

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

Trendy v českém pivovarnictví

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

Autor diplomové práce: Bc. Alžběta Poláčková

České Budějovice, 2020

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Zemědělská fakulta

Akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Alžběta POLÁČKOVÁ**
Osobní číslo: **Z18116**
Studijní program: **N4101 Zemědělské inženýrství**
Studijní obor: **Agropodnikání**
Téma práce: **Trendy v Českém pivovarnictví**
Zadávající katedra: **Katedra krajinného managementu**

Zásady pro vypracování

Cílem práce je představit současné trendy českého pivovarnictví, součástí práce je literární přehled, v rámci kterého autorka objasní základní pojmy pivovarského odvětví. V praktické části autorka popíše a zhodnotí současný stav a vývoj pivovarského odvětví v České republice během uplynulých pěti let. Zaměří se na vlastnické struktury pivovarů a pivovarských skupin, na velikost výstavu a na obchodní bilanci.

Metodický postup:

1. Úvod.
2. Literární rešerše.
3. Metodika.
4. Vlastní práce.
5. Závěr.
6. Seznam literatury.

Struktura a forma diplomové práce bude odpovídat požadavkům vyplývajících z opatření děkana ZF JU na závěrečné práce.

Rozsah pracovní zprávy: **40 – 45 stran textu**
Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- Basařová, G. A kol. (2011). České pivo, HBT, ISBN 978-80-87109-25-0
Kratochvíle, A. (2005). Pivovarství českých zemí v proměnách 20. století, Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, Praha, ISBN 80-86576-16-7.
Swinnen, J.F.M. et al. (2011). The Economics of Beer, Oxford University Press, ISBN 978-0-19-969380-1
Daniels, R. (2013). The Brewers Association's Guide Starting Your Own Brewery, ISBN 978-1-938469-05-3.
Kovařík, M (editing). (2016- respektive nejaktuálnější). Chmelařská ročenka, Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, ISBN 978-80-86576-58-9

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Monika Březinová, Ph.D.**
Katedra krajinného managementu

Datum zadání diplomové práce: 19. června 2019
Termín odevzdání diplomové práce: 15. dubna 2020



prof. Ing. Miloslav Šoch, CSc., dr. h. c.
děkan


JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ZELENÁ FAKULTA
studijní oddělení
Mladobátarů 1486, 370 01 České Budějovice
IS



doc. Ing. Pavel Ondr, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 19. června 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma Trendy v českém pivovarnictví vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, 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

.....

Bc. Alžběta Poláčková

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala své vedoucí práce Ing. Monice Březinové Ph.D. za cenné připomínky a doporučení, kterými přispěla k vypracování této diplomové práce.

Dále bych ráda poděkovala odpovědným osobám z pivovarů, které jsem zkoumala, za poskytnuté rozhovory a data potřebná k mému výzkumu.

V neposlední řadě děkuji rodině a mým nejbližším za podporu při studiu.

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá trendy v českém pivovarnictví. Diplomová práce je rozdělena na dvě části – literární rešerši a praktickou část.

V literární rešerši se práce věnuje historii pivovarnictví ve světě a v České republice. Dále popisuje suroviny pro výrobu piva, pивní druhy a sociologické metody šetření.

Praktická část analyzuje poskytnutá data od pivovaru Samson a vyhodnocuje interview poskytnutá odpovědnými osobami ze zkoumaných pivovarů.

Na závěr jsou shrnuty výsledky šetření a praktického výzkumu.

Klíčová slova: pivovarnictví, trendy, pivo, interview, pivovary, Česká republika

Abstract

This diploma thesis focuses on trends in Czech beer industry. Diploma thesis is divided in two parts: the literary research and the practical part.

The literary research part deals with the history of beer industry in the world and in the Czech republic. Its also describes raw materials for beer production, different types of beer and the sociological methods for survey.

The practical part analysis the provided data from the Samson brewery and it evaluates interview acquired from the responsible persons employed in surveyed breweries.

In the end of this diploma thesis we summarized the results of survey and of the practical part.

Key words: Beer industry, trends, beer, interview, brewery, Czech republic

Obsah

1	Úvod.....	8
2	Cíl práce	9
3	Literární rešerše.....	10
3.1	Historie pivovarnictví ve světě.....	10
3.2	Historie pivovarnictví v ČR.....	12
3.2.1	Stav po roce 1989.....	15
3.2.2	Současný stav pivovarnictví v ČR	18
3.3	Suroviny pro výrobu piva.....	19
3.3.1	Voda	19
3.3.2	Slad, ječmen	20
3.3.4	Chmel	23
3.3.6	Pivovarské kvasinky.....	25
3.4	Pivní druhy	25
3.5	Základní sensorické charakteristiky piva	27
4	Metodika	30
4.1	Výběr subjektů (pivovarů) pro kvalitativní šetření pomocí interview	30
4.2	Vybrané metody řešení.....	31
5	Vlastní práce.....	33
5.1	Aktuální stav pivovarnictví v ČR s ohledem na výstav piva za rok 2018... 33	
5.2	Interview s odpovědnými osobami vybraných pivovarů.....	37
5.3	Interpretace odpovědí	56
5.4	Shrnutí vyhodnocení.....	58
5.5	Pivovar Samson	59
6	Závěr	63
	Seznam literatury	65
	Přílohy	70

1 Úvod

Tato diplomová práce se zabývá trendy v českém pivovarnictví. Českými průmyslovými pivovary i minipivovary.

Pivo je dnes nejprodávanějším alkoholickým výrobkem. České pivo i pivovarnictví sahá hluboko do historie České republiky, patří mezi nejznámější piva ve světě. Literatura uvádí, že první vaření piva se odehrávalo v Břevnovském klášteře v roce 993. Pivo neztratilo na své popularitě ani v dnešní době. Zlatavý nápoj s příjemnou hořkostí a dobrou pitelností je v oblibě u všech plnoletých věkových kategorií mužů i žen.

Na našem území se nachází 47 průmyslových pivovarů, tyto pivovary jsou velice známé a mají vysoký výstav, ne vždy ale velikost a objem výstavu lze srovnávat s kvalitou. Díky vzrůstající poptávce po kvalitě spjaté s tradičními postupy výroby začali vznikat minipivovary, kterých je v dnešní době přes 450. Tyto minipivovary přicházejí každým rokem k větší oblibě, podobně jako různé farmářské výrobky. Minipivovary mohou nabídnout vysokou pestrost nabízených výrobků, kterou zákazníci často vyhledávají. Negativní faktor je pro zákazníka někdy cena, minipivovary jsou daleko dražší než průmyslové pivovary.

2 Cíl práce

Cílem práce je představit současné trendy českého pivovarnictví, součástí práce je literární přehled, který objasní základní pojmy pivovarského odvětví. V praktické části bude popsán a zhodnocen současný stav a vývoj pivovarského odvětví v České republice během uplynulých pěti let. Zkoumány budou i vlastnické sktruktury pivovarů a pivovarských skupin a velikost výstavu.

3 Literární rešerše

3.1 Historie pivovarnictví ve světě

Z poskytnutých důkazů vyplývá, že zrození piva lze zařadit do doby bronzové (2300–800 př. Kr.) až do středověku. Za důkazy můžeme označit nálezy naklíčeného obilí, které nemuselo vždy být sladem, ale mohla to být surovina určená pro výrobu sladké kaše či sladkého nápoje. Dále se nacházely pozůstatky sladoven nebo pecí na slad, které většinou pocházejí ze starověku nebo středověku.

S ohledem na náročnost procesu vaření piva, hlavně na nedostatek surovin a pomůcek, jako jsou velké nádoby, palivo, obilí a velké množství vody, se nepředpokládá výroba před neolitem (5500–4500 př. Kr.). Při výrobě piva je neopomenutelný proces kvašení, k němuž dochází ve směsi obilí a vody samovolně účinkem divokých kvasinek ze vzduchu. Je tedy velká pravděpodobnost, že zrození piva byla velká náhoda. Někteří badatelé tvrdí, že právě chuť piva byla důvodem rozšíření pěstování obilí. Rostlinnými přísadami a také ovocem se zlepšovala nejen chuť, ale i trvanlivost piva. Chmel se začal pěstovat v západní Evropě od 8. do 9. stol. po Kr., u Slovanů od 11. stol., ale jeho pěstování vypuklo až na konci středověku. Do této doby byly nositelem chuti hlavně tyto rostliny: vřena obecná, listy rojovníku bahenního, šalvěj luční, květy tužebníku jilmového a také oddenky kuklíku městského s karafiátovou vůní.

Z doby starověku jsou dochovány přesnější informace, zejména z Mezopotámie a Egypta. Některé publikace tvrdí, že pití piva se cenilo více než pití vína. Konzumace piva spolu s chlebem bylo znakem civilizovaného způsobu života.

Z Mezopotámie jsou dochována ikonografická zobrazení, na kterých je znázorněno pití nefiltrovaného piva z 24 centimetrů vysoké stříbrné nádoby, která měla 136 centimetrů dlouhou zlatou trubičku. Tímto způsobem se pilo v Arménii a stále se takto pije na některých místech Afriky. Také byly nalezeny hliněné tabulky s písmem z Uru (přibližně 3300 př. Kr.), které dokazují směnu piva.

Ve starověku se vařila piva silná i slabá, nefiltrovaná i filtrovaná, piva z pšenice či ječmene a také míchaná. Na konzumaci piva měly nárok všechny společenské vrstvy

od dělníků až po krále či faraony. Nárok byl posuzován přímo úměrně ke svému sociálnímu statutu a práci.

V Egyptě se první zmínky o pivu datují kolem roku 3000 př. Kr., stopy piva byly zjištěny v nádobách, dále to dokazují nápisy na papyrech, kamenných stélách a na výzdobě hrobových komor. V Egyptě se vyrábělo pivo kvašením chleba. Tato technologie se vyobrazuje na egyptských ikonách. Je zde vidět jak výroba piva, tak i výroba chleba. Dříve se do piva přidávala datlová šťáva nebo med pro zvýšení alkoholu. Pivo v Egyptě sloužilo k běžné konzumaci, ale také bylo součástí všech slavnostních akcí nebo se užívalo k léčebným praktikám.

Ve starověku bylo pivo významným obchodním artiklem, který přinášel královské pokladně nezanedbatelné zisky. V pozdějších letech na pivo stál začátek samotného oboru, čímž se stát stal monopolním výrobcem. Pivo mělo takový význam, že přesné množství piva se stalo platnou objemovou mírou a směrnou jednotkou. Pivní nápoj se připravoval z ječných chlebů, sladu a vody a naléval se do džbánovitých nádob s úzkým hrdlem a dnem vybíhajícím do hrotu k zapuštění do země. Chmel se nahrazoval upraženými chleby, které byly praženy v horkém popelu, čímž byla dodávána hořká chuť.

Ve středomoří Evropy se pivo vařilo, ale oblíbenější nápoj bylo víno. Pivo se vařilo z obilných zrn pražených na slunci a k dochucení se používala kurkuma, šafrán, pelyněk nebo chmel. V Řecku se pivo nazývalo ječmenné víno a vyrábělo se také z praženého obilí. Způsob pití piva byl stejný jako v Egyptě. Ve východním středomoří se pila piva hořká a silná, výroba hodně záležela na úrodě. Římané také podporovali spíše pití vína, ale pivu holdovali taktéž a nazývali ho „cereale vinum“, později „cerevisia“. Z počátku pití piva v Evropě se dochovaly ikony, které nám dokazují, že tehdy se pilo pivo z nádob vyrobených z organických materiálů, například picího rohu nebo kožených měchů, později z hlíněných napodobenin.

O Keltech je známo, že jako první pivo vařili a skladovali v dřevěných sudech. Vyráběli pivo hlavně ječmenné s přísadou chmele, ale také pšeničné s přísadou kmínu, medu nebo medové vody. Podle mytologie Keltů bylo pivo „omlazujícím nápojem bohů“. Pivo s medem bylo lidovým nápojem v Galii (1. stol po Kr.). V Caesarově době bylo populární pít medovinu, o sto let později (55–120 n.l.) byl zaznamenán značný nárůst pití piva ječného nebo pšeničného, na výrobu piva se spotřebovala vysoká míra vody. Germáni připisují vynález Odinovi, který vyráběl pivo ze slin, jež měly funkci

kvasidla. Pivo se vařilo ve velkých bronzových kotlích o objemu až 500 litrů a chladilo se v hliněných nádobách zapuštěných do země s poklicemi a hliněnými zátkami. Jako dochucovadla piva se používala myrta, jasanové listy, houby a borůvky.

Ve středověku na počátku 9. století církev považovala pivo za pohanský nápoj a hrozil zákaz jeho vaření, nicméně k tomu činu nedošlo, a tak se kláštery mohly nadále věnovat výrobě piva. Pivo se vyrábělo z ječmene a pšenice, někdy i z méně vhodného ovsa. Při výrobě piva se užívalo i mnoho bylin a dalších přísad, například: jalovec, fenykl, hřebíček, šalvěj, chmel, třešňové květy, březová, dubová a borová kůra nebo volská žluč. Každý klášter vařil pivo jinak a svůj výrobní postup a složení si přísně hlídal.

Z počátku 9. století pochází plány kláštera v St. Gallen, které znázorňují stavbu tří pivovarů. Jedná se o první velkou výrobu piva, na stavbě tohoto kláštera se podílelo okolo sta mnichů. První pivovar vařil pivo ovesné nazývané „cervisia“ a bylo určeno pro mnichy a poutníky k denní spotřebě. Byly zde i skladovací a chladicí prostory, zásobárna sladu, hvozď i sýpka. Vedle stál druhý pivovar a tam se vařilo pivo tmavé, které bylo určené pro žebráky. Třetí pivovar vařil nejlepší silné ječmenné pivo, někdy s přídavkem pšenice, které se nazývalo „Celia“ a bylo určené pro opata, hosty a vysoce postavené osoby.

Pivovar, který byl součástí kláštera ve Weihenstephanu u Freisingu, je nejstarší dodnes fungující. Zde se do piva začal pravidelně přidávat chmel. Pivo mělo pro kláštery velký význam především v období půstu. Denní spotřeba na jednoho mnicha činila 5–10 litrů. Vaření piva bylo také pro kláštery důležité z hlediska ekonomické situace. Ve vrcholném středověku došlo k největšímu rozmachu vaření piva, některé kláštery prodaly až 3000 hektolitrů ročně. Nicméně panovník začal podporovat měšťanské pivovarnictví, které bylo úspěšnější v masové výrobě, a tak klášterní pivovary a šenky postupně zanikly. (Beerweb, 2018), (Novák Večerníček, 2009)

3.2 Historie pivovarnictví v ČR

Výroba piva v naší zemi má dlouhou historii. Na našem území původně usazení Keltové (první polovina 1. století našeho letopočtu) a po nich i Slované jistě výrobu piva dobře znali. Historici se domnívají, že právě Slované si ze své pravlasti

přinesli na naše území kromě jiných kulturních plodin právě chmel. S velkou pravděpodobností právě Slované jako první na světě vařili chmelená piva.

Domácí výroba piva byla tehdy určitě velmi primitivní. Ke zdokonalení došlo až se zakládáním klášterů, ty totiž měly své vlastní výroby piva. V dochovaných listech najdeme zmínku o Břevnovském klášteře, ve kterém se vařilo pivo kolem roku 933.

V 11. století byl udělen desátek (desetiprocentní daň) z chmele, který pivovarníci museli odvádět v penězích či naturálních kanovníkům kapituly. (Basařová, 2011)

V 13. století, při zakládání královských měst panovníci udělovali výsady pro rozvoj řemesel, města získávala takzvané právo mílové a právo várečné. Právo vařit pivo měl občan vlastníci dům uvnitř města a v navazujícím předměstí. Tato práva byl pravomocen udělovat král Václav II. (Novák, Večerníček, 2009)

Ve 14.–15. století byly zakládány společné městské pivovary bohatými měšťany. Kvůli sporům o vaření piva prohlásil Karel IV. (1378–1419), že „*vaření piva není řemeslo, ale obchod, kteréhož každý měšťan svobodně se smí dotýkati*“.

Již od středověku se v Čechách vařila velmi kvalitní piva. Tato skutečnost byla hlavně kvůli sladovnickým cechům. V roce 1353 byl založen první sladovnický cech v Brně. Cechy kontrolovaly kvalitu piva, vyžadovaly, aby pivo vařil pouze ten, kdo se v oboru vyučil, cechy také určovaly, kolik piva a z jakého sladu smí jeden dům uvařit.

V novověku v 16. století se vařila piva bílá s pšenicí a piva ječná, užívalo se svrchní kvašení. Kvůli neshodě mezi šlechtou a rytíři na straně jedné a městy na straně druhé vznikl spor, který trval 33 let (1484–1517). Díky uzavření smlouvy Svatováclavské došlo k rozhodnutí (24. října 1517) a zvítězila šlechta, která dosáhla práva propinačního. Toto právo udává, že výrobu a propagaci piva a lihovin mohou vykonávat pouze stavy panské, měšťanské a duchovní. Výstavba nových pivovarů byla pouze za úplatu. Tím došlo k velkému ekonomickému oslabení měst. Ve šlechtických pivovarech tedy výroba piva stoupá, stoupá také vaření piva v klášterních pivovarech a měšťanské pivovary postupně upadají.

Na počátku 17. století bylo 3000 pivovarů, ale po bitvě na Bílé hoře roku 1620 byla značná část pivovarů zkonfiskována. Po třicetileté válce nadále upadá pivovarský průmysl a dostává se do krize.

František Ondřej Poupě (1753–1805) se zasloužil o revoluci v pivovarském průmyslu, navrhl spoustu nových zařízení pro výrobu sladu a piva a jako první použil teploměr. Přesvědčoval sládky, aby používali ječné slady a upravil dávkování chmele. Začaly se stavět sladovny a pivovary podle jeho návrhu a začíná se uplatňovat spodní kvašení. Založil pivovarskou školu v Brně, která byla první v Evropě. V polovině 19. století se začínají lépe vybavovat pivovary – nové chlazení spilky, lednice na led, stáčecí linky, zavedení sacharometru, zavedly se strojní pohony, vaření na páře, strojní chlazení a první lahvozny. Zlepšuje se odbornost pracovníků. V roce 1818 byla zahájena první samostatná výuka pivovarství na pražské technické škole. Tento rozvoj je způsoben třemi faktory, a to vhodnými klimatickými podmínkami pro pěstování pivovarských surovin, rozvíjející se strojní průmysl a vzdělání pracovníků. Stát se také zasloužil o rozvoj pivovarského průmyslu například tím, že zrušil propinační právo (1869). Začaly vznikat nové velké akciové pivovary, malé pivovary konkurenci neustály a v Čechách zůstává jen 649 pivovarů a pivo se vyváží téměř do celého světa.

Karel Napoleon Balling má na svědomí vynález sacharometru. Díky Ballingovy stupnice měření hustoty extraktu původní mladiny se rozlišuje stupňovitost piva. Sestavil vzorec pro výpočet původní stupňovitosti mladiny z rozboru piva a vypracoval atenuační teorii kvašení. Zdokonalil sacharometr pro měření počtu procent cukru v mladině a zasloužil se o jeho používání.

Roku 1842 byl založen Měšťanský pivovar v Plzni, který vyráběl výhradně spodně kvašená piva. Josef Groll 5. května 1842 uvařil prototyp dnešního světlého ležáku. Po ohlasu, které toto pivo získalo, začaly ostatní pivovary také používat tuto technologii. Za pozitivní výsledek mohou také české suroviny – chmel, slad a měkká plzeňská voda. Pivovarské úspěchy zbrzdila první světová válka, nicméně po ní se pivovary dávají dohromady, využívají nejmodernějších technik a začínají s vývozem sladu. Po druhé světové válce se úspěšná situace pivovarského průmyslu obrátila. Bylo zdevastováno 121 pivovarů, 63,1 % chmelnic a 29,4 % plochy oseté ječmenem. Po válce se vyráběla piva velmi slabá. Až v roce 1948 se začala vyrábět 7° piva.

Dne 24. října 1945 byly znárodněny pivovary s výstavem nad 150 000 hl piva. Tímto činem vznikly národní podniky (Plzeňské pivovary, n. p. Plzeň; Smíchovský pivovar Staropramen, n. p. Praha; Velkopopovický pivovar, n. p. Velké Popovice; Starobrněnský pivovar, n. p. Brno; Českobudějovický pivovar, n. p. České Budějovice). Tyto pivovary byly sdruženy do celostátního podniku Československé pivovary n. p. Roku 1946 bylo znárodnění rozšířeno na všechny sladařské a pivovarské závody. Za komunistické vlády bylo pivo velmi levným nápojem, a tak se pivo stávalo koníčkem mnoha lidí. V socialistické době se velmi málo investovalo do veškerého průmyslu, tudíž vybavení pivovarů se neobnovovalo a na výzkum a vývoj nebyly finance. I přes tuto nepříznivou situaci pivovary stíhaly zásobovat český trh a byly schopny české pivo vyvážet jak do socialistických zemí, tak i na kapitalistický trh.

Po roce 1989 proběhla privatizace pivovarů. Mnohé pivovary zanikly, ty, které přežily, přeměnily svou formu podnikání na akciové společnosti a společnosti s ručením omezeným. V roce 1991 vzniká Český svaz pivovarů a sladoven. (Beerweb,2018)

3.2.1 Stav po roce 1989

V průběhu 90. let minulého století probíhala v tehdejší Československu a následně v České republice ekonomická transformace. Během této transformace došlo ke změně systému fungování ekonomiky, a to z centrálně plánované ekonomiky na ekonomiku tržní. Před transformací byl náš stát celkem stabilní, co se týče makroekonomické oblasti ve srovnání s ostatními zeměmi východního bloku. Negativním faktem bylo celkové fungování ekonomiky, uzavřenost a orientace na trhy Rady vzájemné hospodářské pomoci (RVHP). S tím souviselo neefektivní plýtvání zdroji a tím i snížení výkonu ekonomiky, což způsobilo její zaostávání za vyspělými státy. Dalšími negativy byly například: společné vlastnictví, postavení tržních subjektů, slabá úroveň technologií a infrastruktury, cenový systém, zahraniční obchod a otevřenost ekonomiky, struktura ekonomiky a další. Tato negativa vedla ke zhroutilí socialistického řízení. (Žídek, 2006)

Transformace v politickém, ekonomickém a společenském systému v roce 1989 přinesly změny nejen v politice, společnosti, hospodářství, a průmyslu, ale i na poli geografie. Geografie zkoumá a hodnotí vývoj v prostoru a čase ve vzájemných vztazích. Společenské a politické události tedy souvisí

s hospodářským vývojem a jeho změnami, což se promítá v postavení dané země ve světě. Čtyřicetileté působení komunistické vlády na vytváření průmyslových oblastí, center nebo oblastí zemědělské výroby, které v dnešní době chátrají, mělo vliv na území, krajinu i životní prostředí. Dnes socialistické stavby vystřídaly dopravní stavby a stavby technické infrastruktury. To vedlo k opuštění těchto areálů – tzv. brownfields – a vzniku nových průmyslových zón na zelené louce – tzv. Greenfields (sklady, logistická centra podél dálnic, nákupní centra). (Kopačka, 2010)

Po roce 1989 došlo v Československu k privatizaci. Privatizace probíhala ve dvou etapách. Tzv. malá privatizace se týkala malých podniků v oblasti služeb, obchodu a stravování a tzv. velká privatizace privatizovala střední a větší podniky především v oblasti průmyslu. Do velké privatizace, která řešila převod majetku státu do soukromého vlastnictví, byly zařazeny právě pivovarské podniky.

Některé z pivovarů však byly navráceny v rámci restitucí do vlastnictví původních majitelů či dědiců. Až na některé výjimky byly zprivatizovány všechny pivovary, a to buď samostatně, nebo v rámci bývalých národních podniků. Ty největší z nich se dostaly do vlivu zahraničních investorů – například Plzeňský Prazdroj, Velké Popovice a Nošovice patřily jihoafrické společnosti SABMiller, a tak lépe čelily konkurenci. Díky investicím nových majitelů docházelo k modernizaci pivovarů, zlepšovala se jejich technická úroveň, což znamenalo zvyšování kvality vyráběného piva, zvyšování výstavu či exportu.

Docházelo ke vzniku akciových společností, společností s ručením omezeným, soukromých firem a státních podniků (některé s účastí zahraničních firem). V této době docházelo k silnému konkurenčnímu boji na českém trhu. Nejúspěšnějším pivovarům narůstal výstav piva a poklesl výstav pivovarů ostatních, což pro některé znamenalo zánik.

V roce 1990 bylo v Česku 71 činných pivovarů, které byly součástí 12 státních podniků. Pro období 90. let 20. století je typické ukončování výroby nejen v malých a menších pivovarech, ale i ve středně velkých pivovarech. Po roce 1990 docházelo spíše ke koncentraci a konsolidaci pivovarnictví do větších společností namísto zakládání pivovarů nových. Jediný založený a dodnes fungující průmyslový pivovar je v Chotěboři. Zrušen byl pivovar v Jablonci nad Nisou a po roce 1994 do roku 2011 došlo ke zrušení dalších 28 pivovarů.

Nutno uvést, že z geografického hlediska je důležité, že se největší pivovarské podniky rozpínaly do mnoha dalších regionů. Důležitým faktorem je totiž geografická poloha pivovaru. Je naprosto zřejmé, že pivovary nacházející se v určitém regionu v tzv. pivovarské poušti se budou vyvíjet jiným způsobem než pivovary v oblastech silné a úspěšné konkurence. (Hasman, 2016) Například poloha pivovarů v Ústí nad Labem a ve Velkém Březnu, které se vyskytují sice v hustě osídlené oblasti, ale těsně blízko sebe, měla za následek uzavření pivovaru v Ústí nad Labem. (Dvořák, 1976)

Tabulka 1: Zrušené pivovary od roku 1990 do roku 2011

Rok	Umístění pivovaru	Rok	Umístění pivovaru
1991	Jablonec nad Nisou	2000	Brumov – Bylnice Lanškroun Olomouc
1995	Cheb Studená	2002	Litoměřice Svitavy
1996	Uherský Ostroh Dobruška	2006	Opava
1997	Domažlice Břeclav Golčův Jeníkov Rakovník Karlovy Vary	2007	Praha – Braník
1998	Děčín Jarošov Vsetín	2010	Kutná Hora Znojmo Louny
1999	Hradec Králové Holešovice Prostějov Most Vratislavice nad Nisou	2011	Krásné Březno

Zdroj: Kratochvíle, 2005, s. 167; Pivovary.info

3.2.2 Současný stav pivovarnictví v ČR

Český svaz pivovarů a sladoven uvádí Zprávy o stavu pivovarství a sladařství, za rok 2015 uvedl, že tento rok byl prvním krokem, kdy byla překročena hranice výstavu 20 milionů hektolitrů piva, a to z důvodu vysoké poptávky ze zahraničí. Spotřeba piva se pohybuje v průměru okolo 16,2 milionů hektolitrů piva (už od roku 2010). (Český svaz pivovarů a sladoven 2012–2015)

České pivo je exportováno do 25 států Evropské unie (EU) a do 72 zemí mimo EU. Mezi nejvýznamnější státy EU, kam se české pivo vyváží, patří: Slovensko, Německo, Polsko, Švédsko, Velká Británie a Maďarsko. Mimo EU se vyváží nejvíce do Ruska, Spojených států amerických, Korejské republiky a Kanady.

I v současné době prochází české pivovarnictví změnami z důvodu měnící se vlastnické struktury, technologického pokroku nebo faktorů ovlivňujících tuzemský, evropský a globální trh. Stav pivovarnictví můžeme zhodnotit z hlediska produkce piva neboli výstavu, exportu či spotřeby, ale každý tento ukazatel má v průběhu let jiný trend. (Pulec, 2014)

V roce 2017 se na území České republiky nachází okolo 380 pivovarů, z nichž je 47 průmyslových a okolo 340 je minipivarů. (www.pivovary.info) Územní rozmístění pivovarů můžeme označit za rovnoměrné, tento fakt pramení z dřívější potřeby zásobit obyvatele na oblastní úrovni svým produktem. Nejvíce pivovarů je proto koncentrováno blízko nebo uvnitř metropolí. Pivovary (vyjma Prazdroje) měly vymezenou regionální působnost, a tak k roku 1989 měly všechny podniky stejné geografické postavení, i když se tehdejší regiony lišily svou velikostí či počtem obyvatel. V současnosti můžeme však pozorovat, jak se změnily hranice působnosti jednotlivých pivovarů a jak si pivovary rozdělily trh.

Mezi největší pivovarské společnosti u nás patří Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken ČR, Budějovický Budvar, Pivovary Lobkowicz a Pivovary Moravskoslezské. (www.ekonomika.idnes.cz)

3.3 Suroviny pro výrobu piva

Pro plnohodnotné uvaření piva potřebujeme tyto suroviny: voda, slad, chmel a pivovarské kvasnice. V dnešní době se někdy používají i chmelové náhražky, surogáty (sladové náhražky) a další jiné pomocné suroviny. (Olšovská 2017)

3.3.1 Voda

Pivovarství spadá do průmyslového odvětví s největší spotřebou vody. V současnosti se uplatňuje řada moderních postupů úpravy vod a společně se zvyšováním kapacit pivovarů se zpřísnují požadavky na vlastnosti vod, které se vypouštějí z provozu zpět do přírody. (Basařová, Hlaváček 1999)

Voda využívaná v pivovarství se dělí do tří základních skupin dle toho, s jakým záměrem se v provozu využívá:

- varní voda,
- mycí a sterilační voda,
- provozní voda.

Používaná voda nesmí zapáchat, musí být prostá mikroorganismů i chemických kontaminantů. (Moll, 1994)

Hlavní surovinou pro přípravu piva je varní voda, ta představuje 75–80 % hmotnosti výrobku. Tato voda musí splňovat požadavky na pitnou vodu, zejména z hlediska hygienické a zdravotní nezávadnosti. Biologické a fyzikálně-chemické vlastnosti se odrážejí v charakteristických vlastnostech piva. Z přírodních vod pivovary využívají vody spodní a povrchové. Vody povrchové ale nejsou zdaleka tak čisté jako vody spodní, jejich úprava vyžaduje větší nároky, proto jsou vody spodní vhodnější pro další zpracování. (Basařová et al., 2010)

Základním parametrem při posuzování jakosti vody je obsah rozpuštěných solí nebo tvrdost vody. Jde o základní kritérium pro posuzování vhodnosti vody z hlediska technologických aplikací.

Podle tvrdosti vody rozlišujeme:

- dortmundsk ou vodu – velmi tvrdá

- mnichovskou vodu – střední až tvrdá
- plzeňskou vodu – měkká
- vídeňskou vodu – tvrdá
- vodu Burton on Trend – speciální voda, velmi tvrdá, velký obsah síranů.

Proces úpravy síranů v pivovarské vodě se nazývá burtonizace. (Moll 1994), (Basařová et al. 2010)

3.3.2 Slad, ječmen

Výroba sladu neboli sladování je proces, během kterého se klíčením obilných zrn (nejčastěji ječmene) rozkládá škrob na zkvasitelné cukry.

V historii převládala na našem území výroba sladů z pšenice seté. Tyto slady byly základem svrchně kvašených piv, takzvaně „bílých piv“. V 18. století začala převládat výroba sladů z ječmene setého. V současné době se na našem území používají pro výrobu piv standardní technologií ječné slady z různých odrůd ječmene dvouřadého. (Novotný, 2017)

Ječmen

Ječmen je velice důležitá plodina především pro výrobu sladu. Mezi zavedené odrůdy dvouřadého ječmene patří Favorit, Ametyst, Trumpf, Diabas, Spartan a další. Ječmen obsahuje 80–88 % sušiny a 12–20 % vody. Sušina se skládá z organické dusíkaté a bezdusíkaté sloučeniny a anorganické látky.

Ječmen pěstovaný za účelem pivovarského průmyslu se pěstuje nejčastěji v nížinatých oblastech s kvalitní ornou půdou. Nejznámější oblast, kde se pěstují odrůdy nejkvalitnější na světě, je oblast Hané. (Čepička et al., 1995)

Odrůdy sladovnického ječmene jsou na základě technologických zkoušek řazeny do tří skupin:

- nestandardní,
- standardní,

- výběrová.

Hodnocení ječmene v České republice vychází z ukazatelů sladovnické jakosti (USJ), které hodnotí kvalitu jednotlivých odrůd. Znaky jsou hodnoceny stupnicí 1–9. (Basařová et al., 2010)

Slad

Aby se z ječmene stal slad, musí projít těmito třemi fázemi:

1. Máčení – ječmen se namáčí ve vodě, aby vyklíčil
2. Klíčení – ječmen klíčí 4 dny na humnech
3. Hvozdění – zelený slad – ječmen se suší na slad

Výrobou sladu se zabývá potravinářské odvětví nazývané sladařství. Slad se vyrábí různými technologickými postupy z vody a ječmene, popřípadě z jiné obiloviny. Procesem máčení a klíčení ječmene dosáhneme regulaci biosyntézy a aktivity sladových enzymů, které jsou nejen během procesu výroby sladu zcela zásadním prvkem. Sladové enzymy způsobují degradaci vysokomolekulárních látek, hlavně škrobu, mění redoxní potenciál a aciditu sladu. Další vlastnosti, jako je obsah aromatických sloučenin či barva sladu, je ovlivněna při takzvaném hvozdění sladu. (Basařová et al., 2010), (Kadlec et al., 2002)

Pro uchování organoleptických vlastností piva a jeho kompletní kvalitativní stability je pro jeho výrobu důležité používat takové partie sladu, které byly připraveny z jedné odrůdy ječmene, popřípadě z dvojice geneticky obdobných odrůd. (Kadlec et al., 2010), (Basařová et al., 2010)

Slady se člení do těchto skupin:

- **Vídeňský slad:** je charakteristický zlatavou barvou a je přechodným typem mezi tmavými a světlými slady, jeho chuť a vůně je výrazná
- **Světlý slad plzeňského typu:** používaný převážně pro výrobu speciálních piv, ležáků a výčepních piv

- **Tmavý slad mnichovského typu:** jeho využití je hlavně pro výrobu tmavých piv, výsledné pivo má zlatavě hnědou barvu a karamelovou chuť a vůni
- **Pšeničný slad:** využití má při výrobě svrchně kvašených piv (lambik), tato piva mají typicky zakalený vzhled a díky pšeničným bílkovinám má pivo chuť po banánech a vůni po hřebíčku
- **Speciální slad:** karamelový, barevný, nakuřovaný a další. (Olšovská, 2017)

Slad dále musí projít procesem šrotování. Cílem je namlít zrna tak, aby došlo ke zpřístupnění škrobového jádra, ale zároveň i k zachování slupky, která v dalších krocích poslouží jako filtr. (Goldstein, 2019)

3.3.4 Chmel

„Chmele jsou tím, co dělá moderní pivo moderním (středověcí mniši by ho znechuceně vyplivli)“. (Goldstein, 2019)

Chmel je nezastupitelnou surovinou dávající pivu typickou hořkost a aroma. Nejdůležitějšími složkami chmele jsou chmelové pryskyřice, polyfenoly a silice. Chmelové pryskyřice jsou hlavním nositelem hořkosti chmele (alfa-hořké kyseliny). Zmíněné látky vyjma jiných, neméně důležitých složek chmele umožňují dosažení lahodného chmelového aromatu piva, které je spolu s jinými chuťovými složkami zárukou jeho vysoké kvality. (Svaz pěstitelů chmele České republiky, 2017)

Chmel se dělí na tři samostatné druhy:

- **Chmel otáčivý:** Mnohaletá rostlina rostoucí v mírném pásmu, je více či méně bohatá na lupulin. Podle různých znaků se rozlišují tři poddruhy – (chmel evropský, chmel novomexický a chmel srdčitolistý).
- **Chmel japonský:** Jednoletá rostlina s nízkým obsahem lupulinu. Roste ve volné přírodě ve východní Asii, možnost pěstování i jako okrasné rostliny.
- **Chmel oplétavý:** Jednoletá rostlina vyskytující se ve volné přírodě ve střední Asii, není vhodný pro pivovarské použití.

Pro pivovarské účely se rozlišují subvariety podle zbarvení révy na červeňáky, které jsou s různými odstíny červené až fialové barvy způsobené pigmentací anthokyany, a na zeleňáky, které tuto pigmentaci postrádají. (Basařová et al., 2010)

Významné ušlechtilé odrůdy chmele:

- **Žatecký poloraný červeňák:** česká odrůda používaná pro piva plzeňského typu, má jemnou hořkost a příjemné kořeněné aroma.
- **Hallertauer mf:** německá odrůda používaná pro evropské ležáky s kořeněným aromatem.
- **Tettnang(er):** americká i německá odrůda používaná pro pšeničná piva a ležáky, má kořeněné aroma.

- **Golding:** anglická odrůda charakteristická svým unikátním kořeněným aromatem, využívá se při výrobě piv typu ale.
- **Spalt:** německá odrůda, typické je bylinné aroma.
- **Hersbrucker:** německá odrůda, která se používá pro světlé ležáky a má jemné kořeněné aroma.

Česká republika je dominantním producentem chmele. V současné době se u nás chmel pěstuje v těchto oblastech: Žatecko, Tršicko a Ústecko. Populární pěstovanou odrůdou je Žatecký poloraný červeňák, ten patří do skupiny jemných aromatických chmelů. Tato odrůda je světově nejuznávanějším aromatickým chmelem. Od poloviny 90. let se u nás pěstují i jiné odrůdy, například Premiant, Sládek, Bohemie a další. (Svaz pěstitelů chmele České republiky, 2017)

Na světovém trhu se dnes vyskytují tyto formy úprav a jim odpovídající kvalitativní skupiny chmelů:

- **Chmelový extrakt:** výtažek a koncentrát z chmelových hlávek. Důležité látky, jako jsou alfa-hořké kyseliny, jsou z chmelových hlávek extrahovány extrakčním činidlem (alkohol, CO₂).
- **Mletý chmel upravený do granulí:** granulované koncentráty, zbavené balastních látek chmelových hlávek. Upravují se jemným mletím, tím snadno přestoupí požadované složky do piva. Výhoda granulí je dlouhá trvanlivost při skladování, díky tomu jsou velice populární.
- **Hlávková forma:** tradiční forma, která je v současné době méně populární. Používá se ve velmi malém množství podniků, například při výrobě piv značky Budweiser Budvar se používají hlávky Žateckého poloraného červeňáku. (Chládek, 2007)

3.3.6 Pivovarské kvasinky

„Jestliže si představíme mladinu jako neupravený, drsný a divoký hvozd, což po ochutnání musíte uznat, že to tak opravdu je, tak kvasnice jsou dřevorubci, kteří přijdou a postaví tu hořkosladkou tekutinu do latě.“ (Novotný a kolektiv, 2017)

K výrobě kvašených nápojů, piva či vína, se využívají kvasinky rodu *Saccharomyces*. Kvasinky jsou jednobuněčné organismy patřící do třídy hub. Jde o živý organismus, který umožňuje uskutečnit proces kvašení. Kvasinky ovlivňují chemické složení mladiny, tvoří se ethanol a oxid uhličitý a vzniká mladé pivo. (Bendová a Kahler, 1981)

Prvotní označení rodu pivovarských kvasinek pochází z roku 1837 od Schwanna. Theodor Schwann je nazval „Zuckerpilz“ (cukerná houba). Rok poté je berlínský botanik J. F. Meyen označil názvem *Saccharomyces cerevisiae*. (Basařová et al., 2010)

Kvasinky jsou přítomny všude kolem nás, proto také mohli lidé vařit pivo dříve, než o jejich existenci měli nějaké ponětí. Pivo tenkrát zkvasilo díky kvasinkám z okolního prostředí. Dnes bychom to označili jako kontaminaci divokými kvasinkami, jelikož používáme pro kvašení piva přesně daný kmen takzvaných kulturních kvasinek s charakteristickými vlastnostmi. (Novotný a kolektiv, 2017)

Kvasinky se dělí do dvou typů:

- **Spodní pivovarské kvasinky:** výroba piv typů ležák (lager), teplotní rozmezí 7–15 °C, kvasnice sedimentují na dně kvasné nádoby.
- **Svrchní pivovarské kvasinky:** výroba piv typu ale, teplotní rozmezí 18–22 °C, kvasnice se vynášejí do kvasné deky na povrch kvasné nádoby. (Basařová et al., 2010.)

3.4 Pivní druhy

Základním druhem piva v České republice je český světlý ležák s obsahem původního extraktu 11 až 13 %, má výraznou hořkost a dobrou pěnovitost, vyrábí se dvourmutovým dekokčním způsobem. V České republice se piva dělí dle barvy

na čtyři skupiny a podle původního extraktu, obsahu alkoholu a způsobu konečné úpravy piva na jedenáct podskupin.

Dělení piva podle obsahu mladiny:

- **Lehká piva** (do 7,99 % původního extraktu),
- **Výčepní piva** (do 8,00 až 10,99 % extraktu),
- **Ležáky** (do 11,00 až 12,99 % extraktu),
- **Speciální piva** (nad 13,00 % extraktu),
- **Portery** (tmavá piva, minimálně 18 % extraktu),
- **Piva se sníženým obsahem alkoholu** (nejvýše 1,2 % obj. ethanolu),
- **Nealkoholická piva** (nejvýše 0,5 % obj. ethanolu),
- **Piva se sníženým obsahem cukrů** (nejvýše 7,5 g l (-1)),
- **Pšeničná piva** (více než jedna třetina extraktu pochází z pšeničného sladu),
- **Kvasnicová piva** (s přidavkem kroužků při stáčení),
- **Ochucená piva** (například s přidavkem bylin). (Basařová et al., 2010)

Ve světě se vyrábí několik set druhů piv v nesčetném množství značek. Dělení druhů piv je různé, ale vychází se ze základního dělení na piva typu ale a na ležáky.

Dříve se na etiketách uváděla takzvaná stupňovitost piva, konzumenti měli vžité nakupovat pivo rozdělené na sedmičky, desítky, jedenáctky, dvanáctky a podobně. V dnešní době se na etiketách stupňovitost neuvádí, musí ale být uveden obsah alkoholu.

Dělení piva podle barvy:

- **Světlé pivo**: vyrobeno převážně ze světlých sladů
- **Tmavé a polotmavé pivo**: vyrobeno z tmavých a karamelových sladů ve směsici se světlými
- **Pivo řezané**: vzniká smíšením světlého a tmavého piva. (Basařová et al., 2010)

U spodně kvašených piv by mělo platit pravidlo, že čím je pivo tmavší, tím sladší by měla být jeho chuť. Svrchně kvašená piva to ale tak nemají. Barvu a chuť piva ovlivňuje karamelový slad. Existuje barevná škála, díky níž se dá určit barva piva. Barva se měří v jednotkách EBC či SRM. (www.pivovar.cz)

Obrázek 1: Barevná škála v jednotkách SRM

SRM/Lovibond	Example	Beer color	EBC
2	Pale lager, Witbier, Pilsener, Berliner Weisse		4
3	Maibock, Blonde Ale		6
4	Weissbier		8
6	American Pale Ale, India Pale Ale		12
8	Weissbier, Saison		16
10	English Bitter, ESB		20
13	Biere de Garde, Double IPA		26
17	Dark lager, Vienna lager, Marzen, Amber Ale		33
20	Brown Ale, Bock, Dunkel, Dunkelweizen		39
24	Irish Dry Stout, Doppelbock, Porter		47
29	Stout		57
35	Foreign Stout, Baltic Porter		69
40+	Imperial Stout		79

Zdroj: (Beermenus)

3.5 Základní sensorické charakteristiky piva

Vzhled

Při zrakovém hodnocení sledujeme čírost, barvu a pěnu piva, její stabilitu, velikost bublin, ulpívání na stěnách nádoby a podobně. Kvalita pěny lze objektivně posoudit pouze tehdy, když je pivo v dobře omyté sklenici.

Piva plzeňského typu mají zlatavou barvu a bohatou hustou pěnu. Nejedná-li se o kvasnicové pivo či nefiltrované pivo, mělo by být čiré. (Olšovská, 2017)

Chuť

Ze základních chutí se v pivu zpravidla nevyskytuje slaná. Sladká a kyselá se může vyskytovat v závislosti na typu piva.

a) Sladká

Nositelem sladké chuti v pivu jsou jednoduché nezalkvašené sacharidy (maltotriosa a maltotetrosa). Každý pivní styl se vyznačuje typickou úrovní sladké chuti, například světlé ležáky jsou málo sladké, polotmavé a tmavé ležáky bývají sladší. (Olšovská, 2017)

b) Kyselá

Kyselá chuť piva je způsobena hlavně přítomností jednoduchých organických kyselin, jako jsou mléčná, citronová, jablečná, octová, šřavelová, glutarová, jantarová, pyrohroznová a podobně. Piva by neměla být kyselá, s výjimkou speciálních piv, například Lambik. Vnímání kyselé chuti velmi závisí na celkovém pozadí piva. Pokud je pivo prokvašenější, kyselá chuť se více projeví. Z tohoto důvodu jsou zahraniční ležáky senzoričky kyselejší než ležáky české. České ležáky se vyznačují menším stupněm prokvašení, vyšší plností a senzoričky nižší kyselostí. (Olšovská, 2017)

Hořkost

Nositelem hořkosti piva je chmel. Při degustaci posuzujeme intenzitu, doznívání a charakter hořkosti. Vnímaná intenzita hořkosti piva nemusí vždy odpovídat celkovému obsahu hořkých látek v pivu, jelikož jednotlivé sloučeniny se v intenzitě hořkosti i jejím charakteru liší. Pociť hořkosti ovlivňují také dusíkaté látky přecházející do piva z nedostatečně odstraněných hrubých kalů. Vnímání hořkosti piva je však velmi specifické, po polknutí vzorku piva se vjem hořkosti ještě několik sekund zvyšuje (přibližně 15 sekund), poté začíná pomalu odeznívat.

Žatecký poloraný červeňák má obsah alfahořkých kyselin přibližně 3 %, americké chmely ale mohou mít až 15 %. Schopnost chmele udělat pivo hořké klesá s teplotou, proto hořké chmele používáme na začátku chmelovaru a aromatické přidáváme na konci nebo až po hlavním kvašení, tj. chmelení za studena.

Hořkost piva se měří v jednotkách EBU (European Bittering Unit) nebo IBU (International Bittering Unit). Například německé weizeny mají kolem 15 IBU. České ležáky mají přibližně 30 IBU. IPA může mít hořkost i vysoko nad 100 IBU. (www.pivniklenoty.cz)

Vůně

V základním profilu piva hodnotíme kromě chuti také základní vůně a aroma. Vůni rozumíme vjem nosem po vdechnutí plynné složky nad nápojem. Vůně je významnou charakteristikou piva. Základní vůně, které jsou přirozené a přípustné pro český ležák, jsou následující:

- Chmelová
- Esterová/ovocná
- Kvasničná
- Karamelová

(Olšovská, 2017)

4 Metodika

4.1 Výběr subjektů (pivovarů) pro kvalitativní šetření pomocí interview

Diplomovou práci lze rozdělit na dvě hlavní části, a to teoretickou ve formě literární rešerše a praktickou, která je zastoupena analýzou sekundárních dat a interview.

Metodický postup práce:

1. Studium teoretických pojmů řešeného problému.
2. Definice problému a realizace interview.
3. Zpracování dat a jejich interpretace.
4. Závěr a shrnutí vyhodnocení.

Literární rešerše byla vypracována na základě odborné literatury a internetových portálů zabývajících se pivovarnictvím, pivem a surovinami pro výrobu piva. V této části bylo hlavním záměrem interpretovat a popsat pojmy týkající se historie piva, výroby piva a sociologického šetření. Po vysvětlení těchto pojmů následuje druhá část, která obsahuje sociologický výzkum, jenž byl prováděn na základě kvalitativního šetření, tedy interview. K tomuto výzkumu bylo vypracováno 8 otázek pro pivovary a separátně dalších 8 otázek pro pivovar Samson. Otázky k interview jsou k nahlédnutí v přílohách, jsou uskutečněné pomocí interview s odpovědnými osobami (převážně se sládky), jsou archivovány pomocí audio záznamu.

Dále byly prozkoumány dokumenty a data, jež jsou k dispozici k nahlédnutí na webových stránkách daných institucí. Na základě těchto dat byly vytvořeny grafy a následně interpretovány.

4.2 Vybrané metody řešení

Studium sekundárních dat

Sekundární data zahrnují široké spektrum informací pocházející z veřejných zdrojů, jako např. knihovny, veřejné databáze, statistické údaje, ale i data poskytnutá v jakémkoli výzkumném záměru. Tato data mohou být tištěná nebo v digitální podobě. Médium (nosič) může být libovolné paměťové médium (flash disk, CD-ROM, DV-ROM, cloud apod.). Z tradičních tištěných podob lze jmenovat např. knihu, poznámkový blok, noviny apod. Sekundární data jsou tedy data získaná, ne přímo námi zjištěná (i když mohou být např. objevená). (Truneček, 2004)

Sekundární data je nutno dále analyzovat (sekundární analýza). Analýza a interpretace slouží k hlubšímu pochopení zkoumané problematiky (obecně). Ne vždy je nutná analýza, někdy i samotná sekundární data mohou posloužit k popisu daného zjištění. (Buriánek, 1996)

Interview

Interview (rozhovor) je charakterizováno jako metoda sloužící ke sběru dat, která bývá v analyzovaných výzkumech užívána hned po dotazníkovém šetření nejčastěji. Interview, podobně jako dotazník, představuje relativně rozsáhlou množinu nástrojů. Často používané bývá polostrukturované interview (semi-structured interview) (Danielsson, 2012) nebo individuální hloubkové interview (individual in-depth interview) (Choi, Nieminem & Townson, 2012). Interview bývá standardně kombinováno s jinými metodami sběru dat, například s dotazníkem či analýzou dokumentů. Tyto uvedené metody se aplikují především v rámci kvalitativně orientovaného a smíšeného výzkumu.

Pravidla interview

Existuje řada okolností, které ovlivňují postavení a průběh daného interview. Výzkumník by se měl na začátku zamyslet, pro jakou cílovou skupinu je daný výzkum stavěn, a dle toho dále uzpůsobit otázky a své postavení k interview. Čím blíže je výzkumník (tazatel) danému odvětví nebo věku a zájmu tázaného, tím je větší šance, že dané interview bude úspěšnější.

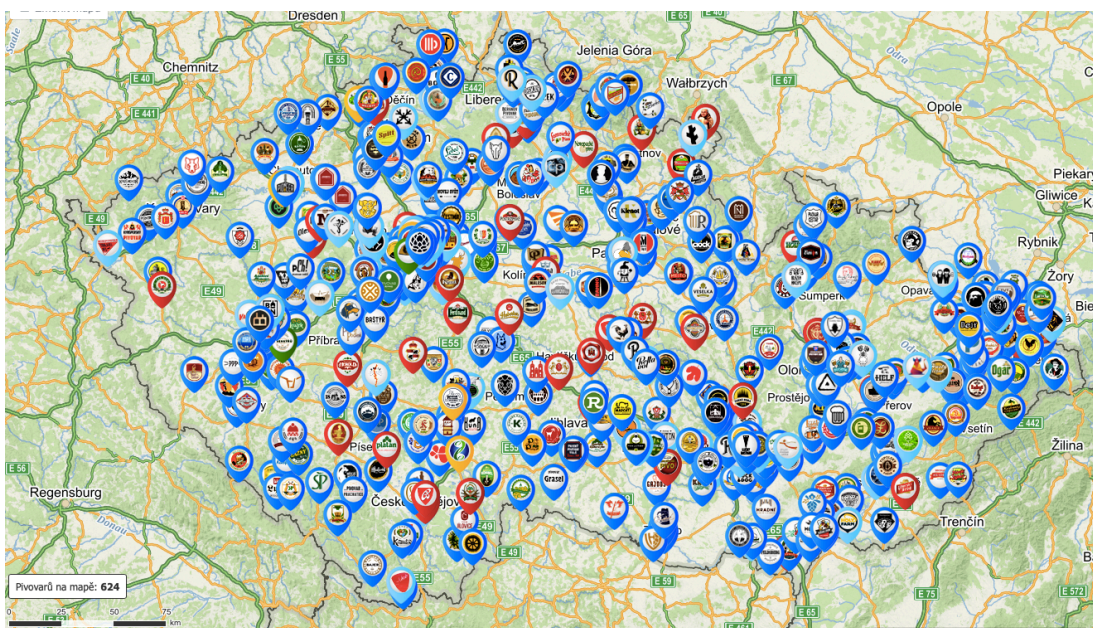
Na začátku interview by se měl tazatel představit a uvést název organizace nebo skupiny, kterou prezentuje. Dále by měl tazatel stručně vyjádřit, čeho se výzkum

týká, vysvětlit, podle jakých kritérií si tázaného vybral, a nakonec ujistit tázaného, že veškeré údaje, které sdělí, jsou důvěrné a nikde se tyto údaje pod jeho jménem prezentovat nebudou. (Jeřábek, 1992)

5 Vlastní práce

5.1 Aktuální stav pivovarnictví v ČR s ohledem na výstav piva za rok 2018

Obrázek 2: Mapa umístění všech pivovarů v ČR



Zdroj: ceskepivo-ceskezlato

Obrázek číslo 2 zobrazuje umístění všech fungujících pivovarů (minipivovary, létající pivovary, školní pivovary, průmyslové pivovary) nacházející se na území České republiky v roce 2018. V České republice fungovalo v roce 2018 celkem 624 pivovarů.

Funkční průmyslové pivovary

Internetový portál ceskepivo-ceskezlato každoročně aktualizuje seznam funkčních pivovarů v České republice. U jednotlivých pivovarů jsou uvedena základní data (umístění, rok založení, ředitel, sládek, objem výstavu piva). Tato data byla nadále analyzována a zpracována do tabulek.

Zpracována byla všechna poskytnutá data o funkčních průmyslových pivovarech v ČR. Byla vytvořena přehledná tabulka s pivovary seřazenými podle abecedy. Dále byl vygenerován graf s přehledem o výstavu piva za rok 2018.

Tabulka 2: Funkční průmyslové pivovary v ČR

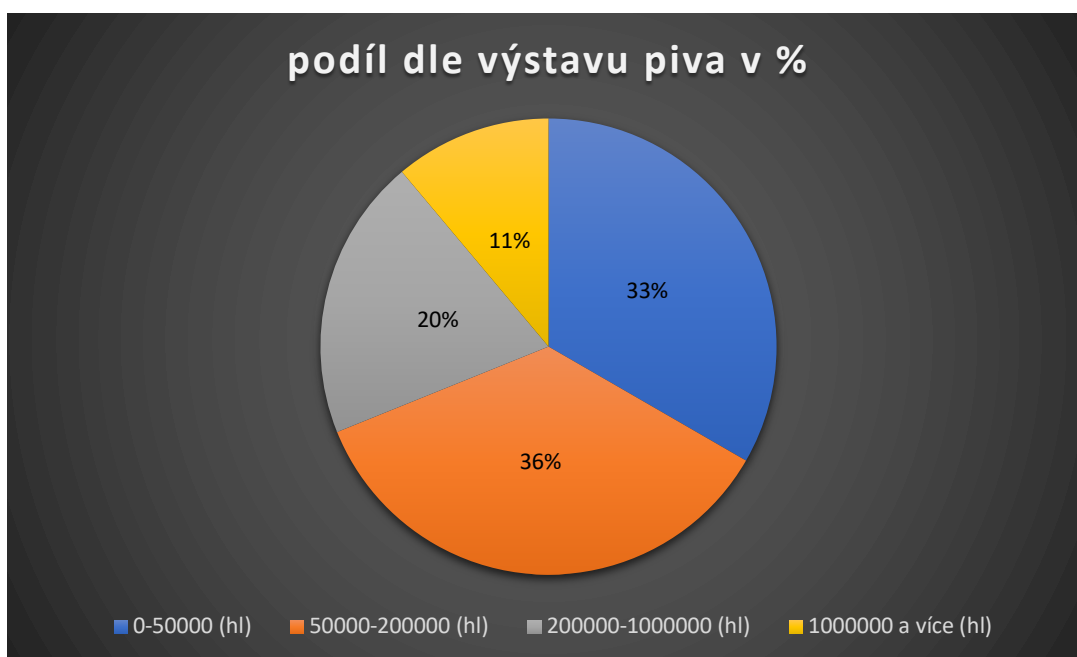
NÁZEV	UMÍSTĚNÍ	ROK ZALOŽENÍ	VEDENÍ PIVOVARU	HLAVNÍ SLÁDEK	ROČNÍ VÝSTAV PIVA (r. 2018) (v hl)
Pivovar Bakalář	Rakovník	1454/2004	Jiří Kovář	Radek Holopínek	153192
Rodinný pivovar Bernard	Humpolec	1991	Ing. Stanislav Bernard	Ing. Josef Vávra	382014
Pivovar Broumov	Broumov-Olivětín	1386	Andrea Nosková	Jaroslav Nosek	7604
Zámecký pivovar Břeclav	Břeclav	1522/2013	Olga Hallangová	Dušan Táborský	19000
Budějovický Burvar	České Budějovice	1895	Petr Dvořák	Ing. Adam Brož	1602000
Pivovar Černá Hora	Černá Hora	1298	Ing. Daniel Doležal	Vlastimil Zedek	
Akciový pivovar Dalešice	Dalešice	1623/2000	Ladislav Urban	Ladislav Němeček	12000
Měšťanský pivovar Dudák	Strakonice	1649	Ing. Dušan Krankus	Ing. Vlastimil Matej	57000
Pivovar Ferdinand	Benešov	1879	Ing. Petr Dařílek	Jaroslav Lebeda	28606
Pivovar Gambrinus	Plzeň	1869	Pavel Šemík	Jan Hlaváček	9900000
Pivovar Herold	Březnice u Příbrami	1506	František Pinkava	František Pinkava	5923
Pivovar Holba	Přerov	1874	PhDr. Zdeněk Konečný	Ing. Luděk Reichl	325099
Pivovar Hubertus	Kácov	2001	Ing. David Hořejší	Ing. Milan Bittner PhD.	43815
Rodinný pivovar Chodovar	Chodová Planá	1573	Jiří Plevka st.	Jan Plevka	50000
Pivovar Chotěboř	Chotěboř	2009	Oldřich Záruba	Oldřich Záruba	20655
Pivovar Uherský Brod	Uherský Brod	1894	Ing. Lukančo Trifončovski	Ing. Lukančo Trifončovski	50000
Pivovar Jihlava	Jihlava	1860	Richard Procházka	Richard Procházka	140000
Pivovar Klášter	Klášteř Hradiště nad Jizerou	1570	Ing. Zdeněk Prokůpek	Ing. Zdeněk Prokůpek	50000

Pivovar Konrad	Vratislavice nad Nisou	1872	Ing. Petr Hostaš	Ing. Petr Hostaš	140000
Pivovar Krakonoš	Trutnov	1582	Karel Janko	Jaroslav Pechoč	124457
Královský pivovar Krušovice	Krušovice	1581	Michal Rouč	Michal Havrda	1000000
Pivovar Litovel	Litovel	1893	Lumír Hyneček	Jaroslav Koutek	150000
Měšťanský pivovar Kutná Hora	Kutná Hora	1573	Miloš Hrabák	Ing. Jakub Hájek	6500
Pivovar Nová Paka	Nová Paka	1872	Ing. Jaromír Bulko	Pavel Kučera	40350
Pivovar Ostravar	Moravská Ostrava	1897	Zbyněk Kovář	Jan Řehůrek	500000
Pivovar Pardubice	Pardubice	1871	Josef Pešek	Martin Gruntorád	67695
Pivovar Protivín	Protivín	1598	Michal Voldřich	Michal Voldřich	261834
Měšťanský pivovar v Poličce	Polička	1517	Erik Witz	Ing. Jan Vasil	111928
Postřižinský pivovar Nymburk	Nymburk	1895	Ing. Pavel Benák	Ing. Bohumil Valenta	198254
Pivovar Poutník	Pelhřimov	1552	Vladimír Veselý	Vladimír Veselý	50000
Pivovar Plzeňský Prazdroj	Plzeň	1842	Stanislav Hamara	Jiří Fusek	7400000
Pivovar Primátor	Náchod	1872	Ing. Petr Kaluža	Ing. Petr Kaluža	124902
Pivovar Radegast	Nošovice	1970	Ing. Ivo Kaňák	Ing. Petr Kwaczek	2050044
Pivovar Havlíčkův Brod	Havlíčkův Brod	1834	Ing. Václav Janda	Pavel Pilař	102387
Pivovar Bohemia Regent	Třeboň	1379	Ing. Ferdinand Stasek	Ing. Jaromír Čeleda	77635
Pivovar Rohozec	Malý Rohozec	1850	Ing. František Jungmann	Zdeněk Rezka	70500
Pivovar Rychtář	Hlinsko v Čechách	1913	Milan Morávek	Milan Morávek	150000
Pivovar Samson	České Budějovice	1795	Daniel Dřevíkovský	Radim Lavička	88276

Pivovar Starobrno	Brno	1872	Karel Honegr	Libor Doseděl	1000000
Pivovar Staropramen	Praha	1869	Zdeněk Havlena	Zdeněk Lux	2500000
Pivovar Svijany	Svijany	1564	Ing. Roman Havlík	Petr Menšík	637500
Únětický pivovar	Únětice	1710	Štěpán a Lucie Tkadlecovi	Jan Lumbert	14494
Pivovar Velké Březno	Velké Březno	1753	Michal Rouč	Jiřina Poláková	245833
Pivovar Velké Popovice	Velké Popovice	1874	Václav Šimek	Jiří Bernat	1780000
Pivovar Vysoký Chlumeč	Vysoký Chlumeč	1466	Vít Zrůbek	Vít Zrůbek	67000
Pivovar Zubr	Přerov	1872	Ing. Tomáš Pluháček	Ing. Nataša Rousková	227509
Žatecký pivovar	Žatec	1801	Radek Bařtipán	David Rezka	31200

Zdroj: vlastní zpracování z portálu ceskepivo-ceskezlato

Graf 1: Procentuální podíl dle výstavu piva



Zdroj: vlastní zpracování

V grafu č. 1 lze vidět, že 36 % z celkového počtu průmyslových pivovarů vystaví objem piva v rozmezí od 50 000 hl do 200 000 hl. Naopak nejméně pivovarů vystavilo objem piva v objemu 1 000 000 hl nebo více.

Nesmíme zapomenout i na minipivovary, kterých je v České republice 465. Ty tvoří přibližně 2–2,5 % z celkového výstavu piva v České republice.

5.2 Interview s odpovědnými osobami vybraných pivovarů

K výběru skupiny tázaných byly použity parametry tak, aby bylo možné jednotlivé názory porovnat. Jako jeden z charakteristických údajů bylo vzdělání či praxe v pivovarnictví. Další podmínkou byla výroba piva na území České republiky. Dále byli vybráni a rozřazeni podle objemu výroby. Osloveny byly velké pivovary i minipivovary.

Všichni oslovení respondenti byli vstřícní a ochotní odpovídat na předem stanovené otázky. Otázek bylo dohromady 8, pivovar Samson byl podroben hlubšímu zkoumání. Všechna uskutečněná interview jsou archivována pomocí audiozáznamu a otázky jsou poskytnuty v příloze diplomové práce.

Interpretace interview s odpovědnými osobami pivovarů

Každé interview bylo samostatně přepsáno do shrnujících protokolů na základě poskytnutého audiozáznamu. Text byl zredukován a přepsán do diplomové práce.

Respondent č.1: Minipivovar Krajinská 27

Obrázek 3: Logo minipivovaru Krajinská



Zdroj: pivovari

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnictví se pohybuji 5let“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„Jsem provozovatel restaurace i pivovaru.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Zvětšuje se poptávka po silných pivech, které se odlišují od ležáků. Proto vyrábíme například IPU, která nám získala spoustu pozitivních hodnocení. V zimě zase vaříme „čertici“ černé pivo, které je hutnější a příznivější pro toto roční období.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Budoucnosti vidím v dobrém pitelném pivě (ležák), když je pivo dobré a máte po vypití chuť na další.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Jelikož pivo, které uvaříme, čepujeme v restauraci, tak máme pěkný přehled o oblíbenosti druhů piv. Nejvíce vede samozřejmě naše světlá 11 a polotmavá 11.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„Bohužel mě žádný nový výrobek nezaujmul“

7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Myslím si, že český zákazník je většinou konzervativní.“

9. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Myslím si, že to je spojeno s kulturou společenského života. Lidé se chtějí scházet, odreagovat se a odpočinout si u piva. Je to o tom uvolnit se a vychutnat si dobrý nápoj. Také si myslím že v České republice není pivovar, který by vařil špatné pivo.“

Respondent č.2: Minipivovar Kněžíněk

Obrázek 4: Logo minipivovaru Kněžíněk



Zdroj: rkcnovedvory

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnictví se pohybuji 35 let.“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„Jsem sládkem tohoto pivovaru, na starosti mám takřka vše, co se piva týká.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Majitel pivovaru i já jsme dost konzervativní, proto se držíme hlavně výroby spodně kvašených piv. Víme, že je teď velký trend vařit piva svrchně kvašená, pšeničná a tak podobně, ale my se tohoto trendu zdržujeme.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Potenciál vidím jednoznačně v ležáku.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Průzkum si neděláme, ale společně s majitelem vidíme oblíbenost jednotlivých druhů piva díky prodejnosti v restauraci, která je hned vedle pivovaru.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„Jak jsem již zmínil v předchozí otázce, jsem konzervativní a nic mě v poslední době neuchvátilo.“

8. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Myslím si, že starší ročníky jsou konzervativní, ale mladí lidé rádi zkouší nové chutě a v pivě hledají daleko víc. Dnes se do piva lije takřka vše (například limonády), já toho příznivcem nejsem.“

9. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Češi jsou pivní národ, ve spotřebě piva jsme skoro na vrcholu. Je to součást naší historie i naší budoucnosti.“

Respondent č.3: Pivovar Solnice

Obrázek 5: Logo pivovaru Solnice



Zdroj: beerweb

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnictví se pohybují přes 40 let.“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„Má pozice je hlavní sládek a společně s kolegou v pivovaru děláme vše, co je potřeba.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Náš pivovar je v provozu zatím dva roky. Ale vycházíme z toho, že máme jako základ ležáky (11° a 12°), začínáme pomalu přidávat i nějaké speciály.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Povím Vám, co mi nechutná. Spousta lidí tvrdí, že to je veliký trend, jsou to kyselá piva, ty mi opravdu nechutnají. Potenciál vidím v dobrém ležáku.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Sledujeme to, ale vyloženě průzkum neděláme.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„Nezaznamenal jsem v posledních letech žádný trend, který by mě oslovil.“

8. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Rozdělil bych to na dvě skupiny Na zákazníky, kteří hodně cestují a mají nachutnaná piva z jiných zemí, a pak na zákazníky kteří nikam nejezdí a jsou doma a celý život popíjí náš tradiční ležák, ti jsou pak konzervativní.“

9. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Pivní kultura ve střední Evropě je pevně vetknutá do historie i do sociálních poměrů, a vůbec celkově, každý desátý člověk byl před sto lety spjat s pivovarnictvím. Myslím si, že pivo je prospěšné i zdravotně, pokud se nekonzumuje v nějakém neúměrném množství.“

Respondent č.4: Břevnovský klášterní pivovar sv. Vojtěcha

Obrázek 6: Logo pivovaru sv. Vojtěcha



Zdroj: praha-katalog

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnictví se pohybuji 6let.“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„Technolog neboli lidově řečeno sládek. V pivovaru zastáváme systém práce, kdy všichni dělají všechno, tudíž od výroby piva přes stáčení sudů, lahví, logistika – vše, co k výrobě piva a jeho logistice až po koncového zákazníka patří.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Jako pivovar se snažíme vyrábět především tradiční druhy piv. Nicméně trend dnešní doby už nelze ignorovat, a tak se se snažíme do portfolia zařazovat další nové speciální druhy piv, jako jsou např. Barrel Aged (piva dozrávající v dubových sudech po whisky). A jako úplnou novinku jsme zařadili i tzv. Lambici (přidávají se speciální kvasinky pro tvorbu kyselé chuti piva). Minulý rok jsme odvětví Lambicu ještě o něco vylepšili přidáním čerstvě vymačkané šťávy z vinných hroznů, z čeho jsme vyrobili velice lahodné a osvěžující břevnovské pinot 17%.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Nejdůležitější je stále udržovat kvalitní ležák, což je stále a do budoucna i bude pro Čechy nejpitelnější pivo. Zařazovat hořká a voňavá piva také stále oblíbenější u českých pivařů. Do budoucna rozhodně nezapomenout na tmavá piva,

kteřá v posledních letech zažívají útlum, nicméně správný pivař by na ně určitě neměl zapomínat.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Každý rok pro naše zákazníky děláme minimálně dvě posezení, kde společně degustujeme stávající i nové druhy piv a debatujeme o všem, co je dobré a co by mohlo naopak být lepší či úplně jiné.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„Speciální druh Lambic. Češi se to postupně učí pít a čím více to ochutnávají, tím více zjišťují, že je to velice zajímavý druh piva.“

7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Spíš konzervativní. Vemte českému pivaři ležák a dejte mu natrvalo cokoliv jiného a hned tu máme další české povstání!“

8. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„České pivo vždy lidi spojovalo a spojovat bude! Celosvětově patří české pivo mezi nejuznávanější a na to můžeme být patřičně hrdí.“

Respondent č.5: Pivovar Kolčavka

Obrázek 7: Logo pivovaru Kolčavka



Zdroj: pivovarkolcavka

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnictví se pohybuji 27 let.“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„Nyní jsem na pozici podsládka. Moji hlavní starosti je kontrola hlavního kvašení, zrání piva a stáčení piva do transportních nádob. Dále koordinuji logistiku.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Začali jsme vařit více tzv. sezónních speciálů – na Velikonoce zelené kopřivové, na léto vedle ale 13% i ale 8% pro cyklisty, na chladné měsíce zase silnější piva – 16% svrchně kvašená s barvou do rubínu, nebo zázvorové 14%.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Potenciál vidím především v pivu, které je kvalitní a chutná stejně v jakoukoli roční dobu. Hlavně to nesmí být tzv. co várka, to originál.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Průzkum si neděláme. Jsme malý pivovar, není na průzkum prostor. Za průzkum se dá vlastně považovat ohlas štamgastů a zákazníků v restauraci. Ten je až na výjimky kladný. Vždy se najde někdo, kdo by to dělal samozřejmě lépe. Dopad v další výrobě to nemá žádný.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„Asi nízkoalkoholická ovocná piva.“

7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Starší jsou spíše konzervativní. Mladí rádi experimentují, proto je na trhu nepřeberné množství piv různých chutí a barev.“

8. Jaký si myslíte že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Myslím si, že velký. Když pomínu příjem z daní, tak pivovarnictví je životní styl, který ovlivňuje život mnoha lidí. Dělat práci, která vás baví, a ještě vás lidé chválí, je super.“

Přínosem je pracovní příležitost. Pivo je zdraví prospěšný nápoj, samozřejmě všeho moc škodí. Pivo sbližuje lidi, je to, dá se říct, nejstarší sociální síť na světě. A navíc, kdo pije pivo, tak podporuje zemědělství.“

Respondent č.6: Minipivovar Beeranek

Obrázek 8: Logo minipivovaru Beeranek



Zdroj: visitpivo

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnickém odvětví se pohybuji 6 let.“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„Jsem majitelem pivovaru a technolog.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Nabídku piv nijak zvlášť neměníme, máme vyzkoušené receptury, kterých se držíme. Vaříme hlavně ležáky.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Potenciál vidím v ležáku.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Průzkumy si neděláme, ale provozujeme pivnici, kde díky zákazníkům můžeme monitorovat oblíbenost různých druhů našich piv.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„V posledních letech mě nic neoslovalo, ale ještě před tím, než jsem otevřel svůj pivovar, jsem chtěl vařit svrchně kvašená piva. Ale nakonec toto nadšení odeznělo a vrátil jsem se k ležákům.“

7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Myslím si, že je český zákazník spíše konzervativní.“

8. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Myslím si, že pivovarnictví má pro společnost přínos kulturní, sociologický a ekonomický.“

Respondent č.7: Minipivovar Čtyrák

Obrázek 9: Logo minipivovaru Čtyrák



Zdroj: ceskepivo-ceskezlato

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„Pivu jsem se začal věnovat na střední škole v roce 2012 a od 18 let jsem se začal účastnit různých degustací a pivovarských seminářů. Tudíž by se dalo říct, že aktivně se v pivovarském prostředí pohybuji přibližně 5 let.“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„V pivovaru mám post podsládka. Jak tedy název napovídá, pracuji pod hlavním sládkem a společně se staráme o výrobu a kvalitu piva. To zahrnuje samotné vaření piva, kontrolu piva při kvašení, následně při zrání. Nedílnou součástí je i sanitace pivovaru, jelikož v tomto potravinářském odvětví je hygiena na prvním místě.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Bylo by reálné tvrdit, že samotný pivovar je vlastně reakce na současné trendy, protože malé řemeslné pivovary jsou v současné době stále více a více oblíbené. Pivovar byl zprovozněn roku 2016, naše tradice je tedy zatím krátká.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Velmi oblíbeným výrobkem se stal náš letní polotmavý Čtyrák summer, který obsahuje pouze 7 % extraktu. Jde tedy o lehké nízkoalkoholické pivo, avšak chuťovým profilem by mohl přeprat kdejaké „desítky“. Zvýšený obsah chmele a podíl žitného a čokoládového sladu tvoří charakteristickou a svěží chuť tohoto výrobku.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Univerzitní pivovar zemědělské fakulty je účelově hlavně experimentálním a výukovým zařízením, navíc neprodukujeme takové množství piva, aby měly průzkumy větší smysl. Reálně jsme se však s nespokojeností ohledně našeho piva nesetkali, za což jsme velice rádi.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„Pro mě osobně je to výroba netradičních svrchně kvašených piv. V kombinaci s chmelovými odrůdami z USA, Austrálie či Nového Zélandu mohou vznikat vskutku zajímavé chutě a oblíbenost těchto piv mezi zákazníky stále stoupá.“

7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„V praxi se setkávám v jedné polovině s konzumenty, kteří chtějí vyzkoušet nové chutě a chtějí experimentovat, a v druhé polovině s konzumenty, kteří něco nového rádi zkusí, ale zůstávají věrní českým pivům plzeňského typu.“

8. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Kulturní, jelikož v České republice je pivo součástí každodenního života. Samozřejmě i společenský, jelikož, jak je známo, pivo sblízuje a kde je pivo, tam je i dobrá nálada. Jak říkal již Karel Jaromír Erben: ‚Píme bratři, píme pivo, voda ať si teče mimo. Vodou my se umejeme a piva se napijeme. Co před námi živi byli, taky rádi pivo pili. A co po nás budou žít, taky budou pivo pít.‘“

Respondent č.8: Pivovar Hluboká

Obrázek 10: Logo pivovaru Hluboká



Zdroj: pivomol

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnictví se pohybuji 5 let“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„Jsem jednatelem, spolumajitelem a strůjcem myšlenky.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„Pivovar reagoval instinktivně, pomohla nám praxe našeho společníka (25 let v oboru hostinské činnosti), pomohly nám konzultace s odborníky.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Potenciál vidím v dobrém výrobku. Z toho vyplývá, že musíme vařit dobré pivo, které zákazníci ocení, a budou se k nám vracet.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Neděláme, ale máme zpětnou vazbu od zákazníků z restaurace a pivnice.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„U této otázky nemohu být objektivní, protože jsem zaslepen naším skvělým ležákem.“

7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Přikláním se k názoru, že český zákazník je konzervativní.“

8. Jaký si myslíte že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Pro mě je pivo symbolem svobody. A když pivovarnictví dokáže lidem přinést pocit svobody, tak je to přeci krásný přínos.“

Respondent č.9: Historický pivovar Český Krumlov

Obrázek 11: Logo pivovaru Český Krumlov



Zdroj: visitjiznicechy

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví?

„V pivovarnictví se pohybují již od mého studia, to bylo 4 roky, a teď pracuji 2 roky v pivovaru, takže 6 let.“

2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?

„V pivovaru vařím, starám se o stáčení KEG sudů a lahví, kvašení, rozvoz piva, příjem sladů, analýzy: alkohol, stupňovitost, barva, čírost po filtraci.“

3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?

„V našem pivovaru vaříme stálé várky 12° světlá, 11° světlá, 12° polotmavá a každý čtvrt rok uvaříme nějaký speciál, byly to například 12° APA wethops, 15° triskel spodně kvašená, 12° APA lorel, 11° summer ale a mnoho dalších. Máme také nový design u speciálů.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Potenciál máme určitě ve 12° světlý ležák premium, který je nositelem řady ocenění. Píšu o 1. místě v kategorii světlý ležák z minipivovaru na budějovické degustační soutěži Zlatá pivní pečeť 2020, 2018 nebo nově 1. místo v soutěži Chutná hezky. Jihočesky. Tvoří také zhruba 70 % našeho odbytu.“

5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?

„Neděláme.“

6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?

„Poslední dobou mě hodně baví pivní styl New England IPA, skvělá je zde kombinace ovesných vloček, jemného chmelení a ovocných tónů. Nepohrdnu ani již zmiňovaným kyseláčem, skvělou kiwi příchuť například umí vykouzlit plzeňský pivovar Raven.“

7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

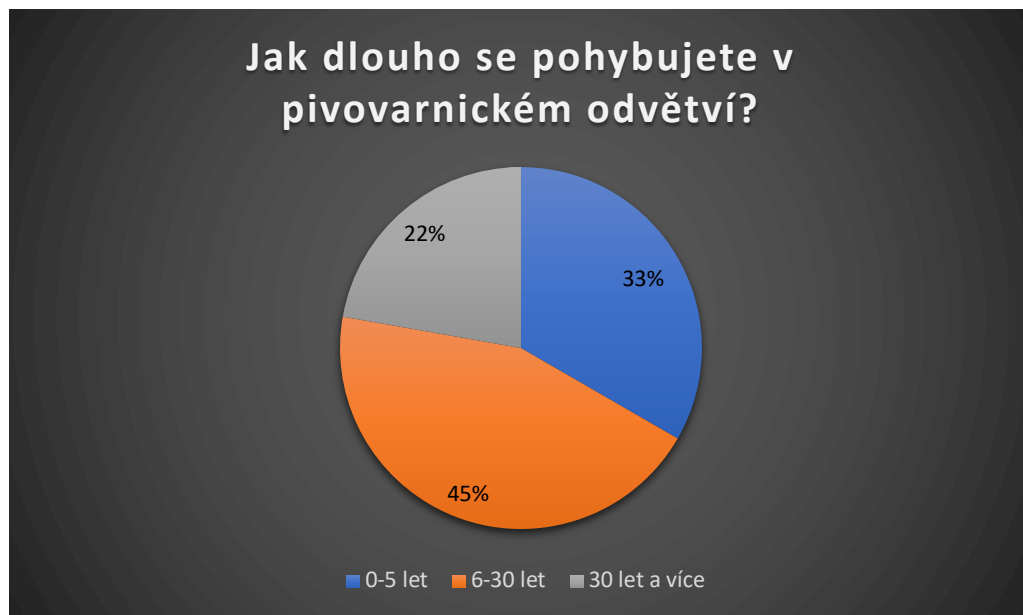
„Dříve bylo na trhu pouze deseti a dvanáctistupňové pivo, nejčastěji Gambrinus, Pilsner Urquell, Staropramen a Budvar. Dnes je určitě rozmanitost daleko větší, ať už ve výběru, chuti, stylu, barvy, stupňovitosti nebo prokvašení (tím myslím třeba Gambrinus DRY nebo dry IPU). Je super, že je možnost ochutnat piva ze všech koutů světa: pivo z rýže z Číny (Snow), APY a IPY ze západního pobřeží USA nebo italské Berliner weisse (kyseláče). Píšu italské, protože tam jsou nejlepší.“

8. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„V pivovarnictví je nepředstavitelná možnost experimentů. Jedná se o kombinace surovin, typ vaření, typ kvašení, stáčení do různých typů lahví, sklenic. Možnosti jsou neomezené. Nad finálním výrobkem může člověk podiskutovat o pivu, jaký bylden, jaké má nové zážitky a podobně, je to dobrý nápoj ke stmelení přátel.“

5.3 Interpretace odpovědí

Graf 2: Doba působení v pivovarnictví



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 2 vyjadřuje dobu působení jednotlivých respondentů v oboru pivovarnictví.

Z grafu lze vidět, že 45 % dotazovaných se v pivovarnickém odvětví pohybuje 6–30 let, 33 % respondentů se v pivovarském odvětví pohybuje 0–5 let. Naopak 22 % respondentů se pohybuje v pivovarnictví více než 30 let.

Graf 3: Pozice respondenta v pivovaru



Zdroj: vlastní zpracování

Výše uvedený graf procentuálně vyjadřuje, kolik respondentů zastupuje jednotlivé funkce v pivovaru. Všechny funkce měly stejný počet zastoupení, 33 % respondentů zastává funkci sládky, 33 % respondentů je na pozici majitele a také 33 % respondentů zastupuje funkci podsládky.

Graf 4: Tvorba průzkumu mezi zákazníky



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 4 procentuálně vyjadřuje, kolik pivovarů si tvoří průzkumy o kvalitě svého piva, 78 % pivovarů si určitý průzkum činí. V přepsaných interview se dočteme,

že pivovary si tvoří průzkum prostřednictvím pivnic či restaurací, kde se jejich pivo čepuje. Zbýlých 22 % respondentů uvedlo, že si žádné průzkumy nedělají.

Graf 5: Je Český zákazník konzervativní, nebo není?



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 5 udává poměr názorů respondentů, zda je český zákazník konzervativní, či není. Z dotazovaných respondentů odpovědělo 50 %, že český zákazník je konzervativní, 37 % respondentů si nebylo jisto a 13 % respondentů je názoru, že český zákazník není konzervativní.

5.4 Shrnutí vyhodnocení

Z uskutečněných a vyhodnocených interview vyplynulo, že nejvíce respondentů působí v pivovarnictví 5–30 let. Rovným dílem dále zastupují respondenti pozice sládek, podsládek a majitel. Většina pivovarů se snaží držet krok s nastávajícími trendy, a proto do svých nabídek zařazuje různé speciály typu: IPA, ALE, Lambik. Téměř všichni respondenti se shodli v názoru, že potenciál do budoucna vidí v „našem českém ležáku“. Průzkumy si tázané pivovary dělají v restauracích či pivnicích, pokud jim k pivovaru náleží. Pouze tři respondenti uvedli, že zaznamenali „objev“ v posledních letech, zmínili například ovocná piva, Lambik, New England IPA. Polovina respondentů si myslí, že český zákazník je spíše konzervativní. Na poslední otázku odpověděl každý respondent různě, ale spousta

z nich se v několika poznacích shodla. Pivovarnictví má pro společnost velký přínos, a to kulturní, sociální, ekonomický. Pivo sblíží lidi a v přiměřeném množství zlepšuje náladu. Pivovarnictví je součástí naší historie a pomáhá lidstvu tvořit krásné příběhy a užívat si života.

5.5 Pivovar Samson

Jelikož je pivovar Samson nejstarším průmyslovým pivovarem v Českých Budějovicích, byl podroben hlubšímu průzkumu. Otázky byly zaměřeny na vývoj vlastnické struktury, podrobněji byly také zkoumány reakce pivovaru na vznikající trendy v posledních letech, dále byly zmíněny hrozby a rizika, se kterými se pivovar může setkat. Pivovar Samson také sdělil, v jakém výrobku vidí potenciál do budoucna a popsal důležité kroky výroby, které dodávají charakteristickou chuť zdejšího ležáku. V další části byly otázky zaměřeny na zákazníky, podrobněji byly sděleny názory ohledně požadavků českého zákazníka a zahraničního zákazníka. Na závěr byl pivovar tázán na přínosy pivovarnictví pro společnost.

Obrázek 12: Logo pivovaru Samson



Zdroj: ceskepivo-ceskezlato

1. Jak probíhal vývoj vlastnické struktury v pivovaru Samson?

„Začneme tím, že jako první zde bylo takzvané právovárečné měšťanstvo (od roku 1265), ty si založili v roce 1795 společnost, která se později přejmenovala na B.B.B.B, bylo zde 387 podílů (200 Němců, 150 Čechů, 31 židů a zbytek společnosti). Od roku 1946 bylo znárodnění, na základě Benešových dekretů. V roce 1948 proběhlo začlenění do Jihočeských pivovarů pod národní správu. První českobudějovický pivovar byl ochuzován centrálním řízením ve prospěch Budvaru. Byl mu odebrán

export a prováděny byly jen nejnútnejší rekonstrukce. V roce 1991 proběhla privatizace. Nejsm si jistý, zda v roce 1999, nebo v roce 2000 byl majitelem Jan Diviš z Českých Budějovic. V médiích se v roce 2010 pak přiznal k vlastnictví Fr. Savov. V roce 2011 proběhlo štěpení na BMP (AB InBEV) a Pivovar Samson (Savov), ale 1. 7. 2014 pan Savov svůj podíl prodal AB InBEV.

2. Jak reagoval pivovar podle vznikajících trendů (posledních 5 let)?

Od roku 2015 do roku 2017 probíhala v pivovaru modernizace s cílem dosáhnout kvalitativních standardů AB InBEV, stavěl se nový cold block, úpravna vody, sanitační stanice CIP, kvasné hospodářství, přítlačné tanky, paster, modernizace chlazení a nový plnič lahví. Začali jsme vyrábět a označovat piva dle celých stupňů Plato (10°, 11°, 12° a podobně) z důvodu lepší orientace zákazníků. U pita a tmavého ležáku jsme přestali používat umělá sladidla (díky podnětům zákazníků). Dále jsme změnili etikety, jsou modernější, mají čistší design. V roce 2019 se vrátil na čelní etiketu nápis České Budějovice, byla to reakce na zákazníky, kteří se ptali, kde se pivo vaří, protože vzadu na etiketě máme napsané oficiální sídlo Praha. Dále jsme na etiketu přidali hloubku vrtu (vody) 274 metrů. Dále jsme začali více pivovar prezentovat ve městě (restaurace, sponzoring fotbalu, otevření nádvoří pivovaru). Také chystáme prohlídkovou trasu pro exkurze v pivovaru.“

3. S jakými hrozbami a riziky se může pivovar Samson setkat?

„Určitě mezi hrozby můžeme zahrnout povodeň, například jako byla v roce 2002. Dále situace podobné pandemii koronaviru. Také oteplování není příznivé pro pivovarnictví. Nadměrné oteplování má vliv na kvalitu ječmene a chmele. Samozřejmě nějaká konkurence a podobně ... Ale mám zajímavou situaci z minulosti, která byla negativní pro náš pivovar i pro ostatní, byla to izolovanost českého pivovarnictví. Tím, že od roku 1948 až do roku 1989 pivovary nepodléhaly konkurenčnímu boji, nebyl důvod modernizovat a držet krok se světem, tím se pivovary technologicky dost propadly.“

4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?

„Potenciál do budoucna vidím v českém ležáku, respektive v Budějovickém pivě, máme ho 225 let, což je dostatečným důkazem, že ta receptura je dobrá, a naším úkolem je jít trochu jinou cestou než náš mladší „bratr“, který teď vyrazil na trh

s novou protichůdnou chutí. My si naopak chceme hýčkat to naše, takže pro nás je ten náš chuťový profil to nejdůležitější a pouze se snažíme z něj eliminovat nějaké negativní příchutě, když nějaké najdeme. Díky modernizaci pivovaru, která v minulých letech proběhla, jsme dokázali to pivo „vyčistit“ a přesně takhle jako dnes má ten Samson chutnat, tak si myslíme, že chutnal před těmi 150 lety. Sice tenkrát neměli sládcí moderní technologie, ale měli to tak empiricky zvládnuté, že si dokázali poradit, například pivo nechávali déle zrát na ležáckých tancích a kvasnice si sedly, dělali to proto, protože neměli filtraci. Když to tedy shrnu, budeme se držet těch našich výrobků. Pivo je například unikátní výrobek, bylo to první československé nealkoholické pivo.“

5. Kladeíte důraz na tradiční výrobu a postupy? Nebo upřednostňujete moderní „trendy“?

V tom, aby pivovar držel krok s tím, co je představa zákazníka o kvalitním pivu, nemůžeme zastavit modernizaci. Na druhou stranu jsou nějaké postupy, které jsou typické a dávají charakter tomu našemu pivu a ty si určitě chceme zachovat. Například dvourmutový způsob vaření, to je to, co dává charakteristickou plnost tomu českému ležáku. Dále dvoufázové kvašení. Naopak nepoužíváme otevřené spilky, protože to má spoustu negativních faktorů a my si nemůžeme dovolit, aby nám kvalita piva a chuťový profil kolísal. Vždy si musíte najít správnou cestu a vybrat si to, co je dobré pro kvalitu, a zároveň je to i tradiční způsob vaření, to musíte zkombinovat tak, aby se charakter piva zachoval a vyrábět tak, aby to mělo co nejkonzistentnější kvalitu.“

6. Jak se liší vnímání piva českého zákazníka a zákazníka ze zahraničí? Například Německo, Rakousko, Holandsko, Belgie a Anglie?

„V zahraničí si naopak od českého zákazníka dokáží lidé za pivo připlatit. Je tam větší nabídka typů piv. Jsou tam například ochotnější si kupovat dražší speciály. Ještě je zajímavé například v Německu a Rakousku, že mají v regionech silnou zákaznickou strukturu, mají tradiční zákazníky, kteří si hýčkají ten svůj pivovar z regionu a váží si toho, že ho tam mají, a kupují si jenom to pivo z toho pivovaru a žádné jiné. Naopak většina českých zákazníků jde do supermarketu a koupí si pivo, které je zrovna na akci.“

8. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?

„Český zákazník je relativně konzervativní. Je dlouhodobě vyzkoušeno, že lidé rádi vyzkouší něco nového, například radlery, cidery a podobně, a pak se rádi vrátí k té české „desítce“. Je to z toho důvodu, že česká „desítka“ je krásně pitelné pivo a přírodní výrobek takřka BIO kvality na rozdíl od těch „moderních“ výrobků (ochucená piva a podobně). A to si myslím, že je ten důvod, který vede zákazníka se k tomu českému pivu vrátit. Samozřejmě, že je trend zkoušet nové chutě a z hlediska pivovarského technologa je zvláštní pozorovat to, jak lidé oceňují na menších pivovarech unikátnost chutí, nicméně dost často je ta unikátnost tvořená tím, že jsou ve výrobě nějaké defekty. Jenže lidé to nedokážou popsat a myslí si, že to tak má být, protože neví, co od toho piva má očekávat.“

9. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

„Jednoznačně zaměstnává spoustu lidí, využívá produktů zemědělství. Pak tu je sociální sféra, pivo dává lidem dohromady.“

Obrázek 13: Nový design lahví



Zdroj: mistoprodeje

6 Závěr

Cílem diplomové práce bylo představit současné trendy českého pivovarnictví z pohledu malých pivovarů i průmyslových pivovarů.

Teoretická část seznamuje čtenáře se základními a důležitými pojmy týkajícími se této problematiky.

V praktické části bylo provedeno studium sekundárních dat a kvalitativní šetření.

Studium sekundárních dat přispělo k tvorbě přehledné tabulky a grafu s funkčními průmyslovými pivovary působícími na území České republiky. Tabulka vyjadřuje místo působení pivovaru, rok vzniku, vedení pivovaru, jméno hlavního sládky a celkový výstav piva za rok 2018.

Graf 1 vyjadřuje procentuální podíl dle výstavu piva. Z uvedeného grafu vyplývá, že největší část pivovarů má objem výstavu 50 000–200 000 hl piva.

Začátkem kvalitativního šetření bylo interview s pivovary. Výběr respondentů byl podmíněn vzděláním či praxí v oboru pivovarnictví a působením pivovaru na území České republiky. Z uskutečněných interview byly vypsány klíčové odpovědi a vyhodnoceny do závěrů. Většina pivovarů se snaží držet s nastávajícími trendy, a proto do svých nabídek zařazuje různé speciály typu IPA, ALE, Lambik. Téměř všichni respondenti se shodli v názoru, že potenciál do budoucna vidí v „našem českém ležáku“. Průzkumy si tázané pivovary dělají v restauracích či pivnicích, pokud jim k pivovaru náleží. Pouze tři respondenti uvedli, že zaznamenali „objev“ v posledních letech, zmínili například ovocná piva, Lambik, New England IPA. Polovina respondentů si myslí, že český zákazník je spíše konzervativní. Na poslední otázku odpověděl každý respondent různě, ale spousta z nich se v několika poznatcích shodla. Pivovarnictví má pro společnost velký přínos, a to kulturní, sociální, ekonomický. Pivo sbližuje lidi a v přiměřeném množství zlepšuje náladu. Pivovarnictví je součástí naší historie a pomáhá lidstvu tvořit krásné příběhy a užívat si života.

Pokračování v kvalitativním šetření bylo uskutečněno interview s pivovarem Samson. Tento pivovar byl vybrán pro hlubší zkoumání, důvodem byla historie tohoto pivovaru. Z uskutečněného interview vyplývá, že pivovar si v historii prošel velkými

změnami vlastnictví. Pivovar se snaží reagovat na vznikající trendy a neopomíná ani modernizaci pivovaru pro zajištění kvalitativních standardů AB InBEV. Samson také změnil etikety na modernější a čistší design, na etiketách udává i stupňovitost piva. V neposlední řadě chce pivovar připravit prohlídkovou trasu pro exkurze v pivovaru. Mezi hrozby a rizika Samson uvedl různé přírodní katastrofy, dále podobné události jako letošní pandemie koronaviru nebo konkurenční boj. Výrobek, ve kterém Samson vidí potenciál, je jednoznačně český ležák, který je na našem trhu již 225 let. Pivovar se drží tradičních postupů výroby, ale neopomíná také modernizaci. Snaží se tedy najít správnou rovnováhu mezi moderní a tradiční výrobou. Při dotazování na rozdíly mezi českým zákazníkem a zákazníkem ze zahraničí respondent uvedl, že zahraniční zákazník je zvyklý si za pivo připlatit. Respondent si myslí, že české pivo je nejlevnější v celé Evropě. Dále zmínil, že například Němci a Rakouši obyvatelé, jsou daleko více věrní svému regionálnímu pivovaru oproti českému zákazníkovi, který si většinou koupí pivo, které je v danou dobu v supermarketu v akci. Respondent zmínil, že český zákazník je relativně konzervativní. Na otázku, jaký má pivovarnictví přínos pro společnost, pivovar uvedl, že pivovary zaměstnávají spoustu lidí, podílí se na odběru zemědělských produktů a pomáhá sociálním kontaktům mezi lidmi.

Pivovarnictví je pro Českou republiku velice důležitý obor. Obyvatelé České republiky jsou velice pyšní na české pivo a rádi ho zařazují do každodenní konzumace díky svému malému obsahu alkoholu a příznivému účinku na zdraví.

Citát na závěr: *Jak říkal již Karel Jaromír Erben: „Píme bratři, píme pivo, voda at' si teče mimo. Vodou my se umyjeme a piva se napijeme. Co před námi živi byli, taky rádi pivo pili. A co po nás budou žíti, taky budou pivo píti.“*

Seznam literatury

BASAŘOVÁ, Gabriela. *České pivo*. 3., dopl. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2011. ISBN 978-80-87109-25-0.

BASAŘOVÁ, Gabriela. *Pivovarství: teorie a praxe výroby piva*. Praha: Vydavatelství VŠCHT, 2010. ISBN 978-80-7080-734-7.

BENDO VÁ, Olga a Miroslav KAHLER. *Pivovarské kvasinky*. Praha: Státní nakladatelství technické literatury, 1981.

BURIÁNEK, Jiří. *Sociologie pro střední školy a vyšší odborné školy*. Praha: Fortuna, 1996. ISBN isbn80-7168-304-3.

ČEPIČKA, Jaroslav. *Obecná potravinářská technologie*. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 1995. ISBN isbn80--7080--239--1.

DANIELSSON, A. T. (2012). Exploring woman university physics students 'doing gender' and 'doing physics'. *Gender and Education*, 24(1), 25–39.

GOLDSTEIN, Ellen. *Vše, co by měl vědět každý milovník piva*. Přeložil Jan JIROUŠ. Praha: Ritareklama s.r.o. ve spolupráci s Dobrovský, 2019. Knihy Fenix. ISBN 978-80-907597-7-0.

HASMAN, Jiří a kol. Geografie pivovarnictví: vývoj prostorového rozdělení českého pivního trhu po roce 1989. *Geografie*. Univerzita Karlova v Praze – Přírodovědecká fakulta, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje. Praha, 121(3), str. 437–462.

CHLÁDEK, Ladislav. *Pivovarnictví*. Praha: Grada, 2007. Řemesla, tradice, technika. ISBN 978-80-247-1616-9.

CHOI, S. H.-J., Nieminen, T. A. & Townson, P. (2012). Factors influencing international PhD students to study physics in Australia. *Innovations in Education and Teaching International*, 49(3), 309–318.

JEŘÁBEK, Hynek. *Úvod do sociologického výzkumu*. Dot. Praha: Karolinum, 1993. ISBN 80-7066-662-5.

KADLEC, Pavel et al. *Technologie potravin II*. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 2002, ISBN 978-80-7080-510-7

KOPAČKA, Ludvík. *Geografické aspekty politické, hospodářské a průmyslové transformace po roce 1989 I. Geografické rozhledy*. Univerzita Karlova v Praze – Přírodovědecká fakulta. Praha, 2/10-11, str. 24–25. ISSN 1210-3004

MOLL, Manfred, et al. *Beer and Coolers*. Bedfordshire : Intercept Ltd, 1994. 550 s. ISBN 9781898298090

NOVÁK VEČERNÍČEK, Jaroslav. *Dějiny piva: od zrození až po konec středověku*. Brno: Computer Press, c2009. ISBN 978-80-251-2019-4.

NOVOTNÝ, Petr. *Pivařka: tajemství domácího pivovarství*. V Brně: Jota, 2017. Populárně naučná. ISBN 978-80-7565-108-2.

OLŠOVSKÁ, Jana, Pavel ČEJKA, Karel ŠTĚRBA, Martin SLABÝ a František FRANTÍK. *Senzorická analýza piva*. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, 2017. ISBN 978-80-86576-74-9.

PULEC, Jan. *Diplomová práce. Geografická analýza pivovarnického průmyslu v Česku*. Praha, Univerzita Karlova, 2014.

TRUNEČEK, Jan. *Management znalostí*. Praha: C.H. Beck, 2004. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-884-3.

ŽÍDEK, Libor. *Transformace české ekonomiky: 1989-2004*. V Praze: C.H. Beck, 2006. Beckova edice ekonomie. ISBN 80-7179-922-x.

Internetové zdroje

[online]. Dostupné z: <http://www.help.beermenus.com>

PIVOVAR.CZ. PIVOVAR.CZ [online]. Copyright © 2000 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <http://www.pivovar.cz>

[online]. Dostupné z: <http://www.czhops.cz>

Pivo, pivovary, pivní mapa, hodnocení piv - beerweb.cz. Pivo, pivovary, pivní mapa, hodnocení piv - beerweb.cz [online]. Dostupné z: <https://beerweb.cz>

[online]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/podily-pivovaru-na-tuzemskem-trhu-dt2-/ekoakcie.aspx?c=A151014_105550_ekoakcie_fih

[online]. Dostupné z: http://www.ceske-pivo.cz/sites/default/files/soubory_k_clankum/2015_zprava_hospodarske_vysledky_oboru_za_2014_final_20150410.pdf

E-shop s nejlepšími pivy | Pivniklenoty.cz. E-shop s nejlepšími pivy | Pivniklenoty.cz [online]. Copyright © Pivní klenoty 2014 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <http://www.pivniklenoty.cz>

Pivovar Krajinská 27 - Průvodce pivovary | Mapa pivovarů | Pivní akce. Domů – Průvodce pivovary | Mapa pivovarů | Pivní akce [online]. Copyright © ROMAN HOŠŤÁK 2018 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <https://pivovari.cz/listing/pivovar-krajinska-27/>

1. ČESKOBUDĚJOVICKÝ MINIPIVOVAR. VÁNOČNÍ DÁREK PRO OPRAVDOVÉ ROCKOVÉ NADŠENCE!!! [online]. Copyright © RKC Nové Dvory [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <http://www.rkcnovedvory.cz/pivovar>

Pivo, pivovary, pivní mapa, hodnocení piv – beerweb.cz [online]. Dostupné z: <https://beerweb.cz/pivovar/solnice>

Břevnovský klášterní pivovar svatého Vojtěcha a.s. | Praha – katalog firem. Praha – katalog firem [online]. Copyright © 2014 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <http://www.praha-katalog.cz/firma/342760/brevnovsky-klasterni-pivovar-svateho-vojtecha-a-s-.html>

Pivovar Kolčavka. Pivovar Kolčavka [online]. Copyright © 2014 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <https://www.pivovarkolcavka.cz/cs/kontakt-8/>

MINIPIVOVAR BEERANEK | Jihočeský kraj. Cesta za českým pivem, visitpivo.cz [online]. Copyright © 2008 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <http://www.visitpivo.cz/jihocesky-kraj/minipivovar-beeraneck/30/>

České pivo – České zlato. České pivo – České zlato [online]. Copyright © Zdenek Vokoun [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <https://ceskepivo-ceskezlato.cz/pivovary.php?pid=Zfjcu&on=o>

Pivovar Hluboká | Pivomol. Pivomol | magazín pro náruživé příznivce pivního moku a pivní kultury [online]. Copyright © 2020 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <https://www.pivomol.cz/pivovar-hluboka>

České pivo – České zlato. České pivo – České zlato [online]. Copyright © Zdenek Vokoun [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <https://ceskepivo-ceskezlato.cz/pivovar-samson/>

Samson oblékne nový kabát, který bude jeho kvalitnímu pivu slušet | Mistoprodeje.cz. Místo prodeje.cz – In-store marketing, POS média [online]. Copyright © 2000 [cit. 25.06.2020]. Dostupné z: <https://www.mistoprodeje.cz/obsah/pos-aktuality/samson-oblekne-novy-kabat-ktery-bude-jeho-kvalitnimu-pivu-sluset/>

Jižní Čechy, Jižní Čechy ubytování [online]. Copyright © 2008 [cit. 26.06.2020]. Dostupné z: <https://www.visitjiznicechy.cz/cz/poloha-na-mape/32/227/>

České pivo – České zlato. České pivo – České zlato [online]. Dostupné z: <https://ceskepivo-ceskezlato.cz/mapa-pivovaru/>

Seznam obrázků

Obrázek 1: Barevná škála v jednotkách SRM.....	27
Obrázek 2: Mapa umístění všech pivovarů v ČR.....	33
Obrázek 3: Logo minipivovaru Krajinská.....	38
Obrázek 4: Logo minipivovaru Kněžíněk.....	40
Obrázek 5: Logo pivovaru Solnice	42
Obrázek 6: Logo pivovaru sv. Vojtěcha	44
Obrázek 7: Logo pivovaru Kolčavka	46
Obrázek 8: Logo minipivovaru Beeranek	48
Obrázek 9: Logo minipivovaru Čtyrák	50
Obrázek 10: Logo pivovaru Hluboká.....	52
Obrázek 11: Logo pivovaru Český Krumlov	54
Obrázek 12: Logo pivovaru Samson.....	59
Obrázek 13: Nový design lahví.....	62

Seznam grafů

Graf 1: Procentuální podíl dle výstavu piva.....	36
Graf 2: Doba působení v pivovarnictví.....	56
Graf 3: Pozice respondenta v pivovaru	57
Graf 4: Tvorba průzkumu mezi zákazníky.....	57
Graf 5: Je Český zákazník konzervativní, nebo není?	58

Seznam tabulek

Tabulka 1: Zrušené pivovary od roku 1990 do roku 2011	17
Tabulka 2: Funkční průmyslové pivovary v ČR	34

Přílohy

Příloha č. 1

INTERVIEW

Pivovar Samson

1. Jak probíhal vývoj vlastnické struktury v pivovaru Samson?
2. Jak reagoval pivovar podle vznikajících trendů (posledních 5 let)?
3. S jakými hrozbami a riziky se může pivovar Samson setkat?
4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna? Kladete důraz na tradiční výrobu a postupy? Nebo upřednostňujete moderní „trendy“?
5. Jak se liší chutě českého zákazníka a zákazníka ze zahraničí? Například Německo, Rakousko, Holandsko a Anglie. Máme podobné chutě? Či se naprosto lišíme?
6. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?
7. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?

Příloha č. 2

INTERVIEW

Ostatní pivovary

1. Jak dlouho se pohybujete v pivovarnickém odvětví (průmyslu)?
2. Jaká je Vaše pozice a co přesně máte v pivovaru na starosti?
3. Jak reagoval pivovar podle nastupujících trendů (posledních 5 let)?
4. V jakém výrobku vidíte potenciál do budoucna?
5. Děláte si vlastní průzkumy u zákazníků? Jestli ano, jaký to má dopad v další výrobě?
6. Co je pro Vás největší objev, „trend“ v posledních uplynulých letech?
7. Je český zákazník spíše konzervativní, nebo rád přivítá nové chutě?
8. Jaký si myslíte, že má pivovarnictví přínos pro společnost?