

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

ZEMĚDĚLSKÁ FAKULTA

Studijní program: N4101 Zemědělské inženýrství

Studijní obor: Agropodnikání

Katedra: Katedra krajinného managementu

Vedoucí katedry: doc. Ing. Pavel Ondr, CSc.

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vybrané socioekonomické přínosy minipivovarů

Vedoucí diplomové práce: Ing. Monika Březinová, Ph.D.

Autor diplomové práce: Bc. Jan Bartoš

České Budějovice, 2018

Prohlášení

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové a to v nezkrácené podobě - v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Zemědělskou fakultou - elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne

Podpis.....

Poděkování

Rád bych tímto poděkoval paní Ing. Monice Březinové, Ph.D. za odborné konzultace a rady v průběhu zpracování této diplomové práce

Abstrakt

Práce se zabývá problematikou socioekonomických přínosů minipivovarů pro občany měst a obcí. V první části jsou definované vybrané socioekonomické faktory, které jsou následně aplikovány a porovnávány jak v jednotlivých minipivovarech, tak i v obcích a městech. Výzkum probíhal ve vybraných minipivovarech, v městech a obcích, které jsou jejich sídlem, stejně tak i v obcích a městech bez přítomnosti pivovaru. Výběr byl volen z důvodu možnosti komparace dat a potvrzení či vyvrácení výzkumných cílů.

K vypracování diplomové práce bylo využito několika metod. Jednalo se o důkladný literární přehled dané problematiky s definováním faktorů. Dále nalezení teoretických či statistických dat vybraných v předchozím kroku. Následně probíhal výzkum pomocí dotazníkového šetření, který byl adresován starostům měst a obcí. Byly vybrány celkem 3 obce a města s minipivovary a zároveň 3 obce a města bez minipivovaru. Města byla vybírána dle určitých parametrů, např.: počet obyvatel, náležící kraj, vzdálenost k okresnímu či krajskému městu apod. Současně s dotazníkovým šetřením probíhal i terénní výzkum v jednotlivých minipivovarech, kde místo dotazníkového šetření probíhal osobní rozhovor na dotazníkové otázky. Malá změna metody výzkumu byla z důvodu možnosti zjištění lepších dat a informací.

Hlavní cíl práce byl pro vypracování dotazníkových šetření rozdělen do dílčích částí. Následně byly formulovány i výzkumné otázky. Výsledky výzkumu zní tak, že čtyři ze šesti výzkumných otázek se podařilo potvrdit. Zbylé dle dat a faktů byly vyvráceny.

Klíčová slova: Minipivovar; město; průměrná mzda; zaměstnanost; počet zaměstnanců

Summary

This work is about the socio-economic benefits of the microbrewerist for their towns. In the first part of the work, there are the definitions of several chosen factors. Then these factors are applied and compared in the chosen microbreweries and in towns as well. The research went on in microbreweries and in towns with or without brewery. For research were chosen 6 towns, in 3 there is a microbrewery and in the others there is not.

For this work several methods were used. At first it was a thorough literary review of this problematic. In this step socio-economic factors were defined. Then theoretical and statistical data has been searched. Second step was to prepare questionnaires and sent them to 3 towns with microbrewery and to 3 without. Towns were selected according certain parameters, for example: Population, region, distance to the district town, etc. At the same time research in microbreweries was ongoing. In this case the research has a form of an interview. This method has brought better data.

The main aim of the thesis was divided into sub-parts for the processing of questionnaire surveys. Subsequently, research questions were formulated. The research results show that four of the six research questions have been confirmed. The rest of the data and facts were denied.

Key words: microbrewery; town; average wage; employment; number of employees

Obsah

Úvod.....	10
1 Literární rešerše	12
1.1 Vymezení pojmu Socioekonomické faktory.....	12
1.2 Obec	13
1.3 Minipivovar.....	14
1.4 Historie výroby piva.....	15
1.4.1 Výroba piva ve světě	15
1.4.2 Současný stav pivovarnictví.....	16
1.4.3 Výroba piva na území ČR	17
1.4.4 Historie rozvoje minipivovarů.....	17
1.5 Druhy a značení piv	18
1.5.1 Druhy vařených piv	18
1.6 Vybrané socioekonomické ukazatele	20
1.7 Obce a města	22
1.7.1 Bezděkov	22
1.7.2 Kašperské Hory	23
1.7.3 Město Blatná.....	24
1.7.4 Obec Velhartice	25
1.7.5 Město Vodňany	26

1.7.6	Městys Chudenice	27
1.8	Seznámení s vybranými minipivovary minipivovary	28
1.8.1	Zámecký pivovar Blatná	28
1.8.2	Bezděkovský pivovar	29
1.8.3	Kašperskohorský pivovar	31
2	Cíle práce	32
2.1	Cíl práce	32
2.2	Výzkumné cíle, výzkumné otázky	32
3	Materiály a metody	34
3.1	Metodický postup	34
4	Výsledek	35
4.1	Šetření v minipivovarech	35
4.1.1	Zámecký pivovar Blatná	35
4.1.2	Bezděkovský pivovar	35
4.1.3	Kašperskohorský pivovar	36
4.1.4	Komparace jednotlivých minipivovarů	37
4.2	Šetření v obcích a městech	38
4.2.1	Město Blatná	38
4.2.2	Obec Bezděkov	40
4.2.3	Město Kašperské Hory	41
4.2.4	Obec Velhartice	41

4.2.5	Město Vodňany	42
4.2.6	Městys Chudenice	43
4.2.7	Komparace faktorů	45
5	Diskuze a vyhodnocení výzkumných otázek	48
6	Závěr	52
7	Bibliografie	54
	Seznam tabulek, obrázků a grafů	I
	Seznam příloh	II

Úvod

Turismus se v dnešní době těší velké oblibě lidí. Je to z důvodu zvyšování peněžních příjmů, množstvím volného času a velkého množství volnočasových aktivit, v neposlední řadě také určitá forma seberealizace. V rozvojem společnosti se mění i turistické cíle. Jako jeden z fenoménů dnešní doby se dá považovat zážitková turistika. Do této skupiny patří i gastronomický cestovní ruch. Turisté stále více vyhledávají přírodní a historické památky, ale jako další cíle začínají vyhledávat specifickou gastronomii i malé drobné pivovary.

Pro minipivovary s přílivem turistů nastávají zlaté časy. Větší poptávka po jejich produktech přivádí mnoho nových podnikatelských subjektů do tohoto odvětví. Zároveň je silným motorem pro minipivovary a jejich zlepšování kvality služeb. Turismus má v některých oblastech pouze sezónní charakter, proto se podnikatelé více zapojují do dění obcí a měst. Pro zvyšování svých podnikatelských cílů vytvářejí pro své okolí pracovní místa. Tímto faktorem přináší peníze do svého okolí ve formě zaměstnaneckých odměn. Dalším příjmem od minipivovarů pro obce a města je formou výběru podnikatelských daní, které jsou následně vráceny obcím. Dalším příkladem sbližování minipivovarů a občanů měst jsou účasti či pořádání kulturních akcí pro tamní komunitu. Tyto aktivity jsou pro fungování podnikatelských subjektů nezbytné. Jde o propojení a zlepšování vztahů občanů.

Diplomová práce se zaměřuje na problematiku socioekonomických aspektů vybraných minipivovarů, komparaci těchto aspektů u jednotlivých minipivovarů. Zároveň probíhala i komparace socioekonomických faktorů u obcí a měst s minipivovary i bez nich. Cílem bylo zjistit, zdali obce a města s minipivovarem mají lepší úroveň a lepší podmínky než obce a města bez minipivovaru.

Práce se dá rozdělit na dvě hlavní části, v první je obecný popis vybraných socioekonomických faktorů, popis měst a obcí i vybraných minipivovarů. Jedná se zde pouze o obecnou rovinu, vycházející z rešerše literatury a informací získaných z Českého statistického úřadu. V neposlední řadě byly informace získané z internetových stránek.

V druhé části byla využita data a informace z terénního a dotazníkového šetření, které probíhalo ve vybraných minipivovarech, městech a obcích. Při šetření, které vycházelo z teoretických informací, šlo o získání reálných dat a jejich následné porovnání.

Cílem práce bylo získat praktické informace o faktorech, které byly definovány v teoretické rovině. Následně bylo vytvořeno několik dílčích výzkumných otázek, které vycházely z teorie. Vytvoření výzkumných otázek a několika dílčích cílů došlo z důvodu snazší formulace otázek. Některé hodnoty, které byly v práci využity, jsou pouze orientační. Je to z důvodu ochrany pracovně právních vztahů zaměstnavatelů a zaměstnanců. Toto se týká hlavně otázky mezd, kde jsem vycházel z průměrných hrubých mezd pro jednotlivé regiony zveřejněné Českým statistickým úřadem.

1 Literární rešerše

1.1 Vymezení pojmu Socioekonomické faktory

Socioekonomické faktory jsou důležitou součástí života každého jedince. Jedná se o zkušenosti, sociální vztahy, vazby a zážitky, které vedou ke zlepšení jedinců, pomáhají změnit i postoj k životnímu stylu. V dnešní době, v globálním měřítku ovlivňují i regiony. (Chase, 2016)

Tyto faktory nejsou jen otázkou jednotlivců, mají také svou roli i v podnikání. Jde o otázky týkající se počtu stálých zaměstnanců, počtu brigádníků, genderový¹ status, jde-li o rodinné příslušníky či nikoliv apod. (Eric Delmelle, 2016)

Socioekonomické faktory jsou definovány jako přístup jedince k financím, sociálním, kulturním a lidským kapitálovým zdrojům. Tyto faktory zahrnují vzdělání, zaměstnání, postavení v domácnosti, složení rodiny a rodinný příjem. (National Centre for Education Statistics, 2013)

Faktory se mohou pro jedince dále dělit na individuální a faktory prostředí

- Individuální faktory – životní úroveň, vzdělání, zaměstnání, postoj ke zdraví, životní návyky, výživa, fyzická aktivita, apod.
- Faktory prostředí – politický systém, dostupnost a kvalita zdravotnictví, ekonomická situace státu, rozvoj infra a suprastruktury.

Technické inovace, jsou přínosem pro lidstvo, ale zároveň mají i nevýhody. Jednou z nevýhod je redukce počtu zaměstnanců. Toto snižování stavů zaměstnanců je spojené s průmyslovými revolucemi. Pro podnikatele i pro obyvatelstvo je otázka

¹ Gender – označení kulturně vytvořených rozdílů mezi muži a ženami.

zaměstnanosti velice důležitá. Ale pro obě skupiny je na tuto problematiku nahlíženo z opačných pólů.

Běžný život každého z nás je obklopen různými faktory. Každý člověk má svůj hodnotový žebříček sestavný jinak, ale většina faktorů je z velké části stejná u všech. Základními otázkami pro každého je otázka dostupnosti, úrovně vzdělání, situace na trhu práce a platy.

Práce je cílevědomá lidská činnost vytvářející statky a služby. Dalším termínem je pracovní síla, kterou se rozumí souhrn fyzických a duševních schopností člověka konat práci. Práce může být chápána jako vzácný výrobní faktor. Ne každý občan je schopen vykonat práci. Tento fakt vysoce ovlivňuje cenu na trhu práce, která se nazývá mzda. (Švarcová, 2002)

Nabídka pracovních sil je v krátkodobém časovém horizontu relativně neměnná. Naopak v dlouhodobém měřítku se mění složení ekonomicky aktivního obyvatelstva a tím je nedostatek na trhu pracovních sil. Poptávka po pracovních silách je dynamicky proměnlivá, poptávka firem po zaměstnancích se může i razantně měnit v průběhu měsíců. Druhou stránkou nabídky je skutečnost, pokud není v plné míře využita nabídka pracovní síly. V tomto případě vzniká nezaměstnanost. Nezaměstnanost můžeme dělit dle několika kritérií, hlavním dělením je dobrovolná a nedobrovolná. Nedobrovolná nezaměstnanost znamená, že lidé pracovat chtějí, ale nemohou naleznout práci. (Švarcová, 2002)

1.2 Obec

Dle zákona číslo 128/2000 Sb. se obcí rozumí základní územní samosprávné společenství občanů. Tvoří základní územní celek, který je vymezen hranicemi. Obec je právnická osoba, v právních vztazích vystupuje pod vlastním jménem, nese odpovědnost ze svého právního jednání. Spravuje rozvoj svého území, nakládá s obecním rozpočtem. Stará se o své občany, také při svých jednáních chrání veřejný zájem. V obci je několik

statutárních orgánů. Správou obce je pověřeno zastupitelstvo. Dalšími orgány jsou rada obce, starosta a zvláštní orgány. (Zákon číslo 128/2000 Sb., 2000)

Vyšší správním celkem je městys. Toto označení znamená spádové město pro okolní přilehlé obce. Jedná se o sloučení obcí skládající se z více osad nebo dvou a více obcí, z nichž ani jedna není městem, je nově vzniklá obec městysem. Zákonodárné usnesení o vytvoření městyse vydává předseda poslanecké sněmovny.

Třetím stupněm v dělení správních celků jsou města. Dle zákona obce, které měly více jak 3000 obyvatel a zažádaly poslaneckou sněmovnu, byly povýšeny na města. Město řídí stejné orgány jako obec. (rozvoje, 2017)

1.3 Minipivovar

V dnešní době univerzální dělení pivovarů není. Existuje několik možností, jak dělit pivovary na určité skupiny. V tomto případě se jedná o rozdělení dle ročního výstavu.

- **Homebrewing** – osoba, která vaří pivo pro vlastní spotřebu doma, případně část várky je pro rodinu či blízké příbuzné.
- **Minipivovar** – vyznačují se dodržováním tradičních postupů, přidáváním netypických příchutí do piva. Pravidelně tato piva nejsou pasterizována, filtrována ani jinak stabilizována.
- **Restaurační pivovar** – jedná se v podstatě o minipivovar, kde se vaří pivo dle tradičních postupů. Ale je součástí restauračního zařízení, kde zpravidla probíhá i jeho spotřeba. Často bývá část procesu přístupná zákazníkům.
- **Průmyslový velkopivovar** – roční výstav nad 500000 hl piva za rok. V poslední době se velkopivovary zaměřují na trvanlivost a výtěžnost, na úkor chuti.

Tabulka 1 Dělení pivovarů dle výstavu

Druh pivovar	Výstav várky v hl.	Charakteristika
Homebrewer	10 litrů	Várka pro vlastní potřebu
Minipivovar	Do 10000	Dle tradičních postupů
Restaurační pivovar	Do 200000	Část procesu vaření je vidět
Velkopivovar	Nad 500000	Velkovýroba, trvanlivost piva

Zdroj: (Basařová, 2010)

1.4 Historie výroby piva

1.4.1 Výroba piva ve světě

Kvašené nápoje připravované z různých druhů obilovin jsou lidstvu známé již několik tisíciletí. Lidé využívají charakteristické vlastnosti a účinky po mnoho let. Odpovědět na otázku, který národ jako první vynalezl pivo, není tak snadný úkol.

V dnešní době se za kolébkku kvašených nápojů považuje Mezopotámie. Z archeologických nálezů je patrné, že obyvatelé této říše připravovali kvašené nápoje již v období mezi lety 4 000 až 3 000 před Kristem. Od Mezopotámie dále přešly znalosti o kvašených nápojích na Sumery, Babyloňany a Asyřany. Jak je možná patrné, v každém světadílu se využívá jiná obilnina pro výboru piva. Například v Africe se využívá proso, v Americe výhradně kukuřice a v Asii jde o rýži. Pro zajímavost, v době kdy šlo pouze o

kvašený nápoj z obilí, připravovaly tento nápoj ženy. Jakmile se po úpravách z této tekutiny stalo pivo, převzali tuto výsadu muži. (Gabriela Basařová I. H., 2011)

Kvašené nápoje zná lidstvo již tisíce let. Jejich příprava se postupně vyvíjela a zdokonalovala až do dnešní podoby. Různé kultury si připravovaly své kvašené nápoje, proto máme i dnes širokou škálu nabídky těchto nápojů. Existuje také množství historických knih a spisů, ve kterých je vždy alespoň krátká zmínka o pivě.

S postupem času, pivo měnilo své postavení. Po nějakou dobu bylo pivo synonymem pro nápoj chudých. V dobách římského císaře Gaiuse Juliuse Caesara pivo povýšilo. Sám císař pivem zásoboval svá vojska před i po bitvách. Pivo bylo v historii využíváno i v medicíně. Znamý lékař Hippokrates ho využíval jako lék na nespavost a k potlačení horečky. (Gabriela Basařová I. H., 2011)

1.4.2 Současný stav pivovarnictví

Během posledních dvou desetiletí se dá pivovarský průmysl charakterizovat třemi trendy. A to růst, koncentrace a globalizace. To znamená, že se dramaticky mění struktura odvětví, vzrůstá konkurenční větší konkurenční prostředí. Objem výroby vzrostl z 1455 milionů hektolitrů v roce 2003 na téměř 1700 milionů hektolitrů piva. Tento trend i nadále stoupající tendenci. Zrychlený růst produkce je dán expanzí na nově se rozvíjející trhy jako je Rusko, Čína a Nigérie. (Theuvsen, Heyder, & Niederhut-Bollman, 2010)

Německé pivovarnictví je pátým největším sektorem potravinářského průmyslu. Obrat tohoto sektoru činí přibližně 11,1 miliardy eur ročně. Zároveň toto odvětví vytváří velké množství pracovních míst, jedná se o přibližně 100 000 osob v pivovarnickém odvětví.

Český pivovarský průmysl vyrábí téměř 20 milionů hektolitrů piva. Z tohoto množství tvoří místní spotřeba téměř 16 milionů hektolitrů. Zbylé 4 miliony hektolitrů piva se vyváží téměř do 60 zemí světa. V České republice pokrývá pět velkých pivovarnických společností téměř 86 % tuzemského trhu. (Kotesovcova & Jaromir, 2012)

Seřazení pivovarů podle velikosti produkce (Dnes, 2016)

1. Plzeňský Prazdroj.
2. Pivovary Staropramen
3. Heineken Česká republika,
4. Budějovický Budvar.
5. Pivovary Lobkowicz.

1.4.3 Výroba piva na území ČR

Pivo, tento velice starý nápoj má velice dlouhou tradici na našem území. Zmínky o vaření lahodného nápoje sahají k prvnímu osídlení našeho území. Prvenství ve vaření piva drží na našem území galský kmen Bojů. Tento kmen si díky svému stylu života osvojil metody pěstování obilí a dále i metodu vaření piva.

Nejstarší doložená zmínka o vaření piva se spjata s Břevnovským klášteřem, kde údajně Benediktini vařili pivo v roce 993. První historická listina spjata s výrobou piva je nadační listina Vratislava II. z roku 1088, která přiděluje desátek chmele panovníkům. (Cihlár, 2003)

1.4.4 Historie rozvoje minipivovarů

Jak již bylo zmíněno, na území České republiky má vaření piva velice dlouhou tradici. První písemné zmínky o tomto řemeslu jsou přiřazovány k roku 1088. Předpokládá se, že lidé začali v tomto odvětví pracovat již daleko dříve. Vaření piva se postupně vyvíjelo, a tím se zvyšoval i objem vařeného piva. Ze začátku se pivo vařilo pro vlastní spotřebu v domácnostech. O zvýšení produkce a zvýšení výstavu piva se postarali mniši v kláštěrech. Další etapa zvyšování produkce se váže k měšťanským pivovarům, do kterých se sdružovali občané. Celý obsah várky se dělil mezi všechny zúčastněné osoby. Doba měšťanských pivovarů se dá označit za vznik pivovarnického řemesla. (Kratochvíle, 2005)

S postupující dobou a rozmachem pivovarnictví začala i regulace tohoto podnikání. A to tak, že se udělovalo právo várečné pro určité osoby nebo domy. V těchto domech potom legální cestou mohlo vznikat pivo.

Všechny politické situace, světové války od počátku 20. století přežil pouze jediný minipivovar. Je to pražský pivovar u Fleků. Ostatní pivovary postupem času zanikly. Některé se opět otvírají a snaží se navázat na historii pivovarů v daných lokalitách. Od roku 1945 začala vznikat řada velkých pivovarů, které jsou dodnes v provozu. Počet malých pivovarů od tohoto roku postupně klesal. Z 252 pivovarů ležících na území Čech a Moravy zůstalo v roce 1950 v provozu jen 176. V dalších letech pokračoval trend snižování až na počet 73 v roce 1993. Od tohoto roku se opět začaly probouzet k životu i malé pivovary. V roce 1995 se počet pivovarů rozrostl na 89². Byly diverzifikovány podnikatelské záměry na výstavbu restauračních minipivovarů. (Basařová et al. 2011)

1.5 Druhy a značení piv

1.5.1 Druhy vařených piv

Nejznámějším a základním druhem piva v České republice je český světlý ležák, s obsahem původního extraktu 11 – 13%, typickou hořkostí a dobrou pěnivostí. V dnešní době můžeme dělit vařená piva dle několika hledisek. Ať již podle barvy, tak i podle obsahu původního extraktu a způsobu kvašení.

² Počet pivovarů včetně minipivovarů, které poskytli informace o svém podnikání.

Tabulka 2: Druhy pív

Druhy pív	Obsah původního extraktu v %
Lehká piva	Do 7,99%
Výčepní piva	8,00 – 10,99%
Ležáky	11,00 – 12,99%
Speciální piva	Nad 13,00%
Portery ³	Min 18,00%
Piva se sníženým obsahem alkoholu	Max. 1,2% objemu etanolu
Nealkoholická piva	Max. 0,5%
Pšeničná piva	Více než $\frac{1}{3}$ pšeničného sladu
Kvasnicová piva	S přídavkem kroužků při stáčení
Ochucená pivo	S přídavky bylin, ovoce apod.

Zdroj: (Basařová, 2010)

Konzumenti měli zažité značení pív dle stupňovitosti. Hodnota ve stupních byla uvedena na každé etiketě, u lahvových pív, tak i na štítkách u výčepů. Tato uvedená hodnota vyjadřovala hodnota původního extraktu mladiny, kde dle zákona byla povolena malá odchylka. Množství alkoholu představuje asi třetinu stupňovitosti. (Basařová, 2010)

³ Tmavá piva

Při novelizaci zákona 335/1997 Sb. se toto označení změnilo na piva výčepní (dřívější 8 – 10°), ležák (11 – 12°), a speciální pivo (13° a více stupňová piva).

Další dělení piv je dle způsobu kvašení:

1. Spontánně kvašená
 - Lambik
 - Gueuze
2. Svrchně kvašená
 - Pšeničná piva
 - Ale
 - Stout
 - Porter
 - Německá svrchně kvašená piva
3. Spodně kvašená piva
 - Ležáky

1.6 Vybrané socioekonomické ukazatele

V této kapitole budou vyjmenovány a popsány vybrané socioekonomické ukazatele. U některých ukazatelů budou zaznamenány průměrné hodnoty dle dat Českého statistického úřadu, z důvodu zachování vnitřních choulostivých informací podniků.

Tabulka 3: socioekonomické ukazatele

Rok 2017 - 2018		Jihočeský kraj	Plzeňský kraj
Průměrný počet zaměstnaných (fyzický, tis.osob)		201,7	191,8
Počet hostů	Rezidenti	1 037 124	491 519
	Nerezidenti	536 482	257 234
Míra nezaměstnanosti (v %)	celkem	2,5	1,5
Podíl nezaměstnaných osob (v %)	celkem	3,3	2,6
Zaměstnaní (tis.osob)	celkem	315,7	290,8
Nezaměstnaní (tis.osob)	celkem	8,1	4,5

Zdroj: Český statistický úřad

Plat – Jedním ze základních nástrojů motivace zaměstnanců je výše peněžní odměny za provedenou práci. Dle průzkumů činila průměrná hrubá mzda v Jihočeském kraji je 25 794,- Kč, v Západočeském kraji je průměrná hrubá mzda 27 944,- Kč. (Český statistický úřad, 2017)

Zaměstnanost – počet zaměstnanců v podniku. Procento aktivních obyvatel z místa podnikání minipivovaru. Počet vytvořených pracovních míst minipivovarem pro obyvatele obce. V roce 2018 se nezaměstnanost pohybovala na úrovni 2,6 % v Plzeňském kraji, v Jihočeském 3,3 %.

Turismus – cílevědomá činnost osob cestujících a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí na dobu kratší než 1 rok. Turisté se dále dělí podle země původu na rezidenty a nerezidenty. Nerezidentem se rozumí osoba, která má například Německé státní občanství a je účastníkem turistického ruchu v jiné zemi. Naopak rezident je osoba, která v rámci turismu cestuje pouze po území vlastního státu.

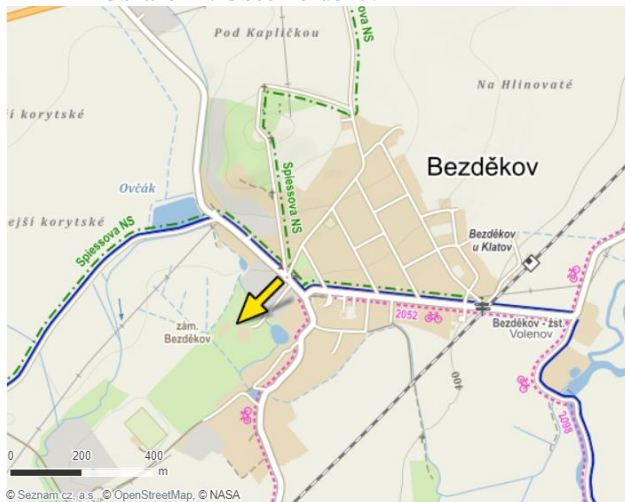
Sponzoring – toto slovo lze definovat jako investování finančních či jiných prostředků do aktivit organizace, jejich následné komerční využití. Tato činnost patří do nástrojů marketingové komunikace. Jedná se pro firmy o vhodnou akci, která má zviditelnit určitou značku. Ale nejedná se o reklamu jako takovou. Firmám nejde o

propagaci jednotlivých výrobků. Sponzoring se nedá přesně měřit daty. (eStránky.cz, 2014)

1.7 Obce a města

1.7.1 Bezděkov

Obrázek 1: Obec Bezděkov



Zdroj: (Bezděkov, nedatováno)

Obec Bezděkov nacházející se v předhůří Šumavy, ve vzdálenosti přibližně 6 km jihozápadně od bývalého okresního města Klatovy. Obec se nachází v malebném údolí řeky Úhlavy. V současné době zde žije 986 obyvatel. Dostupnost obce je možná několika způsoby, hlavní silnicí Klatovy – Domažlice, další možnost je železniční tratí Plzeň – Železná ruda. (Bezděkov, nedatováno)

Bezděkov byl založen již ve 13. století. První dochované písemné zmínky jsou z roku 1331. Obec se postupem času zvětšovala. V různých částech vznikaly různé druhy průmyslu, například cukrovar, mlýny, velkostatek, pivovar atd.

Kulturní život se ve velkém rozvíjel po první světové válce. V roce 1919 byl založen Sokol, o rok později Dělnická tělovýchovná organizace, dále sdružení pro venkovské ženy a pěvecký sbor. (Bezděkov, nedatováno)

V obci se nachází zámek z první poloviny 18. století. Byl vystavěn na místě bývalé gotické tvrze. Historicky byl obehnan i vodím příkopem. Tento příkop postupně jako opevnění ztratil význam, a tak byl zasypán a zámek přestavěn. (Bezděkov, nedatováno)

1.7.2 Kašperské Hory

Obrázek 2: Kašperské hory



Zdroj: Maps.google.com

Město kašperské hory, rozkládající se úpatí pohoří Šumavy v nadmořské výšce přes 700 m. Město leží v blízkosti horního toku zlatonosné řeky Otavy. V dnešní době zde žije přibližně 1600 obyvatel. (Hory, 2016 - 2018)

První zmínka o osídlení pochází z roku 1337. Původní hornická osada byla povýšena na město králem Janem Lucemburským. Císař Karel IV. nechal vystavět nad městem hrad Kašperk k ochraně Zlaté stezky.

Hrad Kašperk se nachází 2,5km od města Kašperské hory. Gotický hrad byl založen v roce 1356 Karlem IV. k ochraně zemských hranic, zlatých dolů a zlaté stezky. Dnes je hrad chráněnou kulturní památkou České republiky.

1.7.3 Město Blatná

Obrázek 3: Blatná



Zdroj: Mapy.cz

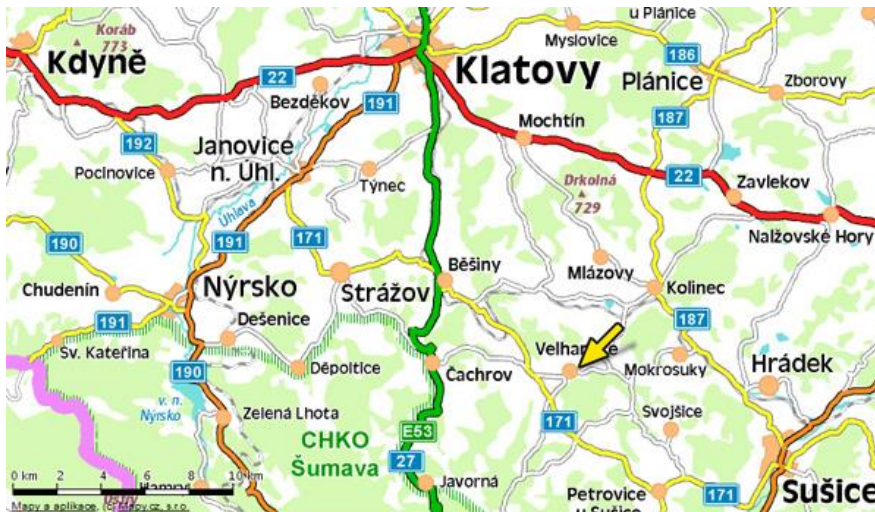
Město Blatná se nachází v severozápadní části Jihočeského kraje. V okolí se nachází množství vodních ploch. Zároveň je město obklopeno pahorky, které dále přecházejí v Brdský masiv. V dnešní době zde žije přibližně 6 500 obyvatel. (Blatná, 2018)

První písemná zmínka o městě je z roku 1235. Název město dostalo podle podloží - blat, na kterém město vzniklo. Mezi dominanty města jednoznačně patří zámek. První zmínka o „blatném hradě“ pochází ze 13. století. Hrad byl v průběhu staletí několikrát přestavován. Dnešní podobu získal při poslední rekonstrukci v letech 1850 – 1856.

V druhé polovině 20. století se město postupně přeměňuje ze zemědělského města na průmyslové centrum regionu. Vznikají zde průmyslové podniky, které odvádí velkou část osob do nového odvětví.

1.7.4 Obec Velhartice

Obrázek 4: Mapa Velhartice



Zdroj: (Velhartice, nedatováno)

Obec Velhartice se nachází v předhůří Šumavy nad říčkou Ostružnou. Poloha je 18 kilometrů jihovýchodně od Klatov a 11 kilometrů na západ od Sušice. V současné době zde žije okolo 900 obyvatel. (Velhartice, nedatováno)

Nejstarší písemná zmínka o Velharticích je z roku 1310. Tato zmínka se váže k době, kdy byl dostavěn hrad. Hrad dal vystavět komorník a přítel Karla IV. Bušek z Velhartic. Osada vznikla již dříve. Původní poloha byla na obchodní stezce z Bavor do Čech. (Velhartice, nedatováno)

Hlavní dominantou obce je hrad. Další historickou stavbou je gotický kostel Narození Panny Marie. Tento kostel se nachází na náměstí. Obec se chlubí památkovou zónou, ve které se nachází zajímavé ukázky městských a kulturních domů. Za zmínku také stojí hřbitovní kostel sv. Máří Magdalény. Právě zde se odehrál děj pověsti, kterou ztvárnil Karel Jaromír Erben pod názvem Svatební košile ze své sbírky Kytice. (Velhartice, nedatováno)

1.7.5 Město Vodňany

Obrázek 5: Město Vodňany



Zdroj: maps.google

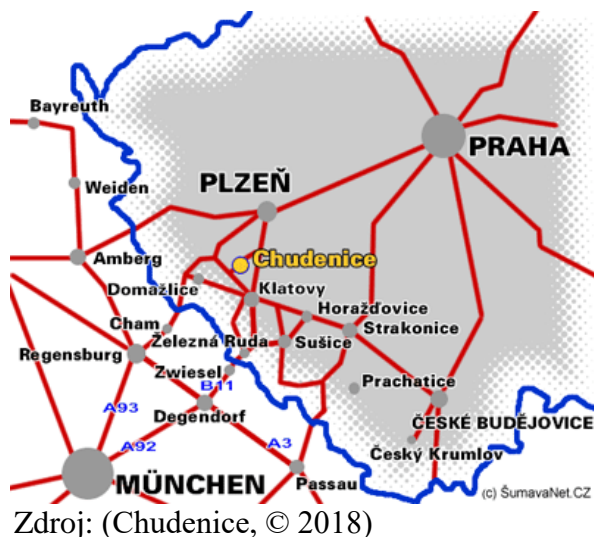
Jihočeské historické město Vodňany nacházející se v polovině cesty ze Strakonice do Českých Budějovic. Město je v rovinaté krajině protkané velkým množstvím stříbrných hladin rybníků a alejí mohutných dubů na jejich hrázích. Město je vodou obklopené a velice úzce spjaté. (WEBHOUSE®, 2006)

Mezi loukami, řekami a močály v blízkosti řeky Blanice vznikla první osada při obchodní cestě Prachatice Praha. Město s největší pravděpodobností vzniklo za vlády Přemysla Otakara II., dle typickému půdorysu měst této doby. Nejdůležitější rok byl za vlády Jana Lucemburského rok 1336, který povýšil Vodňany na královské město.

Jak již bylo zmíněno, město je obklopené a velice úzce spjaté s vodou. Tradice rybníkářství, která má staletou tradici, není rozhodně minulostí. Na získané zkušenosti a znalosti navazuje střední rybářská škola, která byla založena v roce 1920. Rybníkářství a rybářství stále přitahovalo řadu odborníků, proto v roce 1953 byl založen Výzkumný ústav rybářství a hydrobiologie. (WEBHOUSE®, 2006)

1.7.6 Městys Chudenice

Obrázek 6: Městys Chudenice



Městys Chudenice ležící přibližně 11 km severozápadně od Klatov. Městečko je zasazeno do krásné kopcovité krajiny na hranici dvou okresů, klatovského a domažlického. Katastrální území městysu zahrnuje obce Chudenice, Lučice, Býšov, Slatina a Bezpravovice. (Chudenice, © 2018)

Chudenice jsou historickým městem, první písemné zmínky jsou z roku 1200, váží se ke kostelu sv. Jana Křtitele. Následní historie až do roku 1945 je úzce spjata se šlechtickým rodem Černínů, kterým obec po celou dobu patřila. Roku 1592 povýšil císař Rudolf II. Chudenice na městys s právem erbu, pečeti a trhu. Toto povýšení bylo zásluhou Humprechta Černína (Chudenice, © 2018).

1.8 Seznámení s vybranými minipivovary minipivovary

1.8.1 Zámecký pivovar Blatná

Obrázek 8: Logo Blatenského pivovaru



Zdroj: google.com

Obrázek 7: Logo Blatenského lihovaru



Zdroj: google.com

Historie práva várečného sahá v městě Blatná již do roku 1482. Tehdejší pivovar získal právo várečné od Zdeňka Lva z Rožmitálu. Dříve existoval v tomto městě měšťanský a panský pivovar. Sládcí zde vařili pivo až do 70. let 20. století. Poté byl provoz uzavřen tehdejším majitelem Jihočeskými pivovary, státní podnik.

Znovuotevření pivovaru proběhlo v srpnu roku 2016. Nový pivovar je umístěn ve starých prostorách bývalého zámeckého pivovaru. Při nové výstavbě byl pivovar podporován i obcí.

Nový zámecký pivovar začal s ročním výstavem 2200 hl piva. Na začátku roku 2017 došlo k zakoupení nového vybavení. Tímto se roční výstav zvýšil na více než 10000 hl piva. Další zvýšení produkce již není možné kvůli nedostatku prostoru.

Blatenský kohout, tento název piva z Blatné, byl velice dobře znám po Jihočeském kraji. Dnešní majitelé navázali na tuto tradici a světlý ležák nese stejný název. Dále se zde vaří také polotmavý ležák a speciální piva.

Tabulka 4: Přehled vařených piv

Druh piva	Stupňovitost
Blatenský kohout	Světlý ležák (11°)
Polotmavé	Polotmavý ležák (12°)
Speciální piva	Více než 13°

Zdroj: Vlastní šetření

1.8.2 Bezděkovský pivovar

Obrázek 9: logo Bezděkovského pivovaru



Zdroj: google.com

Historie pivovarnictví v Bezděkově sahá do poloviny 19. století. Největšího rozmachu se pivovar dočkal na počátku 20. století, kdy byl vybudován pivovar nový a řadil se mezi největší na Klatovsku. Například v roce 1908 byl roční výstav 20 000 hl. Po

uvedení do provozu se tento pivovar stal jedním z největších v okolí. Původní pivovar fungoval do roku 1950, kdy postupně zaniká. (Cihlář, 2003)

Novodobá historie se datuje od roku 2013, kdy se nový majitel rozhodl navázat na historickou tradici a zřídil pivovar v části historické budovy. Do budoucna plánuje využít i zbytek prostor pro wellnes a ubytování. (pivovar, 2017)

V dnešní době má pivovar přibližný roční výstav 480 hl piva. Největší odbyt je v přílehlé pivovarské restauraci. Část várky se dováží také do Kdyně a do Prahy. V restauraci je možnost zakoupit si pivo do pet lahví.

Tabulka 5: Přehled vařených piv

Druh piva	Stupňovitost
Medvěd	Světlé výčepní (10°)
Grizzly	Světlý ležák (12°)
Grizzlice	Polotmavý ležák (12°)

Zdroj: (pivovar, 2017)

1.8.3 Kašperskohorský pivovar

Obrázek 10: logo kašperskohorského pivovaru



Zdroj: google.com

První písemné zmínky o pivovaru jsou již ze 16. století. A vážou se k držiteli hradu Kašperk, tajemníkovi Ferdinanda I. Jiřímu z Lokšan. Jedná se o jeden z nejstarších pivovarů v západočeském regionu. V roce 1654 byl roční výstav 265 a ½ sudu⁴ piva. V posledním roce fungování pivovaru průměrný výstav činil 6000 hl piva. Pivovar zaměstnával 10 zaměstnanců. Původní pivovar byl v provozu až do roku 1947. (Cihlář, 2003)

Novodobá historie se datuje do roku 2016, kdy se majitelé rozhodli obnovit provoz pivovaru v Kašperských Horách. Jedním z důvodů pro znovuzaložení bylo navázání na historickou pivovarskou tradici.

V dnešní době se roční výstav pohybuje okolo 500 hl piva. Majitelé v současnosti rozšiřují výrobu, navýšením počtu CK⁵ tanků. K největší spotřebě piva dochází v restauraci. Malé množství keg sudů je dodáváno do Prahy. V budově pivovaru/restauraci je také možnost zakoupení piv v pet lahvích, nabídka těchto lahví koresponduje s pivy na čepu.

⁴ Sud piva = 57,2 l

⁵ Cylindrokónické kvasné a zrací tanky

2 Cíle práce

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je, na základě analýzy vybraných socioekonomických faktorů ve vybraném regionu, zhodnotit vliv minipivovarů na tyto faktory. Součástí práce je vymezení socioekonomických faktorů a šetření v minipivovarech a obcích a městech ve vybraném regionu. Ve výzkumu chci zmapovat socioekonomické faktory v obcích s minipivovarem i bez něj a zjistit do jaké míry přispívají podnikatelé ke zlepšování podmínek v obcích a městech. Hlavní cíl, po definování socioekonomických faktorů, byl rozdělen do dílčích cílů, dle kterých byly formulovány výzkumné otázky.

2.2 Výzkumné cíle, výzkumné otázky

Pro výzkumnou část mé práce jsem hlavní cíl rozdělil do několika dílčích cílů, pro snažší definování těchto bodů. Tyto cíle jsou formulovány do následujících výzkumných otázek:

- Cíl 1: Zaměstnávají minipivovary obyvatele obcí, ve kterých mají své sídlo firmy?
- Cíl 2: Vyplácejí zaměstnavatelé svým zaměstnancům vyšší mzdu⁶ než je krajský průměr?
- Cíl 3: Vytváří minipivovary kulturní akce pro obyvatele daných obcí?
- Cíl 4: Vytváří obce s minipivovarem více kulturních akcí pro své obyvatele než města bez minipivovarů?
- Cíl 5: Je minipivovar důvodem pro mladé lidi zůstat ve svých rodných městech?
- Cíl 6: Tvoří turisté většinu klientely?

⁶ V tomto případě se jedná o hrubou mzdu, která je uvedena v kapitole 1.6

Na základě těchto dílčích cílů, jsem vytvořil několik výzkumných otázek:

- Výzkumná otázka 1: Alespoň polovina zaměstnanců jsou obyvateli dané obce.
- Výzkumná otázka 2: Podnikatelé vyplácejí svým zaměstnancům hrubou mzdu, která je vyšší, než je průměrná hrubá mzda v daném kraji.
- Výzkumná otázka 3: Minipivovary se podílejí alespoň na 5 kulturních akcích dané obce.
- Výzkumná otázka 4: Obce s minipivovary vytvářejí o 20 kulturních akcí více než jiné obce bez minipivovaru.
- Výzkumná otázka 5: Minipivovar je důvodem pro mladé lidi zůstat menších městech.
- Výzkumná otázka 6: Hlavními zákazníky minipivovarů jsou turisté.

Z každého výzkumného cíle bylo vytvořeno několik dotazníkových otázek. Dotazníková šetření byla rozdělena na šetření v obcích a městech, včetně pivovaru i bez něj a minipivovarech. Tohoto rozděleného šetření se dá využít pro porovnání symbiózy podnikatelů a státní správy, zastoupenou obecními a městskými úřady.

Na výzkumnou otázku číslo 2 jsem při dotazníkovém a terénním šetření pracoval s průměrnou hrubou mzdu udávanou statistickým úřadem. Při terénním šetření v minipivovarech jsem pracoval pouze s vyjádřením – vyšší, menší, průměrná hrubá mzda zaměstnanců. Tento fakt je z důvodu zachování tajemství v pracovně-právních vztazích.

3 Materiály a metody

3.1 Metodický postup

Literární přehled, tato teoretická část práce byla vypracována formou rešerše literatury, pojmů, zdrojů Českého statistického úřadu využívaných v souvislosti se socioekonomickými faktory a přínosy minipivovarů pro obce.

Po nastudování teoretického základu byly sestaveny výzkumné otázky. Vzhledem k výzkumným otázkám a cílům práce jsem pro svou diplomovou práci zvolil kvantitativní výzkum.

K zjištění jednotlivých odpovědí pro potvrzení nebo vyvrácení výzkumných otázek byly sestaveny dva dotazníky. Jeden byl adresován minipivovarům v jednotlivých obcích a otázky byly pokládány právě zmíněným pivovarům. Druhý dotazník byl určen pro obce a města, ve kterých se minipivovar buď nachází či nikoliv. Převážná většina otázek byla uzavřená, ale byla zde možnost doplnit vlastní odpověď. Tato skutečnost byla totožná pro oba dotazníky. Malá část otázek byla otevřená. Tyto otázky se týkaly například počtu obyvatel, apod.

4 Výsledek

V této kapitole jsou popsány socioekonomické ukazatele jednotlivých zkoumaných minipivovarů dle dotazníkového šetření.

4.1 Šetření v minipivovarech

4.1.1 Zámecký pivovar Blatná

Majitelé chtěli navázat na historickou tradici vaření piva a zároveň vytvořili pro místní obyvatele 2 pracovní místa. Pivovar v dnešní době zaměstnává 2 osoby. Oba zaměstnanci bydlí přímo ve městě. Jejich plat je vyšší, než je průměrný plat pro Jihočeský kraj.

Pivovar se podílí na kulturních akcích. Svůj stánek s produkty nechybí při blatenské pouti. Zároveň spolupřádají pivní slavnosti, při kterých mohou lidé ochutnat pěňivý mok. Pivovar se také podílí sponzoringem při akcích pořádané městem Blatná. Od města měl pivovar podporu již před výstavbou.

Pivovar je vedle zámku druhou největší turistickou atrakcí. I město spolupracuje s pivovarem, důležité městské návštěvy vždy mají posezení spojené s exkurzí.

4.1.2 Bezděkovský pivovar

Dnešní pivovar navazuje na historickou tradici z 18. století. Majitelé vytvořili pro obyvatele 20 pracovních míst. Pracovní pozice jsou rozloženy napříč všemi částmi podniku, například ve varně, skladu, restauraci apod. Většina zaměstnanců je z blízkého okolí⁷, pouze jeden pochází přímo z obce. Platové podmínky zaměstnanců jsou oproti průměrné hrubé mzdě nadprůměrné.

⁷ Blízké okolí - okruh 15 km.

Zdejší pivovar se podílí na kulturních akcích v rámci sponzoringu. Jedná se především o finanční injekci místním spolkům. Spolupráce s obcí je skromnější, jedná se o několik málo veřejných akcí.

Zájem o pivovar a produkty se v průběhu doby mění. V době po znovuootevření tvořila převážná část hostů místní obyvatelé. V současnosti převažují turisté, kteří cíleně hledají malé pivovary. Dále ještě je věkové zastoupení zákazníků rozloženo rovnoměrně na mladší a starší zákazníky.

4.1.3 Kašperskohorský pivovar

Tento minipivovar pro obec vytvořil 10 pracovních míst. Zaměstnanci pochází jak přímo z města, tak i z blízkého okolí. Odměna zaměstnanců za práci má hodnotu slabšího průměru.

Pivovar se ročně účastní asi 5 akcí. Jedná se buď o sponzoring, nebo akce pivovarem vytvářené. Vlastní akcí pivovaru je vytvoření pivního festivalu za účasti minipivovarů z Modravy a Kvildy. Pivovar se zapojuje i do dalších akcí města při požádání úředníky. Dále se na majitele obrací i města a vesnice z okolí, jedná se například o obecní slavnosti apod.

Návštěvnost pivovaru patří především turistům. Ta převládá nad návštěvností místními. Pokud se jedná o věkovou kategorii místních, jedná se o střední věkovou skupinu obyvatel.

4.1.4 Komparace jednotlivých minipivovarů

Tabulka 6: Jednotlivé minipivovary

	Pracovní místa	Hrubá mzda ⁸	Počet akcí	Zákazníci (otevření)	Zákazníci (současnost)	Věkové složení ⁹
Bezděkov	20	Vyšší		Místní	Turisté	Rovnoměrně rozděleno
Blatná	2	Vyšší	do 5	Nelze jednoznačně určit		
Kašperské Hory	10	Nižší	5 - 10	Převládají turisté		Střední věková skupina

Zdroj: Vlastní šetření

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že minipivovary vytváří pro oblast působení poměrně vysoký počet pracovních míst. U pivovaru v Blatné je nízké číslo dané typem podniku, na rozdíl od ostatních se nejedná o restaurační pivovar.

Výše mzdy je ve dvou případech na vyšší míře, než je průměrná hodnota, liší se pouze u Kašperskohorského pivovaru. Dle slov paní majitelky je to z důvodu konkurenčního prostředí ve městě.

Na kulturních akcích se minipivovary účastní ve velké míře. V tomto případě se jedná o kulturní akce, kterých se buďto pivovary účastní ve formě sponzoringu nebo přímo tyto akce pořádají. V Kašperských Horách se pivovar angažuje. Z vlastní iniciativy vytvořil 2 kulturní akce, které se každoročně opakují.

⁸ Průměrná hrubá mzda pro jednotlivé kraje je již zmíněna výše, zde se jedná o vyčíslení – vyšší, průměrná nebo nižší než je průměrná hrubá mzda dle ČSÚ

⁹ Mladší věková skupina 18 – 30, střední věková skupina 31 – 55, starší 56 - 100

Rozložení zákazníků, které tvoří obyvatelé dané obce či města a turisté, je specifické. Při uvedení pivovarů do provozu většinu zákazníků tvořili místní obyvatelé. S přibývajícím časem se toto složení začalo měnit. Je velice zajímavé, že v dnešní době jsou hlavními zákazníky turisté. Pro ty se minipivovary začínají stávat významnými turistickými cíli vedle historických památek a přírodních skvostů. U dvou minipivovarů v době výzkumu již v návštěvnosti převládali právě zmínění turisté. U třetího případu se jednoznačně nedá určit klientela z důvodu chybějící restaurace.

Věkové rozložení zákazníků je specifické pro danou polohu jednotlivého minipivovaru. Bezděkov, ležící blízko velkého města, má poměrně rovnoměrné rozložení zákazníků, od mladších po starší. Naopak u Kašperskohorského pivovaru je majoritní skupinou zákazníků střední věková skupina. Může to být dáno geografii okolí. Kašperské Hory se nacházejí na samém začátku Šumavy, najdeme zde kopcovitý terén, který nejspíše vyhovuje této věkové skupině obyvatel. Zároveň turistický ruch je zaměřen především na přírodu.

4.2 Šetření v obcích a městech

4.2.1 Město Blatná

Poloha tohoto města je v severozápadní části Jihočeského kraje, ve vzdálenosti 22 kilometrů od okresního města Strakonice. Populace včetně katastrálních osad čítá přes 6476 obyvatel, v samotném městě žije 6048 osob. Dle statistických úřadů je průměrný věk obyvatel 43,3 roky, procentuální věkové složení obyvatel je v zobrazené v následujícím grafu.

Graf 1: Věkové složení obyvatel Blatné



Zdroj: Český statistický úřad

Z grafu 1. vyplývá, že největší procento občanů je ve věku 15-64 let. To znamená, že největší počet lidí je v tzv. „produktivním věku“¹⁰. Vyjádřeno v číslech, je celkový počet osob v „produktivním věku“ přibližně 3770. Z toho mužů je 1875 a žen 1670. V dnešní době je ve míra zaměstnanosti do 25 %. Z tohoto procenta více než 75 % osob našlo pracovní místa přímo ve městě.

Vzhledem velikosti města, je zde i velmi pestrá nabídka kulturního vyžití jak pro návštěvníky, tak pro místní obyvatele. Ročně se zde uskuteční více jak 10 akcí nejrůznějšího druhu. Jedná se o koncerty, víkendové diskotéky, městské plesy a nejrůznější divadelní představení. Na počest významného rodáka Františka Simandla se koná druhým rokem mezinárodní kontrabasová soutěž.

Blatná a okolní region je velmi turisticky oblíbený. Turisté vyhledávají jedinečnou zachovalou přírodu a krajinu s mnoha rybníky, mezi kterými vede množství cyklistických stezek. Pro milovníky architektury a historie je krajina poseta starobylými selskými

¹⁰ Produktivní věk je 15 – 59 let u mužů a 15 – 54 let u žen.

usedlostmi a drobnými sakrálními památkami. Jednou z dominant města je zámek Blatná, který ročně navštíví přes 30 tisíc turistů. Město samotné pak navštíví přes 10 tisíc osob dle statistik městského informačního centra.

4.2.2 Obec Bezděkov

Obec Bezděkov se nachází v předhůří Šumavy, 8 km od bývalého okresního města Klatovy. K prvnímu dni roku 2018 čítá populace 926 obyvatel. Dle údajů Českého statistického úřadu je věkové složení obyvatel znázorněno v následujícím grafu.

Graf 2: Věkové složení obyvatel Bezděkova



Zdroj: Český statistický úřad

Kulturní život zde velice žije, ročně se tu pořádá více než 10 kulturních akcí. Největší zastoupení mají koncerty, divadelní představení a plesy. Dále se zde pořádají výstavy, kurzy malby a kreativity.

4.2.3 Město Kašperské Hory

Bývalé hornické město, nacházející se na počátku pohoří Šumava, 15 km od města Sušice. Město, čítající 1470 obyvatel s průměrným věkem 44,5 let. Přesnější věkové složení obyvatelstva je v níže v grafu číslo 3.

Hrad Kašperk, dominantu města, ročně navštíví přes 55 000 osob. Většina z těchto návštěvníků využije cestu přes město. Vzhledem k tomuto faktu v místě působí 21 podnikatelských subjektů s hlavní činností pohostinství a ubytovací služby. Ročně se zde ubytuje 18000 osob, průměrná délka pobytu jsou 3 noci.

Graf 3: Věkové složení obyvatel Kašperských Hor

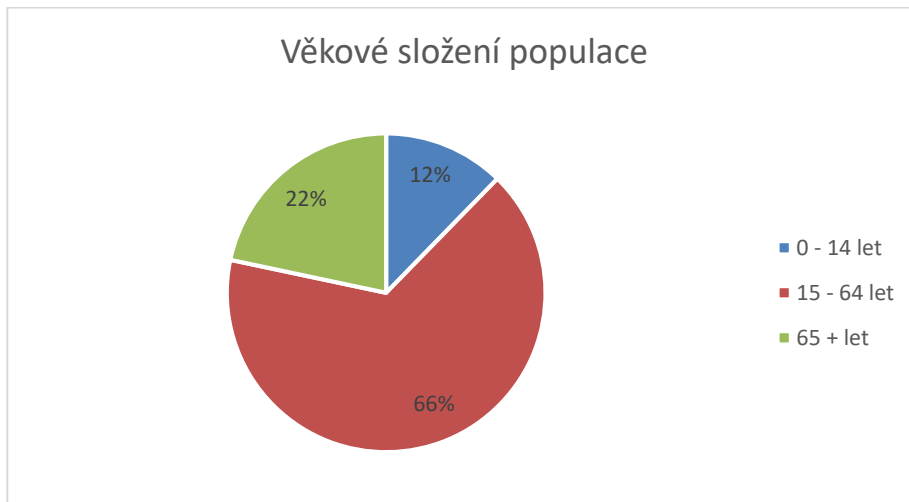


Zdroj: Český statistický úřad

4.2.4 Obec Velhartice

Historická obec, ležící v předhůří Šumavy. Poloha je skoro na půli cesty mezi Sušicí, 15 km, a Klatovy, 20,3 km. K letošnímu roku je počet obyvatel 821, s průměrným věkem 45,4 let. Přesnější výpis složení obyvatel obce je v následujícím grafu číslo 4.

Graf 4: Věkové složení obyvatel Velhartic



Zdroj: Český statistický úřad

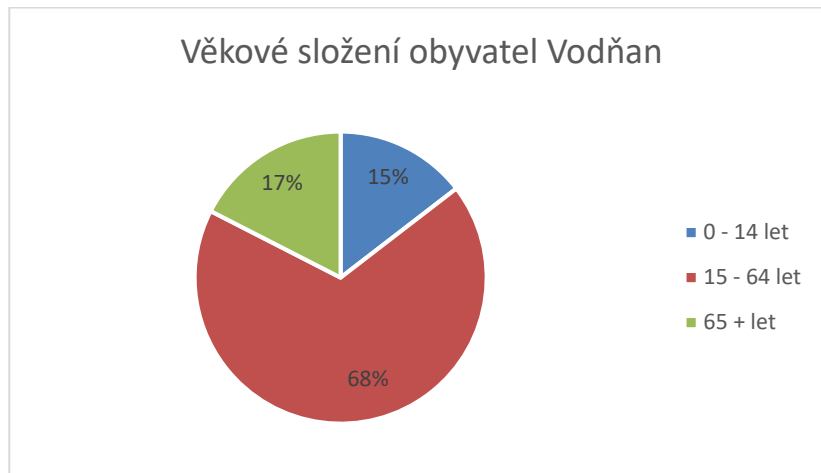
Počet obyvatel v „aktivním věku“ je přibližně 530. Vzhledem k tomu, že se jedná o menší obec v blízkosti velkých měst většina obyvatel dojíždí za prací jinam. Míra nezaměstnanosti dle statistik vychází na hodnotu 4,1%, to v přepočtu znamená 34 osob z celkového počtu obyvatel obce.

Na hrad Velhartice ročně zamíří kolem 45 000 turistů. V obci je registrováno 25 podnikatelských subjektů hostinskou a ubytovací činností, dle statistik je v činnosti 11 z nich.

4.2.5 Město Vodňany

Historické město, ležící v rovinné krajině poseté množstvím rybníků. Poloha města je na polovině cesty ze Strakonice (28 km) do Českých Budějovic (32 km). Dle statistických údajů je počet obyvatel 6880.

Graf 5: Věkové složení obyvatel Vodňan



Zdroj: Český statistický úřad

Dle výsledků dotazníkového šetření i ze statistických dat je patrné, že nejpočetnější věkovou skupinou obyvatelstva je od 15-64 let. Zaměstnanost ve městě se pohybuje na samém vrcholu, dle výsledků je to 76-100%.

Vodňany, jako větší město, vytváří pro své obyvatele a turisty velké množství kulturních akcí. Jedná se o městský ples a další plesy pořádané zájmovými sdruženími, dále divadelní představení. Z méně formálních záležitostí se zde konají různé koncerty, a pro mladé lidi i množství diskoték.

4.2.6 Městys Chudenice

Jeden z nejstarších městysů na našem území ležící na hranicích klatovského a domažlického okresu ve vzdálenosti 11 kilometrů od města Klatovy. Počet obyvatel je 750. Průměrný věk obyvatel je 43 let. Podrobnější přehled věkového složení je v následujícím grafu.

Graf 6: Věkové složení obyvatel Chudenic



Zdroj: Český statistický úřad

Z grafu je patrné, že nejpočetnější věkovou skupinou jsou osoby od 15 do 64 let. V číslech statistického úřadu čítá tato skupina přibližně 475 osob. Městys má výbornou hodnotu zaměstnanosti, ta má hodnotu přes 75 %. Na druhou stranu musím dodat, že procento obyvatel zaměstnaných přímo v místě bydliště je jen do 25 %.

Městys nabízí občanům pestrou škálu kulturního života. Jedná se o pořádání koncertů, divadelních představení, tématické přednášky a výstavy. Dále také pořádá pro obyvatele různé nabídky výletů. V neposlední řadě se jedná i o formální plesy.

Kopcovitý terén, dlouhá a pestrá historie, velké množství historických památek jsou lákadly pro turistický ruch. Jednou z dominant území městysu je Starý zámek Chudenice, ve kterém sídlí muzeum rodu Černínů i muzeum Josefa Dobrovského. Josef Dobrovský, český učenec a vedoucí osobnost národního obrození, v letech 1817 – 1828 pobýval na zámku Lázeň u Chudenic, kde byl vychovatelem a učitelem hraběte Eugena Černína. (Klatovech, © 2018) Dalšími pamětihodnostmi města jsou Zámek Lázeň sv. Wolfganga, Kozí vojna (barokní budova správy Bažantnice). Ročně městys a jeho pamětihodnosti navštíví okolo 12 000 turistů.

4.2.7 Komparace faktorů

V následující tabulce jsou porovnány jednotlivé obce mezi sebou, jejich počet kulturních akcí a zda-li se v místě nachází i minipivovar.

Tabulka 7: Komparace faktorů měst

město	Zaměstnanost	počet kulturních akcí	Druh akce					Minipivovar	Návratnost daní
			Koncert	Ples	Divadlo	Diskotéky	jiné		
Bezděkov	-	10+	x	x	x		Výstavy, kurzy malby	x	-
Blatná	25%	10+	x	x	x	x		x	0-25%
Chudonice	75-100%	10+	x		x		Přednášky, výstavy	-	0-25%
Kašperské hory	-	10+	x	x	x		-	x	-
Velhartice	-	5 - 10	x	x	x		Výstavy	-	-
Vodňany	75-100%	10+	x	x	x	x	-	-	-

Zdroj: Vlastní šetření

Z tabulky vyplývá, že všechna zkoumaná města nabízí svému okolí nepřeberné množství kulturních akcí. V největší míře se jedná o koncerty nejrůznějších interpretů, které jsou tahákem pro široké skupiny příznivců. Dále se jedná o divadelní představení, městské či jiné plesy. Jen v některých zkoumaných městech pořádají i další kulturní akce, jako jsou různé výstavy obrazů a fotografií, tematické přednášky či různé zájmové kurzy.

Zaměstnanost se v různých regionech a městech liší. Jedná se o hodnoty do 25%, poté od 75 do 100%. Tento jev může mít více důvodů vzniku. Může se jednat o malé množství vytvořených pracovních míst, různé preference obyvatel měst a obcí apod.

Pro obce přítomnost podnikatelských subjektů znamená i příjem do obecní pokladny. Jedná se o poplatek od ubytovacích zařízení, tak se jedná i o určité procento přerozdělených peněz od státu. Z vlastního šetření vyplývá, že pouze u poloviny zkoumaných měst je tato návratnost od státu na úrovni do 25 %. U ostatních zkoumaných měst buď tyto příjmy nejsou nebo nevedou statistiky. Pro někoho jsou to citlivá data.

Přítomnost minipivovaru může být pro obec a obyvatele velký potenciál. Jedna skutečnost je vytvoření určitého množství pracovních míst, která záleží na velikosti pivovaru a množství nabízených služeb. Minipivovary se podílejí na kulturních akcích. Mnohdy samy tyto akce organizují. Minipivovary, dle výsledků šetření, se podílí jak na kulturních akcích v místě sídla firmy, ale které podporují místní spolky ve svém okolí.

Tabulka 8: Akce minipivovarů

	Počet akcí	Vytvořené vlastní akce	Sponzoring	Umístění
Blatná	Do 5	0	5	Blatná
Bezděkov	Do 5	0	5	Bezděkov, Blízké okolí
Kašperské hory	5-10	7	3	Kašperské Hory, okolí

Zdroj: Vlastní šetření

V tabulce číslo 8 je přehled jednotlivých minipivovarů, kolika kulturních akcí se ročně zúčastní. Z tabulky je patrné, že ve dvou případech se jedná pouze o 5 akcí během

roku, a to formou sponzoringu. Naopak u třetího příkladu se jedná o poměrně vysoké číslo. Jedná se o sponzoring různých akcí v místě či v blízkém okolí, organizaci vlastních kulturních akcí za spolupráce ostatních minipivovarů v okolí.

5 Diskuze a vyhodnocení výzkumných otázek

Výzkumná otázka 1: Alespoň polovina zaměstnanců jsou obyvateli dané obce.

Výzkumná otázka č. 1 na základě mnou získaných dat byla potvrzena

Výzkumná otázka tvrdí, že minimálně polovina zaměstnanců jsou obyvateli dané obce. První výzkumná otázka při zkoumání v minipivovarech bylo zjištění počtu zaměstnanců potřebných pro chod podniku. S touto otázkou úzce souvisí místo bydliště zaměstnanců. Z šetření bylo patrné, že u dvou minipivovarů byla tato výzkumná otázka potvrzena, a to u Blatenského tak i u Kašperskohorského minipivovaru. U Bezděkovského minipivovaru nebyla výzkumná otázka potvrzena, jelikož více než polovina zaměstnanců má trvalé bydliště v blízkém okolí, nikoliv přímo v obci.

Výzkumná otázka 2: Zaměstnanci minipivovarů dosahují vyšších hrubých mezd, než jsou krajské průměry.

Výzkumná otázka č. 2 dle výsledků mého výzkumu byla potvrzena

Druhým cílem bylo zjistit, jaká je výše průměrné hrubé mzdy zaměstnanců daných minipivovarů v porovnání s průměrnou hrubou mzdou kraje, ve kterém se minipivovar nachází. Na základě předpokladu, že jsou mzdy vyšší, byla formulována výzkumná otázka č. 2. Ve zkoumaném období dosahovala průměrná hrubá mzda v Plzeňském kraji 27 944 Kč a v Jihočeském kraji 25 794 Kč. V rámci výzkumného šetření byli jednotliví majitelé minipivovarů seznámeni s aktuální výší průměrné hrubé mzdy v daném kraji a následně dotázáni, zda jejich zaměstnanci dosahují hrubé mzdy nižší, stejné nebo vyšší, než je tento průměr. Vzhledem k citlivosti údajů o přesné částce, kterou jsou zaměstnanci odměňováni, záměrně nebyla položena otázka na přesnou výši mezd, ale dotaz směřoval právě na porovnání s průměrem.

Na základě šetření v minipivovarech, prohlašuji tuto výzkumnou otázku za prokázanou. Odpovědi u dvou minipivovarů korespondovaly s mou výzkumnou otázkou, to znamená, že výše mzdy je vyšší, než je průměr daného kraje.

Výzkumná otázka 3: Minipivovary se podílejí alespoň na 5 kulturních akcích dané obce.

Výzkumná otázka č. 3 se dle mého výzkumu byla ověřena.

Třetím cílem práce bylo zjistit, kolika kulturních akcí se minipivovary účastní či samy vytvářejí. Na základě úvahy, že se minipivovary ve velké míře zapojují do kulturního dění v obci, byla formulována výzkumná otázka č. 3.

Po vyhodnocení dat z terénního výzkumu jsem zjistil, že minipivovary se ve velké míře podílejí na kulturním životě obyvatel obcí a měst, podílejí se na pěti a více kulturních akcí. U dvou subjektů se jedná převážně o sponzoring. Jedná se buď o věcné či peněžní dary na podporu místních spolků, či v rámci spolupráce s městskými úřady. Minipivovar v Bezděkově v převážné většině spolupracuje s místními zájmovými skupinami, sponzoruje jejich významné události. Na druhou stranu Blatenský minipivovar převážně spolupracuje s městem. Uskutečňuje exkurze a degustace pro významné návštěvy, poskytuje vhodné prostory apod. Na rozdíl od toho, Kašperskohorský minipivovar převážně pořádá vlastní kulturní akce, na kterých spolupracují i minipivovary z okolí. Snaží se o vytvoření tradic, které zahrnují pivní slavnosti. Dále také podporují zájmové spolky a ostatní obecní akce v okolí.

Shrnu-li výsledky šetření, mohu prohlásit, že výzkumná č. 3 byla v mém případě prokázána. Všechny zkoumané minipivovary se účastní minimálně pěti kulturních akcí, některé pouze formou sponzoringu. Některé minipivovary vytvářejí své nové akce.

Výzkumná otázka 4: Obce s minipivovarem vytváří o 20 kulturních akcí více než ostatní obce

Výzkumná otázka č. 4 na základě mého výzkumu nebyla potvrzena

Výzkumná otázka č. 4 tvrdí, že obce s minipivovarem vytváří pro své občany více kulturních akcí než jiné obce. Tato výzkumná otázka vycházela z předpokladu, že počet akcí v obcích s minipivovarem je o 20 akcí více než v ostatních obcích. Tato výzkumná otázka je založena na údajích z předchozí výzkumné otázky č. 3 a výzkumu ve vybraných obcích bez minipivovaru.

Vyhodnocení výsledků zkoumání prokázalo, že obce bez minipivovarů pořádají stejný či větší počet kulturních akcí za přítomnosti minipivovaru. V jednom případě výzkum u neměl minipivovar na počet kulturních akcí. V jednom případě se jednalo o sponzoring akcí, které se nekonaly přímo sídle minipivovaru. Na základě těchto výsledků v mém výzkumu tvrdím, že výzkumná otázka č. 4 je vyvrácena.

Výzkumná otázka 5: Minipivovar je důvodem pro mladé lidi zůstat menších městech.

Výzkumná otázka č. 5 na základě mnou získaných dat byla nebyla potvrzena

Výzkumná otázka č. 5 měla za úkol prokázat, zda je minipivovar dostatečným důvodem, aby mladí lidé neodcházeli z menších obcí do větších. Tato hypotéza byla založena na úvaze, že mladí lidé odcházejí z malých měst do větších z různých důvodů, například větší nabídka pracovních míst, vyšší mzda, větší kulturní vyžití apod. Minipivovar je faktor, kvůli kterému by mohli zůstat. Může představovat nové pracovní pozice. Vytvářením cílených kulturních akcí pro mladé lidi může minipivovar získat novou klientelu.

Výsledky výzkumu v jednotlivých minipivovarech dopadly dle mého očekávání. Domníval jsem se, že minipivovar není důvodem pro mladé obyvatele zůstat v menších

obcích. Dle výsledků šetření hlavní skupinu zákazníků tvoří osoby ve věku od 30 do 50 let. Vzhledem k těmto výsledkům šetření prohlašuji výzkumnou otázku č. 5 za neprokázanou.

Výzkumná otázka 6: Hlavními zákazníky minipivovarů jsou turisté.

Výzkumní otázka č. 6 se dle výsledků mého byla prokázána

Výzkumná otázka vycházela z předpokladu, že turismus se v dnešní době těší velké oblibě lidí. S rozvojem společnosti se mění i turistické cíle. Jako jeden z fenoménů dnešní doby se dá považovat zážitková turistika. Do této skupiny patří i gastronomický cestovní ruch. Turisté stále vyhledávají přírodní a historické památky, ale jako další cíle začínají vyhledávat specifickou gastronomii i malé drobné pivovary.

Výzkumná otázka č. 6 tvrdí, že turisté jsou hlavní zákaznickou skupinou pro minipivovary. Všechny minipivovary jsou v blízkosti turisticky atraktivních míst. Jedná se o historická města, hrady, zámky, přírodní rezervace a národní park Šumava. Tato výzkumná otázka byla potvrzena, na základě výsledků rozhovorů s majiteli jednotlivých pivovarů.

6 Závěr

Práce se zabývá problematikou socioekonomických přínosů minipivovarů pro občany měst a obcí. Náplní teoretické části této práce jsou definice vybraných socioekonomických faktorů, stejně tak v této části nechybí definice minipivovarů. V této části práce jsem se zaměřil na studium knih a internetových zdrojů z oblasti ekonomiky a pivovarnictví. Zajímavé pro mě byly i osobní návštěvy a rozhovory s některými odborníky. Hlavní cíl práce je velmi široký. Proto pro splnění hlavního cíle byl rozdělen do 6 dílčích cílů. Na základě dílčích cílů byly formulovány výzkumné otázky. Hlavní cíl práce na základě mého výzkumu byl naplněn pouze z části.

Výsledky ukázaly, že minipivovary vytváří svou činností pro své okolí různý počet pracovních míst, dle škály nabízených služeb. Je potěšující, že alespoň polovina z těchto míst je obsazována lidmi z dané obce. Tento výsledek potvrdil první výzkumnou otázku. První cíl je úzce spjatý s druhým výzkumným cílem, kterým bylo zjištění výše hrubé mzdy zaměstnanců minipivovarů. Zde podle výsledků výzkumu je patrné, že zaměstnanci minipivovarů mají vyšší hrubou mzdu, než je průměrná hodnota pro daný kraj. Tímto výsledkem se mi potvrdila výzkumná otázka č. 2. Další část mého výzkumu se zabývala nabídkou kulturních akcí pro občany daných obcí. Dle vyhodnocení výsledků je patrné, že minipivovary se podílejí alespoň na 5ti kulturních akcích ročně v dané obci. Tento výsledek potvrzuje třetí výzkumný cíl. S třetím cílem je úzce spjat i další výzkumný cíl a to, že obce s minipivovary vytvářejí o 20 kulturních akcí více než ostatní obce. Dle výsledků obce bez minipivovaru vytváří stejný počet či více kulturních akcí než za přítomnosti minipivovaru. Proto na základě tohoto výsledku byla tato výzkumná otázka vyvrácena. Výzkumná otázka č. 5 byla formulována na základě úvahy, že minipivovar je pro mladé lidi jedním z faktorů, proč by neměli odcházet z malých měst. Tento cíl dle výsledků z šetření v minipivovarech se nedal potvrdit. Na základě tohoto mého tvrzení jsem vyhodnotil tuto výzkumnou otázku č. 5 za nepotvrzenou. V dnešní době se minipivovary stávají jedním z vyhledávaných cílů turistů. Podle této úvahy byl formulován následující cíl. A to, že hlavními zákazníky minipivovarů jsou turisté. Tento fakt se v mém výzkumu prokázal na základě šetření v jednotlivých

minipivovarech. Shrnu-li výsledky, můj výzkum prokázal čtyři ze šesti stanovených výzkumných cílů.

7 Bibliografie

(12. duben 2000). *Zákon číslo 128/2000 Sb.*, §1.

A, K. (2005). *Pivovarnictví v českých zemích v proměnách 20. století*. Výzkumný ústav pivovarský a sladařský.

Basařová, G. (2010). *Pivovarství - Teorie a praxe výroby piva* (1. vydání. vyd.). Praha: VŠCHT.

Bezděkov, O. ú. (nedatováno). *bezdekov.cz*. Získáno 19.. Březen 2018, z Bezděkov a okolí: <http://www.bezdekov.cz/bezdekov/>

Blatná, m. (2018). *Mesto-blatna.cz*. Získáno 19.. Březen 2018, z Město Blatná: <http://www.mesto-blatna.cz/>

Cihlár, T. (2003). *Pošumavské pivovary* (1. vydání. vyd.). Sušice: Dr. Radovan Rebstöck.

Český statistický úřad. (11. Prosinec 2017). Získáno 12. Prosinec 2017, z CZSO: <https://www.czso.cz/csu/xc>

ČMSM. (2012). Získáno 13. 11 2017, z Českomoravský svaz minipivovarů: <http://www.minipivo.cz>

Dnes, M. f. (2016). Jak se daří českému pivu. *Mladá fronta Dnes*, 8.

Eric Delmelle, M. H. (Prosinec 2016). *A spatial model of socioeconomic and environmental determinants of dengue fever in Cali, Columbia*. Získáno 12. Prosinec 2017, z <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001706X16306738>

eStránky.cz. (3.. Květen 2014). *vseomarketingu.estranky.cz*. Získáno 6.. Březen 2018, z
Vše o marketingu:
<http://www.vseomarketingu.estranky.cz/clanky/marketing/uloha-sponzoringu.html>

Gabriela Basařová, I. H. (2011). *České pivo*. Praha: Brain team.

Gabriela Basařová, I. H. (2011). *České pivo*. Praha: Havlíček.

Hory, M. K. (2016 - 2018). *Kasphory.cz*. Získáno 19. Březen 2018, z Kašperské Hory:
<https://www.kasphory.cz/mesto/o-meste>

Chase, M. (2016). *Definition of Socioeconomic Factors*. Získáno 12. Prosinec 2017, z
People of our everyday life: <http://peopleof.oureverydaylife.com/definition-socioeconomic-factors-8373.html>

Chudenice, M. (© 2018). *chudenice.info*. Získáno 31.. březem 2018, z Městys Chudenice:
<http://turista.chudenice.info/zakladni-udaje>

idnes.cz. (2016). Jak se daří českému pivo. *Mladá fronta dnes*, 8-8.

K, P. (2006). *Restaurační minipivovary a rodinné pivovary v podmínkách České republiky*.

Klatovech, V. m. (© 2018). *chudenice.info/dobrovsky-josef*. Získáno 31.. březem 2018, z
městys Chudenice: <http://turista.chudenice.info/dobrovsky-josef>

Kotesovcova, J., & Jaromir, S. (2012). The Sector Analysis of the Czech Brewery
Intustra. *International Congerence on Problems of the Corporate Sector*.

L, C. (2007). *Pivovarnictví*. Praha: Grada.

National Centre for Education Statistics. (17. 4 2013). Získáno 28.. Listopad 1017, z National Assessment of Edu: https://nces.ed.gov/nationsreportcard/pdf/researchcenter/Socioeconomic_Factors.pdf

pivovar, B. (2017). *bezdekovsky-pivovar*. Získáno 6.. Únor 2018, z Bezděkovský pivovar: <http://www.bezdekovsky-pivovar.cz/historie/>

rozvoje, ©. Ú. (26. Červenec 2017). © *Ústav územního rozvoje*. Získáno 15.. Leden 2018, z <https://portal.uur.cz/spravni-usporadani-cr-organy-uzemniho-planovani/obce.asp>

Salač, G. (2006). *Stolničení* (2. vydání. vyd.). Praha: Fortua.

Švarcová, J. (2002). *Ekonomike stručný přehled*. Zlín: CEED.

Theuvsen, L., Heyder, M., & Niederhut-Bollman, C. (2010). Does Strategic group Membership Affect Firm Performance? An Analysis of the German Brewing Industry. *German Journal of Agricultural Economics*.

Velhartice, O. ú. (nedatováno). *velhartice.cz*. Získáno 22. . Březen 2018, z Velhartice: http://www.velhartice.cz/velhartice/informace.asp#page_top

WEBHOUSE®. (30.. Březen 2006). *vodnany.eu*. Získáno 1.. duben 2018, z město Vodňany: <http://www.vodnany.eu/z-historie-mesta/d-34987/p1=21800>

wikipedia.org. (25. leden 2017). Získáno 23. únor 2018, z wikipedia: <https://cs.wikipedia.org/wiki/M%C4%9Bstys>

Seznam tabulek, obrázků a grafů

Tabulky

TABULKA 1 DĚLENÍ PIVOVARŮ DLE VÝSTAVU	15
TABULKA 2: DRUHY PIV.....	19
TABULKA 3: SOCIOEKONOMICKÉ UKAZATELE	21
TABULKA 4: PŘEHLED VAŘENÝCH PIV	29
TABULKA 5: PŘEHLED VAŘENÝCH PIV	30
TABULKA 6: JEDNOTLIVÉ MINIPIVOVARY	37
TABULKA 7: KOMPARACE FAKTORŮ MĚST	45
TABULKA 8: AKCE MINIPIVOVARŮ	46

Obrázky

OBRÁZEK 1: OBEC BEZDĚKOV	22
OBRÁZEK 2: KAŠPERSKÉ HORY	23
OBRÁZEK 3: BLATNÁ	24
OBRÁZEK 4: MAPA VELHARTICE	25
OBRÁZEK 5: MĚSTO VODŇANY	26
OBRÁZEK 6: MĚSTYS CHUDENICE.....	27
OBRÁZEK 7: LOGO BLATENCKÉHO LIHOVARU.....	28
OBRÁZEK 8: LOGO BLATENSKÉHO PIVOVARU.....	28
OBRÁZEK 9: LOGO BEZDĚKOVSKÉHO PIVOVARU	29
OBRÁZEK 10: LOGO KAŠPERSKOHORSKÉHO PIVOVARU.....	31

Grafy

GRAF 1: VĚKOVÉ SLOŽENÍ OBYVATEL BLATNÉ	39
GRAF 2: VĚKOVÉ SLOŽENÍ OBYVATEL BEZDĚKOVA.....	40
GRAF 3: VĚKOVÉ SLOŽENÍ OBYVATEL KAŠPERSKÝCH HOR	41
GRAF 4: VĚKOVÉ SLOŽENÍ OBYVATEL VELHARTIC	42
GRAF 5: VĚKOVÉ SLOŽENÍ OBYVATEL VODŇAN.....	43
GRAF 6: VĚKOVÉ SLOŽENÍ OBYVATEL CHUDENIC.....	44

Seznam příloh

PŘÍLOHA 1: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ OBCÍ	III
PŘÍLOHA 2: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MINIPIVOVARY	V

Příloha 1: Dotazníkové šetření obcí

Vážený respondente,

účelem následujícího dotazníku je zjistit socioekonomické přínosy minipivovarů ve vybraném regionu České republiky. Výsledky tohoto průzkumu využiji jako podklady pro vypracování mé diplomové práce. Jsem studentem zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Své odpovědi v dotazníku prosím podtrhněte¹¹, případně rozepište.

Velice děkuji za Váš čas strávený vyplňováním dotazníku. Pokud máte zájem o zaslání výsledků tohoto průzkumu, vyplňte prosím Vaši e-mailovou adresu na řádek níže.

E-mailová adresa: _____

Jan Bartoš

Část 1: Obyvatelstvo

1. Počet obyvatel obce/města

2. Zaměstnanost v obci/městě

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0 – 25% | <input type="checkbox"/> 51 – 75% |
| <input type="checkbox"/> 26 – 50% | <input type="checkbox"/> 76 – 100 % |

3. Procento zaměstnaných osob přímo v obci/městě

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0 – 25% | <input type="checkbox"/> 51 – 75% |
| <input type="checkbox"/> 26 – 50% | <input type="checkbox"/> 76 – 100 % |

Část 2: Kulturní akce

¹¹ Označit a na kartě domů Podtržení, nebo označit a zmáčknout Ctrl+U

1. Počet kulturních akcí za rok

- 0 – 2 6 - 9
 3 – 5 10 a více

2. Druhy kulturních akcí

- Koncerty Plesy
 Divadelní představení Diskotéky
 Jiné:
-

3. Turistický ruch – počty turistů (zaokrouhleně)

4. Návratnost daní od podnikatelů (od státu) v %?

- 0 – 25% 51 – 75%
 26 – 50% 76 – 100 %

Příloha 2: Dotazníkové šetření minipivovary

Vážený respondente,

účelem následujícího dotazníku je zjistit socioekonomické přínosy minipivovarů ve vybraném regionu České republiky. Výsledky tohoto průzkumu využiji jako podklady pro vypracování mé diplomové práce. Jsem studentem zemědělské fakulty Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích. Své odpovědi v dotazníku prosím zaškrtněte, případně rozepište.

Velice děkuji za Váš čas strávený vyplňováním dotazníku. Pokud máte zájem o zaslání výsledků tohoto průzkumu, vyplňte prosím Vaši e-mailovou adresu na řádek níže.

E-mailová adresa: _____

Jan Bartoš

Část 1. Minipivovar

1. Důvod založení minipivovaru

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Navázání na tradici | <input type="checkbox"/> Jiné – prosím uveďte níže: |
| <input type="checkbox"/> Podnikatelský záměr | _____ |
| <input type="checkbox"/> Vhodné prostředí | _____ |

2. Roční výstav (zaokrouhlený) – prosím vypište

3. Plánované rozšíření varny?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Ano do budoucna | <input type="checkbox"/> Ne, limitace prostory |
| <input type="checkbox"/> Už proběhla | <input type="checkbox"/> Ne |

Část 2: přínos veřejnosti

1. Počet zaměstnanců

- | | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-2 | <input type="checkbox"/> 5 -10 |
| <input type="checkbox"/> 3-4 | <input type="checkbox"/> Více jak 10 |

2. Mzda zaměstnanců – průměrná hrubá mzda je

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Průměrná | <input type="checkbox"/> Více než průměr |
| <input type="checkbox"/> Lepší průměr | <input type="checkbox"/> Méně než průměr |

Část 3: vytváření akcí

1. Podílení se na akcích – počet

- | | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-2 | <input type="checkbox"/> 5 - 10 |
| <input type="checkbox"/> 2-4 | <input type="checkbox"/> více než 10 |

2. Spolupráce s obcí/městem při vytváření akcí

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> Ano | <input type="checkbox"/> Ne |
|------------------------------|-----------------------------|

3. Počet akcí uskutečněných akcí ve spolupráci s obcí/městem (Pokud Vaše odpověď byla „Ne“, prosím přeskočte tuto otázku)

- | | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 0-2 | <input type="checkbox"/> 5 - 10 |
| <input type="checkbox"/> 2-4 | <input type="checkbox"/> více než 10 |

4. Sponzoring akcí

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Plesy | <input type="checkbox"/> Vystoupení |
| <input type="checkbox"/> Místní spolky | <input type="checkbox"/> Koncerty |
| <input type="checkbox"/> Jiné | (prosím doplňte) |

Část 4. Zákazníci

1. Složení zákazníků

- Místní
- Turisté
- Mladší zákazníci
- Starší zákazníci

2. Změny ve složení zákazníků – změna zákazníků, od doby založení do nyní

- Více místních hostů
- Více turistů
- Méně místních hostů
- Méně turistů

3. Oblíbenost piva zákazníků

- Výčepní piva
- Speciály
- Ležáky
- Nedá se určit