piva spotřebiteli.

Цуржин, И.: Какой тип пива варить. Квас. прум., 38, 1992, N° 2, стр. 41 - 44.

При обсуждении вопроса о будущем отдельных пивоваренных заводов в новых экономических условиях нельзя не отметить вопрос типа и характера пива, которые они будут производить. В принципе можно в согласии с соображением о потребителе производить пиво любого типа. В условиях Чехословакии однако неизбежно весьма тщательно обсудить возможность производства

пива чешского типа - или во всей продукции, или только в определенной ее части. Последнее предоставляет предпосылки более широкого сбыта среди потребителей.

Cuřín, J.: What Type of Beer to Produce. Kvas.prům., 38, 1992, No. 2, pp 41 - 44

Considering the prospect of the individual breweries it is necessary to take into account the question of the type and characteristic of beer produced in a future. With respect to the sale it is generally valid that we can produce beer of every type. However, for Czechoslovak sale there is very important to decide how many beer of the Czech type has to be produced with respect to Czechoslovak consumers.

Cuřín, J.: Was für einen Biertyp brauen. Kvas. prům., 38, 1992, Nr. 2, S. 41 - 44.

Bei den Erwägungen über die Zukunft der einzelnen Brauereien in den neuen ökonomischen Bedingungen sollte die Frage des Typs und Charakters des zu brauenden Bieres nicht außer Acht gelassen werden. Grundsätzlich besteht die Möglichkeit, in Abhängigkeit von den Vorstellungen über die Absatzstellen Biere beliebiger Typen zu brauen. In den Bedingungen der ČSFR sollten jedoch die Möglichkeiten der herstellung des böhmischen Biertyps - obschon in der Gesamtproduktion oder in einem bestimmten Anteil - auf das sorgfältigste analysiert werden. Dieser Biertyp bietet nämlich die Voraussetzung eines höheren Bierverbrauchs.