

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

**KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ
ANTROPOLOGIE**

Minipivovary v obcích: postoje místních komunit

Magisterská diplomová práce

Obor studia: Sociologie

Autor: Bc. Jiří Tomášek

Vedoucí práce: Mgr. Martin Fafejta, Ph.D.

Olomouc 2019

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci na téma *Minipivovary v obcích: postoje místních komunit* vypracoval samostatně a uvedl v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použil.

V Olomouci dne

Podpis

Rád bych poděkoval vedoucímu své diplomové práce Mgr. Martinu Fafejtovi, Ph.D. za odborný dohled, cenné rady a připomínky, které mi byly užitečné při psaní této diplomové práce. Především však chci poděkovat za

příjemný a lidský přístup, který mi podmínky při psaní velkou měrou ulehčil.

Anotace

Jméno a příjmení:	Bc. Jiří Tomášek
Katedra:	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
Obor studia:	Sociologie - Historie
Obor obhajoby práce:	Sociologie
Vedoucí práce:	Mgr. Martin Fafejta, Ph.D.
Rok obhajoby:	2019

Název práce:	Minipivovary v obcích: postoje místních komunit
Anotace práce:	Tato diplomová práce analyzuje postoje místních komunit k minipivovarům v obcích Lipník nad Bečvou, Osek nad Bečvou a Nové Dvory. V praktické části byl proveden kvantitativní výzkum, sběr dat byl uskutečněn pomocí standardizovaných dotazníků.
Klíčová slova:	Minipivovary, postoje, obce
Title of Thesis:	Minibreweries in municipalities: stances of local communities
Annotation:	This diploma thesis analyses the stances of local communities towards minibreweries in the towns of Lipník and Bečvou, Osek and Bečvou and Nové Dvory. The practical part consist of a quantitative research, data collection realised by standardised questionnaires.
Keywords:	Minibreweries, stances, municipalities
Názvy příloh vázaných v práci:	Seznam tabulek Seznam příloh
Počet literatury a zdrojů:	33

Rozsah práce:	120 s. (162 984 znaků s mezerami)
----------------------	-----------------------------------

Obsah

Anotace	4
Úvod.....	11
1 Cíl práce, hypotéza, základní metodika	13
1.1 Cíl práce.....	13
1.2 Hypotéza	14
1.3 Základní metodika	15
2 Přehled literatury.....	17
2.1 Proměny českého pivovarnictví během posledních let.....	17
2.2 Minipivovary	21
2.2.1 Definice pojmu minipivovar.....	21
2.2.2 Minipivovary ve světě.....	24
2.2.3 Historie a současnost minipivovarů na území České republiky.....	25
2.3 Sociální skupiny a komunity v sociologickém kontextu	28
2.3.1 Historie zkoumání sociálních skupin a komunit.....	28
2.3.1.1 Historie zkoumání sociálních skupin	28
2.3.1.2 Historie zkoumání komunit.....	29
2.3.2 Definice sociální skupiny a komunity	30
2.3.2.1 Definice sociální skupiny.....	30
2.3.2.2 Definice komunity	31
2.3.3 Typologie sociálních skupin a komunit.....	33
2.3.3.1 Typologie sociálních skupin	33
2.3.3.2 Typologie komunit.....	33
2.4 Problematika a relevantnost v měření lidských postojů.....	34
2.4.1 Skupinové postoje	34

2.4.2	Problematika měření skupinových postojů	36
2.4.3	Negativa sociologického dotazníku	37
3	Metodika a zpracování.....	41
3.1	Charakteristika minipivovarů v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a v Nových Dvorech	41
3.1.1	První Soukromý Pivovar Společenský s.r.o.	41
3.1.2	Pivovar HELF	42
3.1.3	Novodvorský pivovar	43
3.2	Dotazníkové šetření: struktura, vybrané indikátory, otázky	44
3.3	Metodika kvantitativního výzkumu v diplomové práci	46
4	Zpracování a interpretace výsledků	48
4.1	Postoje obecních komunit na základě zpracovaných dat.....	48
4.1.1	Lipnický minipivovar: postoj místní komunity.....	48
4.1.1.1	Lipnický minipivovar: počet dotazníků, množství respondentů, návratnost	48
4.1.1.2	Povědomí o lipnickém minipivovaru	49
4.1.1.3	Návštěvnost lipnického minipivovaru	49
4.1.1.4	Postoj respondentů k lipnickému minipivovaru	50
4.1.1.5	Hodnocení faktorů lipnického minipivovaru	51
4.1.1.6	Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou	56
4.1.1.7	Setkávání respondentů s ostatními členy lipnické komunity	57
4.1.1.8	Vnímání lipnického minipivovaru jako společenského místa v obci.....	58
4.1.2	Osecký minipivovar: postoj místní komunity	61
4.1.2.1	Minipivovar HELF: Počet dotazníků, množství respondentů, návratnost	61

4.1.2.2	Povědomí o oseckém minipivovaru	62
4.1.2.3	Návštěvnost oseckého minipivovaru	62
4.1.2.4	Postoj respondentů k oseckému minipivovaru	63
4.1.2.5	Hodnocení faktorů oseckého minipivovaru.....	64
4.1.2.6	Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou	70
4.1.2.7	Setkávání respondentů s ostatními členy osecké komunity	71
4.1.2.8	Vnímání oseckého minipivovaru jako společenského místa v obci.....	72
4.1.3	Novodvorský minipivovar: postoj místní komunity.....	74
4.1.3.1	Novodvorský pivovar: Počet dotazníků, množství respondentů, návratnost	74
4.1.3.2	Povědomí o novodvorském minipivovaru.....	75
4.1.3.3	Návštěvnost novodvorského minipivovaru	76
4.1.3.4	Postoj respondentů k novodvorskému minipivovaru	77
4.1.3.5	Hodnocení faktorů novodvorského minipivovaru	78
4.1.3.6	Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Nových Dvorech.....	83
4.1.3.7	Setkávání respondentů s ostatními členy novodvorské komunity.....	84
4.1.3.8	Vnímání novodvorského minipivovaru jako společenského místa v obci.....	85
4.2	Analýza postojů komunit a komparace výsledků	87
4.2.1	Postoje místních komunit k vybraným minipivovarům	87
4.2.1.1	Postoj komunity k Prvnímu soukromému pivovaru společenskému s.r.o.....	87
4.2.1.2	Postoj komunity k minipivovaru HELF.....	88

4.2.1.3	Postoj komunity k Novodvorskému pivovaru.....	89
4.2.2	Povědomí místních komunit o vybraných minipivovarech	89
4.2.3	Místní komunity a jejich návštěvnost místních minipivovarů.....	89
4.2.3.1	Návštěvnost Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o.....	90
4.2.3.2	Návštěvnost minipivovaru HELF.....	90
4.2.3.3	Návštěvnost Novodvorského pivovaru	90
4.2.4	Názor místních komunit na obvyklou klientelu a provozovatele vybraných minipivovarů.....	90
4.2.4.1	Názor na obvyklou klientelu lipnického minipivovaru.....	90
4.2.4.2	Názor na provozovatele lipnického minipivovaru	91
4.2.4.3	Názor na obvyklou klientelu oseckého minipivovaru	92
4.2.4.4	Názor na provozovatele oseckého minipivovaru.....	93
4.2.4.5	Názor na obvyklou klientelu novodvorského minipivovaru.....	95
4.2.4.6	Názor na provozovatele novodvorského minipivovaru	96
4.2.5	Postoje místních komunit k ostatním restauračním zařízením ve vybraných obcích	97
4.2.5.1	Postoj k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou.....	97
4.2.5.2	Postoj k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou.....	98
4.2.5.3	Postoj k ostatním restauračním zařízením v Nových Dvorech....	99
4.2.6	Interakce místních komunit ve vybraných minipivovarech	99
4.2.6.1	Interakce členů komunit v Lipníku nad Bečvou	99
4.2.6.2	Interakce členů komunity v Oseku nad Bečvou	101
4.2.6.3	Interakce členů komunity v Nových Dvorech.....	102

4.2.7	Společenské vnímání vybraných minipivovarů pohledem místních komunit.....	103
4.2.7.1	Společenské vnímání Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o.....	103
4.2.7.2	Společenské vnímání minipivovaru HELF	104
4.2.7.3	Společenské vnímání Novodvorského pivovaru	104
4.3	Teoretická východiska a výsledky výzkumu diplomové práce	104
4.3.1	První soukromý pivovar společenský s.r.o.	104
4.3.2	Minipivovar HELF.....	106
4.3.3	Novodvorský pivovar.....	108
4.4	Potvrzení či vyvrácení hypotézy.....	110
	Závěr	112
	Literatura a zdroje	113
	Seznam tabulek	116
	Seznam příloh.....	119
	Přílohy.....	120

Úvod

Téma *Minipivovary v obcích: postoje místních komunit* jsem si vybral z důvodu osobního zájmu o tento unikátní směr českého pivovarnictví. Téma se dotýká nejen konzumentů piv, ale také všech obyvatel příslušné obce, tedy místních komunit. Pivovarnictví má v historii našeho státu pevnou a nezaměnitelnou tradici, a tento trend s malými minipivovary mi přišel jako vhodný pro zmapování sociologickým výzkumem.

Cílem této práce je zmapovat postoje místních komunit k třem vybraným minipivovarům. Tyto minipivovary sídlí v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a v Nových Dvorech. V diplomové práci bude použit kvantitativní sociologický výzkum. Data o postojích místních komunit budou sesbírána přímo ve vybraných obcích a minipivovarech, a to prostřednictvím předem připravených standardizovaných dotazníků. V dotaznících bude zakomponována otázka ohledně příslušnosti respondenta k místní komunitě. Tímto krokem se vyhneme problému, pokud by reprezentativní vzorek zahrnoval také respondenty mimo místní komunitu.

Téma minipivovarů v České republice bylo v teoretickém kontextu mnohokrát zpracováno v odborných publikacích a periodikách. Mimo jiných se touto problematikou zabývala Veronika Čapková ve své knize *Restaurační minipivovary v České republice* (1999) či Vratislav a Věra Kozákové v publikaci *Změny v českém pivovarství na přelomu tisíciletí* (2013). Oba zmíněné zdroje byly použity v teoretické části této diplomové práce.

Diplomová práce je rozdělena do čtyř hlavních kapitol a obsahuje teoretickou a praktickou část. Teoretická část je tvořena všeobecným popisem minipivovarů na území České republiky a teoriemi utváření sociálních skupin a komunit. Praktickou část tvoří analýza postojů místních komunit k vybraným minipivovarům v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a

v Nových Dvorech. Zjištěné poznatky z praktické části jsou shrnuty v závěru této diplomové práce.

Diplomová práce se nezabývá postoji celé české společnosti k minipivovarům v České republice, ani se nesnaží o zjištění, zda je tento trend minipivovarů v kontextu českého pivovarnictví kladný (velké množství výběru pro spotřebitele, inovativní druhy a receptury pív, hospodářské pozvednutí některých obcí a lokalit apod.) nebo negativní (hospodářské oslabení velkých průmyslových pivovarů, nesrozumitelnost nabídky pro spotřebitele, kvantita vyráběných pív na úkor kvality aj.). Diplomová práce má za cíl zanalyzovat a zjistit postoje k minipivovarům pouze u místních komunit v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a v Nových Dvorech.

1 Cíl práce, hypotéza, základní metodika

1.1 Cíl práce

Hlavním cílem této diplomové práce je stanovení postojů místních komunit k vybraným minipivovarům v Olomouckém kraji. Těmito vybranými minipivovary jsou: První Soukromý Pivovar Společenský s.r.o. v Lipníku nad Bečvou, minipivovar HELF v Oseku nad Bečvou a Novodvorský pivovar v Nových Dvorech. Cílem bude rovněž zjistit, zda místní komunity tyto vybrané minipivovary přijímají jako pozitivní součást své domovské obce, nebo na ně naopak nahlíží jako na negativní jev nového směru českého pivovarnictví.

Mezi aspekty pozitivního postoje komunit k minipivovarům mohou patřit například vnímání minipivovaru jako důležitého místa pro interakci místní komunity, zájem o výrobu a produkty lokálního pivovarnictví nebo averze vůči pivům z velkých průmyslových či nadnárodních pivovarů. Naopak mezi faktory negativního postoje k minipivovarům může patřit například častá přítomnost návštěvníků, kteří nejsou členy místních komunit a do obcí přijíždějí z větších měst pouze za účelem volnočasových aktivit. Také možná vyšší cena za nabízené produkty (v porovnání s ostatními restauračním zařízeními s nabídkou piv zavedených značek) či nedůvěra ve výrobní či hygienické prostředky minipivovarů může sehrát v celkovém postoji svou roli.

Nedílnou součástí výzkumu této diplomové práce bude také zjišťování postojů místních komunit na provozovatele a zákaznickou klientelu těchto minipivovarů.

Posledním z hlavních cílů bude v postupném průběhu výzkumu zjištění, zda se vybrané minipivovary podílí na tvorbě a udržování místní sociální komunity. Pokud ano, tak jakou měrou se na tomto udržování sociální

komunity podílí právě vybrané minipivovary, a zda se některých z nich stal hlavním centrem sociálních interakcí ve společenském životě v těchto obcích.

1.2 Hypotéza

Hlavní hypotézou této diplomové práce je teze, že výhradně pozitivní postoj k minipivovaru v domovské obci deklaruje pouze komunita v Nových Dvorech. Tento minipivovar je i v bližším okolí této malé obce známý pro své společenské a sportovní akce, které pravidelně při pátečním či víkendovém provozu pořádá. Rovněž absence jakékoliv konkurence v pohostinství v rámci této obce evokuje velký zájem místní komunity o tento minipivovar. Konkurenční restaurační zařízení ukončilo v této obci provoz již před několika lety.

Indiferentní postoj očekávám u komunity města Lipníka nad Bečvou k Prvnímu Soukromému Pivovaru Společenskému s.r.o. Ačkoliv tento pivovar svým marketingovým pojetím a interiérem poukazuje na bohatou historii Lipníka nad Bečvou, konkurence je v kontextu osmitisícového města (ČSÚ, 2018) obrovská. Také velmi zakořeněná a dlouholetá tradice pivovaru Zubr v tomto městě je aspektem hovořícím v neprospěch místního lipnického minipivovaru. Dle Českého pivního atlasu je tato tradice znát nejenom v Lipníku nad Bečvou, ale v celém okrese. „Suverénní postavení Zubra na Přerovsku je patrné na první pohled (45,9 %). Zubr ale nemá nikde mimo přerovský okres více než 5 % záznamů.“ (Materna & Hasman, 2014, s. 101).

Indiferentní postoj očekávám u třetí vybraného minipivovaru HELF v Oseku nad Bečvou. Jako jediný ze tří vybraných minipivovarů nenabízí svým zákazníkům posezení přímo v areálu, přímo v samotném minipivovaru nabízí jen pivo v sudech a lahvích. Dle Plcha a Obůrkové (2016) však tento minipivovar nabízí své produkty v nedalekém restauračním zařízení Osečanka. Na čepu se nachází krom nabídky minipivovaru HELF rovněž piva pivovaru Zubr. V Oseku nad Bečvou se nachází dva konkurenční

podniky s nabídkou čepovaného piva, další dva nalezneme na nedaleké cyklostezce vedoucí k Lipníku nad Bečvou, které ale v zimních měsících nejsou v provozu. V hypotéze minipivovaru HELF v Oseku nad Bečvou tak po všech zváženích faktorech očekávám značně indiferentní postoj místní komunity.

1.3 Základní metodika

V této diplomové práci bude v praktické části proveden kvantitativní sociologický výzkum. Ve vybraných minipivovarech v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a Nových Dvorech budou po dohodách s majiteli a obsluhou rozdány standardizované dotazníky. Kritériem výběru konkrétních zákazníků v daných minipivovarech je jejich příslušnost ke komunitě v dané obci. Tento faktor bude zjišťován ústně před potenciálním předáním dotazníku. Otázka týkající se příslušnosti k místní komunitě bude rovněž zakomponována také v samotném dotazníku, a to z důvodu možného vyplnění dotazníku i v mé nepřítomnosti.

Další dotazníky budou rozdány respondentům v jiných částech obcí nebo ve starších a konkurenčních restauračních zařízeních, jelikož se dají předpokládat odlišné postoje a názory těchto částí místních komunit. Dotazníkové šetření bude prováděno ve všedních dnech i víkendech, aby byl reprezentativní vzorek co nejvíce zobecnitelný na celou komunitu.

Plánovaný počet vyzpovídaných respondentů a vyplněných dotazníků se pohybuje v celkovém souhrnu okolo 200 respondentů. U obcí Nové Dvory a Osek nad Bečvou, ve kterých nepřesahuje celkový počet obyvatelstva hranici 1300 obyvatel (ČSÚ, 2018), jsem vytyčil minimální hranici 50 respondentů. V kontextu lidnatějšího Lipníka nad Bečvou jsem zvolil minimální hranici 120 respondentů pro větší reprezentativnost sesbíraných dat. Data ze sesbíraných standardizovaných dotazníků budou vyhodnocena a použita v praktické části této diplomové práce. Dle vyhodnocených dat o postojích

místních komunit k vybraným minipivovarům potvrdíme či vyvrátíme hlavní hypotézy této diplomové práce.

2 Přehled literatury

2.1 Proměny českého pivovarnictví během posledních let

Stejně jako mnoho oblastí ve všech hospodářských sektorech České republiky, i české pivovarnictví prošlo během posledních osmnácti let nového tisíciletí výraznou ekonomickou proměnou. České pivovarnictví se v mnoha ohledech stále vzpamatovává z aspektů plynoucích ze změny politických poměrů v roce 1989. Devadesátá léta dvacátého století znamenala pro pivovarnictví řadu převratných změn. Dle Kratochvíleho (2005) se restituce a privatizace staly fenoménem prvních roků devadesátých let. Zrušeny byly VHI Pivovary a sladovny, koncern Praha skončil dokonce již v lednu 1989, a tím i direktivní centrální řízení celého oboru.

Podle Šlosara (1958) byly tzv. *Výrobně hospodářské jednotky* výrobně technické a vědeckovýzkumné organizační struktury v národním hospodářství socialistického Československa. Na rozdíl od jiných hospodářských jednotek tehdejšího centrálního hospodářství nebyly tyto útvary pouze administrativní a organizační, ale také skutečné výrobní podniky, samostatně vyrábějící a do jisté míry samostatně se spravující.

Dle Kratochvíleho (2005) byla *Pivovary a sladovny, koncern Praha* státní hospodářská organizace vzniklá 1.ledna 1981. Tímto rozhodnutím se určilo členění této VHI na jednotlivé koncernové podniky, které byly ustanoveny ze všech dosavadních 12 samostatných národních podniků (8 pivovarských, 1 sladařský, 2 vinařské a Nealkoholické nápoje). Současně tímto rozhodnutím přešla na koncern *Pivovary a sladovny* všechna majetková práva. V běžném hospodářském dění tak ztratily podniky svoji právní subjektivitu.

Se Sametovou revolucí v roce 1989 přišla řada velkých hospodářských a organizačních změn. „Z koncernu bylo instuciováno 12 samostatných

státních podniků. Složitě období pro pivovary představoval rok 1992, kdy začíná docházet k privatizaci těchto podniků.“ (Kratochvíle, 2005, s. 145).

Od poloviny devadesátých let jsme mohli pozorovat trend, kdy docházelo ke kapitálovému propojování privatizovaných subjektů v pivovarském průmyslu. Dále si „velké pivovary uvědomily, že k získání dominantního postavení na domácím trhu a ke konkurenceschopnosti v zahraničním trhu jim dopomůže pouze zvýšení výroby. Naopak malé, lokální pivovary se snaží být dobrými „zásobiteli“ svého regionu a obohacovat trh novými výrobky.“ (Vančura, 2002, s.89).

Podle Kozáka a Kozákové (2013) se v novém tisíciletí velké průmyslové pivovary (roční výstav více než 100 000 hl) staly, s výjimkou národního podniku *Budvar České Budějovice*, majetkem nadnárodních skupin. Piva se však i nadále prodávají pod původními zažitými značkami z minulosti.

Proměnou prošel také vztah mezi pivovary a odběrateli, tedy i zákazníky. Součástí obchodních podmínek už bývá zpravila nejen samotné pivo a jeho logistika, ale také široký sortiment účelových či reklamních předmětů. Jak dodává Kozák s Kozákovou (2013), krom piva je již samozřejmostí dodání sklenic a pivních tácků. Také školení výčepních bývá zpravidla realizováno každého půl roku, a rovněž pivovary seznamují své odběratele s novými technologiemi točení piva, stejně jako inovativní způsoby jeho ošetřování.

Krom jiných pracovních pozic se zavedla například funkce obchodního sládky daného pivovaru, který bývá v pravidelném kontaktu s odběrateli. „Významnější a dlouhodobě zažité restaurace získávají i výčepní zařízení, případně jsou některé vybrané podniky vybaveny na náklady pivovarů pivními tanky, které umožňují snazší manipulaci s pivem.“ (Kozák & Kozáková, 2013, s. 91).

Velkou proměnou prošla také obchodní a marketingová komunikace a propagace velkých pivovarů ve všeobecném kontextu. Některé aspekty nové marketingové komunikace souvisí i s pokrokem a technologickými inovacemi, které ještě přednedávnem nebyli ze zmíněných důvodů možné. Podle mínění Kozáka a Kozákové (2013) si silné pivovary mohou dovolit televizní a internetovou reklamu, menší pivovary se zaměřují zejména na billboardy a akce lokálního rozsahu, velmi časté jsou mimo jiné dny otevřených dveří či pivní festivaly.

Značku daného pivovaru propagují také loga na automobilech a markýzách u zahradních restaurací. „Běžné jsou exkurze do pivovarů s následným posezením v pivovarské restauraci, nebo nákupem piva v obchodu pivovaru. Pro zajímavost: pivovar Budvar ročně navštíví 50 tisíc osob. Takový počet návštěvníků může závidět i Národní muzeum v Praze.“ (Kozák & Kozáková, 2013, s. 92).

Změnu oproti předchozím létům můžeme pozorovat také ve velkém důrazu na kladnou image, a rovněž u výrazného apelu na bezpečné konzumování piva u jednotlivých pivovarů. Velmi výrazným způsobem bývá v médiích a reklamách propagována minimální věková hranice pro legální konzumaci alkoholu, tedy hranice plnoletosti činící osmnáct let. Dle Kozáka a Kozákové (2013) se dá tedy říci, že se pivovary zařadily do hnutí společensky odpovědných firem.

Upozorňováno je na nebezpečí nadměrné konzumace piva a již zmíněné konzumaci mladistvými. Před otevřením všech webových stránek jednotlivých pivovarů je zájemce povinen před nahlížením uvést, zda je starší osmnácti let. Totéž platí u jakýchkoliv soutěží organizovaných pivovary, které bývají v kontextu zaměřené jak velmi recesistické, tak také znalostní či dovednostní. Na pivních festivalech (Kozák & Kozáková, 2013)

již odpovědné pivovary zrušili tradiční a dříve velmi oblíbené soutěže typu pití určitého množství piva na čas, nebo o nejvíce vypitého piva vůbec.

Stejně jako u upozorňování na konzumaci piva mladistvých, hlásí se velké pivovary k také k osvětě u řidičů či jiných účastníků silničního provozu. Zodpovědná spolupráce s příslušnými dopravními resorty a institucemi nabývá v posledních letech na intenzitě. „Pivovary apelují na řidiče, aby pili zásadně nealkoholické pivo. Tohle doporučení je pravděpodobně přijímáno s plnou odpovědností, neboť spotřeba nealkoholického piva se za posledních několik let několikanásobně zvýšila. (Kozák & Kozáková, 2013, s. 92).

Výraznou kapitolu během posledních let českého pivovarnictví tvoří ochucená piva. Přes počáteční averzi některých pivních znalců i běžných zákazníků byla ochucená piva s ovocnou či jinou příchutí postupně uvedena na český trh. Kozák a Kozáková (2013) míní, že si nyní „pivaři“, ale také „nepivaři“ (především z řad mladých žen) pochutnávají na ochuceném pivu se širokou škálou příchutí. Na českém trhu tak můžeme registrovat ochucená piva klasických příchutí typu pomeranč, citron, grep, černý rybíz, až po neortodoxní dochucení jako kopřivy a burčák.

Ochucená piva samozřejmě významným způsobem ovlivnila současný pivovarský trh v České republice. „Jako první velký hráč vstoupil na trh ochucených piv *Staropramen* a podpořil ji masivní televizní reklamou zaměřenou na mladou generaci. Rovněž název piva COOL byl vhodně zvolený pro tento segment trhu. Na novou poptávku zareagovala většina pivovarů, včetně *Plzeňského Prazdroje a Budvaru*.“ (Kozák & Kozáková, 2013, s. 92).

V posledních letech zaznamenáváme poměrně výrazný pokles spotřeby piva, což má negativní dopad na české pivovary. Kromě ekonomických a legislativních důvodů vidí Kozák a Kozáková (2013) i kulturně-společenský

důvod, a to že generace tradičních „pivařů“ českého typu postupně vymírá. Jak již bylo zmíněno výše u fenoménu ochucených piv, pokles celkového výstavu piva v posledních letech je jedním z důvodů, proč se pivovary zaměřují jak na nové produkty, tak na nové cílové skupiny českého obchodního trhu. Jedny z těch klíčových jsou mladí lidé a vysokoškolští studenti.

2.2 Minipivovary

2.2.1 Definice pojmu minipivovar

Podle Kratochvíleho (2005) minipivovarem rozumíme podnik s ročním výstavem nejčastěji 500 až 3000 hl, případně i více, konečná hranice bývá většinou udávána cca do 10 000 hl. Co se týče výstavby, minipivovar může být postaven samostatně a své pivo prodávat, nebo je spojen přímo s restaurací, kdy již hovoříme o restauračním minipivovaru. U nás je častější druhá možnost, kdy je pivo spotřebováno a konzumováno přímo v restauračních zařízeních. Podle webu ekonom.cz (2017) bylo v roce 2017 v České republice zhruba 370 minipivovarů, z toho 340 pak představovaly restaurační pivovary, tedy podniky, které si vaří vlastní pivo a nabízí ho ve vlastních restauracích, mimo podnik expedují jen menší část produkce.

Kratochvíle však míní (2005), že některé minipivovary volí kompromisní kombinaci, tedy že je malá část výroby v sudech dodávána do jiného nedalekého výčepu, nebo se plní do plastových lahví. Zajímavé a příjemné prostředí vytváří často umístění varny přímo do vlastní restaurace, což umožňuje vnímat atmosféru vaření piva.

Kozák a Kozáková (2013) soudí, že minipivovar je někde na hranici mezi koníčkem a komerční výrobou. V dnešní době však mají své nezastupitelné místo na českém trhu, které si během let vybudovaly především díky speciální lokální nabídce, ale rovněž dodržováním tradičních pivovarských postupů. „Minipivovary mají také tu výhodu, že díky malému objemu

výroby se mohou rychleji přizpůsobovat aktuální poptávce trhu a velmi pružně na ni reagovat, což jim dává konkurenční výhodu.“ (Kozák & Kozáková, 2013, s. 17).

Dle Chládky (2007) je v minipivovarech většinou i jednoduché čepování piva. Je pravidlem, že pivo z ležáckého tanku vede chlazenou hadicí, a poté přes průtokoměr přímo do výčepu, nebo do tzv. KEG sudů. Láhve a malé soudky o objemu 5 litrů se většinou prodávají v minipivovarech jako nevratné obaly. Jak již bylo zmíněno výše, některé restaurační minipivovary prodávají svoje pivo i v plastových láhvích. Některé ve vlastních láhvích s etiketou daného minipivovaru, jiné do prázdných, které si přinese zákazník. Chládek však soudí (2007), že většina minipivovarů nezajišťuje mytí těchto lahví, pouze je plní dle přání zákazníků, stejně jako když zákazník přijde s tradičnějším porcelánovým či skleněným džbánem pro pivo.

Podle Kratochvíleho (2005) je čepované pivo v řadě případů nefiltrované, v některých případech ne zcela správně označované jako pivo kvasnicové. Jedná se však vždy o pivo čerstvé, vyráběné podle potřeby.“ Trvanlivost nefiltrovaného piva je totiž omezena a není možné ho na rozdíl od filtrovaných, stabilizovaných a pasterovaných piv prodávat delší dobu. (Čapková, 1999). Další výhodou minipivovaru je výroba několika druhů piv včetně lokálních či jiných extravagantních specialit, např. pivo kávové, višňové, medové nebo pivní sekt, jež jsou příkladem z minipivovaru *Pivovarský dům* v Praze. K přednostem patří také vysoká úroveň pivního skla nebo vynikající kuchyně s krajovými i národními specialitami.

Dle Kozáka a Kozákové (2013) část minipivovarů, které vznikly a byly přebudovány z bývalých průmyslových pivovarů, využívá nadbytečné sklepní prostory jako pivní lázně, které hlavně v posledních letech získávají na popularitě. Zde minipivovary efektivně a užitečně zhodnocují odpadní suroviny. „Například z kvasnic se vytváří pleťové masky, mláto se využívá

na zábaly a část výstřelků po scezování mláta se používá na koupele do van. Tento koncept minipivovaru a pivních lázní čeští pivovarníci úspěšně i aplikují i ve Vietnamu. Klientelu z větší části tvoří Vietnamci, kteří studovali v ČR, a běžně se tu mluví česky.“ (Kozák & Kozáková, 2013, s. 93).

Dle zpravodajského webu ČT 24 (2015) se staly minipivovary „českého stylu“ ve Vietnamu rozšířené. Jejich počet se ustálil na zhruba 50 minipivovarech, v jednom z nich dokonce sídlí i český honorární konzulát. Například Hoa Vien, který se z Československa vrátil do Vietnamu v roce 1990, založil o pět let poději první vietnamský minipivovar. Nyní má minipivovary tři, pivo vaří pomocí zařízení z Hradce Králové, a krom vody dováží veškeré suroviny z České republiky. ČT 24 rovněž informuje (2015), že jen v hlavním městě Hanoji je přes dvanáct českých pivnic, v jedné z nich se dokonce koná pivní festival českých piv v zemi. Vedle ryze českých značek je možné na festivalu konzumovat také piva vietnamská, vyráběná podle českých receptur.

Podle mínění Čapkové (1999) jsou z ekonomického kontextu výhodou nízké nároky na obsluhu minipivovaru (většinou 1-2 osoby, často samotní majitelé minipivovaru), minimální starosti a náklady se stáčením, skladováním, logistikou i odběrateli.

Majoritním a důležitým předpokladem úspěšnosti každého minipivovaru je rovněž kvalitní sládek, jež musí ovládat nejen teoretické a praktické dovednosti při výrobě piva, ale rovněž musí mít schopnost řešit všechny nečekané technologické, technické či materiální problémy. V neposlední řadě by měl být sládek také trochu showman a výrazná osobnost, aby zvládl návštěvníky ke konzumaci daného piva přitáhnout, a probudil v nich zájem o lokální pivní výrobu.

Stále nové technologické postupy, a tlak na zvyšování velkovýroby v co nejkratším čase u velkých českých i zahraničních pivovarů nepřímo ovlivňuje současný rozmach českých minipivovarů. „Proces koncentrace a paradoxně i modernizace pivovarů je jeden z faktorů, který působí pozitivně z hlediska rozvoje restauračních minipivovarů. Právě díky restauračním minipivovarům se daří zachovat tradiční prvky pivovarské výroby, které se v moderních provozech pozvolna ztrácejí. Modernizací, tlakem na prodlužování trvanlivosti a snižování nákladů dochází postupně k prohlubování chuťového rozdílu mezi pivem z minipivovaru a pivem z velkého pivovaru. Předností je i menší nasycení těchto piv, což má pozitivní vliv na tzv. pitelnost piva.“ (Čapková, 1999, s. 4).

2.2.2 Minipivovary ve světě

Chládek soudí (2007), že prvopočátek ve stylu současných restauračních pivovarů a minipivovarů začíná v USA, kde má domácí vaření piva od 18. století svoji dlouholetou tradici. „Jak sami Američané s hrdostí dokládají, jejich první prezident George Washington a další prezidenti, Thomas Jefferson a Benjamin Franklin, včetně dalších jejich následovníků, byli vášniví „home brewers“, čili rádi vyráběli i pili pivo.“ (Chládek, 2007, s. 148.).

Ve druhé polovině 20. století na tento zvyk navázal nadšenec jménem Fritz Maytag, Američan s německými kořeny, který se rozhodl dávnou tradici, z velké části narušenou prohibičním obdobím mezi světovými válkami, nesměle obnovit. Fritzovi Maytagimu a jeho okolí se již pivo od tehdejších amerických velkopivovarů příliš nezamlouvalo, a tak se vrátil k historickým kořenům „otců zakladatelů“ a „pivních pionýrů“, a začal je jako první vyrábět podomácku. V roce 1965 tento průkopník dotáhl svůj sen do konce koupil pivovar Anchor Brewing Company. Tento trend však pokračoval, a

během sedmdesátých a osmdesátých let se již v USA vyskytovalo několik set podobných domácích pivovarů, a přenesl se dále do Evropy, největší měrou do Německa (Chládek, 2007).

Čápková (1999) demonstruje tento rozvoj restauračních pivovarů několika příklady. V letech 1980 až 1990 vzniklo ve SRN přes 100 restauračních pivovarů, v Německu se na přelomu tisíciletí jejich počet ustálil zhruba na 400. V současné době se dle webu Pivní klenoty (2018) nachází v Německu okolo 1300 pivovarů. I v dalších státech Evropy se minipivovary rozšiřují. Ve Velké Británii dosáhl jejich počet na konci století 180 a dále narůstá.

Nesmíme však zapomínat také na Asii. Dle Čápkové (1999) rychlý rozvoj zaznamenávají minipivovary zejména v Japonsku – po změně zákona o minimální velikosti pivovaru na 600 hl. piva ročně z roku 1994 vzniklo během období 1994 - 1999 zhruba 250 minipivovarů. Velmi specifickým příkladem z hlediska malých pivovarů je Belgie, kde se vyrábí celá řada extravagantních a neobvyklých pivních specialit, v České republice ještě nepříliš známých.

Rychlý rozvoj minipivovarů je zaznamenáván především v zemích s vyšší cenou piva (např. USA či již zmíněné Japonsko) a postupně se minipivovary objevují i v zemích, kde nemá pivo ve společnosti zakořeněnou tradici, jako například v Itálii a Francii. Určitý rozmach minipivovarů byl překvapivě zaznamenán i v zemích pro nás exotických – v Thajsku, Vietnamu, Mongolsku, nebo na Taiwanu.

2.2.3 Historie a současnost minipivovarů na území České republiky

Všeobecně má výroba piva na území bývalých Českých zemí velmi dlouhou tradici. Dle Nováka (2009) se první doložené písemné zmínky o pivu v Českých zemích datují do roku 993. V tomto roce biskup Vojtěch vysvětlil

Břevnovský klášter benediktýnů, kde se kromě vína a medoviny vyrábělo rovněž pivo. „To říká též nadační listina datovaná k témuž roku, která uděluje práva ke skladování a vaření piva. V jejím případě se sice jedná o falzifikát ze 13. století, ale to nic nemění na podstatě, že kláštery byly v té době velkými výrobci piva a falzum mělo pouze písemně potvrdit danou tradici.“ (Kozák & Kozáková, 2013, s.11).

Pivovarnictví jako průmyslové odvětví prošlo během staletí značným technologickým pokrokem. Při počáteční fázi výroby piva můžeme hovořit o primitivní přípravě v domácnostech jednotlivých měšťanů. Následovala v kontextu doby přesná standardizovaná řemeslná výroba, kterou vystřídala v proměnách průmyslové a technické revoluce již velká průmyslová výroba ve velkých strojních pivovarech.

Současná moderní a globalizovaná velkovýroba už nemá s původním pivovarnictvím v technologickém, ani ekonomickém kontextu příliš společného. Z pohledu základního principu výroby však můžeme říci, že prvotní způsoby výroby sladu a piva zůstaly neměnné. Až diametrální proměnou však prošlo technologické vybavení pivovarů a obrovská stratifikace druhů sladu a piva.

Co se týče historie samotných minipivovarů na našem území, i zde se musíme vrátit o několik staletí zpět, a nadefinovat si pojem „minipivovar“ v dobovém kontextu. „Nejstaršími minipivovary byly vlastně tzv. právovárečné domy, které měly uděleny výsadu vaření piva – právo várečné. Jenom v Praze vzniklo a postupně zaniklo od 15. století přibližně 200 pivovarů. Ještě ve druhé polovině 19. století bylo v Praze asi 40 pivovarů, na začátku 20. století jejich počet klesl na 16, a po vzniku Československa na devět. Pod druhé světové válce nalezneme v Praze již pouze dva malé pivovary – U Fleků a U svatého Tomáše. V roce 1951 druhý z nich zaniká.“ (Čapková, 1999, s. 3).

Z důvodu obrovského technologického a hospodářského rozmachu velkých pivovarů docházelo k zániku nejen minipivovarů, ale také pivovarů střední velikosti. Tyto výrobní subjekty nemohly s velkopivovary soutěžit v mnoha klíčových aspektech, dle mínění Čapkové (1999) však zejména ve zvětšování výrobních kapacit, v koncentraci výroby, a v neposlední řadě také kvalitou a cenou piva. Malé a střední pivovary, kde byl „zlatavý mok“ určen především pro spotřebu v areálu vlastního pohostinství, během první republiky ve velkém zanikaly, napříč územím celého státu. Jak již bylo zmíněno výše, všechny ekonomické, společenské a politické proměny přežil pouze jediný historický minipivovar na území České republiky – U Fleků.

Samotný pivovar u Fleků se stal jakýmsi symbolem všech českých minipivovarů, jehož historickou hodnotu a legendy s ní spojené využívají i současní majitelé. „Pivovar a restaurace u Fleků je jednou z nejstarších, největších a také nejslavnějších pražských i českých pivnic. Pro někoho zůstává poutním místem pivařů a fandů tradiční české kuchyně. Tento minipivovar o sobě prohlašuje, že je známější než Hradčany.“ (Kozák & Kozáková, 2013, s. 92).

Čapková (1999) pro bližší představu uvádí tato čísla: Po vzniku Československé republiky v roce 1918 bylo na našem území přibližně 500 pivovarů. V roce 1930 zůstal počet pivovarů poměrně konstantní, když bylo evidováno 446 pivovarů, které vyráběly 11 400 000 hl piva ročně. V roce 1950 to bylo, i z důvodu komunistického převratu v roce 1948, pouze 198 pivovarů s výrobou 9 250 000 hl. Po dalších politických změnách po roce 1989 byl v následujícím roce zaznamenáno pouze 71 pivovarů, počet minipivovarů ale začal stoupat. V roce 1999 bylo v České republice v provozu 58 pivovarů a 23 minipivovarů.

Po přechodu do 21. století se ale situace v počtu minipivovarů radikálně proměňuje, a Česká republika zažívá velký boom v počtu nově otevřených

domácích pivovarů a minipivovarů. Zatímco v roce 2010 se na území České republiky dle Pivovarského kalendáře (2011) nacházelo 95 minipivovarů, aktuálně je jejich počet dle internetových stránek www.pivnici.cz (2018) neuvěřitelných zhruba 400 minipivovarů (450 celkově). Tento počet pivovarů tak koresponduje se stavem v roce 1930, kdy jsme na našem území evidovali 446 pivovarů (viz. odstavec výše). Dle webu www.teplicky.denik.cz (2018) vzniká v posledních letech okolo 50 minipivovarů ročně, tedy v průměru téměř jeden minipivovar týdně.

Co se týče budoucnosti českých minipivovarů, můžeme s nejvyšší pravděpodobností očekávat progres a další rapidní navyšování počtu minipivovarů. Prezident Českomoravského svazu minipivovarů Jan Šuráň je v otázce dalšího rozkvětu českého pivovarnictví rovněž velmi optimistický. „Před deseti lety jsem jako maximum pro celou republiku viděl nějakých 350 pivovarů, teď si však myslím, že je reálné se dostat za pár let na počty kolem roku 1900, kdy na našem území bývalo mezi 900 až tisícem pivovarů.“ (www.teplicky.denik.cz, 2018).

2.3 Sociální skupiny a komunity v sociologickém kontextu

2.3.1 Historie zkoumání sociálních skupin a komunit

2.3.1.1 Historie zkoumání sociálních skupin

Historie zkoumání sociálních skupin začíná až v první polovině minulého století. Podle mínění Novotné (2010) nebyli sociální skupiny dlouho předmětem uceleného zájmu klasické evropské sociologie 19. století. Pozornost na sociální skupiny obrátili až od 30. let 20. století američtí sociologové, kteří se zaměřovali na malé sociální skupiny (častokrát v organizacích a pracovních institucích), a tímto přístupem nechali vzniknout tzv. sociologii všedního dne.

Tímto krokem se do popředí zájmu zámořských sociologů dostali každodenní události, sociální interakce a vztahy. Vymezené malé sociální skupiny byli zkoumány a studovány jak pro sebe samé, často pro zvýšení pracovní efektivity těchto skupin, tak jako mikrosvětů, jejichž poznání lze induktivně aplikovat na sociální jevy obecně.

Novotná dále soudí (2010), že tehdy došlo k pozvolnému rozdělení sociologie na makrosociologii, která studuje velké sociální útvary a velké sociální procesy v globálním kontextu, a mikrosociologii, pod kterou se rozvíjela mimo jiné i sociologie sociálních skupin. Mezi těmito dvěma směry jsou pak v tzv. mezzostrukturách vysloveny úvahy o organizacích, na které bylo nahlíženo jako na sociální útvary střední velikosti. Makro, mikro a mezo struktury lze však pochopit jen ve vzájemném vztahu, kdy se tyto frakce vzájemně propojují.

Dle Novotné (2010) vzniklý boom sociologie malých sociálních skupin postupně kulminoval v mnoha empirických výzkumech 50. let 20. století, a poté se vědecká pozornost mikrosociologie přesunula na sociální interakce jako takové.

„Sociologie malých sociálních skupin je spojena především s chicagskou sociologickou školou a sociometrií. Vděčíme jí za mnohé poznatky týkající se nejen sociálních skupin, ale i interpersonálních procesů a vztahů obecně, a také za vznik empirických sociologických metod.“ (Novotná, 2010, s. 10).

2.3.1.2 Historie zkoumání komunit

Podle mínění Novotné (2010) popsal klasické pojetí komunity v jejich základních rysech již koncem 19. století F. Tonnies, ve svých pracích však využíval termín společenství lidí. Lidé ve společenství společně žijí a pracují, dlouhodobě se znají (často po několik generací), vědí, co od sebe mohou navzájem očekávat, vzájemně si důvěřují a nekladou na sebe ani na druhé

výkonové nároky. Zpočátku se tedy při zkoumání analyzovalo společenství lidí na jednom statickém místě.

Další zkoumání a pozorování různorodých komunit pozvedly paradoxně sociální problémy v první polovině 20. století. Dle Hartla (1997) hledání nových způsobů, jak řešit sociální problémy, přimělo tehdejší sociální pracovníky, aby opustili své pohodlné úřadovny, a vydali se mimo jiné na předměstí, do etnických ghett, ulic, hospod či domácností některých svých klientů. Z těchto poznatků později čerpali i sociologové.

Hartl dále soudí (1997), že sociální práci s komunitou, spojenou s jejím zkoumáním a pozorováním, popsala nejvhodněji v roce 1959 britská sociální pracovnice Eileen Younghusbandová. Ta popsala komunitní práci jako jednu ze tří metod sociální práce, která se zaměřuje zejména na pomoc lidem v rámci místní komunity. Zároveň se snaží ji pospat, určit její potřeby, zvážit nejúčinnější způsoby jejich naplnění a začít na nich pracovat do té míry, jak to umožňují zdroje, které mají k dispozici.

V osmdesátých letech upravil tuto teorii americký psychiatr Peck Scott. Dle Scotta (1995) je komunita víc než jen souhrnem několika částí, respektive individuálních členů. Pro vytvoření komunity je rozhodující ochota k soužití. Členové musejí navázat vzájemné vztahy. Proces, kterým se skupina lidí stává komunitou, je proces zákonitý. Předpokladem pro vhodné budování komunity je zejména dobrá vzájemná komunikace.

2.3.2 Definice sociální skupiny a komunity

2.3.2.1 Definice sociální skupiny

Přesně definovat sociální skupinu je nejen sociologii, ale také v jiných vědních disciplínách složitý úkol. Také vhodná terminologie následných typů a různých frakcí sociálních skupin bývá problematická. Základní kostra všech definic však zůstává u různých sociologů podobná, proto můžeme

vymezení pojmu „sociální skupina“ vhodně využít v teoretické části této diplomové práce.

„Sociální skupina je jedním ze sociálních útvarů, jednou z forem, do kterých se lidé sdružují. Sociální skupiny, se kterými pracuje sociologie, nejsou pouze sumou jednotlivých atomizovaných prvků (osob), ale jsou souborem osob vzájemně propojených, jsou sociálně integrované. Je souborem živých aktérů, kteří vnímají sebe a druhé, jsou spolu v interakci a vzájemně se ovlivňují. Není souborem osob, které spojuje jen stejnost, ta na existenci sociální skupiny nestačí.“ (Novotná, 2010, s. 7). Sociální skupina tedy nevzniká jen konstruováním jednotlivých osob, ale také jejich vzájemnými aktivními interakcemi.

Novotná k tomu dodává (2010), že soubor stejných (homogenních) osob, se kterými pracují statistici, nazýváme sumativní skupinou. Abychom ale mohli hovořit o sociální skupině, musí se dle odehrávat sociální interakce, stejně jako v jakémkoliv jiném sociálním útvaru. Důsledkem těchto interakcí je pak sociální integrace.

2.3.2.2 Definice komunity

Nyní si nadefinujeme pojem komunita. Podle Českého Encyklopedického slovníku (1993) vymežujeme komunitu následovně: sociologicky se jedná o souhrn osob, které žijí v určitém vymezeném prostoru, kde vykonávají každodenní aktivity, a obvykle tvoří autonomní jednotku. Dle psychologického hlediska se jedná o typ organizace, kde jsou odstraněny vztahy nadřízenosti a podřízenosti, a díky tomu se dosahuje lepší komunikace a spolupráce.

Tuto základní definici vhodněji rozvinul *Velký sociologický slovník*. Dle Velkého sociologického slovníku (1996) je komunita pospolitost daná zvláštním typem vnitřních vazeb, a v kontextu sociologického zařazení ji

můžeme považovat za širší sociální prostředí. Heslo v této publikaci rozlišuje komunity sídelní a místní, a také komunitní hnutí, které v průběhu historie prošly znatelnou proměnou: od náboženských klášterů po např. obrovské komunitní hnutí hippies v druhé polovině 20. století. Velký sociologický slovník (1996) rovněž rozlišuje i tzv. tradiční komunity. Ty existují po většinu doby, jsou ohraničené prostorově, příbuzenskými vztahy, vlastními zdroji, suverenitou uvnitř i mimo skupinu, a v neposlední řadě mají společnou hodnotovou orientaci svých členů.

Novotná (2010) soudí, že komunita má nepochybně základní rysy společenství. Zároveň popisuje komunitu podle několik základních znaků, kterými se současně vyznačuje:

- sdílení prostoru (tady být spolu);
- sdílení času (teď být spolu);
- sdílení potřeb a hodnot;
- sdílení identity (vědomá příslušnost ke komunitě);
- neinstrumentálnost činností (společenství nejde za cílem, není účelové);
- neformální vztahy face to face;
- relativní velikost (ve velkých sociálních skupinách oproti malým přibývá zprostředkovaných interakcí na úkor bezprostředních, všeobecně malá skupina: 3–19 členů, velká skupina: 19–39 členů);
- relativní stálost;
- relativní autonomie (vytváření vlastních institucí).

Dle Hartla (1997) se v zahraničních slovnících a encyklopediích popisuje komunita odlišným způsobem, a to hlavně z důvodu větší stratifikace daného pojmu komunita. Ve známém britském Collinsově jazykovém slovníku se nachází šestnáct hesel tohoto pojmu. V mezinárodní encyklopedii P. Jarvise z roku 1990 nalezneme třicet čtyři hesel související

s komunitou. Extrémem je v tomto ohledu americká Groilerova multimediální encyklopedie, která u pojmu komunita uvádí těžko uvěřitelných třináct set šedesát tři hesel.

2.3.3 Typologie sociálních skupin a komunit

2.3.3.1 Typologie sociálních skupin

Sociální skupiny můžeme v sociologii dělit a klasifikovat mnoha způsoby. Tyto způsoby se liší tím, v jakém kontextu na sociální skupiny zrovna nahlížíme, jako např. podle velikosti, časové kontinuity či společenské důležitosti. Dle mínění Novotné (2010) se sociální skupiny typizují následovně.

- Skupiny spontánní a záměrné
- Skupiny trvalé a situační
- Skupiny dobrovolné a povinné
- Skupiny otevřené a uzavřené
- Skupiny neformální a formálnější
- Skupiny malé a velké
- Skupiny primární a sekundární
- Skupiny referenční

2.3.3.2 Typologie komunit

Dle Hartla (1997) rozlišujeme několik druhů a typů komunit.

A. Sídelní (ekologická) komunita

Poutem, které spojuje danou komunitu, je společné obývání sociálně vymezeného fyzického prostoru.

B. Morální (psychická) komunita

Účast v této komunitě je založena na duchovních vazbách, např. původ, víra, životní hodnoty. Členství v morální komunitě bývá zejména latentní, někdy ale může být také aktivní, kdy se členové

dané komunity pravidelně a intenzivně stýkají, a jejich vzájemné vazby a kontakty jsou velmi těsné.

C. Terapeutická a výcviková komunita

Speciální typy komunit v psychologii a psychiatrii. Terapeutická komunita bývá zaměřena na pomoc lidem s psychickými či jinými problémy. Výcvikové komunity jsou zaměřené na sebepoznání, nácvik a komunikační dovednosti budoucích terapeutů ke klientům a pacientům.

2.4 Problematika a relevantnost v měření lidských postojů

2.4.1 Skupinové postoje

Dle mínění Novotné (2010) vede hodnocení věci (či nějakého jevu) k postoji vůči nim, k daným věcem zaujímáme stanovisko. Stejně jako se v kontinuu pozitivní – negativní odehrává hodnotící proces, je s určitou pozitivní či negativní intenzitou rovněž odehráván náš postoj.

Stejně jako u přechozích kapitol, i zde je na místě zmínit sociologickou definici pojmu postoje. „Postoje jsou stabilní systémy pozitivního nebo negativního hodnocení emočních pocitů a technik jednání, týkajících se sociálních cílů.“ (Novotná, 2010, s. 20).

Bourdieu soudí (1998), že postoj je strategií jednání v určité sociální pozici. Tvoří tedy most mezi sociální pozicí a sociální rolí. Postoj je tím pádem prostředníkem mezi potřebou a zájmem, stejně jako je potřeba prostředníkem mezi hodnotou a postojem.

Novotná dále soudí (2010), že přijmeme-li představu zpočátku neutrálního postoje, kdy o věci či jevu „nic nevíme“, a tudíž je nehodnotíme, začíná v našem hodnocení proces zaujímání stanoviska k věci (ať už pozitivního či neutrálního) a náš postoj získává tzv. směr „někam“ či „od něčeho“. Čím

více se z hlediska postoje někam přibližujeme či se od něčeho vzdalujeme, tím větší má intenzitu.

Skupinové postoje i postoje jedinců jsou stejně jako jiná hodnotící měřítka (v některých případech) stále dynamicky měnící se sociální proces. V kontextu dané sociální skupiny může jedinec postupně ovlivňovat postoje celé skupiny, a naopak, skupina může ovlivňovat postoj daného jedince. „Postoje jedince se ve skupině mění. Znamená to, že příchod do skupiny spustí vliv, který má sociální skupina na své členy ve smyslu změny hodnotových soustav, potřeb, postojů a zájmů a prostřednictvím této změny dochází k proměně osobnosti člena. Stále se měnící postoje členů se agregují, dochází ke skupinové interakci a výsledkem jsou skupinové postoje.“ (Novotná, 2010, s. 21).

Postoje jsou tvořeny několika částmi, které se vzájemně doplňují, a v konečném důsledku vytvářejí zkoumaný jev, tedy samotný postoj se všemi svými aspekty.

Dle mínění Novotné (2010) je tzv. strukturovaný postoj tvořen třemi propojenými složkami. První je kognitivní složka (hlas rozumu, poznání, znalost, kalkul), druhá je čistě afektivní (emoce, city) a třetí přítomná složka je konativní (behaviorální, se sklonem k jednání; její jednání nás vede k přesvědčení, že z daného postoje můžeme usuzovat na pravděpodobné jednání). Díky této struktuře je u postojů častý sklon ke změně. Postoje však snadněji měníme, pokud v nich převažuje již zmíněná afektivní složka, jelikož city se rychle proměňují. Naopak nejtrvalejší charakter mají postoje s převažující kognitivní složkou, jelikož se jedná o složku s nejracionálnějšími aspekty.

2.4.2 Problematika měření skupinových postojů

Postoje různých sociálních skupin a komunit můžeme v sociologii měřit několika metodami a způsoby. V kontextu kvalitativního výzkumu bývá často využívána skupinová analýza s využitím skupinového rozhovoru s celou skupinou, nebo pomocí rozhovorů s jednotlivými členy dané skupiny. Stejně jako u jiných typů výzkumů, i měření postojů sociálních skupin a komunit má své negativní stránky a omezení.

„Analyzovat můžeme pouze manifestní úroveň, tzn. že analýza jednání nebo mínění nás dovede k představě o latentním zázemí (skupinových postojích, vzorcích chování a hodnotách) skupinových projevů. O latentní úrovni můžeme získat buď svědectví, nebo výpověď. Svědectví získáme metodou pozorování interakcí v sociální skupině a výpověď kladením otázek o těchto interakcích, a to metodou rozhovoru či dotazníku.“ (Novotná, 2010, s. 86).

Klíčovou metodou pro tuto diplomovou práci je však kvantitativní výzkum s využitím standardizovaného dotazníku. Dle Novotné (2010) se dotazník používá především v anketách. Anketa však představuje nereprezentativní výzkumné šetření, což mimo jiné znamená, že výsledky nelze zobecnit na tzv. základní soubor (tedy na všechny, kterých se dané téma nějak týká).

V tomto výzkumu však budeme postupovat podle předem daného stratifikovaného výběru přímo v oblastech výzkumu, čímž nám bude umožněno zobecnit data na základní soubor. Na rozdíl od ankety se tohoto výzkumu nemůže zúčastnit každý, ale pouze respondenti s příslušností k místní komunitě v obcích s vybranými minipivovary. Jelikož bude sběr dat prováděn přímo v minipivovarech a dalších restauračních zařízeních v daných obcích, je očekáván soubor respondentů s dostatečným vědomím o minipivovarech, a také s jasnými postoji k nim.

V této diplomové práci se výše zmíněným problémům pokusím vyhnout pomocí častějších návštěv vybraných minipivovarů, kde budu opakovaně provádět dotazníkové šetření. Díky tomu mohu oslovit širší spektrum respondentů v dané komunitě. Také důraz na vřelou komunikaci se členy místních komunit považuji za velmi důležitý, jelikož se mohu dozvědět více o možné přítomnosti dalších členů komunity, a tedy o potenciálních respondentech v následujících dnech.

2.4.3 Negativa sociologického dotazníku

Než přejdeme k samotné problematice spojené se standardizovaným dotazníkem v sociologickém kvantitativním výzkumu, je třeba si dotazník v základní definici vymezit. „Dotazník je definován jako soubor písemných záměrných otázek, sledujících poznání zcela určitých jevů v určitém souboru osob nebo určité osoby.“ (Veselá, 1999, s. 27).

Podle Veselé (1999) spočívá specifická tato metody ve skutečnosti, že předmětem pozdější analýzy se stávají písemné odpovědi na pevné a pro všechny dotazované stejně formulované otázky. Výhody tedy spočívají v jednoznačné formulaci otázek a možnosti hromadného zpracování.

Standardizovaný dotazník v sociologickém kvantitativním výzkumu však má rovněž i své nevýhody. Dle mínění Kubátové (2006) jsou často odpovědi omezeny na volbu z předem připraveného souboru kategorií. Jinými slovy, většina otázek v dotazníku nebo v záznamovém archu je uzavřená nabídkou možných odpovědí.

Tato skutečnost však úzce souvisí se stanovenými pracovními hypotézami a faktem, že jednotlivé proměnné v hypotézách máme již operacionalizovány. Tím pádem Kubátová soudí (2006), že pokud nejsme schopni zajistit, aby většina našich otázek ve standardizovaném dotazníku byla uzavřených, pak

nemáme správně stanoveny pracovní hypotézy a nemáme operační definice proměnných.

Dle Veselé (1999) je nevýhodou, že při eventuálním neporozumění nelze obvykle už nic opravit, doplnit či jakkoliv zpřesnit. K tomu, aby bylo možné dotazník používat jako výzkumnou metodu, musí být dotazník i formálně vhodně upraven. K vhodné úpravě dotazníku nám pomůže předvýzkum, který je pro správně provedený kvantitativní výzkum nezbytný.

Zygmunt Bauman soudí (1996), že při výzkumu dotazníkem můžeme narazit na některé metodologické problémy. Prvním problémem vzniká z téměř nemožné kontroly pravdivosti sesbíraných dat. Jedná se kontrolu z hlediska logiky, i z hlediska celkové situace. Druhá obtíž souvisí s reprezentativností sesbíraných dat. Reprezentativnost v sociologii totiž není totéž, co reprezentativnost ve statistice. Rozdíl je především ve faktu, že statistická metoda stojí na rovnovážném stavu, respektive že každý hlas má stejnou cenu.

V této diplomové práci se pokusím tento problém vyřešit reprezentativním výběrem. Dle Veselé (1999) tím myslíme (ve statistickém smyslu) výběrový soubor objektů, který v mezích určitých předpokladů odpovídá základnímu souboru (celku) objektů. Objekty budu vybírat pomocí předem daného, systematického oblastního výběru v oblastech základních souborů, což jsou v našem případě tři vybrané minipivovary.

Výhodou je fakt, že oblast tohoto výzkumu koresponduje pouze s těmito minipivovary a ostatními restauračními zařízeními v daných obcích. Také očekávaná stejnorodost zkoumaných objektů (pouze respondenti, kteří uvedou příslušnost k místní komunitě) by měla pomoci jak k větší hodnověrnosti dat, tak k přesnějšímu generalizaci dat v kontextu celé komunity.

Jednou z klíčových částí standardizovaného dotazníku této diplomové práce bude škálování, jelikož se zabývá postoji místních komunit na vybrané lokální minipivovary. „V sociologických výzkumech se škály nejčastěji používají pro měření postojů lidí. Konstrukce škály umožňuje seřazení měřených objektů do pořadí podle intenzity postoje (nebo jiné vlastnosti). Nejčastěji jsou škály tvořeny systémem alternativních otázek, které umožňují další zpracování a porovnávání objektů podle zkoumané vlastnosti.“ (Veselá, 1999, s. 29).

Bohumil Geist (1992) definuje škálování jako soubor různorodých výzkumných technik, kterými je možno přiřazením proměnných do souvislé řady (kontinuita) hodnot zajistit více přesné údaje o jejich charakteristických znacích (zejména co se týče velikosti), než při použití běžné kategorizace nebo kvalitativním posouzením.

I v kontextu škálování v sociologickém dotazníku však narážíme na problémy. Veselá míní (1999), že problém použití škálování v sociologii pramení ze značné proměnlivosti vlastností různorodých sociálních objektů. Zpravidla se proto konstruuje tyto škály pro každý výzkumný úkol zvlášť.

Další nevýhoda dotazníku spočívá dle Kubátové (2006) ve skutečnosti, že respondent vyplňuje dotazník převážně sám. Tím se sice naplňuje předpokládaná anonymita dotazníku, ale pro respondenta je snadné na některé otázky neodpovědět. Navíc je možné, že některé otázky zodpoví někdo jiný, nikoliv námi vybraný respondent. Dalším úskalím u standardizovaného dotazníku je jeho velmi nízká návratnost, čímž je nám následně znemožněno považovat sesbíraná data za reprezentativní pro celou populaci. Oba zmíněné problémy se budu snažit eliminovat osobní roznáškou a sběrem dotazníků, zároveň se však pokusím o nenarušení anonymity odpovědí jednotlivých respondentů.

Při samotné tvorbě dotazníku je nezbytné zařadit pouze takové spektrum otázek, které je nezbytné a nutné pro testování určených pracovních hypotéz. Podle mínění Kubátové (2006) je rovněž klíčová validita otázek, tedy že otázka měří skutečně to, co chceme měřit. Rovněž se musíme přesvědčit o tom, že všechny otázky jsou pro respondenty srozumitelné a jednoznačné, a nedojde tak ke zmatkům a zkreslením v odpovědích jednotlivých respondentů.

„Zásad pro tvoření dotazníku je mnoho. Faktem ale je, že žádné přesné a přísné zásady pro konstrukci dotazníku neexistují. Mnoho výzkumnických figlů se prostě naučíte tím, že výzkum děláte, což ovšem neznamená, že byste do výzkumu měli jít bez jakýchkoliv předběžných znalostí o tom, jak se to dělá. Ovšem každá výzkumná situace je jiná, každý výzkum vyžaduje specifický přístup.“ (Kubátová, 2006, s. 115).

3 Metodika a zpracování

3.1 Charakteristika minipivovarů v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a v Nových Dvorech

3.1.1 První Soukromý Pivovar Společenský s.r.o.

Historie tohoto minipivovaru sahá dle webových stránek Pivovar Lipník (2018) až do ledna roku 2003, kdy si majitelé vybudovali první varnu o objemu 2 hl, kde vařili pivo pro svou soukromou potřebu. Po zvyšující se poptávce však přehodnotili své cíle a rozhodli se vařit pivo profesionálně.

Dle Plcha a Obůrkové (2016) první oficiální várka v lipnickém minipivovaru proběhla v únoru 2004. Oficiální název, První Soukromý Pivovar Společenský, cíleně připomíná jeden z mnoha dávných zaniklých pivovarů. První parní pivovar společenský působil v Lipníku nad Bečvou na přelomu 19. a 20. století (respektive 1896-1903). Postupem času však varna nezvládala kapacitně stačit poptávce lipnického obyvatelstva.

Internetové stránky Pivovar Lipník dále dodávají (2018), že majitelé následně došli k rozhodnutí postavit větší 5 hl varnu, spojenou případně i s vlastní restaurací. Stavební práce započali v roce 2006, v létě roku 2009 byly zdárně dokončeny. Otevření proběhlo 28. září téhož na den svatého Václava, jenž je považován za patrona pivovarníků a sladovníků. Slavnostnímu otevření v tento den předcházelo požehnání varně, restauraci a pivovarskému zvonu, a to z rukou místního lipnického faráře. Název Svatovar byl vyhodnocen jako nejvhodnější a opatřen ochrannou známkou v roce 2010, opět symbolicky na den svatého Václava.

Dle Plcha a Obůrkové (2016) je interiér minipivovaru koncipován tak, aby za pomoci rekvizit připomínal časy na přelomu 19. – 20. století. Příjemné prostředí doplňuje mnoho historických fotografií Lipníka nad Bečvou. Restaurace byla vedena jako nekuřácká ještě před zavedením protikuřáckého

zákona, a nenalezneme v ní televizi ani herní automaty. Kuchyně je zaměřena především na tradiční česká jídla. Sortiment zcela logicky tvoří pouze piva Svatovar.

Dle webu Pivovar Lipník (2018) je aktuální nabídka piv následující:

- světlá piva 11°, 12° a 13° speciál
- polotmavé pivo 12° (čtyřsladové)
- pšeničné pivo 11°
- kouřový speciál 13°
- radler pšeničný pomerančový a malinový.

3.1.2 Pivovar HELF

Podle Eliáška (2017) rozšířil v roce 2017 české minipivovary HELF. Tento minipivovar sídlí v obci Osek nad Bečvou. Vystřídal zaniklý minipivovar Osečan v jeho předchozí budově. Název pivovaru je zkratkou a poukazuje na několik kilometrů vzdálený hrad Helfštýn v Týně nad Bečvou. Koncept výroby tohoto minipivovaru spočívá v maximálním využití 20 hl varny a produkci stále nových druhů piva, a to jak tradičních spodně kvašených, tak svrchně kvašených piv.

Dle internetových stránek Pivovar HELF (2018) směřuje minipivovar svou nabídku nejen na vlastní region, ale rovněž na území České a Slovenské republiky. K dispozici je pro zákazníky jak pivo sudové, tak i pivo láhvové. V lahvové i točené podobě je konzumentům k dispozici v nedaleké restauraci Osečanka. Minipivovar se snaží o pivo nefiltrované, nepasterizované z hanáckého chmelařského kraje a vařené dle spolehlivých receptur. Pivo z minipivovaru HELF je rovněž točeno restauracích a barech v Rožnově pod Radhoštěm, Tršicích, Holešově a v Hustopečích nad Bečvou.

Podle webu Pivovar HELF (2018) je aktuální nabídka piv následující:

- Světlé pivo 10° Kovář

- Světlý ležák 11° Hefaiston, 12° Tanečnice II, 12° Triglav
- Polotmavý ležák 12° Kovářská výheň
- Tmavé pivo 14° Vulcanus
- Světlý speciál 15° Helf Ipa II

3.1.3 Novodvorský pivovar

Podle internetových stránek Pivovar Nové Dvory (2018) byl na počátku tohoto minipivovaru záměr uvařit pivo v domácích podmínkách. Tento nápad byl realizován 14. dubna 2012, kdy majitelé uvařili v garáži první várku o objemu 30 l. Překvapením byla rozdílná chuť oproti pivům z velkých průmyslových pivovarů. Poté následovalo období pokusů a inovací, ze kterých vzešlo pivo Měďák, které v nabídce nalezneme dodnes. Postupným zdokonalováním se majitelé a sládci naučili používat dva způsoby chmelení, které se liší podle toho, zda chceme zvýraznit hořkost či vůni.

Web Pivovar Nové Dvory (2018) dále dodává, že prvotním impulsem k samotné realizaci minipivovaru byla snaha o zpřístupnění pivovarského prožitku pro okruh přátel a známých. Po zvážení všech faktorů se majitelé rozhodli jít cestou legálního a oficiálně vedeného minipivovaru. A tak vznikl minipivovar s varnou 2 hl, respektive dvěma varnými nádobami o objemu 1 hl a s výstavem na várku 150 litrů. Plánovaná měsíční produkce činí 600 litrů. Pivo je zákazníci konzumováno v restaurační místnosti přímo v minipivovaru. Pivovar pořádá pro svou klientelu tradiční herní turnaje v „PRŠÍ“, „Člověče, nezlob se!“ či „Štěstíčko“.

Dle webu Pivovar Nové Dvory (2018) je aktuální nabídka piv následující:

- Světlé pivo 12° Notorik
- Polotmavá piva 10° Stydlivý Bobr, 11° Měďák
- Vánoční medový speciál 13°

3.2 Dotazníkové šetření: struktura, vybrané indikátory, otázky

V praktické části této diplomové práce byl proveden sběr dat pomocí předem stanovených standardizovaných dotazníků. Jelikož jsem v této práci analyzoval postoje tří odlišných komunit v třech různých obcích, bylo potřeba drobných estetických úprav u jednotlivých verzí tohoto dotazníku, a to zejména v kontextu názvů vybraných obcí a místních minipivovarů.

U dotazníku zjišťující postoj místní komunity k minipivovaru HELF bylo nutné pozměnit jednu hodnotící škálu, jelikož jako jediný z třech vybraných minipivovarů nedisponuje vlastní restaurací a v jeho sortimentu nenalezneme nabídku jídel a drobných pokrmů. Rovněž u dotazníků vztahující se k Novodvorskému pivovaru musela být přidána jedna možnost odpovědi u otázky, která zjišťuje postoj místní komunity k ostatním restauračním zařízením v obci. Důvodem byla skutečnost, že se v Nových Dvorech žádné jiné restaurační zařízení nenachází.

Vyjma těchto drobných, vesměs stylistických úprav se v průběhu kvantitativního výzkumu pracovalo s jednotně standardizovanými dotazníky, jelikož by bez jejich celkové unifikace nebylo možné sesbíraná data shodně generalizovat a porovnávat postoje jednotlivých obecních komunit mezi sebou.

Dotazník byl ve všech tří verzích strukturován pomocí osmi otázek, do kterých jsem se snažil aplikovat všechny validní indikátory týkající se cíle a předmětu této diplomové práce. Mezi tyto cíle patří zjištění postojů místních komunit k minipivovarům sídlících v těchto vybraných obcích, důvody těchto postojů, názory respondentů na obvyklou klientelu a provozovatele těchto minipivovarů, a v neposlední řadě zjištění, zda respondenti tyto minipivovary považují za důležité společenské místo v obci.

Z celkového počtu osmi otázek v standardizovaném dotazníku je šest uzavřených, a to z důvodu snadnější srozumitelnosti a nesporné časové úspory při vyplňování respondenty. Dalším aspektem byl rovněž předpoklad větší ochoty a spolupráce respondentů u dotazníků s převahou uzavřených otázek. Pomocí šesti uzavřených otázek jsem u respondentů zjišťoval následující indikátory:

- Respondentovo členství v místní komunitě
- Respondentovo povědomí o minipivovaru
- Zda a případně jak často je respondent zákazníkem minipivovaru
- Respondentův postoj k minipivovaru
- Respondentův postoj k ostatním restauračním zařízením v obci
- Zda se respondent v minipivovaru setkává s ostatními členy komunity

V dotazníku byla u jedné otázky, která zahrnovala hodnocení šesti dílčích faktorů vztahujících se k minipivovarům, použita sedmistupňová hodnotící škála, přičemž 1 znamenala nejnižší ohodnocení, 7 naopak nejvyšší ohodnocení. Sedmistupňová škála byla oproti původně zamýšlené pětistupňové škále zvolena z důvodu možné záměny se školním známkováním, které mohou mít někteří respondenti stále internalizovány ze svých školních let. Touto záměnou mohl respondent při vyplňování dotazníku bez mé přítomnosti zcela zaměnit své myšlené ohodnocení těchto faktorů.

Faktory, které jsem zakomponoval do otázky se sedmistupňovou škálou a respondenti je tak podrobili hodnocení:

- Ceny nápojů a jídel (u dotazníku minipivovaru HELF ceny pivních produktů)
- Nabídka, značka, druh piva
- Lokalita (dosažitelnost od bydliště)

- Interiér a prostředí
- Obvyklá klientela
- Provozovatel/é

Součástí zvolené škály je rovněž možnost N, kterou mohou zvolit respondenti, kteří na daný faktor nemají názor nebo nechtějí odpovídat. Tímto krokem se také zabraňuje vynucenému hodnocení respondenta na faktor, který například nepovažují za směrodatný nebo jej nedokáží ohodnotit.

Poslední, osmá otázka v dotazníku nabízí možnost jako uzavřené, tak otevřené odpovědi. Otázka cílí na zjištění, zda samotný respondent považuje minipivovar za důležité společenské místo v obci. U možností kladných odpovědí považují za klíčový rovněž důvod, kvůli kterému respondenti daný minipivovar považují za důležité společenské místo v kontextu zkoumané obce. U možností neutrálního a negativního stanoviska jsem ponechal uzavřené odpovědi.

Univerzální verze dotazníku, který byl použit při zkoumání postojů místních komunit k minipivovarům První soukromý pivovar společenský s.r.o. (Lipník nad Bečvou), HELF (Osek nad Bečvou) a Novodvorský pivovar (Nové Dvory) je k dispozici v příloze této diplomové práce.

3.3 Metodika kvantitativního výzkumu v diplomové práci

Standardizované dotazníky byly nejdříve použity v předvýzkumu. Pilotáž proběhla pomocí krátkých návštěv v období od 24. 1. 2019 do 31. 1. 2019 ve všech třech lokalitách (Lipník nad Bečvou, Osek nad Bečvou, Nové Dvory). Sběr prvotních dat byl proveden ve třech místních minipivovarech a v ostatních restauračních zařízeních v obcích (vyjma Nových Dvorů, kde se jiné restaurační zařízení nenachází). Důvodem bylo otestování

srozumitelnosti a validity dotazníků i u respondentů, kteří jsou členy místní komunity, ale zdržují se mimo zkoumané minipivovary.

V rámci týdenního předvýzkumu jsem nasbíral celkem 48 dotazníků (20 v Lipníku nad Bečvou, 16 v Oseku nad Bečvou a 12 v Nových Dvorech). Během předvýzkumu se nevyskytl žádný problém v sestavení dotazníku či technice sběru dat. Předvýzkum potvrdil srozumitelnost dotazníku u respondentů ve všech třech lokalitách, a to jak ve zkoumaných minipivovarech, tak v ostatních restauračních zařízeních v obcích. Jediným neúspěchem předvýzkumu byla nepřízeň počasí v podobě sněžení či silných mrazů, jež prakticky znemožňovala zastavení potenciálních respondentů na ostatních veřejných místech v obcích.

Po úspěšně provedeném předvýzkumu následoval samotný výzkum a intenzivní sběr dat, který trval od 1. 2 do 22. 2. 2019. Krom vybraných minipivovarů a ostatních restauračních zařízení v obcích se povedlo oslovit respondenty i na veřejných místech (náměstí, autobusové zastávky, trafiky apod.), čímž se navýšila validita dotazníku v kontextu celé obecní komunity a sesbíraná data mohla být vhodněji generalizována.

V rámci výzkumu jsem v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a v Nových Dvorech uskutečnil shodně pět návštěv v rámci dotazníkového šetření, během kterých jsem se zaměřil na sběr dat ve všech částech těchto obcí. Po úspěšně provedeném předvýzkumu jsem rovněž zanechával ve vybraných minipivovarech k dispozici prázdné standardizované dotazníky, které mohli návštěvníci a zákazníci vyplňovat i po dobu mé nepřítomnosti.

Tímto způsobem jsem v minipivovarech zanechal celkem 75 prázdných dotazníků (25 v každém z minipivovarů), celková návratnost těchto dotazníků ze všech tří lokalit činila 50,7 % (dotazníky v mé nepřítomnosti vyplnilo celkem 38 respondentů). Zpracování dotazníků a následná analýza

dat byla provedena v počítačovém programu Excel Microsoft 2016. Vyhodnocená data o návratnosti těchto dotazníků z jednotlivých minipivovarů jsou k dispozici v kapitole *Zpracování a interpretace výsledků*.

4 Zpracování a interpretace výsledků

4.1 Postoje obecních komunit na základě zpracovaných dat

4.1.1 Lipnický minipivovar: postoj místní komunity

4.1.1.1 Lipnický minipivovar: počet dotazníků, množství respondentů, návratnost

Během období 1. 2. 2019 až 22. 2. 2019 bylo pro účely výzkumu vztahujícímu se k lipnickému minipivovaru natištěno celkem 155 dotazníků. Z tohoto celkového počtu dotazníků respondenti v Lipníku nad Bečvou vyplnili 95, 5 % (respektive 148).

Téměř 84 % (130 dotazníků) bylo respondenty vyplněno během mých pěti návštěv restauračních zařízení a veřejných míst v Lipníku nad Bečvou. Necelých 12 % (18 dotazníků) vyplnili respondenti přímo v Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o. v době mé nepřítomnosti.

Tabulka 1: Počet dotazníků v Lipníku nad Bečvou

Dotazníky	Počet	Procentuálně z celku
Celkem vyplněných	148	95,5 %
Osobní sběr	130	83,9 %
Vyplněných v nepřítomnosti tazatele	18	11,6 %
Nevyplněných v nepřítomnosti tazatele	7	4,5 %
Celkem v oběhu	155	100 %

V restauraci Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. jsem během výzkumu zanechal 25 dotazníků pro možnou spolupráci potenciálních respondentů v době mé nepřítomnosti. Z těchto volně ponechaných

standardizovaných dotazníků náhodní respondenti vyplnili 18, návratnost tedy činila vysokých 72 %. Zbýlých 28 % (7 dotazníků) zůstalo nevyplněno.

Tabulka 2: Návratnost zanechaných dotazníků v Lipníku nad Bečvou

Odložené dotazníky	Počet	Procentuálně
Vyplněných	18	72 %
Nevyplněných	7	28 %
Celkem	25	100 %

4.1.1.2 Povědomí o lipnickém minipivovaru

Dle analyzovaných dotazníků, které se vztahovaly k lipnickému minipivovaru, má téměř 97 % místní komunity alespoň minimální povědomí o zde působícím Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o. Pouhá 3 % členů místní komunity o lipnickém minipivovaru nemá povědomí a o přítomnosti tohoto restauračního zařízení v obci nikdy neslyšela. Minipivovar se dle nasbíraných dat dá označit za velmi známý a populární po celém Lipníku nad Bečvou.

Tabulka 3: Povědomí o lipnickém minipivovaru

Povědomí o minipivovaru	Počet	Procentuálně
Ano	143	96,6 %
Ne	5	3,4 %
Celkem	148	100 %

4.1.1.3 Návštěvnost lipnického minipivovaru

Z celkového počtu 148 respondentů, kteří vyplnili standardizované dotazníky vztahující se k lipnickému minipivovaru a uvedli svou příslušnost k místní obecní komunitě, jsou nejčetnějším vzorkem občasní návštěvníci,

kteří První soukromý pivovar společenský s.r.o. navštěvují maximálně třikrát měsíčně. Těchto občasných návštěvníků tvoří 62,2 % z celkového vzorku. Druhou nejčetnější skupinou jsou respondenti, kteří necílí na zkoumaný minipivovar a navštěvují ostatní restaurační zařízení v Lipníku nad Bečvou, kterýchž je 24,3 %.

Pravidelní zákazníci, navštěvující lipnický minipivovar třikrát a více měsíčně, tvoří 10,8 %. Pouhých 2,7 % z celku tvoří 4 respondenti, kteří nenavštěvují žádné z restauračních zařízení působící v Lipníku nad Bečvou. Tito 4 respondenti rovněž u předchozí otázky uvedli, že nemají žádné povědomí o Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o.

Tabulka 4: Návštěvnost lipnického minipivovaru

Návštěvnost minipivovaru	Počet	Procentuálně
Pravidelní návštěvníci (3 více návštěv měsíčně)	16	10,8 %
Občasní návštěvníci (3 a méně návštěv měsíčně)	92	62,2 %
Návštěvníci jiných restauračních zařízení v obci	36	24,3 %
Nenavštěvující žádné restaurační zařízení v obci	4	2,7 %
Celkem	148	100 %

4.1.1.4 Postoj respondentů k lipnickému minipivovaru

Nejvyšší četnosti byli v dotaznících zaznamenány u odpovědí týkajících se kladného postoje k lipnickému minipivovaru. Největší vzorek, jež dosáhl podílu téměř 35 %, tvoří respondenti deklarující jednoznačně kladný postoj k Prvním soukromému pivovaru společenskému s.r.o. Spíše kladný postoj uvedlo 29 % respondentů. Nestranný, respektive neutrální postoj byl zaznamenán u 25,7 % respondentů.

Negativní postoj k lipnickému minipivovaru deklarovalo necelých 11 % respondentů. 9,5 % uvedlo spíše negativní, 1,4 % rozhodně negativní postoj. Z těchto 11 %, u kterých byly zaznamenány negativní postoje (16

respondentů), jich 81,3 % (13 respondentů) rovněž v předchozí otázce uvedlo, že jsou návštěvníky jiných restauračních zařízení v Lipníku nad Bečvou.

Tabulka 5: Postoj respondentů k lipnickému minipivovaru

Postoj respondentů	Počet	Procentuálně
Rozhodně kladný	51	34,5 %
Spíše kladný	43	29 %
Neutrální	38	25,7 %
Spíše negativní	14	9,5 %
Rozhodně negativní	2	1,3 %
Celkem	148	100 %

4.1.1.5 Hodnocení faktorů lipnického minipivovaru

Otázka: Jak byste ohodnotil/a v lipnickém minipivovaru ceny nápojů a jídel? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Z analyzovaných dat je patrné, že obecní komunita hodnotí ceny nápojů a jídel v Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o. pozitivně. Dvě nejvyšší možná ohodnocení, čísla 6 a 7, byla zaznamenána celkem u 37,2 % dotázaných respondentů.

Nevyšší četnost u cen nápojů a jídel byla na sedmistupňové hodnotící škále zaznamenána u hodnocení číslo 6. Druhé nejvyšší ohodnocení uvedlo 26,4 % dotázaných respondentů. Druhým největším vzorkem, čítající 19,6 %, se stali respondenti, kteří uvedli u cen nápojů a jídel hodnocení číslo 4. Třetí nejvyšší podíl byl zaznamenán u hodnocení číslo 5, a to v 18,2 % případů.

Nejnižší ohodnocení, políčka 1 a 2, uvedlo pouze 2,7 % (4 respondenti) z celkového vzorku. Na ceny nápojů a jídel nechtělo odpovídat nebo nemělo názor 14,2 % respondentů.

Tabulka 6: Lipnický minipivovar: ceny nápojů a jídel

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	1	3	12	29	27	39	16	21
Procentuálně	0,7 %	2 %	8,1 %	19,6 %	18,2 %	26,4 %	10,8 %	14,2 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a nabídku, značku a druh piva v lipnickém minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Nabídka, značka a druh piva lipnického minipivovaru byl u místní komunity pozitivně hodnocený faktor. Tři nejvyšší podíly byly zaznamenány u třech nejvyšších hodnocení – políček 5, 6 a 7. Nejpočetnějším vzorkem bylo hodnocení číslo 5, které uvedlo 22,3 % respondentů.

Dvě nejvyšší možná ohodnocení, čísla 6 a 7, uvedlo dohromady 37,1 % dotázaných respondentů. U těchto dvou hodnocení činila statistický rozdíl jediná responze. Dvě nejnižší hodnocení (políčka 1 a 2) uvedlo 9,5 % respondentů. Na faktor nabídky, značky a druhu piva nemělo názor nebo nechtělo odpovídat 15,5 % respondentů.

Tabulka 7: Lipnický minipivovar: nabídka, značka, druh piva

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	4	10	14	9	33	28	27	23
Procentuálně	2,7 %	6,8 %	9,5 %	6,1 %	22,3 %	18,9 %	18,2 %	15,5 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a lokalitu (dosažitelnost od bydliště) lipnického minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Lokalitu minipivovaru a jeho dosažitelnost od bydliště dle analyzovaných dat hodnotí místní komunita velmi pozitivně.

Nejvyšší možná ohodnocení, čísla 6 a 7, byla zaznamenána u 56,1 % dotázaných respondentů. Tato hodnocení byla nejvyššími podíly u hodnocení lokality a dosažitelnosti lipnického minipivovaru.

Třetí nejvyšší ohodnocení, číslo 5, uvedlo 16,2 % respondentů, což byl zároveň třetí nejvyšší podíl u hodnocení tohoto faktoru. Políčka 1 a 2 jako nejnižší možné ohodnocení uvedlo 9,5 % dotázaných. Pouhých 2,7 % respondentů na dosažitelnost a lokalitu lipnického minipivovaru nemělo názor nebo nechtělo odpovědět.

Tabulka 8: Lipnický minipivovar: lokalita (dosažitelnost od bydliště)

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	8	6	6	17	24	39	44	4
Procentuálně	5,4 %	4,1 %	4,1 %	11,5 %	16,2 %	26,4 %	29,7 %	2,7 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a interiér a prostředí lipnického minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

V otázce prostředí a interiéru Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. převažuje významným rozdílem pozitivní hodnocení lipnické komunity. Nejvyšší četnost byla zaznamenána u hodnocení čísel 6 a 7. Dohromady uvedla tato dvě nejvyšší možná hodnocení 56,1 % dotázaných respondentů.

Třetím nejpočetnějším vzorkem, dosahující 15,5 %, byli respondenti, kteří interiér ohodnotili číslem 5. Pouhých 4,7 % respondentů uvedlo dvě nejnižší hodnocení této sedmistupňové hodnotící škály. Na interiér a prostředí lipnického minipivovaru nemá názor nebo nechtělo odpovědět 4,7 % místní komunity.

Tabulka 9: Lipnický minipivovar: interiér a prostředí

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	3	4	7	21	23	42	41	7
Procentuálně	2 %	2,7 %	4,7 %	14,2 %	15,5 %	28,4 %	27,7 %	4,7 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a obvyklou klientelu v lipnickém minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

I když je rozptýl odpovědí mnohem výraznější než u předchozích faktorů, stále převažuje u lipnické komunity pozitivní hodnocení obvyklé klientely, jenž navštěvuje První soukromý pivovar společenský s.r.o. v Lipníku nad Bečvou.

Hodnocení obvyklé zákaznické klientely Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. značně ovlivnila neochota respondentů ohodnotit tento faktor. Na faktor obvyklé klientely lipnického minipivovaru odmítlo odpovědět nebo nemělo názor 29, 1 % dotázaných, což byl také nejvyšší podíl z celkového vzorku.

Čísla 6 a 7 jako nejvyšší možná ohodnocení uvedlo 28,4 % dotázaných respondentů. Třetí nejpočetnější vzorek tvoří respondenti, jenž uvedli hodnocení číslo 4, a to v 14,9 % případů. Políčka 1 a 2 jako nejnižší možné ohodnocení uvedlo 7, 5 % respondentů.

Tabulka 10: Lipnický minipivovar: obvyklá klientela

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	2	9	12	22	18	25	17	43
Procentuálně	1,4 %	6,1 %	8,1 %	14,9 %	12,2 %	16,9 %	11,5 %	29,1 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a provozovatele lipnického minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Postoj místní komunity na provozovatele Prvního soukromého pivovaru společenského tak můžeme dle analyzovaných dat označit za pozitivní.

Stejně jako u hodnocení obvyklé klientely lipnického minipivovaru, i v otázce provozovatelů Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. respondenti ve velkém počtu odmítali ohodnotit tento faktor. Na provozovatele lipnického minipivovaru nemělo názor nebo je nechtělo hodnotit 23,6 % respondentů.

Následné dvě nejvyšší četnosti však byly zaznamenány u dvou nejvyšších možných hodnocení. Nejvyššími hodnoceními, čísla 6 a 7, ohodnotilo provozovatele lipnického minipivovaru téměř 40 % respondentů. Rozdílem mezi skupinami respondentů, jenž uvedli hodnocení 6 a 7, byla pouhá jedna responze. Nejnižší hodnocení, políčka 1 a 2, uvedlo pouhých 4,7 % dotázaných respondentů.

Tabulka 11: Lipnický minipivovar: provozovatel/é

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	3	4	8	16	23	30	29	35
Procentuálně	2 %	2,7 %	5,4 %	10,8 %	15,5 %	20,3 %	19,6 %	23,6 %

4.1.1.6 Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou

Stejně jako v kontextu Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o., převládá i u ostatních restauračních zařízení v Lipníku nad Bečvou kladný postoj místní komunity. Dle analyzovaných dat z dotazníků vztahujících se k lipnickému minipivovaru uvedlo 44,6 % respondentů spíše kladný postoj k ostatním restauračním zařízením v obci. Zcela kladný postoj deklarovalo dalších 17 % členů místní komunity.

27 % respondentů uvedlo neutrální postoj k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou. Spíše negativní postoj k ostatním restauračním zařízením byl zaznamenán u 9,5 % respondentů, respondenti se zcela negativním postojem tvoří pouhá 2 % z celku.

Celkem tak byl zaznamenán negativní postoj k ostatním restauračním zařízením v obci u 11,5 % respondentů. Z tohoto podílu (17 respondentů) jich 94,1 % (16 respondentů) v jedné z předchozích otázek uvedlo, že jsou pravidelnými návštěvníky Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. (3 a více návštěv měsíčně).

Tabulka 12: Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou

Postoj respondentů	Počet	Procentuálně
Rozhodně kladný	25	16,9 %
Spíše kladný	66	44,6 %
Neutrální	40	27,0 %
Spíše negativní	14	9,5 %
Rozhodně negativní	3	2,0 %
Celkem	148	100 %

4.1.1.7 Setkávání respondentů s ostatními členy lipnické komunity

Nejvyšší četnost u kategorie analyzující interakce členů lipnické komunity byla zaznamenána u respondentů, kteří se setkávají s dalšími členy komunity v ostatních restauračních zařízeních v Lipníku nad Bečvou. Tuto skutečnost ve standardizovaných dotaznících uvedlo 39,2 % respondentů.

Druhý nejpočetnější vzorek, jenž dosahuje 26,4 %, však tvoří ti respondenti, kteří se setkávají s ostatními členy komunity přímo v Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o., a to cíleně. Náhodně se v lipnickém minipivovaru setkává s ostatními členy lipnické komunity 20,3 % respondentů.

Dohromady tedy tvoří respondenti, kteří se cíleně či náhodně setkávají s ostatními členy místní komunity v lipnickém minipivovaru, 46,7 % z celkového vzorku. Jak již bylo uvedeno, v ostatních restauračních zařízeních v Lipníku nad Bečvou se s ostatními členy komunity setkává 39,2 % respondentů. Dané výsledky vypovídají o značně rozdílných přístupech různých členů komunity, většinu však stále tvoří respondenti, kteří dávají přednost interakcím s ostatními členy v Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o.

Návštěvníci, kteří lipnický minipivovar navštěvují, ale s nikým z komunity se zde nesetkávají, tvoří 11,5 % z celku. Pouhých 2,7 % tvoří členové místní komunity, kteří se nesetkávají s ostatními členy v žádném z restauračních zařízení v Lipníku nad Bečvou. Z těchto 2,7 % dvě třetiny (2 respondenti) tvoří totožní členové komunity, kteří v předchozích otázkách uvedli, že nenavštěvují žádné restaurační zařízení v obci a nemají povědomí o Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o.

Tabulka 13: Setkávání respondentů v lipnickém minipivovaru

Interakce respondentů v minipivovaru	Počet	Procentuálně
Setkávají se s ostatními členy komunity cíleně	39	26,4 %
Setkávají se s ostatními členy komunity náhodně	30	20,3 %
Navštěvují, ale s nikým z komunity se zde nesetkávají	17	11,5 %
Setkávají se s ostatními v jiných restauračních zařízeních	59	39,2 %
Nesetkávají se s nikým v žádném restauračním zařízení	3	2,7 %
Celkem	148	100 %

4.1.1.8 Vnímání lipnického minipivovaru jako společenského místa v obci

Dle analyzovaných dat ze standardizovaných dotazníků První soukromý pivovar společenský s.r.o. částečně či zcela za důležité společenské místo v Lipníku nad Bečvou považuje pouze určitá frakce lipické komunity (celkem 23 % respondentů), o společenské důležitosti lipnického minipivovaru však není částečně či zcela přesvědčeno celkem 41,2 % respondentů. Vzhledem k ambivalentním výsledkům u této otázky můžeme konstatovat, že lipnický minipivovar je vnímán jako důležité společenské místo svými častými návštěvníky, nikoliv však ostatními členy místní komunity.

Jak již bylo naznačeno, lipnický minipivovar spíše nepovažuje za důležité společenské místo 36,5 % respondentů, což byla největší četnost u této otázky. Rozhodně jej nepovažuje za důležité společenské místo dalších 4,7 % místní komunity. Druhým nejpočetnějším vzorkem byli respondenti, kteří neví, zda První soukromý pivovar společenský s.r.o. považovat za důležité společenské místo v obci. Tuto možnost uvedlo 35,8 % respondentů, v kontextu responzí se jedná o jednoho respondenta méně než u nejpočetnějšího vzorku, který lipnický minipivovar za důležité společenské místo v obci spíše nepovažoval.

Za důležité společenské místo v Lipníku nad Bečvou považuje lipnický minipivovar celkem 23 % dotázaných respondentů. Spíše je o společenské důležitosti lipnického minipivovaru přesvědčeno 2 % respondentů, zcela považuje První soukromý pivovar společenský s.r.o. za důležité společenské místo 21 % respondentů.

Tabulka 14: Vnímání lipnického minipivovaru jako důležitého společenského místa v obci

Minipivovar jako důležité společenské místo	Počet	Procentuálně
Rozhodně považují	31	21 %
Spíše považují	3	2 %
Neví	53	35,8 %
Spíše nepovažují	54	36,5 %
Rozhodně nepovažují	7	4,7 %
Celkem	148	100 %

Respondenti, kteří vnímají První soukromý pivovar společenský s.r.o. za důležité společenské místo v Lipníku nad Bečvou, měli v dotazníku uvést důvod tohoto postoje. Tento důvod uvedlo všech 34 respondentů, kteří vnímají lipnický minipivovar za důležité společenské místo v obci.

Nejčtenějším faktorem, který byl v dotaznících respondenty zaznamenán v 29,4 % případů, bylo pivo. To bylo v dotaznících zmiňováno zejména v kontextu výrobním (příjemná změna oproti velkým průmyslovým pivovarům, specifická chuť apod.). Příjemné a klidné prostředí v kombinaci s historickým interiérem uvedlo jako hlavní důvod vnímání 20,6 % respondentů. Jako ideální místo pro posezení a trávení volného času s přáteli považuje lipnický minipivovar 14,7 % respondentů.

Za veřejně známý symbol Lipníka nad Bečvou považuje lipnický minipivovar 8,8 % respondentů. Stejný podíl respondentů, 8,8 %, považuje První soukromý pivovar společenský s.r.o. za kulturní dědictví Lipníka nad Bečvou a jsou hrdí na odkaz k pivovaru, jenž sídlil v tomto městě na přelomu 19. a 20. století. V dotaznících bylo rovněž zaznamenáno, že 5,9 % považuje lipnický minipivovar za velmi vhodné místo pro pořádání rodinných a soukromých oslav a akcí.

Tabulka 15: Důvody, proč respondenti vnímají lipnický minipivovar jako důležité společenské místo v obci

Faktor	Počet	Procentuálně
Pivo	10	29,4 %
Prostředí, interiér	7	20,6 %
Posezení s přáteli	5	14,7 %
Jídlo	4	11,8 %
Symbol Lipníka nad Bečvou	3	8,8 %
Kulturní dědictví	3	8,8 %
Pořádání oslav a akcí	2	5,9 %
Celkem	34	100 %

4.1.2 Osecký minipivovar: postoj místní komunity

4.1.2.1 Minipivovar HELF: Počet dotazníků, množství respondentů, návratnost

Během období 1. 2. 2019 až 22. 2. 2019 bylo pro účely výzkumu vztahujícímu se k oseckému minipivovaru připraveno celkem 90 dotazníků. Z tohoto celkového počtu respondenti v Oseku nad Bečvou vyplnili 81,1 % dotazníků (respektive 73).

Během mých pěti návštěv restauračních zařízení a veřejných míst v Oseku nad Bečvou bylo vyplněno 89 % (65 dotazníků). Zbýlých 11 % (8 dotazníků) vyplnili respondenti přímo v minipivovaru HELF v době mé nepřítomnosti.

Tabulka 16: Počet dotazníků v Oseku nad Bečvou

Dotazníky	Počet	Procentuálně z celku
Celkem vyplněných	73	81,1 %
Osobní sběr	65	72,2 %
Vyplněných v nepřítomnosti tazatele	8	8,9 %
Nevyplněných v nepřítomnosti tazatele	17	18,9 %
Celkem v oběhu	90	100 %

V prodejně minipivovaru HELF jsem během výzkumu zanechal 25 dotazníků pro možnou spolupráci potenciálních respondentů v době mé nepřítomnosti. Z těchto volně ponechaných standardizovaných dotazníků náhodní respondenti vyplnili 8, návratnost tedy činila 32 %. Zbýlých 68 % (17 dotazníků) zůstalo nevyplněno.

Tabulka 17: Návratnost odložených dotazníků v Oseku nad Bečvou

Odložené dotazníky	Počet	Procentuálně
Vyplněných	8	32 %
Nevyplněných	17	68 %
Celkem	25	100 %

4.1.2.2 Povědomí o oseckém minipivovaru

Dle analyzovaných dotazníků, které se vztahovaly k oseckému minipivovaru, má 76,7 % místní komunity povědomí o zde působícím minipivovaru HELF. Zbýlých 23,3 % členů místní komunity o oseckém minipivovaru nemá alespoň minimální povědomí. Jelikož má o minipivovaru HELF povědomí více než třičtvrtě dotazovaných členů místní komunity, můžeme dle analyzovaných dat označit osecký minipivovar za známý v obci. Statisticky významný je ovšem také podíl těch členů, kteří o minipivovaru HELF povědomí nemají. Tento podíl dosáhl téměř čtvrtiny reprezentativního vzorku (respektive 23,3 %).

Tabulka 18: Povědomí o oseckém minipivovaru

Povědomí o minipivovaru	Počet	Procentuálně
Ano	56	76,7 %
Ne	17	23,3 %
Celkem	73	100 %

4.1.2.3 Návštěvnost oseckého minipivovaru

Značným znevýhodněním minipivovaru HELF je skutečnost, že vedle své prodejny neprovozuje oficiální restauraci, která by byla přístupná zákazníkům během neměnné otevírací doby. Tento faktor se tak pravděpodobně mohl promítnout u některých indikátorů této diplomové

práce, jelikož lipnický i novodvorský minipivovar oficiální restauraci provozují.

Nejvyšší podíl byl zaznamenán u respondentů, kteří navštěvují jiná restaurační zařízení v Oseku nad Bečvou, a to ve výši 43,8 %. Druhým nejčetnějším vzorkem, jež činil 34,2 % dotázaných, byli občasní návštěvníci minipivovaru HELF, kteří osecký minipivovar navštěvují maximálně třikrát měsíčně.

Pravidelní návštěvníci, jenž navštěvují minipivovar HELF třikrát a více měsíčně, tvoří 9,6 % z celku. Třetí nejvyšší četnost byla zaznamenána u těch členů osecké komunity, kteří nenavštěvují žádné restaurační zařízení v obci. Těchto respondentů bylo zaznamenáno 12,3 % (9 respondentů). Z těchto 9 respondentů jich 77,8 % (7 respondentů) u předchozí otázky uvedlo, že nemají povědomí o minipivovaru HELF.

Tabulka 19: Návštěvnost minipivovaru v Oseku nad Bečvou

Návštěvnost minipivovaru	Počet	Procentuálně
Pravidelní návštěvníci (3 více návštěv měsíčně)	7	9,6 %
Občasní návštěvníci (3 a méně návštěv měsíčně)	25	34,2 %
Návštěvníci jiných restauračních zařízení v obci	32	43,8 %
Nenavštěvující žádné restaurační zařízení v obci	9	12,4 %
Celkem	73	100 %

4.1.2.4 Postoj respondentů k oseckému minipivovaru

Dle analyzovaných dat můžeme označit spíše kladný postoj osecké komunity k minipivovaru HELF. Zcela nebo částečně kladný postoj byl zaznamenán u 46,6 %, velký počet responzí však byl uveden rovněž u zcela či částečně negativního postoje, a to ve výši 15 %. Více než čtvrtina dotázaných (respektive 38,4 % respondentů) nemá k oseckému minipivovaru vyhraněný postoj, a uvedlo neutrální možnost. I když má většina osecké komunity zcela

či částečně kladný postoj k místnímu minipivovaru, jiné části této komunity uvedly ve velkém počtu zejména neutrální postoj.

Jak již bylo uvedeno, nejvyšší podíl, jenž činil 38,4 %, uvedli dotázaní respondenti u neutrálního postoje k oseckému minipivovaru. Následné nejčtenější responze však byly zaznamenány u kladných postojů osecké komunity. Spíše kladný postoj má k minipivovaru HELF 27,4 % místní komunity, což byl druhý nejpočetnější vzorek v kontextu postojů k oseckému minipivovaru.

Třetí nejčtenější vzorek, čítající 19,2 %, uvedly respondenti s jednoznačně kladným postojem k minipivovaru HELF. Spíše negativní postoj byl zaznamenán u 12,3 % respondentů, pouhých 2,7 % členů osecké komunity uvedlo rozhodně negativní postoj minipivovaru HELF.

Tabulka 20: Postoj respondentů k oseckému minipivovaru

Postoj respondentů	Počet	Procentuálně
Rozhodně kladný	14	19,2 %
Spíše kladný	20	27,4 %
Neutrální	28	38,4 %
Spíše negativní	9	12,3 %
Rozhodně negativní	2	2,7 %
Celkem	73	100 %

4.1.2.5 Hodnocení faktorů oseckého minipivovaru

Otázka: Jak byste ohodnotil/a ceny nabízených produktů v oseckém minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Pomineme-li možnost N, tak dle analyzovaných dat jednoznačně převažuje vysoké ohodnocení cen nabízených produktů. Komunita v Oseku nad Bečvou tedy pozitivně hodnotí ceny produktů v minipivovaru HELF.

Skutečnost, že 23,3 % osecké komunity nemá povědomí o minipivovaru HELF, pravděpodobně ovlivnila hodnocení šesti níže zmíněných faktorů. Vyjma faktoru lokality a dosažitelnosti od bydliště byla vždy na sedmistupňové hodnotící škále zaznamenána nejvyšší četnost u možnosti N, tedy u těch respondentů, kteří na daný faktor nemají názor nebo nechtěli odpovídat. Jednalo se zejména o již zmíněné respondenty bez povědomí o oseckém minipivovaru. Nejvyšší podíl hodnocení N však dosáhl u jednotlivých faktorů maximálně 35,6 %, můžeme tedy dle zbylých analyzovaných dat hovořit o relevantních a reprezentativních závěrech.

Nejvyšší podíl u hodnocení cen nabízených produktů v minipivovaru HELF byl zaznamenán u 31,5 % respondentů, kteří nemají na tento faktor názor nebo jej odmítli uvést. Dvě nejvyšší možná ohodnocení, čísla 6 a 7, uvedlo 39,8 % dotázaných respondentů. Nejnižší možná ohodnocení, čísla 1 a 2, uvedlo pouze 1,4 % dotázaných, respektive 1 respondent.

Tabulka 21: Osecký minipivovar: ceny nabízených produktů

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	1	0	8	3	9	18	11	23
Procentuálně	1,4 %	0 %	11 %	4,1 %	12,3 %	24,7 %	15,1 %	31,5 %

Otázka: Jak byste ohodnotil nabídku, značku a druh piva v oseckém minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

V kontextu respondentů, kteří na nabídku, značku a druhy piv v minipivovaru HELF uvedli svůj názor, převažuje u místní komunity vysoké hodnocení.

Nejpočetnějším vzorkem se stali opět respondenti, kteří u daného faktoru uvedli možnost N. Na nabídku, značku a druh piva nemá nebo nechce uvést svůj názor 35,6 % dotázaných respondentů. Dvě nejvyšší možná ohodnocení, čísla 6 a 7, byla zaznamenána u 34,3 % dotázaných respondentů. Druhý nejvyšší podíl však tvoří respondenti, kteří tento faktor ohodnotili nejvyšším ohodnocením 7. Třetí nejpočetnější skupina byla zaznamenána u hodnocení číslo 5, které uvedlo 11 % respondentů.

Nabídku, značku a druh piva minipivovaru HELF ohodnotil jedním z dvou nejnižších hodnocení pouze jeden respondent (procentuálně 1,4 %). Jednalo se o téhož respondenta, který zvolil nejnižší možné hodnocení také u ceny nabízených produktů.

Tabulka 22: Osecký minipivovar: nabídka, značka a druh piva

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	0	1	8	5	8	7	18	26
Procentuálně	0 %	1,4 %	11 %	6,8 %	11 %	9,6 %	24,7 %	35,6 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a lokalitu (dosažitelnost od bydliště) oseckého minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Z analyzovaných dat je patrné, že komunita v Oseku nad Bečvou kladně hodnotí lokalitu a dosažitelnost minipivovaru HELF od jejich bydliště.

Lokalita minipivovaru HELF a jeho dosažitelnost od bydliště respondentů byla jediným faktorem, u kterého nebyl zaznamenán nejvyšší podíl u možnosti N. Dle analýzy jednotlivých odpovědí je patrné, že lokalitu

minipivovaru HELF registruje také značná část respondentů, kteří v jedné z předchozích otázek uvedli, že nemají o tomto minipivovaru povědomí. Ze 17 respondentů, kteří nemají o oseckém minipivovaru povědomí, jich pouze 64,7 % (11 respondentů) uvedlo, že nechtějí hodnotit nebo nemají názor na lokalitu a dosažitelnost minipivovaru HELF. Dalších 35,3 % dotázaných (6 respondentů) však zná místo polohy minipivovaru v Oseku nad Bečvou, ale nemá o minipivovaru HELF jiné povědomí či informace, a ani je pravděpodobně nijak nevyhledává

Dva nejvyšší podíly tvořila u hodnocení lokality oseckého minipivovaru čísla 6 a 7, které uvedlo 54,8 % dotázaných respondentů. Třetí nejvyšší četnost byla zaznamenána u respondentů, kteří nechtějí uvést nebo nemají názor na lokalitu a dosažitelnost minipivovaru HELF. Tito respondenti tvořili podíl ve výši 20,5 %.

Druhé nejnižší ohodnocení, číslo 2, uvedl pouze jeden respondent (1,4 %), který jedno z dvou nejnižších ohodnocení uvedl i u předchozích faktorů. Číslo 1 jako nejnižší ohodnocení neuvedl žádný respondent.

Tabulka 23: Osecký minipivovar: lokalita (dosažitelnost od bydliště)

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	0	1	2	4	11	23	17	15
Procentuálně	0 %	1,4 %	2,7 %	5,5 %	15,1 %	31,5 %	23,3 %	20,5 %

Jak byste ohodnotil/a interiér a prostředí oseckého minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

I přes částečně indiferentní hodnocení tohoto faktoru převažuje u osecké komunity kladné hodnocení interiéru a prostředí minipivovaru HELF.

Nejvyšší podíl u hodnocení interiéru a prostředí minipivovaru HELF, jenž dosáhl 30,1 %, byl opět zaznamenán u respondentů, kteří nechtěli tento faktor ohodnotit nebo na něj nemají názor. Druhý nejpočetnější vzorek tvoří respondenti, kteří interiér a prostředí oseckého minipivovaru ohodnotilo číslem 6. Celkem bylo u dvou nejvyšších hodnocení, čísel 6 a 7, zaznamenáno 30,1 % dotázaných. Hodnocení číslo 5 uvedlo 16,4 % respondentů, což byl třetí nejvyšší podíl u hodnocení tohoto faktoru.

Pouhých 2,8 % (2 respondenti) bylo zaznamenáno u těch členů místní komunity, kteří uvedli jedno ze dvou nejnižších možných ohodnocení interiéru a prostředí oseckého minipivovaru. Číslo 1 a 2 uvedl u hodnocení shodně jeden respondent (procentuálně 1,4 % z celku).

Tabulka 24: Osecký minipivovar: interiér a prostředí

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	1	1	6	9	12	16	6	22
Procentuálně	1,4 %	1,4 %	8,2 %	12,3 %	16,4 %	21,9 %	8,2 %	30,1 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a obvyklou klientelu oseckého minipivovaru?

1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Pokud pomineme respondenty, kteří hodnocení obvyklé klientely neuvedly, převažuje u tohoto faktoru indiferentní až kladné hodnocení komunity v Oseku nad Bečvou.

Obvyklou klientelu minipivovaru HELF odmítlo ohodnotit nebo na ni nemá názor 35,6 % dotázaných respondentů. Jednalo se o nejvyšší podíl u hodnocení tohoto faktoru. Druhý největší vzorek tvoří respondenti, kteří ohodnotili obvyklou klientelu oseckého minipivovaru číslem 5. Těchto

respondentů bylo zaznamenáno 17,8 %. Třetí nejvyšší podíl tohoto faktoru uvedli respondenti v 12,3 % z celkového vzorku, a to u ohodnocení čísla 4.

Nejvyšší možná ohodnocení, čísla 6 a 7, udělilo obvyklé klientele minipivovaru HELF dohromady 20,6 % dotázaných respondentů. Naopak 5,5 % ohodnotilo obvyklou klientelu dvěma nejnižšími ohodnoceními.

Tabulka 25: Osecký minipivovar: obvyklá klientela

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	1	3	6	9	13	8	7	26
Procentuálně	1,4 %	4,1 %	8,2 %	12,3 %	17,8 %	11 %	9,6 %	35,6 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a provozovatele oseckého minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Dle analyzovaných dat u respondentů, kteří neuvedli při hodnocení provozovatelů minipivovaru HELF možnost N, převažuje kladné hodnocení osecké komunity.

Stejně jako u hodnocení provozovatelů Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. v Lipníku nad Bečvou, i u dotazníků vztahujícím se k minipivovaru HELF tvoří největší skupinu respondenti, kteří na provozovatele nemají názor nebo je nechtějí hodnotit. Těchto respondentů bylo zaznamenáno 31,5 % z celkového vzorku.

Druhý nejvyšší podíl byl zaznamenán u respondentů, kteří ohodnotili provozovatele minipivovaru HELF hodnocením číslo 6. Třetí nejvyšší četnost uvedli respondenti u nejvyššího hodnocení sedmistupňové škály. Dohromady hodnocení číslo 6 a 7 udělilo 36,9 % dotázaných respondentů. Nejnižší možná ohodnocení, čísla 1 a 2, deklarovalo 8,3 % členů místní komunity.

Tabulka 26: Osecký minipivovar: provozovatel/é

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	2	4	4	10	3	15	12	23
Procentuálně	2,7 %	5,5 %	5,5 %	13,7 %	4,1 %	20,5 %	16,4 %	31,5 %

4.1.2.6 Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou

V otázce postoje k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou převládá u místní komunity pozitivní postoj. Nejvyšší podíl byl zaznamenán u částečně kladného postoje. Dle analyzovaných dat z dotazníků vztahujících se k oseckému minipivovaru uvedlo 35,6 % respondentů spíše kladný postoj k ostatním restauračním zařízením v obci.

Druhým nejčetnějším vzorkem, jenž dosahoval 23,3 % z celkového počtu, byli respondenti se zcela kladným postojem k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou. Celých 19,2 % respondentů uvedlo neutrální postoj k ostatním restauračním zařízením v obci. Spíše negativní postoj k ostatním restauračním zařízením byl zaznamenán u 20,5 % respondentů, což byl třetí nejvyšší podíl v kontextu této otázky.

Zcela negativní postoj uvedlo 1,4 % místní komunity (1 respondent). Z 11 respondentů, kteří u jedné z předchozích otázek deklarovali částečně nebo jednoznačně negativní postoj k minipivovaru HELF, jich 45,5 % (5 respondentů) uvedlo rozhodně nebo částečně kladný postoj k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou. Nedá se tak konstatovat, že by tak negativně hodnotili minipivovar HELF výhradně pravidelní a dlouhodobí zákazníci jiných restauračních zařízení v obci.

Tabulka 27: Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou

Postoj respondentů	Počet	Procentuálně
Rozhodně kladný	17	23,3 %
Spíše kladný	26	35,6 %
Neutrální	14	19,2 %
Spíše negativní	15	20,5 %
Rozhodně negativní	1	1,4 %
Celkem	73	100 %

4.1.2.7 Setkávání respondentů s ostatními členy osecké komunity

Absence oficiální a pravidelně otevírané restaurace minipivovaru HELF zřejmě ovlivnila otázku týkající se setkávání respondentů so ostatními členy osecké komunity. Nejvyšší četnost u kategorie analyzující interakce členů místní komunity byla zaznamenána u respondentů, kteří se setkávají s ostatními členy komunity v ostatních restauračních zařízeních v Oseku nad Bečvou. Tuto skutečnost ve standardizovaných dotaznících uvedlo 45,2 % respondentů.

Druhý nejpočetnější vzorek, jenž dosahuje 27,4 %, tvoří ti respondenti, kteří se náhodně setkávají s ostatními členy komunity v minipivovaru HELF. Třetí nejvyšší podíl, 13,7 % (10 respondentů) byl zaznamenán u těch členů komunit, kteří se s nikým nepotkávají v žádném restauračním zařízení v Oseku nad Bečvou. Z těchto 10 respondentů jich 80 % (8 respondentů) u jedné z předchozích otázek uvedlo, že nenavštěvují žádné restaurační zařízení v Oseku nad Bečvou.

Návštěvníci, kteří osecký minipivovar navštěvují, ale s nikým z místní komunity se zde nesetkávají, tvoří 9,6 % z celku. Pouhých 4,1 % respondentů se setkává s ostatními členy osecké komunity v minipivovaru

HELFF cíleně. Z analyzovaných dat vyplývá, že se členové komunity navzájem setkávají zejména v ostatních restauračních zařízeních v Oseku nad Bečvou. Pokud navštíví minipivovar HELFF, tak se setkávají s ostatními členy komunity ve velké většině případů náhodně.

Tabulka 28. Setkávání respondentů v oseckém minipivovaru

Interakce respondentů v minipivovaru	Počet	Procentuálně
Setkávají se s ostatními členy komunity cíleně	3	4,1 %
Setkávají se s ostatními členy komunity náhodně	20	27,4 %
Navštěvují, ale s nikým z komunity se zde nesetkávají	7	9,6 %
Setkávají se s ostatními v jiných restauračních zařízeních	33	45,2 %
Nesetkávají se s nikým v žádném restauračním zařízení	10	13,7 %
Celkem	73	100 %

4.1.2.8 Vnímání oseckého minipivovaru jako společenského místa v obci

Dle analyzovaných dat místní komunita ve většinové míře nepovažuje minipivovar HELFF za důležité společenské místo v Oseku nad Bečvou. Nejvyšší četnost, procentuálně 31,5 % dotázaných, byla zaznamenána u respondentů, kteří neví, zda považovat osecký minipivovar za důležité společenské místo v obci.

Druhý nejvyšší podíl respondentů, jenž dosáhl 30,2 %, minipivovar HELFF za důležité společenské místo v obci spíše nepovažuje. Rozdílem mezi těmito vzorky byla pouhá jedna odpověď. Za společenské místo v obci osecký minipivovar považuje 16,4 % místní komunity, což byl třetí nejvyšší podíl u této otázky.

Podobně početné vzorky byly zaznamenány na opačných pólech tohoto indikátoru. Za důležité společenské místo v Oseku nad Bečvou rozhodně považuje minipivovar HELFF 12,3 % (9 respondentů), naopak zcela jasně je o

jeho společenské nedůležitosti přesvědčeno 9,6 % dotázaných (7 respondentů).

Z 29 respondentů, kteří částečně nebo rozhodně nepovažují osecký minipivovar za důležité společenské místo, jich 93,1 % (27 respondentů) u předchozích otázek uvedlo, že navštěvují jiné restaurační zařízení v obci a setkávají se zde s ostatními členy místní komunity.

Tabulka 29: Vnímání oseckého minipivovaru jako důležitého společenského místa v obci

Minipivovar jako důležité společenské místo	Počet	Procentuálně
Rozhodně považují	9	12,3 %
Spíše považují	12	16,4 %
Neví	23	31,5 %
Spíše nepovažují	22	30,2 %
Rozhodně nepovažují	7	9,6 %
Celkem	73	100 %

Podobně jako u dotazníků zabývajících se lipnickým minipivovarem měli respondenti, kteří vnímají minipivovar HEL za důležité společenské místo v Oseku nad Bečvou, uvést rovněž důvod tohoto postoje. Tento důvod uvedlo 90,5 % (19 respondentů) z 21 dotázaných, kteří vnímají osecký minipivovar za důležité společenské místo v obci.

Nejčtenějším důvodem, kvůli kterému oslovení respondenti částečně či zcela považují minipivovar HELF za důležité společenské místo v Oseku nad Bečvou, je ve 28,5 % případů pivo. Respondenti v dotaznících popisovali pivo jako důležitý společenský faktor. Pivo bylo nejčtenějším důvodem společenského vnímání také u První společenského pivovaru soukromého s.r.o. v Lipníku nad Bečvou.

Druhá nejvyšší četnost byla zaznamenána hned u tří faktorů: lokální výroba minipivovaru HELF (podpora místního turismu), pořádání oslav či společenských akcí a setkávání s přáteli. Tyto důvody uvedlo shodně 19,1 % dotázaných (4 respondenti). Posledním zaznamenaným důvodem byla potřeba konkurence k dřívějším restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou, kterou uvedl 1 respondent (podíl 4,7 %). Zbýlých 9,5 % respondentů své důvody, díky kterým považují HELF za důležité společenské místo v obci, neuvedlo.

Tabulka 30: Důvody, proč považují respondenti osecký minipivovar za důležité místo v obci

Faktor	Počet	Procentuálně
Pivo	6	28,5 %
Lokální výroba (turistické místo)	4	19,1 %
Oslavy a akce	4	19,1 %
Setkávání s přáteli	4	19,1 %
Potřeba konkurence	1	4,7 %
Neuvedeno	2	9,5 %
Celkem	21	100 %

4.1.3 Novodvorský minipivovar: postoj místní komunity

4.1.3.1 Novodvorský pivovar: Počet dotazníků, množství respondentů, návratnost

Během období 1. 2. 2019 až 22. 2. 2019 bylo pro účely výzkumu vztahujícímu se k novodvorskému minipivovaru připraveno celkem 65 dotazníků. Z tohoto celkového počtu dotazníků respondenti v Nových Dvorech vyplnili 80 % dotazníků (respektive 52).

Během mých pěti návštěv restauračních zařízení a veřejných míst v Nových Dvorech bylo vyplněno 61,5 % (40 dotazníků) Necelých 19 % (12 dotazníků)

vyplnili respondenti přímo v Novodvorském pivovaru v době mé nepřítomnosti.

Tabulka 31: Počet dotazníků v Nových Dvorech

Dotazníky	Počet	Procentuálně z celku
Celkem vyplněných	52	80 %
Osobní sběr	40	61,5 %
Vyplněných v nepřítomnosti tazatele	12	18,5 %
Ne vyplněných v nepřítomnosti tazatele	13	20 %
Celkem v oběhu	65	100 %

V restauraci Novodvorského pivovaru jsem během výzkumu zanechal 25 dotazníků pro možnou spolupráci potenciálních respondentů v době mé nepřítomnosti. Z těchto volně ponechaných standardizovaných dotazníků náhodní respondenti vyplnili 12, návratnost tedy činila 48 %. Zbylých 52 % (13 dotazníků) zůstalo nevyplněno.

Tabulka 32: Návratnost odložených dotazníků v Nových Dvorech

Odložené dotazníky	Počet	Procentuálně
Vyplněných	12	48 %
Ne vyplněných	13	52 %
Celkem	25	100 %

4.1.3.2 Povědomí o novodvorském minipivovaru

Kategorie týkající se povědomí novodvorské komunity o Novodvorském pivovaru dle analyzovaných dat vyznívá naprosto jednoznačně. Všechny 100 % respondentů ve standardizovaných dotaznicích uvedlo, že mají povědomí o novodvorském minipivovaru. Novodvorský pivovar tak můžeme kategoricky označit za velice známý a populární u místní obecní komunity.

Tabulka 33: Povědomí o novodvorském minipivovaru

Povědomí o minipivovaru	Počet	Procentuálně
Ano	52	100 %
Ne	0	0 %
Celkem	52	100 %

4.1.3.3 Návštěvnost novodvorského minipivovaru

Z celkového počtu 52 respondentů, kteří vyplnili standardizované dotazníky vztahující se k novodvorskému minipivovaru a uvedli svou příslušnost k místní obecní komunitě, jsou nejčetnějším vzorkem občasní návštěvníci, jenž Novodvorský pivovar navštěvují maximálně třikrát měsíčně.

Tito občasní návštěvníci tvoří téměř 60 % z celkového vzorku. Druhou nejčetnější skupinu tvoří pravidelní návštěvníci, kteří navštěvují novodvorský minipivovar více než třikrát měsíčně. U této skupiny bylo zaznamenáno 30,8 % respondentů.

Dle očekávání nebyla zaznamenána žádná responze u těch členů místní komunity, kteří dávají v Nových Dvorech přednost jiným restauračním zařízením. Tento výsledek analýzy jen potvrdil skutečnost, že se v Nových Dvorech vyjma novodvorského minipivovaru žádné restaurační zařízení nenachází. Žádné restaurační zařízení v obci, respektive pouze novodvorský minipivovar, vůbec nenavštěvuje 9,6 % místní komunity.

Tabulka 34: Návštěvnost minipivovaru v Nových Dvorech

Návštěvnost minipivovaru	Počet	Procentuálně
Pravidelní návštěvníci (3 více návštěv měsíčně)	16	30,8 %
Občasní návštěvníci (3 a méně návštěv měsíčně)	31	59,6 %
Návštěvníci jiných restauračních zařízení v obci	0	0 %
Nenavštěvující žádné restaurační zařízení v obci	5	9,6 %
Celkem	52	100 %

4.1.3.4 Postoj respondentů k novodvorskému minipivovaru

Velmi jednoznačně deklarovali respondenti svůj osobní postoj k Novodvorskému pivovaru. Značná většina byla zaznamenána u jednoznačně kladného postoje, který uvedlo 65,4 % dotázaných respondentů. Spíše kladný postoj k novodvorskému minipivovaru má dalších 17,3 % místní komunity.

Stejný podíl, 17,3 %, byl zaznamenán rovněž u neutrálního postoje místní komunity k Novodvorskému pivovaru. Z tohoto vzorku (9 respondentů) jich 55,6 % (5 respondentů) v jedné z předchozích otázek uvedlo, že nenavštěvují žádné restaurační zařízení, potažmo minipivovar nacházející se v Nových Dvorech.

Částečný ani zcela negativní postoj k novodvorskému minipivovaru neuvedl ani jeden respondent. Postoj místní komunity k Novodvorskému pivovaru je dle analyzovaných dat jednoznačně kladný.

Tabulka 35: Postoj respondentů k novodvorskému minipivovaru

Postoj respondentů	Počet	Procentuálně
Rozhodně kladný	34	65,4 %
Spíše kladný	9	17,3 %
Neutrální	9	17,3 %
Spíše negativní	0	0 %
Rozhodně negativní	0	0 %
Celkem	52	100 %

4.1.3.5 Hodnocení faktorů novodvorského minipivovaru

Otázka: Jak byste ohodnotil/a ceny nápojů a jídel v novodvorském minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Z analyzovaných dat je patrné, že místní komunita hodnotí ceny nápojů a jídel v Novodvorském pivovaru velmi pozitivně.

Nevyšší četnost u cen nápojů a jídel byla na sedmistupňové hodnotící škále zaznamenána u hodnocení čísel 6 a 7, tedy u nejvyšších možných ohodnocení. Ta dohromady uvedla 63,4 % dotázaných respondentů. Třetí nejvyšší podíl byl zaznamenán u hodnocení číslo 5, a to 15,4 %.

Nejnižší ohodnocení, políčka 1 a 2, uvedlo pouze 1,9 % (1 respondent) z celkového vzorku. Na ceny nápojů a jídel nechtělo odpovídat nebo nemělo názor 13,5 % respondentů.

Tabulka 36: Novodvorský minipivovar: ceny nápojů a jídel

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	0	1	0	3	8	18	15	7
Procentuálně	0 %	1,9 %	0 %	5,8 %	15,4 %	34,6 %	28,8 %	13,5 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a nabídku, značku a druh piva v novodvorském minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Nabídka, značka a druh piva v sortimentu novodvorského minipivovaru byl u místní komunity jednoznačně pozitivně hodnocený faktor. Tři nejvyšší podíly byly zaznamenány u třech nejvyšších hodnocení – políček 5, 6 a 7. Dvě nejvyšší četnosti byli zaznamenány u čísel 6 a 7, dohromady tento podíl tvořil 67,3 % místní komunity. Třetím nejvyšším podílem bylo hodnocení 5, u kterého bylo zaznamenáno 15,4 % hodnotících respondentů.

U dvou nejnižších hodnocení (políčka 1 a 2) byla zaznamenána pouze jedna responze, což činí podíl 1,9 % z celkového vzorku. Hodnocení číslo 1 uvedl tentýž respondent, který předchozí faktor, ceny nápojů a jídel, ohodnotil rovněž nízkým číslem 2. Na faktor nabídky, značky a druhu piva nemělo názor nebo nechtělo odpovídat 7,7 % respondentů.

Tabulka 37: Novodvorský minipivovar: nabídka, značka, druh piva

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	1	0	0	4	8	10	25	4
Procentuálně	1,9 %	0 %	0 %	7,7 %	15,4 %	19,2 %	48,1 %	7,7 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a lokalitu (dosažitelnost od bydliště) novodvorského minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Lokalitu minipivovaru a jeho dosažitelnost od bydliště dle analyzovaných dat hodnotí místní komunita v Nových Dvorech velmi pozitivně.

Nejvyšší četnost z dostupných políček na sedmistupňové hodnotící škále byla zaznamenána u nejvyššího hodnocení číslo 7, a to v 40,4 % případů. V součtu s respondenty, kteří uvedli hodnocení číslo 6, ohodnotilo lokalitu a dosažitelnost od bydliště dvěma nejvyššími ohodnoceními celkem 61,6 % novodvorské komunity. Druhým nejpočetnějším vzorkem bylo ohodnocení číslo 5, u kterého bylo zaznamenáno 26,4 % odpovědí.

Políčka 1 a 2 jako nejnižší možné ohodnocení uvedlo opět pouze 1,9 % dotázaných (1 responze), jednalo se o téhož respondenta, který uvedl tato nízká ohodnocení také u faktorů cen nápojů a jídel a nabídky či značky piva. Pouhých 3,8 % respondentů na dosažitelnost a lokalitu novodvorského minipivovaru nemělo názor nebo nechtělo odpovědět.

Tabulka 38: Lokalita (dosažitelnost od bydliště)

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	0	1	2	2	13	11	21	2
Procentuálně	0 %	1,9 %	3,8 %	3,8 %	25 %	21,2 %	40,4 %	3,8 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a interiér a prostředí novodvorského minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

V otázce prostředí a interiéru novodvorského minipivovaru převažuje významným statistickým rozdílem pozitivní hodnocení novodvorské komunity. Dvě nejvyšší ohodnocení, tedy čísla 6 a 7, uvedlo dohromady 59,6 % dotázaných respondentů. Nejvyšší četnost byla zaznamenána u nejvyššího hodnocení s číslem 7, které uvedlo 44,2 % členů místní komunity. Čísla 5 a 6 ohodnotilo prostředí a interiér Novodvorského pivovaru shodně 15,4 % respondentů, což byl druhý nejvyšší podíl shodně zaznamenaný u dvou stupňů hodnocení.

Nejnižší hodnocení, číslo 1, neuvedl žádný respondent. U čísla 2 byl zaznamenán podíl 3,8 % (2 respondenti). Na interiér a prostředí novodvorského minipivovaru nemá názor nebo nechtělo odpovědět 11,5 %, což byl třetí nejvyšší podíl v kontextu tohoto faktoru. Oproti předchozím faktorům Novodvorského pivovaru se tak jedná o značný nárůst těch respondentů, kteří odmítli hodnotit na přítomné sedmistupňové hodnotící škále.

Tabulka 39: Novodvorský minipivovar: interiér a prostředí

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	0	2	2	3	8	8	23	6
Procentuálně	0 %	3,8 %	3,8 %	5,8 %	15,4 %	15,4 %	44,2 %	11,5 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a obvyklou klientelu novodvorského minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Vnímání obvyklé zákaznické klientely Novodvorského pivovaru optikou místní komunity můžeme dle analyzovaných dat označit za pozitivní. Nejvyšší ohodnocení, číslo 7, uvedlo 30,8 % respondentů, což byl nejvyšší podíl u hodnocení obvyklé klientely novodvorského minipivovaru. Druhé nejčetnější ohodnocení bylo zaznamenáno u čísla 6, a to 23,1 % respondentů. Dvě nejvyšší možná ohodnocení, čísla 6 a 7, tak uvedlo většinových 53,9 % dotázaných respondentů.

Třetí největší vzorek, 19,2 % z celku, tvoří respondenti, kteří nechtěli daný faktor hodnotit nebo na něj nemají názor. Políčko 2 jako druhé nejnižší možné ohodnocení uvedlo 3,8 % respondentů (2 respondenti). U nejnižšího ohodnocení, čísla 1, nebyla zaznamenána žádná responze.

Tabulka 40: Novodvorský minipivovar: obvyklá klientela

	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	0	2	1	5	6	12	16	10
Procentuálně	0 %	3,8 %	1,9 %	9,6 %	11,5 %	23,1 %	30,8 %	19,2 %

Otázka: Jak byste ohodnotil/a provozovatele novodvorského minipivovaru? 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemá respondent názor nebo nechce odpovídat.

Statisticky zcela jednoznačně deklarovali členové novodvorské komunity svůj postoj k provozovatelům Novodvorského pivovaru. Nejvyšší ohodnocení, číslo 7, bylo zaznamenáno u 73,1 % dotázaných respondentů, což byl výrazně nejvyšší podíl u hodnocení provozovatelů Novodvorského pivovaru. Nejvyšší možná ohodnocení, tedy čísla 6 a 7, uvedlo dohromady 82,7 % místní komunity. Druhý největší vzorek, dosahující 11,5 %, tvořili respondenti, kteří na provozovatele Novodvorského pivovaru nemají názor nebo je nechtěli hodnotit.

Druhé nejnižší ohodnocení provozovatelů, číslo 2, uvedla necelá dvě procenta dotázaných, respektive 1 respondent. Nebyl zaznamenána žádná responze u nejnižšího hodnocení na sedmistupňové škále, tedy u čísla 1. Novodvorská komunita má dle analyzovaných dat jednoznačně kladný postoj k provozovatelům Novodvorského pivovaru.

Tabulka 41: Novodvorský minipivovar: provozovatel/é

Hodnocení	1	2	3	4	5	6	7	N
Počet	0	1	0	1	1	5	38	6
Procentuálně	0 %	1,9 %	0 %	1,9 %	1,9 %	9,6 %	73,1 %	11,5 %

4.1.3.6 Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Nových Dvorech

Otázka týkající se postoje novodvorské komunity k ostatním restauračním zařízením v obci byla ještě před dotazníkovým šetřením částečně zbavena relevantnosti, jelikož se v obci Nové Dvory žádné jiné restaurační zařízení nenachází. Pro účely unifikace standardizovaných dotazníků a následnou komparaci výsledků ze všech tří minipivovarů však byla otázka do dotazníku, jenž zkoumal novodvorskou komunitu, zakomponována. Dalším důvodem byla analýza, zda jsou si členové novodvorské komunity tohoto faktu vědomi.

Většinových 94,2 % dotázaných respondentů zcela dle předpokladů uvedlo, že se v Nových Dvorech žádné další restaurační zařízení nenachází. Pravděpodobně méně informovaní členové místní komunity uvedlo i jiné odpovědi. Neurální postoj tak byl zaznamenán u necelých 4% komunity (2 respondenti), spíše negativní postoj uvedlo 1,9 % komunity (1 respondent). Tito tři respondenti u předchozích otázek uvedli, že nenavštěvují žádné restaurační zařízení v obci a u Novodvorského pivovaru deklarovali neutrální postoj.

Tabulka 42: Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Nových Dvorech

Postoj respondentů	Počet	Procentuálně
Rozhodně kladný	0	0 %
Spíše kladný	0	0 %
Neutrální	2	3,9 %
Spíše negativní	1	1,9 %
Rozhodně negativní	0	0 %
V obci se nenachází jiné restaurační zařízení	49	94,2 %
Celkem	52	100 %

4.1.3.7 Setkávání respondentů s ostatními členy novodvorské komunity

Nejvyšší četnost u kategorie analyzující interakce členů místní novodvorské komunity byla zaznamenána u respondentů, kteří se setkávají s ostatními členy místní komunity v Novodvorském pivovaru náhodně. Tuto skutečnost ve standardizovaných dotaznících uvedlo 34,6 % respondentů.

Druhý nejpočetnější vzorek, jenž dosahuje 30,8 %, tvoří ti respondenti, kteří se setkávají s ostatními členy komunity přímo v Novodvorském pivovaru, a to cíleně.

Návštěvníci, kteří novodvorský minipivovar navštěvují, ale s nikým z místní komunity se zde nese setkávají, tvoří 25 % z celku. Kvůli absenci konkurenčního restauračního zařízení v obci nebyla zaznamenána žádná responze u těch respondentů, kteří by se setkávali s ostatními členy místní komunity v jiném restauračním zařízení v Nových Dvorech.

Necelých 10 % tvoří členové místní komunity, kteří se nese setkávají s ostatními členy v žádném z restauračních zařízení v Nových Dvorech, respektive v novodvorském minipivovaru. Těchto 9,6 % tvoří 5 respondentů, kteří u jedné předchozí otázky v identickém počtu uvedli, že nenavštěvují žádné restaurační zařízení v obci a mají k Novodvorskému pivovaru neutrální postoj.

Tabulka 43: Setkávání respondentů v novodvorském minipivovaru

Interakce respondentů v minipivovaru	Počet	Procentuálně
Setkávají se s ostatními členy komunity cíleně	16	30,8 %
Setkávají se s ostatními členy komunity náhodně	18	34,6 %
Navštěvují, ale s nikým z komunity se zde nesetkávají	13	25 %
Setkávají se s ostatními v jiných restauračních zařízeních	0	0 %
Nesetkávají se s nikým v žádném restauračním zařízení	5	9,6 %
Celkem	52	100 %

4.1.3.8 Vnímání novodvorského minipivovaru jako společenského místa v obci

Dle analyzovaných dat místní komunita považuje Novodvorský pivovar za důležité společenské místo v Nových Dvorech. Rozhodně novodvorský minipivovar považuje za důležité společenské místo 57,7 % místní komunity, což byla kategorie s nejvyšší četností. Spíše považuje novodvorský minipivovar za důležité společenské místo Nových Dvorů necelá 4 % dotázaných.

Druhým nejpočetnějším vzorkem byli respondenti, kteří neví, zda Novodvorský pivovar považovat za důležité společenské místo v obci. Tuto možnost uvedlo 23 % respondentů. Zbýlých 15,4 % z celkového vzorku Novodvorský pivovar za důležité společenské místo v obci spíše nepovažuje. Nebyl zaznamenán žádný respondent, který by novodvorský pivovar za důležité společenské místo rozhodně nepovažoval.

Tabulka 44: Vnímání novodvorského minipivovaru jako důležitého společenského místa v obci

Minipivovar jako důležité společenské místo	Počet	Procentuálně
Rozhodně považují	30	57,7 %
Spíše považují	2	3,9 %
Neví	12	23 %
Spíše nepovažují	8	15,4 %
Rozhodně nepovažují	0	0 %
Celkem	52	100 %

Podobně jako u předchozích minipivovaru respondenti měli respondenti, kteří vnímají Novodvorský pivovar za důležité společenské místo v Nových Dvorech, uvést v dotazníku důvod tohoto postoje. Tento důvod uvedlo všech 32 respondentů, kteří vnímají novodvorský minipivovar za důležité společenské místo v obci.

Skutečnost, že v Nových Dvorech neexistuje restaurační zařízení, které by konkurovalo novodvorskému minipivovaru, značně ovlivnila vnímání Novodvorského pivovaru jako důležitého společenského místa v obci. Nejčtetnějším důvodem tohoto vnímání byla dle analyzovaných dat právě absence jiného restauračního zařízení v Nových Dvorech. Tento faktor uvedlo 40,6 % dotázaných respondentů. Druhý nejvyšší podíl, 28,1 %, byl zaznamenán u respondentů, kteří Novodvorským pivovar vyhledávají a považují ho za společensky důležitý kvůli pravidelnému posezení s přáteli.

Třetím nejuváděnějším důvodem bylo pivo, a to zejména v kontextu hrdosti místní komunity na lokální značku. Příjemné společenské prostředí a pěkný interiér uvedlo jako důvod 6,3 % dotázaných respondentů. Posledním zaznamenaným faktorem bylo pořádání herních turnajů ve společenských hrách, jež uvedlo 3,1 % (1 respondent).

Tabulka 45: Důvody, proč respondenti považují novodvorský minipivovar za důležité společenské místo v obci

Faktor	Počet	Procentuálně
Jediné restaurační zařízení v obci	13	40,6 %
Posezení s přáteli	9	28,1 %
Pivo	7	21,9 %
Prostředí, interiér	2	6,3 %
Herní turnaje	1	3,1 %
Celkem	32	100 %

4.2 Analýza postojů komunit a komparace výsledků

4.2.1 Postoje místních komunit k vybraným minipivovarům

V této diplomové práci byl zaznamenán kladný postoj u všech tří místních komunit k minipivovarům v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a Nových Dvorech.

4.2.1.1 Postoj komunity k Prvnímu soukromému pivovaru společenskému s.r.o.

K Prvnímu soukromému pivovaru společenskému s.r.o. převažuje u místní komunity v Lipníku nad Bečvou jednoznačně kladný postoj. Částečný či jednoznačně kladný postoj uvedlo téměř 64 % lipnické komunity. Vzorek respondentů s částečným či zcela kladným postojem tvořili z 94,7 % (89 responzí z 94) pravidelní a občasní návštěvníci lipnického minipivovaru.

Neutrální postoj však uvedla čtvrtina dotázaných (respektive 25,7 %). Jednalo se především o respondenty, kteří jsou občasnými návštěvníky (17 responzí, 44,7 % respondentů s neutrálním postojem) lipnického minipivovaru nebo dávají přednost jiným restauračním zařízením v obci (19 responzí, 50 % respondentů s neutrálním postojem).

Negativní postoj byl zaznamenán pouze u 11 % případů. Dle očekávání tvoří 68,8 % (11 responzí z 16 zaznamenaných) z nich návštěvníci jiných restauračních zařízení v Lipníku nad Bečvou.

Tabulka 46: Lipnický minipivovar: Vliv návštěvnosti minipivovaru na postoj respondentů

Postoj respondentů k minipivovaru	Návštěvnost respondentů				n _i
	Minipivovar pravidelně	Minipivovar občas	Jiné zařízení	Žádné zařízení	
Rozhodně kladný	14	35	2	-	51
Spíše kladný	2	38	2	1	43
Neutrální	-	17	19	2	38
Spíše negativní	-	2	11	1	14
Rozhodně negativní	-	-	2	-	2
n_j	16	92	36	4	148

4.2.1.2 Postoj komunity k minipivovaru HELF

Kladný postoj místní komunity byl i přes částečně ambivalentní výsledky zaznamenán u minipivovaru HELF, jenž sídlí v Oseku nad Bečvou.

Významných 46,6 % z celkového počtu dotázaných uvedlo, že má k minipivovaru HELF částečný nebo zcela kladný postoj. Negativní postoj byl zaznamenán v 15 % z celkového počtu.

Neutrálně vnímá minipivovar HELF 38,4 % osecké komunity, což způsobil zejména fakt, že téměř čtvrtina oslovených respondentů (respektive 23,3 %) nemá o minipivovaru v Oseku nad Bečvou bližší povědomí. Celkem 70,6 % (12 responzí ze 17) z dotázaných, kteří nemají o oseckém minipivovaru povědomí, uvedlo právě neutrální postoj.

Tabulka 47: Osecký minipivovar: Vliv povědomí na postoje k oseckému minipivovaru

Postoj respondentů k minipivovaru	Povědomí o minipivovaru		
	Ano	Ne	n _i
Rozhodně kladný	14	-	14
Spíše kladný	18	2	20
Neutrální	16	12	28
Spíše negativní	6	3	9
Rozhodně negativní	2	-	2
n_j	56	17	73

4.2.1.3 Postoj komunity k Novodvorskému pivovaru

Jednoznačně kladný postoj deklarovali členové místní komunity k minipivovaru v Nových Dvorech. Zcela či částečně kladný postoj byl zaznamenán u 82,7 % dotázaných respondentů. Neutrální postoj uvedlo 17,3 % dotázaných, u negativního postoje nebyla zaznamenána žádná responze. Postoj k Novodvorskému pivovaru pravděpodobně ovlivnit fakt, že se v obci Nové Dvory nenachází jiné restaurační zařízení.

4.2.2 Povědomí místních komunit o vybraných minipivovarech

Vysoké povědomí o těchto minipivovarech převažuje u komunit všech tří analyzovaných obcí. Lipnický minipivovar registruje 96,6 % místní komunity. O něco méně známý je minipivovar v Oseku nad Bečvou, o kterém má povědomí 76,7 % členů osecké komunity. Dokonce 100 % členů místní komunity má povědomí o minipivovaru v Nových Dvorech.

4.2.3 Místní komunity a jejich návštěvnost místních minipivovarů

Rozdílná situace byla zaznamenána u analyzovaných minipivovarů v kontextu návštěvnosti.

4.2.3.1 Návštěvnost Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o.

V Lipníku nad Bečvou pravidelně či občas navštěvuje První soukromý pivovar společenský s.r.o. 73 % respondentů. Téměř čtvrtina dotázaných (respektive 24,3 %) však dává přednost ostatním restauračním zařízením v obci.

4.2.3.2 Návštěvnost minipivovaru HELF

Do minipivovaru HELF chodí na občasně či pravidelné návštěvy 43,8 % respondentů, tedy méně než polovina dotázaných. Ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou však dává přednost rovněž identických 43,8 % dotázaných. Pokud hovoříme o návštěvnosti oseckého minipivovaru, můžeme hovořit o indiferentní situaci.

4.2.3.3 Návštěvnost Novodvorského pivovaru

Jednoznačné výsledky byly zaznamenány u návštěvnosti Novodvorského pivovaru, který pravidelně nebo občasně navštěvuje 90,4 % místní komunity. Svou nezpochybnitelnou roli hrál jistě i fakt, že se v Nových Dvorech jiné restaurační zařízení nenachází. Zbylých 9,6 % z celku nenavštěvuje žádné restaurační zařízení, respektive novodvorský minipivovar.

4.2.4 Názor místních komunit na obvyklou klientelu a provozovatele vybraných minipivovarů

Cílem této diplomové práce je rovněž analýza názorů místních komunit na obvyklou klientelu a provozovatele vybraných minipivovarů.

4.2.4.1 Názor na obvyklou klientelu lipnického minipivovaru

Dle analyzovaných dat hodnotí místní komunita obvyklou klientelu Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. i přes velkou diferenciaci na hodnotící škále spíše pozitivně.

Obvyklá klientela lipnického minipivovaru byla respondenty nejčastěji ohodnocena číslem 6, což znamená druhé nejvyšší ohodnocení. Co do

četnosti následovala hodnocení 4 a 5, a to v 14,9 %, respektive 12, 2 %. Obvyklou klientelu odmítlo i přes naprostou anonymitu dotazníku ohodnotit celých 29,1 % respondentů.

Z analyzovaných dat je patrné, že postoj respondentů k lipnickému minipivovaru má vliv na hodnocení obvyklé klientely. Čím pozitivnější postoj uvedli respondenti k Prvnímu soukromému pivovaru s.r.o., tím častěji ohodnotili klientelu vyšším ohodnocením. Dvě nejvyšší ohodnocení, čísla 6 a 7, uvedli u hodnocení obvyklé klientely respondenti se zcela nebo částečně kladným postojem k minipivovaru, a to dokonce ve 100 % zaznamenaných případů.

Tabulka 48: Lipnický minipivovar: závislost postoje na hodnocení obvyklé klientely

Hodnocení obvyklé klientely	Postoj respondentů k minipivovaru					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
1	-	-	-	1	1	2
2	-	1	3	4	1	9
3	2	2	4	4	-	12
4	4	10	7	1	-	22
5	6	7	4	1	-	18
6	16	9	-	-	-	25
7	15	2	-	.	-	17
N	8	12	20	3	-	43
n _j	51	43	38	14	2	148

4.2.4.2 Názor na provozovatele lipnického minipivovaru

Komunita v Lipníku nad Bečvou ohodnotila provozovatele místního minipivovaru pozitivně. Nejčetnějším hodnocením provozovatelů lipnického minipivovaru se stalo číslo 6, a to v 20,3 % případů. Čísla 6 a 7 byla jako

nejvyšší ohodnocení zaznamenána téměř u 40 % dotázaných. Podobně jako u hodnocení obvyklé klientely, i zde zvolilo mnoho nejvíce respondentů možnost N. Jejich podíl tvořil 23,6 % z celkového vzorku.

Rozložení hodnocení na sedmistupňové škále v závislosti na postoji respondentů opět potvrdilo skutečnost, že čím pozitivnější postoj k lipnickému minipivovaru, tím vyšší hodnocení deklarují respondenti u provozovatelů toho minipivovaru. Nejvyšší ohodnocení provozovatelů, čísla 6 a 7, uvedli v 83,1 % případů respondenti s částečným či zcela kladným postojem k Prvnímu soukromému pivovaru společenskému s.r.o.

Tabulka 49: Lipnický minipivovar: Závislost postoje na hodnocení provozovatelů

Hodnocení provozovatelů	Postoj respondentů k minipivovaru					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
1	1	1	-	1	-	3
2	-	1	1	1	1	4
3	1	3	3	1	-	8
4	5	4	2	4	1	16
5	7	8	7	1	-	23
6	12	9	7	2	-	30
7	20	8	1	-	-	29
N	5	9	17	4	-	35
n _j	51	43	38	14	2	148

4.2.4.3 Názor na obvyklou klientelu osekého minipivovaru

Dle sesbíraných a analyzovaných dat převládá u místní komunity indiferentní až mírně kladné ohodnocení obvyklé klientely minipivovaru HELF.

Obvyklou klientelu minipivovaru HELF odmítlo ohodnotit 35,6 % dotázaných respondentů. Z ostatních stupňů hodnotící škály byla nejčastěji zaznamenána možnost číslo 5, a to u 17,8 % respondentů. Druhý nejvyšší podíl, který činil 12,3 %, uvedli respondenti u středního hodnocení číslo 4. Číslem 7 ohodnotilo klientelu 9,6 % dotázaných.

I zde se je patrný vliv postoje na hodnocení obvyklé klientely, rozdílly však nejsou tak významné jako u lipnického minipivovaru. Nejčtenější a lehce nadprůměrné hodnocení na sedmistupňové škále, číslo 5, uvedli v 76,9 % případů respondenti se zcela či částečně kladným postojem k minipivovaru HELF.

Tabulka 50: Osecký minipivovar: Závislost postoje na hodnocení obvyklé klientely

Hodnocení obvyklé klientely	Postoj respondent k minipivovaru					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
1	-	-	-	-	1	1
2	-	1	1	1	-	3
3	-	-	5	1	-	6
4	-	3	4	2	-	9
5	4	6	2	1	-	13
6	1	5	2	-	-	8
7	6	1	-	.	-	7
N	3	4	14	4	1	26
n _j	14	20	28	9	2	73

4.2.4.4 Názor na provozovatele oseckého minipivovaru

I přes velký rozptyl hodnocení u jednotlivých respondentů převažuje kladné hodnocení provozovatelů minipivovaru HELF od místní komunity v Oseku nad Bečvou.

Podobně jako u lipnického minipivovaru, i u minipivovaru HELF odmítla velká část dotázaných ohodnotit provozovatele, a to ve výši 31,5 %. Střed sedmistupňové škály, tedy číslo 4, uvedlo 13,7 % dotázaných. Nejčastěji uváděným číslem na škále hodnocení se stalo číslo 6, a to v 20,5 % případů.

Čísla 6 a 7 uvedlo jako nejvyšší možná ohodnocení bezmála 37 % dotázaných. Tato dvě nejvyšší možná ohodnocení uvedli v téměř 89 % případů respondenti s částečně či zcela kladným postojem k oseckému minipivovaru. Stejně jako u lipnického minipivovaru se potvrdila závislost mezi těmito indikátory.

Tabulka 51: Osecký minipivovar: Závislost postoje na hodnocení provozovatelů

Hodnocení provozovatelů	Postoj respondentů k minipivovaru					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
1	-	-	1	-	1	2
2	-	1	1	1	-	4
3	-	2	2	1	-	4
4	1	1	5	2	-	10
5	1	1	1	1	-	3
6	6	6	3	-	-	15
7	6	6	-	.	-	12
N	-	3	15	4	1	23
n_j	14	20	28	9	2	73

4.2.4.5 Názor na obvyklou klientelu novodvorského minipivovaru

Místní komunita v Nových Dvorech jednoznačně kladně ohodnotila obvyklou klientelu Novodvorského pivovaru.

Statisticky jednoznačné jsou závěry u hodnocení novodvorské komunity. Obvyklou klientelu ohodnotilo nejvyššími ohodnocením, čísly 6 a 7, téměř 54 % respondentů. Vysoká četnost byla rovněž zaznamenána u čísla 5, které zvolilo 11,5 % dotázaných respondentů. Obvyklou klientelu odmítlo ohodnotit 19,2 % respondentů, což byl nejnižší podíl ze všech tří zkoumaných minipivovarů. I v případě Novodvorského pivovaru platí teze o závislosti postoje na hodnocení obvyklé klientely. Nejvyšší ohodnocení, čísla 6 a 7, uvedli u faktoru obvyklé klientely v 93 % případů ti respondenti, kteří deklarovali částečně či zcela kladný postoj k Novodvorskému minipivovaru.

Tabulka 52: Novodvorský minipivovar: Závislost postoje na hodnocení obvyklé klientely

Hodnocení obvyklé klientely	Postoj respondentů k minipivovaru					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
1	-	-	-	-	-	-
2	-	1	1		-	2
3	-	-	1	-	-	1
4	2	2	1		-	5
5	5	1	-	-	-	6
6	8	2	2	-	-	12
7	16	-	-	-	-	16
N	3	3	4	-	-	10
n _j	34	9	9	0	0	52

4.2.4.6 Názor na provozovatele novodvorského minipivovaru

Statisticky nejednoznačnější bylo hodnocení provozovatelů Novodvorského pivovaru, kterým komunita v Nových Dvorech deklarovala jednoznačně pozitivní názor.

Nejvyšší ohodnocení, čísla 6 a 7, byla zaznamenána u 82,7 % respondentů. Hodnocení provozovatelů místního minipivovaru se zdrželo 11,5 % dotázaných. U ostatních stupňů hodnotící škály byla v kontextu tohoto faktoru zaznamenána maximálně jedna responze. I zde se promítl vztah postoje respondentů a hodnocení provozovatelů místního minipivovaru. Nebylo zaznamenáno ani jedno negativní ohodnocení. Čísla 6 a 7 jako nejvyšší ohodnocení bylo v 90,7 % případů zaznamenáno u respondentů, kteří deklarovali zcela či částečně kladný postoj k Novodvorskému pivovaru.

Tabulka 53: Novodvorský minipivovar: Závislost postoje na hodnocení provozovatelů

Hodnocení obvyklé klientely	Postoj respondentů k minipivovaru					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
1	-	-	-	-	-	-
2	-	-	1	-	-	1
3	-	-	-	-	-	0
4	-	1	-	-	-	1
5	-	1	-	-	-	1
6	3	2	-	-	-	5
7	30	4	4	-	-	38
N	1	1	4	-	-	6
n _j	34	9	9	0	0	52

4.2.5 Postoje místních komunit k ostatním restauračním zařízením ve vybraných obcích

Důležitou součástí výzkumu bylo rovněž zkoumání postojů respondentů k jiným restauračním zařízením v analyzovaných obcích.

4.2.5.1 Postoj k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou

Z výsledků je patrné, že i přes značnou popularitu a oblíbenost tradičních restauračních zařízení v obci respondenti kladně hodnotí i samotný lipnický minipivovar.

Částečný či jednoznačně kladný postoj uvedlo 61,5 % respondentů v Lipníku nad Bečvou. Neutrální postoj deklarovalo 27 % komunity. Po analýze dat můžeme konstatovat, že členové lipnické komunity pozitivně hodnotí nejen tradiční restaurační zařízení v obci, ale zároveň také lipnický minipivovar. Z 94 dotázaných, kteří uvedli částečně nebo zcela kladný postoj k Prvnímu soukromému pivovaru společenskému s.r.o., jich 57, 6 % (54 respondentů)

deklarovalo kladné postoje také k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou.

Tabulka 54: Lipník nad Bečvou: Postoje k minipivovaru a jiným restauračním zařízením

Postoj respondenta k minipivovaru	Postoj respondenta k ostatním restauračním zařízením					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
Rozhodně kladný	7	23	15	3	3	51
Spíše kladný	5	19	15	4	-	43
Neutrální	4	21	7	6	-	38
Spíše negativní	7	3	3	1	-	14
Rozhodně negativní	2	-	-	-	-	2
n_j	25	66	40	14	3	148

4.2.5.2 Postoj k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou

Z analýzy výpovědí jednotlivých respondentů je patrné, že mnoho respondentů s kladným postojem k minipivovaru HELF hodnotí spíše kladně i ostatní restaurační zařízení v obci, naopak návštěvníci tradičních restauračních zařízení v obci volí k oseckému minipivovaru spíše neutrální postoj.

Z 43 dotázaných, kteří uvedli částečně nebo zcela kladný postoj k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou, jich 51,2 % (22 respondentů) deklarovalo právě neutrální postoj k minipivovaru HELF. Naopak u respondentů, kteří uvedli částečně či zcela kladný postoj k minipivovaru HELF, byl v 47,1 % případů (16 z 34 respondentů) zaznamenán částečně či zcela kladný postoj k ostatním restauračním zařízením v obci.

Částečně nebo zcela kladný postoj k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou uvedlo 58,9 % dotázaných respondentů. Velký podíl však tvoří i respondenti s částečně či zcela negativním postojem, a to v 21,9 % případů.

Tabulka 55: Osek nad Bečvou: Postoj k minipivovaru a jiným restauračním zařízením v obci

Postoj respondenta k minipivovaru	Postoj respondenta k ostatním restauračním zařízením					n _i
	Rozhodně kladný	Spíše kladný	Neutrální	Spíše negativní	Rozhodně negativní	
Rozhodně kladný	1	3	6	4	-	14
Spíše kladný	3	9	4	4	-	20
Neutrální	9	13	4	2	-	28
Spíše negativní	3	1	-	5	-	9
Rozhodně negativní	1	-	-	-	1	2
n_j	17	26	14	15	1	73

4.2.5.3 Postoj k ostatním restauračním zařízením v Nových Dvorech

Absence konkurenčního restauračního zřízení v Nových Dvorech znemožnilo u tohoto aspektu statistické porovnání všech tří lokalit. Chybějící konkurenční restaurační zařízení v obci zaznamenalo 94,6 % dotázaných respondentů.

4.2.6 Interakce místních komunit ve vybraných minipivovarech

Nedílnou součástí této diplomové práce je také zjištění, zda se ve vybraných minipivovarech scházejí a potkávají členové místních komunit.

4.2.6.1 Interakce členů komunit v Lipníku nad Bečvou

Nejčastěji se členové lipnické komunity setkávají v ostatních restauračních zařízeních v obci, menší, avšak stále značná část se setkává i v lipnickém minipivovaru.

V Lipníku nad Bečvou se v místním minipivovaru cíleně schází s ostatními členy komunity 26,4 % respondentů, náhodně 20,3 % dotázaných. Dohromady tento podíl tvoří 46,7 % z celkového vzorku. Poměrně velký vzorek tvoří respondenti, kteří se scházejí v jiných restauračních zařízeních v Lipníku nad Bečvou, a to v 39,2 % případů.

Dle analyzovaných dat se nejčastěji cíleně setkávají s ostatními členy komunity v Prvním soukromém pivovaru společenském s.r.o. občasní návštěvníci (30 z 39 responzí, procentuálně 77 %), nikoliv ti pravidelní s třemi a více návštěvami měsíčně (9 z 39, 23 % z tohoto vzorku).

Důležitým ukazatelem je očekávaný vztah návštěvnosti a interakce komunity v různých restauračních zařízeních v Lipníku nad Bečvou. Z 36 členů místní komunity, kteří navštěvují jiné restaurační zařízení v obci, jich 94,4 % (34 respondentů) uvedlo, že se v těchto zařízeních rovněž scházejí s ostatními členy komunity.

Zajímavý je rovněž fakt, že 26,1 % občasných zákazníků (24 z 92 respondentů) místního pivovaru se setkává s ostatními členy v jiných lipnických restauračních zařízeních, nikoliv v lipnickém minipivovaru.

Tabulka 56: Vztah návštěvnosti a interakce v lipnickém minipivovaru

Návštěvnost respondentů v minipivovaru	Interakce respondentů v minipivovaru					n _i
	Setkává se cíleně	Setkává se náhodně	S nikým se zde nesetkává	Setkává se v jiných zařízeních	Nesetkává se nikde s nikým	
Pravidelně	9	5	2	-	-	16
Občas	30	24	13	24	1	92
Jiné zařízení	-	1	1	34	-	36
Žádné zařízení	-	-	1	1	2	4
n_j	39	30	17	59	3	148

4.2.6.2 Interakce členů komunity v Oseku nad Bečvou

Komunita v Oseku nad Bečvou se dle analyzovaných dat navzájem setkává v ostatních restauračních zařízeních v obci, náhodně však probíhá častá interakce také v minipivovaru HELF.

V kontextu interakce místní komunity v oseckém minipivovaru hrál pravděpodobně velkou roli fakt, že v minipivovaru HELF není vedle prodejny vedena oficiální a pravidelně otevřená restaurace. Celých 45,2 % respondentů uvedlo, že se s ostatními členy osecké komunity setkává v ostatních restauračních zařízeních v Oseku nad Bečvou. Cíleně se členové místní komunity setkávají v minipivovaru pouze v 4,1 % případů. Náhodné setkávání s ostatními členy komunity bylo zaznamenáno u 27,4 % dotázaných respondentů.

Dle výzkumu a analyzovaných dat byl zaznamenán očekávaný vztah mezi návštěvností a interakcemi v minipivovaru HELF. Z 20 dotázaných, kteří se s ostatními členy komunity setkávají v minipivovaru náhodně, tvoří 80 % (16 respondentů) občasní návštěvníci tohoto minipivovaru. Naopak ti respondenti, kteří deklarovali, že jsou návštěvníky jiných restauračních

zařízení v Oseku nad Bečvou, v téměř 97 % případů (31 z 32 responzí) uvedli, že se v těchto zařízeních také setkávají s ostatními členy osecké komunity.

Tabulka 57: Vztah návštěvnosti a interakce v oseckém minipivovaru

Návštěvnost respondenta v minipivovaru	Interakce respondenta v minipivovaru					n _i
	Setkává se cíleně	Setkává se náhodně	S nikým se zde nesetkává	Setkává se v jiných zařízeních	Nesetkává se nikde s nikým	
Pravidelně	2	3	1	-	1	7
Občas	1	16	6	1	1	25
Jiné zařízení	-	1	-	31	-	32
Žádné zařízení	-	-	-	1	8	9
n_j	3	20	7	33	10	73

4.2.6.3 Interakce členů komunity v Nových Dvorech

Odlišné závěry než u lipnického a oseckého minipivovaru lze konstatovat po analýze dotazníků vztahujícím se k novodvorskému minipivovaru. Komunita v Nových Dvorech se jednoznačně navzájem setkává v Novodvorském pivovaru.

Cíleně se s ostatními členy místní komunity setkává v Novodvorském pivovaru 30,8 % respondentů. Náhodné interakce probíhají v novodvorském minipivovaru v 34,6 % případů. Čtvrtina místní komunity, tedy 25 % dotázaných respondentů, Novodvorský pivovar navštěvuje, ale s nikým se zde nesetkává. Svou roli zde opět pravděpodobně hrála skutečnost, že se v obci Nové Dvory nenachází jiné restaurační zařízení.

Po analýze dat se nám potvrdila také skutečnost, že kdo se nesetkává s ostatními členy komunity v Novodvorském pivovaru, zcela zákonitě se nesetkává s nikým v žádném restauračním zařízení v obci. Přesto 2

respondenti ve standardizovaných dotaznících pravděpodobně omylem uvedli, že jsou pravidelní návštěvníky novodvorského minipivovaru, ale nepotkávají se s nikým v žádném restauračním zařízení v obci.

Tabulka 58: Vztah návštěvnosti a interakce v novodvorském minipivovaru

Návštěvnost respondenta v minipivovaru	Interakce respondenta v minipivovaru					n _i
	Setkává se cíleně	Setkává se náhodně	S nikým se zde nesetkává	Setkává se v jiných zařízeních	Nesetkává se nikde s nikým	
Pravidelně	11	3	2	-	-	16
Občas	4	14	11	-	2	31
Jiné zařízení	-	-	-	-	-	0
Žádné zařízení	-	-	-	-	5	5
n_j	15	17	13	0	7	52

4.2.7 Společenské vnímání vybraných minipivovarů pohledem místních komunit

Jedním z cílů této diplomové práce bylo i zjištění, zda místní komunity považují vybrané minipivovary za důležitá společenská místa v obci.

4.2.7.1 Společenské vnímání Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o.

Lipnický minipivovar místní komunita za důležité společenské místo nepovažuje.

První soukromý pivovar společenský s.r.o. za důležité společenské místo částečně či zcela považuje pouze 23 % místní komunity. Naopak 41, 2 % dotázaných respondentů lipnický minipivovar za důležité společenské místo částečně či zcela nepovažuje. Rovněž nezanedbatelných 35,8 % z celku nevědělo, zda minipivovar za společenské místo považovat či ne.

4.2.7.2 Společenské vnímání minipivovaru HELF

Osecký minipivovar místní komunita za důležité společenské místo v obci stejně jako v Lipníku nad Bečvou nepovažuje.

Velmi podobné výsledky byly zaznamenány také v Oseku nad Bečvou, kde minipivovar HELF částečně či zcela považuje za důležité společenské místo v obci v 28,7 % případů. Respondenti, kteří minipivovar HELF za důležité společenské místo částečně či zcela nepovažují, tvořili 39,8 % z celkového počtu. Možnost „nevím“ uvedlo 31,5 % respondentů.

4.2.7.3 Společenské vnímání Novodvorského pivovaru

Novodvorský pivovar je jediný ze tří vybraných minipivovarů, který místní komunita považuje za důležité společenské místo v obci. Respondenti uvedli, že novodvorský minipivovar částečně či zcela považují za důležité společenské místo v Nových Dvorech v 61,6 % případů. Spíše nepovažuje Novodvorský pivovar za společenské místo 15,4 % dotázaných respondentů, zcela zamítavé stanovisko neuvedl žádný respondent. Zbýlých 23 % novodvorské komunity neví, zda minipivovar za důležité společenské místo v obci považovat.

4.3 Teoretická východiska a výsledky výzkumu diplomové práce

4.3.1 První soukromý pivovar společenský s.r.o.

Před provedením kvantitativního výzkumu v této diplomové práci byl předpokládán nejednoznačný postoj místní komunity k lipnickému minipivovaru, a to zejména z důvodu mnohaleté tradice pivovaru Zubr (Materna & Hasman, 2014) v Lipníku nad Bečvou. Tato tradice se promítá do názorů některých frakcí lipnické komunity, jež dlouhodobě upřednostňují točené pivo pouze z tohoto velkého průmyslového pivovaru. Naopak možná

nespokojenost se stálými produkty pivovaru Zubr mohla u jiných částí komunity vést k zájmu o netradiční pivo z výroby lipnického minipivovaru.

Rovněž přítomnost značné konkurence restauračních zařízení všeho typu (restaurace s teplou kuchyní, pohostinství se studenou kuchyní, pivnice, bistra apod.) v Lipníku nad Bečvou byla předpokladem k neurčitému názoru lipnických obyvatel.

Tento faktor také evokoval možnou averzi některých členů lipnické komunity k návštěvníkům místního minipivovaru, a to zejména z důvodů jejich příslušnosti ke klientele tradičních restauračních zařízeních (zejména pivnic bez přítomné kuchyně) a nedůvěry k výrobním a hygienickým procesům při lokální výrobě piva.

Podle ústního sdělení Marty Roman (provozovatelka Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o., Novosady 164, Lipník nad Bečvou) ze dne 23.11. 2018 bývali mnozí návštěvníci Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. u této části lipnické komunity v dřívějších letech částečně dehonestováni a označováni za povrchní konzumenty piva a pivních produktů.

Tyto všeobecné předpoklady se však po analýze standardizovaných dat nepotvrdily. Dle výzkumu, jehož vzorek čítal 148 respondentů, převládá v Lipníku nad Bečvou kladný postoj k lipnickému minipivovaru. U části komunity, která dává obvykle přednost ostatním restauračním zařízením v obci, převládá neutrální postoj, pouze malá část deklarovala negativní názor na První soukromý pivovar společenský s.r.o.

I přes pozitivní postoj nepovažuje většina členů místní komunity lipnický minipivovar za důležité společenské místo v obci, rádi ho však ve většině případů navštěvují a setkávají se zde s ostatními členy komunity. Ti členové komunity, kteří částečně nebo zcela lipnický minipivovar za důležité

společenské místo považují, uvedli v dotaznících rovněž důvody tohoto názoru.

Oproti původnímu očekávání v teoretické části bylo nejčastějším důvodem společenského vnímání pivo, a to jak v kontextu výrobním (specifická chuť, vítaná změna oproti velkým průmyslovým pivovarům), tak v kontextu lokálním (hrdost na výrobní proces probíhající přímo v lipnickém minipivovaru). I pivo mimo výrobu velkých tradičních pivovarů má tak dle výsledků výzkumu v Lipníku nad Bečvou své velké zastánce.

Pětina respondentů, kteří uvedli své důvody společenského vnímání lipnického minipivovaru, považují První soukromý pivovar společenský s.r.o. za společensky významné místo díky příjemnému historickému interiéru a celkovému prostředí a atmosféře přímo u výroby. Tato skutečnost potvrzuje teoretické předpoklady o vzrůstající oblibě minipivovarů právě kvůli možnosti posezení a konzumace piva právě v blízkosti samotné pivovarské varny.

Mezi další zaznamenané důvody společenského vnímání lipnického minipivovaru patří příjemné posezení s přáteli, vynikající jídlo (respektive teplá kuchyně) a možnost pořádání oslav a společenských akcí v prostorách minipivovaru. Malá část respondentů považuje První soukromý pivovar společenský s.r.o. za kulturní dědictví a jeden z turistických symbolů Lipníka nad Bečvou.

4.3.2 Minipivovar HELF

Stejně jako u Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. v Lipníku nad Bečvou, i u minipivovaru HELF sídlícím v Oseku nad Bečvou byl v teoretické části práce očekáván indiferentní postoj místní komunity. Předpoklady pro tuto hypotézu vycházely ze skutečnosti, že se v této obci nachází dvě tradiční restaurační zařízení a bistro, které se těší dlouhodobé

oblíbenosti místních obyvatel a teoreticky tak pokrývá celý pivovarský trh v Oseku nad Bečvou.

Tato hypotéza však se však v následném výzkumu, který je součástí praktické části této diplomové práce a zahrnoval 73 respondentů, nepotvrdila. Mnoho členů osecké komunity deklarovalo neutrální postoj k místnímu minipivovaru, většina však uvedla částečně či zcela kladný postoj. I u pravidelných návštěvníků ostatních restauračních zařízení v Oseku nad Bečvou byl zaznamenán ve velké většině neutrální postoj k minipivovaru HELF, částečně nebo zcela negativní postoj projevilo 15 % dotázaných.

Podobně jako v Lipníku nad Bečvou, i v této obci se pravděpodobně projevil předpokládaný vliv pivovaru Zubr, který je dominantní na trhu v celém okrese Přerov (Materna & Hasman, 2014,). Restaurace Osečanka, kde bylo jako na mnoha jiných místech v obci prováděno dotazníkové šetření, nabízí dle Plcha a Obůrkové (2016) ve svém sortimentu piva značky Zubr i minipivovaru HELF. Někteří zákazníci však po mém požádání o vyplnění dotazníků k minipivovaru HELF neměli o přítomnosti a obchodní aktivitě tohoto minipivovaru v Oseku nad Bečvou tušení.

Tyto teoretické predikce se potvrdily i v samotném výzkumu této diplomové práce, kdy dle analyzovaných dat téměř čtvrtina místní komunity nemá o oseckém minipivovaru bližší povědomí, někteří z těchto respondentů vědí pouze o lokalitě, kde se tento minipivovar nachází.

V otázce vnímání minipivovaru HELF jako důležitého společenského místa v Oseku nad Bečvou byly zaznamenány stejné závěry jako u Prvního soukromého pivovaru společenského s.r.o. v Lipníku nad Bečvou. Také osecký minipivovar místní komunita za důležité společenské místo nepovažuje. Do tohoto hodnocení se pravděpodobně promítla absence

oficiální restaurace s pravidelnou otevírací dobou, ve které by se mohli členové osecké komunity pravidelně scházet. Přesto se však třetina místní komunity s ostatními členy v minipivovaru HELF setkává a považuje jej částečně či zcela za důležité společenské místo v Oseku nad Bečvou.

Také u oseckého minipivovaru bylo nejčastěji zaznamenaným důvodem společenského vnímání pivo, a to z velmi podobných důvodů jako u minipivovaru lipnického. Dotázaní respondenti si opět pochvalovali vítanou výrobní změnu oproti pivům z velkých průmyslových pivovarů a projevíli hrdost na lokální výrobu v Oseku nad Bečvou. I přes evidentní dominanci pivovaru Zubr tak byly ve výzkumu nalezeny i ti členové místní komunity, kteří nepreferují značku tohoto pivovaru.

Tuto skutečnost potvrzují i respondenti, kteří jako důvod společenského vnímání uvedli potřebu konkurence oproti tradičním restauračním zařízením v obci, kde v nabízeném sortimentu dominuje již zmíněný pivovar Zubr.

Mezi dalšími uvedenými důvody společenského vnímání minipivovaru HELF jsme mohli nalézt rovněž pořádání oslav a soukromých akcí v prostorách prodejny minipivovaru či možnost setkávání s přáteli při nakupování pivních produktů. Někteří z respondentů považují minipivovar HELF za důležité turistické místo v Oseku nad Bečvou, což jen potvrzuje teorie odborníků o stále vzrůstající oblibě a důležitosti minipivovarů v České republice.

4.3.3 Novodvorský pivovar

Všechny hypotézy a teoretické předpoklady se na rozdíl u dvou předchozích minipivovarů potvrdily u Novodvorského pivovaru. V teoretické části této diplomové práce byl předpokládán jednoznačně kladný postoj novodvorské komunity k místnímu minipivovaru, a to z důvodu absence konkurenčního

restauračního zařízení v Nových Dvorech. Tento faktor predikoval velkou oblíbenost novodvorského minipivovaru u místní komunity a předpokládáno bylo i majoritní vnímání minipivovaru jako důležitého společenského místa v obci.

Hypotéza kladného postoje místní komunity k novodvorskému minipivovaru se dle výzkumu v praktické části diplomové práce, který zahrnoval vzorek 52 respondentů, statisticky jednoznačně potvrdila. Více než třičtvrtě respondentů deklarovalo částečný nebo zcela kladný postoj k Novodvorskému pivovaru, zbytek responzí bylo zaznamenáno u neutrálního postoje. Ani jeden z členů komunity nemá k novodvorskému minipivovaru jakýkoliv negativní postoj.

Také v kontextu společenského vnímání Novodvorského pivovaru se potvrdily předpoklady uvedené v teoretické části této diplomové práce. Nejen absence konkurenčního restauračního zařízení v Nových Dvorech, ale také pořádní herní turnajů ve hrách Šachy, „Člověče, nezlob se!“, „Prší“ a „Štěstíčko“ byly faktory evokující společenské vnímání novodvorského minipivovaru u místní komunity.

Tato predikce se v praktické části diplomové práce potvrdila a více než polovina dotázaných respondentů považuje Novodvorský pivovar za důležité společenské místo v Nových Dvorech. Jako jediný za tří pivovarů v obcích Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a Nových Dvorech tak byl místní komunitou označen za důležité společenské místo v obci.

Nejčastěji zaznamenaným důvodem společenského vnímání novodvorského minipivovaru byla dle očekávání v teoretické části skutečnost, že se v obci Nové Dvory žádné jiné restaurační zařízení nenachází. Tento důvod uvedla více než třetina místní komunity. Kvůli častému a příjemnému posezení

s přáteli označilo novodvorský minipivovar za důležité společenské místo další značná část dotázaných respondentů.

Na rozdíl od analyzovaných dat u dotazníků vztahujícím se k Prvnímu soukromému pivovaru společenskému s.r.o. a minipivovaru HELF bylo pivo až třetím nejčastěji uváděným důvodem společenského vnímání Novodvorského pivovaru. Respondenti kladně hodnotili zejména jeho originální a specifickou chuť.

Mezi další uváděné faktory patřil příjemný interiér a prostředí minipivovaru v blízkosti pivovarských varen, což jen potvrdilo teorie o vzrůstající popularitě českých minipivovarů právě z tohoto designového důvodu. V neposlední řadě bylo zaznamenáno i již zmíněné pořádání herních turnajů, které jsou přístupné pro každého zavčas zaregistrovaného návštěvníka Novodvorského pivovaru.

4.4 Potvrzení či vyvrácení hypotézy

Hlavní hypotéza této diplomové práce zněla, že jednoznačně kladný postoj místní komunity k minipivovaru v obci panuje pouze v Nových Dvorech. V Lipníku nad Bečvou a v Oseku nad Bečvou byl očekáván indiferentní postoj. Tato hlavní hypotéza diplomové práce byla vyvrácena.

Kladný postoj obecní komunity k místnímu minipivovaru byl dle výzkumu této diplomové práce zaznamenán ve všech třech zkoumaných obcích, tedy v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou a v Nových Dvorech. V Nových Dvorech je tento postoj statisticky velmi výrazný. V Lipníku nad Bečvou převažuje rovněž pozitivní postoj místní komunity k místnímu minipivovaru, i když v kontextu statistické analýzy dat není tento postoj tak většinový jako v Nových Dvorech. Své nezastupitelné místo mají v Lipníku nad Bečvou stále tradiční restaurační zařízení.

Kladný postoj byl dle výzkumu zaznamenán rovněž u minipivovaru HELF v Oseku nad Bečvou. Značná část komunity v Oseku nad Bečvou nemá o tomto místním minipivovaru povědomí a hodnotí jej neutrálně. Pokud však bereme v potaz tu část komunity, která o oseckém minipivovaru povědomí má, převažuje kladný postoj k oseckému minipivovaru.

Závěr

Pomocí analýzy dat z terénního výzkumu byla zaznamenána skutečnost, že pozitivní postoj k místním minipivovarům mají komunity v Lipníku nad Bečvou, Oseku nad Bečvou i v Nových Dvorech, jelikož statisticky nejpočetnější část členů místních komunit tuto skutečnost deklarovala na několika indikátorech, které byly zakomponovány ve standardizovaných dotaznících.

Hlavní hypotéza diplomové práce nebyla potvrzena. V teoretické části diplomové práce byl predikován indiferentní postoj místních komunit k minipivovarům v obcích Lipník nad Bečvou a Osek nad Bečvou. V těchto obcích však byl v praktické části diplomové práce zaznamenán postoj kladný. Potvrzen tak byl pouze předpokládaný pozitivní postoj komunity v obci Nové Dvory.

Literatura a zdroje

Bauman, Z. (1996). *Myslet sociologicky*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Bourdieu, P. (1998). *Teorie jednání*. Praha: Karolinum.

Čapková, V. a kol. (1999). *Restaurační minipivovary v České republice*. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský.

Český statistický úřad. *Počet obyvatel v obcích České republiky k 1.1.2018*. Citováno 1.12.2018. Dostupné z:

<https://www.czso.cz/documents/10180/61546986/1300721803.pdf/bcb6d91b-626f-41fd-a705-3f7a49265b4d?version=1.0>

ČT 24. (2015). *Vietnamci se inspirovali v Česku a doma zakládají minipivovary*. Citováno 1.11.2018. Dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/1608437-vietnamci-se-inspirovali-v-cesku-a-doma-zakladaji-minipivovary>

ČT 24. (2015). *Vietnamcům české pivo chutná, někteří ho považují za lék*. Citováno 1.11.2018. Dostupné z:

<https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/1624621-vietnamcum-ceske-pivo-chutna-nekteri-ho-povazuji-za-lek>

Ekonom. (2017). *Éra minipivovarů nekončí. Jen za poslední rok jich vzniklo dalších pět desítek, tedy jeden týdně*. Citováno 1.11.2018. Dostupné z:

<https://ekonom.ihned.cz/c1-65784960-jeden-novy-pivovar-tydne>

Eliášek, J. (2017). *Pivo a pivovary Čech, Moravy a Slezska*. Český Krumlov: MCU.

Encyklopedický slovník. (1993). Praha: Encyklopedický dům.

Geist, B. (1992). *Sociologický slovník*. Praha: Victoria Publishing.

Hartl, P. (1997). *Komunita občanská a komunita terapeutická*. Praha: Sociologické nakladatelství.

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

Kozák, V., Kozáková, V. (2013). *Změny v Českém pivovarství na přelomu tisíciletí*. Zlín: VeRBuM.

Kratochvíle, A. (2005). *Pivovarství českých zemí v proměnách 20. století*. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský.

Kubátová, H. (2006). *Metodologie sociologie*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.

Materna, K., Hasman, J. (2014). *Český pivní atlas*. Středokluky: Zdeněk Susa.

Naše řeč. (1958). *Výrobně hospodářské jednotky*. Citováno 1.11.2018. Dostupné z:
<http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=4661>

Novák Večerníček, J. (2009). *Dějiny piva: od zrození až po konec středověku*. Brno: Computer Press.

Novotná, E. (2010). *Sociologie sociálních skupin*. Praha: Grada.

Obůrková, E., Plch, M. (2016). *Kam za pivem v Čechách a na Moravě*. Brno: CPress.

Pivovarský kalendář 2011. (2010). Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský.

Pivovar HELF. (2018). *HelF*. Citováno 5.12.2018. Dostupné z:
<http://pivovarhelf.cz/>

Pivovar Nové Dvory. (2018). *Naše piva*. Citováno 5.12. 2018. Dostupné z:
<https://www.pivovarnovedvory.cz/nase-piva/>

Pivovar Nové Dvory. (2018). *O nás*. Citováno 5.12.2018. Dostupné z:
<https://www.pivovarnovedvory.cz/o-nas/>

Pivovar Lipník. (2018). *Pivo Svatovar s láskou vařené*. Citováno 5.12.2018. Dostupné z:
<http://www.pivovar-lipnik.cz/4428/napojovy-listek/>

Pivovar Lipník. (2018). *Restaurant*. Citováno 5.12.2018. Dostupné z:
<http://www.pivovar-lipnik.cz/>

Pivníci. (2018). *Aktivní pivovary v zemi Česká republika*. Citováno 15.10.2018. Dostupné z:
<http://www.pivnici.cz/aktivni-pivovary/zeme/ceska-republika/dle-data-zalozeni/>

Pivní klenoty. (2018). *Německé pivovary*. Citováno 1.11.2018. Dostupné z:
<http://www.pivniklenoty.cz/katalog-piv/zeme-puvodu/nemecko/>

Scott, P. (1995). *V jiném rytmu: vytvoření komunit*. Olomouc: Votobia.

Teplický deník. (2018). *Revoluce pokračuje. V ČR už je tolik pivovarů, jako bývalo kolem roku 1930*. Citováno 15.10.2018. Dostupné z:
<https://teplicky.denik.cz/podnikani/revoluce-pokracuje-v-cesku-uz-je-tolik-pivovaru-jako-byvalo-kolem-roku-1930-20180207.html>

Vančura, M. (2002). *Geografické aspekty transformace průmyslové výroby v ČR po roce 1989: na příkladě potravinářského průmyslu*. Brno: Masarykova univerzita v Brně.

Velký sociologický slovník. (1996). Praha: Karolinum.

Veselá, J. (1999). *Sociologický výzkum a jeho techniky*. Pardubice: Univerzita Pardubice.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Počet dotazníků v Lipníku nad Bečvou.....	48
Tabulka 2: Návratnost zanechaných dotazníků v Lipníku nad Bečvou	49
Tabulka 3: Povědomí o lipnickém minipivovaru	49
Tabulka 4: Návštěvnost lipnického minipivovaru	50
Tabulka 5: Postoj respondentů k lipnickému minipivovaru	51
Tabulka 6: Lipnický minipivovar: ceny nápojů a jídel	52
Tabulka 7: Lipnický minipivovar: nabídka, značka, druh piva	52
Tabulka 8: Lipnický minipivovar: lokalita (dosažitelnost od bydliště).....	53
Tabulka 9: Lipnický minipivovar: interiér a prostředí	54
Tabulka 10: Lipnický minipivovar: obvyklá klientela	55
Tabulka 11: Lipnický minipivovar: provozovatel/é.....	56
Tabulka 12: Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Lipníku nad Bečvou.....	57
Tabulka 13: Setkávání respondentů v lipnickém minipivovaru	58
Tabulka 14: Vnímání lipnického minipivovaru jako důležitého společenského místa v obci.....	59
Tabulka 15: Důvody, proč respondenti vnímají lipnický minipivovar jako důležité společenské místo v obci.....	60
Tabulka 16: Počet dotazníků v Oseku nad Bečvou	61
Tabulka 17: Návratnost odložených dotazníků v Oseku nad Bečvou	62
Tabulka 18: Povědomí o oseckém minipivovaru	62
Tabulka 19: Návštěvnost minipivovaru v Oseku nad Bečvou	63
Tabulka 20: Postoj respondentů k oseckému minipivovaru.....	64
Tabulka 21: Osecký minipivovar: ceny nabízených produktů.....	65
Tabulka 22: Osecký minipivovar: nabídka, značka a druh piva.....	66
Tabulka 23: Osecký minipivovar: lokalita (dosažitelnost od bydliště)	67
Tabulka 24: Osecký minipivovar: interiér a prostředí	68

Tabulka 25: Osecký minipivovar: obvyklá klientela	69
Tabulka 26: Osecký minipivovar: provozovatel/é.....	70
Tabulka 27: Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Oseku nad Bečvou	71
Tabulka 28: Setkávání respondentů v oseckém minipivovaru.....	72
Tabulka 29: Vnímání oseckého minipivovaru jako důležitého společenského místa v obci	73
Tabulka 30: Důvody, proč považují respondenti osecký minipivovar za důležité místo v obci.....	74
Tabulka 31: Počet dotazníků v Nových Dvorech	75
Tabulka 32: Návratnost odložených dotazníků v Nových Dvorech	75
Tabulka 33: Povědomí o novodvorském minipivovaru.....	76
Tabulka 34: Návštěvnost minipivovaru v Nových Dvorech	77
Tabulka 35: Postoj respondentů k novodvorskému minipivovaru	78
Tabulka 36: Novodvorský minipivovar: ceny nápojů a jídel.....	78
Tabulka 37: Novodvorský minipivovar: nabídka, značka, druh piva	79
Tabulka 38: Lokalita (dosažitelnost od bydliště)	80
Tabulka 39: Novodvorský minipivovar: interiér a prostředí.....	81
Tabulka 40: Novodvorský minipivovar: obvyklá klientela	82
Tabulka 41: Novodvorský minipivovar: provozovatel/é	82
Tabulka 42: Postoj respondentů k ostatním restauračním zařízením v Nových Dvorech	83
Tabulka 43: Setkávání respondentů v novodvorském minipivovaru	85
Tabulka 44: Vnímání novodvorského minipivovaru jako důležitého společenského místa v obci.....	86
Tabulka 45: Důvody, proč respondenti považují novodvorský minipivovar za důležité společenské místo v obci.....	87
Tabulka 46: Lipnický minipivovar: Vliv návštěvnosti minipivovaru na postoj respondentů	88

Tabulka 47: Osecký minipivovar: Vliv povědomí na postoje k oseckému minipivovaru	89
Tabulka 48: Lipnický minipivovar: závislost postoje na hodnocení obvyklé klientely	91
Tabulka 49: Lipnický minipivovar: Závislost postoje na hodnocení provozovatelů.....	92
Tabulka 50: Osecký minipivovar: Závislost postoje na hodnocení obvyklé klientely	93
Tabulka 51: Osecký minipivovar: Závislost postoje na hodnocení provozovatelů.....	95
Tabulka 52: Novodvorský minipivovar: Závislost postoje na hodnocení obvyklé klientely	96
Tabulka 53: Novodvorský minipivovar: Závislost postoje na hodnocení provozovatelů.....	97
Tabulka 54: Lipník nad Bečvou: Postoje k minipivovaru a jiným restauračním zařízením.....	98
Tabulka 55: Osek nad Bečvou: Postoj k minipivovaru a jiným restauračním zařízením v obci	99
Tabulka 56: Vztah návštěvnosti a interakce v lipnickém minipivovaru	101
Tabulka 57: Vztah návštěvnosti a interakce v oseckém minipivovaru	102
Tabulka 58: Vztah návštěvnosti a interakce v novodvorském minipivovaru	103

Seznam příloh

Příloha číslo 1: Univerzální dotazník

Přílohy

Univerzální dotazník

Vážení respondenti,

dostal se Vám do rukou dotazník, jehož cílem je zjistit Váš názor a postoj na minipivovar v Lipníku/Oseku/Nových Dvorech a je součástí diplomové práce z předmětu Sociologie. Dotazník je zcela anonymní a jeho výsledky budou použity pouze pro účel diplomové práce.

Děkuji Vám předem za vyplnění a Váš čas.

1. Považujete se za člena komunity v Lipníku nad Bečvou/Oseku nad Bečvou/Nových Dvorech? (pozn: pojetí komunity = máte zde bydliště a jste společensky aktivní; dlouhodobé přátele; rodinu kterou často navštěvujete; trávíte zde více času než občasný návštěvník obce apod.).

- a) ano
- b) ne

2. Máte povědomí o minipivovaru v této obci?

- a) ano
- b) ne

3. Byl/a jste někdy návštěvníkem či zákazníkem místního minipivovaru?

- a) ano, jsem pravidelným zákazníkem (3 a více návštěv měsíčně)
- b) ano, jsem občasným zákazníkem (méně než 3 návštěvy měsíčně)
- c) ne, ale navštěvuji jiné restaurační zařízení v této obci

d) ne, v této obci žádné restaurační zařízení nenavštěvuji

4. Jaký je Váš osobní postoj k místnímu minipivovaru?

- a) rozhodně kladný
- b) spíše kladný
- c) neutrální
- d) spíše negativní
- e) rozhodně negativní

5. Určete na škále, jak byste v minipivovaru ohodnotil/a tyto faktory. 1 = nejnižší ohodnocení, 7 = nejvyšší ohodnocení, N= na daný faktor nemáte názor nebo nechcete odpovídat.

Ceny nápojů a jídel:	1	2	3	4	5	6	7	N
Nabídka, značka, druh piva:	1	2	3	4	5	6	7	N
Lokalita od bydliště:	1	2	3	4	5	6	7	N
Interiér a prostředí:	1	2	3	4	5	6	7	N
Obvyklá klientela:	1	2	3	4	5	6	7	N
Provozovatel/é:	1	2	3	4	5	6	7	N

6. Jaký je Váš všeobecný postoj k ostatním restauračním zařízením v obci?

- a) rozhodně kladný
- b) spíše kladný
- c) neutrální
- d) spíše negativní
- e) rozhodně negativní
- f) v obci se nenachází jiné restaurační zařízení

7. Setkáváte se v minipivovaru s ostatními členy obecní komunity?

- a) ano, setkávám se s nimi cíleně
- b) ano, ale setkáváme se náhodně
- c) ne, minipivovar navštěvuji, ale s nikým se zde nesetkávám
- d) ne, setkávám se s nimi v jiných restauračních zařízeních v obci
- e) ne, nesetkávám se s nikým v žádném restauračním zařízení v obci

8. Považujete minipivovar za důležité společenské místo v obci? Pokud ano, tak proč?

a) rozhodně ano, protože:

b) spíše ano, protože:

- c) nevím
- d) spíše ne
- e) rozhodně ne