

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Fakulta agrobiologie, potravinových a přírodních zdrojů**

**Katedra botaniky a fyziologie rostlin**



**Pivovar Budvar v globalizovaném trhu nápojů**

**Teze diplomové práce**

**Autor práce: Bc. Michaela Mitlehnerová**

**Obor studia: Rozvoj venkovského prostoru**

**Vedoucí práce: Ing. Josef Zilvar, CSc.**

**© 2018 ČZU v Praze**

## **Souhrn práce**

Diplomová práce s názvem „Pivovar Budvar v globalizovaném trhu nápojů“ se zabývá poznatky z pivovarnictví, především pak zaměřené na význam surovin v kvalitě výroby piva jako jsou ječmen, slad, chmel, voda a kvasnice. Prameny této práce pocházejí ze společnosti Budějovický Budvar, n.p. Práce je rozdělena do dvou částí. V teoretické části jsou vymezeny základní pojmy týkající se pivovarnictví a představení společnosti Budějovický Budvar, n. p., především pak jeho postavení v globalizovaném trhu nápojů. Dále je v teoretické části práce vymezena specifikace výroby produktů daného pivovaru včetně stručné charakteristiky a rozdělení výrobků. Praktická část práce je zaměřena na přehled dat získaných z šetření, výzkumů a jiných studií, které řeší otázku ohledně pivovarnictví, jako takovém. Diplomová práce je doplněna zhodnocením výsledků dotazníkového šetření, ve kterém se zjišťuje, jaký mají spotřebitelé postoj k oblíbenosti značce, preference výrobků a faktory, které spotřebitele ovlivňují při nákupu piva. Dále je za pomoci kvalitativní metody provedena senzorická analýza piva anonymních vzorků neprofesionálními hodnotiteli.

Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, jakými mnoha faktory se mohou respondenti jako spotřebitelé piva nechat ovlivnit, podle kterých si vybírají druh nebo značku piva. Jedním z faktorů může být i cena, reklama, použité suroviny apod. Zákazník, který vypije několik piv denně, tak samozřejmě cenu piva vnímá jinak než spotřebitel, který si dá pivo pouze příležitostně. Takového konzumenta cena jistě tolik neovlivní. Z výsledků senzorické analýzy piva je patrné, že posuzovatelé upřednostňují pivo Pilsner Urquell, ale ani testem dobré shody a pořadovou zkouškou se nepotvrdilo, že by se mezi vzorky našel statisticky významný rozdíl.

### **Klíčová slova**

chmel, slad, ječmen, pivo, pivovar, výroba piva, trh, ochranná známka, export, Budějovický Budvar n.p.

## **Summary**

The diploma thesis, which is titled "Budvar Brewery in the Globalized Beverages Market", deals with knowledge from brewing, especially focused on the importance of raw materials in beer quality such as barley, malt, hops, water and yeast. The sources of this work come from the company Budweiser Budvar, N.C. The thesis is divided into two parts. The theoretical part defines the basic concepts of beer brewing and Budweiser Budvar, N.C. namely its position in the globalized beverage market. Furthermore, in the theoretical part of the thesis the specification of the production of the products of the brewery is defined, including the brief characteristics and the dividing of the products. The practical part of the thesis is focused on a survey of data obtained from surveys, researches and other studies which solve the question of brewing as such. The diploma thesis is supplemented by an evaluation of the results of a questionnaire survey in which consumers are asked about the popularity of the brand, the product preferences and the factors that influence consumers when buying beer. At the same time, the criteria are assessed in which the beer types can be evaluated and the raw materials and the factors influencing the quality of the beer are determined. In addition, the tasting of anonymous samples by non-professional evaluators is carried out using the qualitative method. Consequently, the results of the tasting are recorded in the degustation protocol and the data analysis will be carried out and the results will be processed and evaluated. Part of the practical part is to present Budweiser Budvar's position on the beer market, especially its volume of production on the Czech and world markets. In conclusion, an analysis of the decline in barrel beer and an increase in the sales of bottled beer is made. The questionnaire survey found the many factors that respondents like beer consumers could influence, according to which they choose the type or brand of beer. Someone of the factors can be price, an advertising, used raw materials, etc. The customer, who drinks several beers per day, appreciates of course the price of beer differently from the consumer who only drinks occasionally. Such a consumer certainly does not affect the price. From the results of sensory analysis of beer, it is clear that judges prefer Pilsner Urquell beer, but a good match test and a sequential test did not confirm that there was a statistically significant difference between the samples.

## **Keywords**

hop, malt, barley, beer, brewery, beer production, market, trademark, export, Budějovický Budvar n.p.