

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomiky**



**Bakalářská práce**

**Sociální a ekonomická analýza boomu minipivovarů**

**Markéta Bučoková**

© 2017 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Markéta Bučoková

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Sociální a ekonomická analýza boomu minipivovarů

Název anglicky

Social and economic analysis boom of microbreweries

### Cíle práce

Cílem této bakalářské práce je zhodnotit příčiny rychlého nástupu, ale zároveň i zániku některých minipivovarů.

V bakalářské práci bude popsána jak historie pivovarnictví, tak současnost. Podrobně zanalyzovány problémy se kterými se dnešní provozovatelé minipivovarů setkávají, stejně tak jako impulsy, které vedou k zakládání nových provozoven.

### Metodika

Bakalářská práce je zpracována ve dvou částech. V první části – teoretické, jsou vysvětleny základní pojmy související se zadaným tématem, který se bude v práci řešit, tedy rychlým nástupem vzniku minipivovarů v České republice a příčinami, které vedly k jejich zániku. Informace potřebné pro tuto část jsou čerpány z literatury, internetových odkazů a zkušeností majitelů minipivovarů.

Dále v práci budou použity základní statistické metody, indexní analýza a analýza trendových funkcí.

---

**Doporučený rozsah práce**

40 stran

**Klíčová slova**

Minipivovar, produkce, výstav, Česká republika, rodinné pivovary, pивní válka, technologie, dotační tituly

---

**Doporučené zdroje informací**

Cihlář, T. (2003): Pošumavské pivovary. 1. vydání. Sušice: Nakladatelství Dr. Radovan Rebstock. ISBN 80-85301-90-3

Hasík, T. (2013): Svět piva, piva světa. Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-4648-7

Chládek, L. (2007): Pivovarnictví. 1. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-1616-9

Pletzer, K., Šeda, O. (1995): Měšťanské i městské pivovarství a dvě stě let Prvního českobudějovického pivovaru Samson. 1. vydání. České Budějovice: Jihočeské pivovary České Budějovice, a.s.

Polák, M. (2003): Pražské pivovárky a pivovary. 1. vydání. Praha: Libry, s.r.o. ISBN 80-7277-193-0

Susa, Z. (2008): Velká česká pivní kniha. 1. vydání. Středokluky: Zdeněk Susa. ISBN 978-80-86057-43-9

Tesařová, G., Hlaváček, I. (1999): České pivo. 2. vydání. Pacov: Nuga. ISBN 80-85903-08-3

Večerková, H., Klis, J. (2007): Abeceda piva. 1. vydání. Praha: Česká televize, Edice ČT. ISBN 978-80-85005-86-8

Zýbirt, V. (2005): Velká kniha piva, vše o pivu. 1. vydání. Olomouc: Rubico. ISBN 80-7346-054-8

---

**Předběžný termín obhajoby**

2016/17 LS – PEF

**Vedoucí práce**

Ing. Tomáš Maier, Ph.D.

**Garantující pracoviště**

Katedra ekonomiky

---

Elektronicky schváleno dne 5. 1. 2017

**prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 26. 1. 2017

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

---

V Praze dne 01. 03. 2017

---

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Sociální a ekonomická analýza boomu minipivovarů" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 3. 2017

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Tomáši Maierovi, PhD za odborné vedení při zpracování bakalářské práce. Dále děkuji Ing. Janu Šuráňovi, za poskytnutí informací i za to, že byl ochoten věnovat mně část svého času. Majitelům minipivovarů, kteří se nezdřáhali podělit se o své zkušenosti z provozu a v neposlední řadě sládkovi Dušanu Krankusovi za cenné podklady, rady, pomoc i podporu.

# Sociální a ekonomická analýza boomu minipivovarů

## Souhrn

Tématem bakalářské práce je sociální a ekonomická analýza boomu minipivovarů. V rešeršní části je představeno pivo jako tradiční nápoj českého národa, zformulovány dějiny pivovarnictví a současně definován rozdíl mezi velkým průmyslovým pivovarem a minipivovarem. Jsou srovnány pohledy na minipivovary v Čechách a zahraničí, konkrétně ve Spojených státech amerických, kde je boom minipivovarů značný.

V praktické části jsou představeny vybraní zástupci minipivovarů s různou délkou provozu. Právě majitelé minipivovarů byli ochotni podělit se o své zkušenosti při zakládání minipivovaru, ale i s jeho provozem.

Dále je zde použita analýza časových řad zkoumající výstav minipivovarů za období 2005 -2016. Pomocí regresní závislosti je zkoumán demografický vliv ve vztahu ke spotřebě.

V práci jsou rovněž popsány problémy, se kterými se potýkají majitelé minipivovarů.

**Klíčová slova:** minipivovar, pivo, výstav, technologie, dotační tituly, létající minipivovar, řemeslný pivovar

# **Social and Economic analysis boom of microbreweries**

## **Summary**

The topic of the thesis is an social and economic analysis of the boom of Czech microbreweries. In the research part beer is presented as a traditional drink of the Czech nation, the history of brewing is mentioned and simultaneously the difference between large industrial brewery and microbrewery is defined.

Views of breweries in the Czech Republic and abroad, particularly in the United States where there is a considerable boom of microbreweries, are compared.. The practical part presents selected representatives of different microbreweries with varied length of operation. Only microbrewery owners were willing to share their experience in setting up their microbrewery and its operation. For further analysis time sequences of volume of beer produced in the years 2005 -2016 in microbreweries were being explored. By using regression dependence demographic impact in relation to consumption is studied. The paper also describes the problems faced by the microbrewery owners.

## **Keywords:**

microbrewery, beer, beer production, technology, grant titles, flying microbrewery, craftbeer

## Obsah

Úvod .....	4
Historie vaření piva .....	4
<b>1 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>5</b>
2.1 Cíl .....	5
2.2 Metodika .....	6
<b>2 Teoretická východiska .....</b>	<b>8</b>
3.1 Co vlastně pivo je? .....	8
3.2 Co je to minipivovar? .....	9
3.2.1 Historie pivovarnictví u nás .....	11
3.2.2 Historie minipivovarů .....	12
3.2.3 Piva z produkce minipivovarů .....	13
3.2.4 Kalkulace výrobních nákladů piva z minipivovaru .....	14
3.3 České minipivovarnictví v zahraničí .....	16
3.4 Minipivovary v zahraničí .....	16
<b>3 Vlastní práce .....</b>	<b>19</b>
4.1 Porovnání vybraných pivovarů .....	19
4.1.1 Klášterní minipivovar Ossegg .....	19
4.1.2 Minipivovar Kněžíněk .....	23
4.1.3 Minipivovar U Švelchů .....	25
4.1.4 Minipivovar Kašperské Hory .....	29
4.2 Legislativní problémy v pivovarnictví .....	31
4.3 Proč by stát ušetřil? .....	32
4.4 Vznik minipivovaru v kontextu se současnou společností .....	32
4.5 Proč v současné době dochází k tak prudkému rozmachu minipivovarů? .....	33
<b>4 Výsledky a diskuse .....</b>	<b>35</b>
5.1 Podmínky založení minipivovaru .....	35
5.2 Analýza výstavu minipivovarů v ČR .....	37
5.3 Spotřeba piva v České republice .....	42
5.4 Diskuse .....	44
<b>5 Závěr .....</b>	<b>47</b>
<b>Bibliografie .....</b>	<b>49</b>
<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>52</b>
<b>Seznam grafů .....</b>	<b>52</b>



# Úvod

## Historie vaření piva

„Od pradávných dob lidská společnost toužila po chutném a lahodném nápoji. Různé experimenty a omyly dovedly zručné zemědělce starověké Mezopotámie až k prvnímu nápoji, který by se mohl s nadsázkou nazývat pivem. Tehdy, před sedmi tisíci lety před naším letopočtem omylem natekla voda do hliněných nádob, ve kterých se skladovalo obilí. To díky mikrobiologickým procesům zkvasilo, a Sumerové tak mohli ochutnat nápoj, podobající se alespoň z části dnešnímu pivu“. Tak popisují internetové prameny historii vzniku piva.(5)

# 1 Cíl práce a metodika

## 2.1 Cíl

Cílem této bakalářské práce je zhodnotit příčiny rychlého nástupu, ale zároveň i zániku některých minipivovarů. V bakalářské práci bude popsána jak historie pivovarnictví, tak současnost. Podrobně zanalyzovány problémy se kterými se dnešní provozovatelé minipivovarů setkávají, stejně tak jako impulsy, které vedou k zakládání nových provozoven.

Drtivá většina minipivovarů vzniká po roce 2000. Můžeme zde položit několik hypotéz proč právě rok 2000 je tím zlomovým ke vzniku malých pivovarů.

### 1. hypotéza:

Úspěšní podnikatelé, zhodnotili svůj vydělaný kapitál investicí do založení minipivovaru.

### 2. hypotéza:

Možnost využití Evropských dotačních titulů po vstupu Česka do Evropské unie v roce 2004. Dotační tituly umožnily malým podnikatelům být konkurenceschopní a vytvořit nová pracovní místa.

### 3. hypotéza:

Trh v Česku si vyžádal změnu, kterou minipivovary konzumentům plnohodnotně nabízejí, klientela hledala něco neobvyklého, neotřelého, co minipivovar dokázal nabídnout. Mnohdy je citlivě spojen zážitek jak gurmánský, tak turistický.

### 4. hypotéza:

Malý pivovar je schopen pružně reagovat na změny, které si vyžádá trh. Samozřejmostí je schopný sládek, který dokáže, na základě zkušeností a znalostí klientely, předem odhadnout a zvolit správný druh piva. Odtud pramení úspěch minipivovaru.

### 5. hypotéza:

Skutečnost, že cena technologického zařízení minipivovaru se prakticky nezměnila, díky větší konkurenci dodavatelů technologie pro minipivovary, zatím co cena piva na českém trhu výrazně vzrostla. V současné době se pohybuje v intervalu od 35 – 55 Kč za 0,5 l točeného piva.

Zároveň je nutné si uvědomit, že konkurence mezi minipivovary je prakticky nulová, neboť si lze jen stěží představit, že minipivovar A navštíví obchodní zástupce z minipivovaru B a bude tam nabízet svoje pivo.

Podcílem práce bude seznámení se s prací v minipivovaru a technologií výroby piva.

## 2.2 Metodika

Bakalářská práce je zpracována ve dvou částech. V první části – teoretické, jsou vysvětleny základní pojmy související se zadaným tématem, který se bude v práci řešit, tedy rychlým nástupem vzniku minipivovarů v České republice a příčinami, které vedly k jejich zániku. Informace potřebné pro tuto část byly čerpány z literatury, internetových odkazů a zkušeností majitelů minipivovarů.

Nedílnou součástí jsou i poznatky z vybraných prosperujících minipivovarů, rozhovory s majiteli těchto minipivovarů, stejně jako konzultace s prezidentem Českomoravského svazu minipivovarů Janem Šuráněm.

Ve druhé, praktické části práce, budou použity základní statistické metody analýza časových řad a lineární regresní funkce, které budou analyticky hodnotit roční výstavy v minipivovarech a v ostatních pivovarech v České republice a predikci vývoje výstavu piva v následujících dvou letech v minipivovarech. Současně zhodnotí spotřebu piva v návaznosti na demografickém vývoji.

Zvolená lineární trendová funkce popisuje určitý trend a bude doplněna grafem.

$$T_t = a + bt$$

Analýza časových řad je jednou z nejdůležitějších statistických úloh, která hodnotí změny ukazatelů v závislosti na čase, od minulosti do současnosti. Má vypovídací hodnotu o zkoumaném jevu v určitém časovém úseku.

M.A.P.E. střední procentuální chyba (Mape Absolute Percent Error) posuzuje použitelnost jednotlivých modelů pro různé řasové řady.

$$M.A.P.E. = \sum \left( \frac{|y_t - \hat{T}_t|}{y_t} \right) \cdot 100 / n$$

Index determinace slouží k syntetickému popisu stupně shody modelu s empirickými údaji.

Čím je hodnota  $I^2$  bližší 1, tím model lépe popisuje zkoumaný jev (2).

$$I^2 = 1 - \frac{\sum y_t - y'_t}{\sum (y_t - \bar{y})^2}$$

Lineární regresní funkce je v praxi nejdůležitějším typem regresní funkce. V této bakalářské práci bude využíváno statistické závislosti, kdy jednomu znaku bude odpovídat několik hodnot druhého znaku (1).

$$y' = a + bx$$

Daň z piva bude vypočítána součinem množství piva v hl, procentovým extraktem původní mladiny a sazbou daně, pro minipivovary sniženou, tedy 16%.

$$DP = M * p * SZ (SN)$$

## 2 Teoretická východiska

Předkládaná bakalářská práce se zabývá problematikou sociální a ekonomické analýzy boomu minipivovarů. To, že je český národ národem pivařů a že pod umem českých rukou vznikají jedny z nejlepších světových piv, o tom rozhodně není sporu. Historicky je tato skutečnost dána především výhodnými podmínkami pro pěstování ječmene a chmele na území Čech, které by ovšem samy o sobě ještě úspěch nezaručovaly. Rovným dílem k tomu přispívá poctivá práce, nadšení a odhodlání sládků, kteří neúnavně i v těch nejprimitivnějších podmínkách dokázali vyrábět kvalitní pivo. To vše dohromady za celá staletí utvářelo světový věhlas českých piv (4).

Odborné publikace uvádějí fakta, která hovoří o nedostatečném výzkumu v oblasti výroby piva v 18. století. Ten přichází až s českým sládkem světového formátu Františkem Ondřejem Poupětem, který se jako první začal do hloubky zabývat technologickými postupy výroby piva. Zavedl nově vážení surovin oproti zavedenému měření, sledování teplot teploměrem a především takzvané pivní váhy na zjišťování hustoty. Jeho vynálezem je i zařízení na scezování. Je nositelem mnoha novinek v oblasti českého i světového pivovarnictví (4).

Právě hluboká historie vaření piva v Čechách a odkaz věhlasného jména českého piva nutí dnešní nové majitele minipivovarů nejen kráčet ve stopách předků ale tvořit další cenné hodnoty. Při průzkumu byla možnost hovořit s několika majiteli minipivovaru a v podstatě všichni se jednohlasně shodli na myšlence, že impulsem k založení minipivovaru byla láska a vášeň pro pivo a jeho výrobu. Snad jakási magická alchymie a touha zkusit něco neobvyklého vede podnikatele k rozhodnutí investovat finance do založení minipivovaru.

### 3.1 Co vlastně pivo je?

Přesnou specifikaci nalezneme v Zákoně o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů č. 110/1997 Sb. a jeho prováděcí vyhlášce č. 335/1997 Sb., oddíl 3, § 11, která přesně stanoví, co se pivem a nápojem na bázi piva rozumí.

„Pivo je pěnivý nápoj vyrobený zkvašením mladiny připravené ze sladu, vody, neupraveného chmele, upraveného chmele nebo chmelových produktů, který vedle

kvasným procesem vzniklého alkoholu (ethylalkoholu) a oxidu uhličitého obsahuje i určité množství neprokvašeného extraktu; slad lze do výše jedné třetiny hmotnosti celkového extraktu původní mladiny nahradit extraktem, zejména cukru, obilného škrobu, ječmene, pšenice nebo rýže; u pív ochucených může být obsah alkoholu zvýšen přidavkem lihovin nebo ostatních alkoholických nápojů“(6) citace z prováděcí vyhlášky.

Pivo se dále dělí na:

- stolní
- výčepní ležák
- speciální pivo
- porter
- pivo se sníženým obsahem alkoholu
- nealkoholické pivo

Nápoje na bázi piva se člení na:

- kvašený sladový nápoj
- míchaný nápoj z piva

Skupiny piva se dále mohou dělit na podskupiny

- pšeničné pivo
- pivo z jiných obilovin
- kvasnicové pivo
- ochucené pivo

### **3.2 Co je to minipivovar?**

Minipivovar je podnik, jehož roční výstav se pohybuje v intervalu od 500 do 3000 hl piva. Některé odborné publikace zmiňují interval s podstatně větším rozpětím, tedy až do 10 000 hl produkce piva za rok (3). Tato definice se patrně opírá o skutečnost, že právě hranice 10 000 hl produkce je rozhodující pro zařazení pivovaru do nejnižší daňové skupiny spotřební daně, která v současné době zatěžuje minipivovary sazbou 16 Kč/ hl na každé procento extraktu původní mladiny. Čím je vyšší stupňovitost piva (EPM – extrakt původní mladiny), tím je vyšší zdanění podle vzorce  $DP = M * p * SZ$  (SN).

Jiný pohled na definici minipivovaru uvádí server Hop and Wine (7), ve svém odborném textu „Jaký je rozdíl mezi mikropivovarem a normálním (tradičním) pivovarem?“. Rozdíl spočívá v rozsahu vyráběných barelů za rok. Zatím co „tradiční

pivovar“ Miller Coors produkuje miliony barelů piva ročně, podle amerických regulačních zákonů mikropivovar nesmí vyrobit více, než 15 000 barelů piva za rok.

Mikropivovary jsou hlavně známé pro svá speciální piva. Jsou typické malosériovou výrobou a tato speciální piva jsou vyráběna pouze pro určitá období v roce, nebo pro určité příležitosti. Tato piva pak samozřejmě mohou obsahovat i speciální ingredience. Mikropivovary také velmi rádi experimentují s různými styly piva, s rozličnými přísadami, nebo různými fermentačními procesy. Každý den se tak dá nazvat jako vynikající vědecký experiment v mikropivovaru. Mikropivovary nejsou zdaňovány tak vysokou sazbou jako velké pivovary, takže charakter mikropivovarů, jak je známe, zůstává neměnný. Většina mikropivovarů vlastní svoji degustační místnost, jsou přidružené k restauraci, takže vyznavači piva mohou poznat a ocenit jejich řemeslo.

Další možnou příležitostí, jak se seznámit s mikropivovary jsou různé pivní festivaly. Ty umožňují mikropivovarům dosáhnout velkého uznání. Pivní fanoušci milují pivní festivaly pro jejich úžasný rozsah a rozmanitost podávaných piv a to vše na jednom místě. Minipivovary tak mají řemeslný charakter, kterému velké pivovary nemohou konkurovat.

Mezi minipivovary lze zařadit i do jisté míry zvláštní skupinu, kterou tvoří létající minipivovary. Jsou to pivovary, které jsou zapsány v živnostenském rejstříku, ale fakticky vlastně neexistují. Létající minipivovar tvoří podnikatel, společnost nebo sdružení, které nevlastní výrobní technologii, přesto produkuje pivo a to na základě spolupráce s jinými minipivovary, které ve volných kapacitách pro ně, dle jejich vlastních receptur, vaří pivo. Protože si v podstatě na každou várku nasmlouvají jiný minipivovar, dostaly přívlastek „létající nebo kočovný pivovar“ (8).

Dalším druhem takové spolupráce je nákup piva, které některý z minipivovarů produkuje, opatřit jej svojí vlastní etiketou a prodávat pod vlastním názvem. Tady již nelze uvažovat o řemeslné výrobě, ale pouze o výhodných, dvoustranně sjednaných kontraktech. Této spolupráce využívají převážně restaurační zařízení nebo potravinářské řetězce (8).

Majitelé minipivovarů se mohou rozhodnout, zda svoji investici zhodnotí pouze v podobě minipivovaru, nebo k němu připojí restauraci, která je dle zkušeností sládků i majitelů zařízení jedním z nosných pilířů úspěchu minipivovaru. Pak hovoříme o restauračním minipivovaru.

Provozovatelé minipivovarů počítají, že jejich produkce se z velké většiny spotřebuje právě v jejich restauračním zařízení, které nabude na atraktivitě díky

přítomnosti sládka, který může kdykoliv nabídnout odborný výklad společně s prohlídkou pivovaru a následnou ochutnávkou. Ruku v ruce s tímto faktem jde následná nabídka vhodně zvoleného menu, převážně krajových a národních specialit, které zákazníci a turisté ocení. Touto a další přidanou škálou atraktivních nabídek volnočasových aktivit je minipivovar schopen bilancovat v kladných číslech.

Samozřejmostí je volba odborně zdatného sládka s praktickými dovednostmi, který je schopný produkovat pivní speciály, které se těší stále větší oblibě u pivních znalců. Dokáže řešit nelehké situace spojené s technologickým postupem výroby piva, neboť minipivovar si nemůže dovolit pracovní síly do technického provozu navíc.

Pivo produkované minipivovarem by mělo být zárukou kvalitního nápoje, neboť cílem majitelů minipivovarů je nabízet zákazníkovi pouze nejkvalitnější produkt, který je nepasterizovaný a nefiltrovaný. Technologií výroby, v něm zůstávají kvasinky a je plné chuti s obsahem zdraví prospěšných látek.

„Díky tomu, že se jedná pouze o malé objemy výroby, je veškeré pivo spotřebováváno v relativně krátkém čase, čím si uchovává původní charakter z ležáckého tanku“, uvádí bývalý sládek minipivovaru Kněžíněk Dušan Krankus.

Malé objemy výroby dále přispívají k tomu, že si malý pivovar na rozdíl od velkého průmyslového pivovaru může dovolit daleko více experimentovat, neboť případná ztráta za nepovedené pivo bude výrazně nižší než u velkého objemu várky. Proto si malý pivovar může dovolit nabízet rozličné pivní speciality.

### **3.2.1 Historie pivovarnictví u nás**

Již zakládací listina Vyšehradské kapituly z 11. století vydává první písemnou zmínku o pivu. V podstatě za nejstarší minipivovary můžeme považovat právovárečné domy, kterým byla panovníkem udělena výsada a právo vařit pivo, tzv. právo várečné.

Původní obyvatelé trhových osad vařili pivo bez jakýchkoliv povolení a většinou pro vlastní potřebu. Až vznik městských center ve třináctém století s sebou přinesl jedno z nejvýznamnějších práv, jak již bylo popsáno, právo várečné. V prvopočátku bylo toto právo udělováno převážně klášterům a obyvatelům královských měst. Později byla práva přiznána i nekrálovským, tedy poddanským městům. Jak uvádí server Českého svazu pivovarů a sladoven, piva z klášterních produkcí se mohla pyšnit vynikající a neměnnou



chutí, neboť byla zaručena stálost várečníků, kteří nemigrovali a zároveň přísun vlastních kvalitních surovin, ze kterých bylo pivo vařeno (9).

### 3.2.2 Historie minipivovarů

Jak již bylo řečeno za první minipivovary lze považovat právovárečné domy z 11. století. Odborná literatura uvádí, že od 15. století jenom v Praze vzniklo a postupně zaniklo 200 pivovarů. Ve druhé polovině 19. století bylo na území Prahy asi 40 pivovarů. Začátkem 20. století jejich počet klesl na 16 a po vzniku Československa dokonce na devět. Po druhé světové válce zůstaly v Praze již pouze dva malé pivovary. Byly jimi pivovar U Fleků a U svatého Tomáše. Bohužel i pivovar U svatého Tomáše v roce 1951 zaniká. Pivovar U Fleků se i přes nepřízeň politického zřízení dochoval v provozu až do dnešní doby. Těší se stále větší oblibě a je vyhledávanou turistickou atrakcí, zejména pro svoji vynikající pozici, tradiční tmavou třináctku a velmi dobré jídlo (10).

Pro ilustraci počtu pivovarů v Čechách jsou uváděny následující údaje. V roce 1918 bylo na území Čech a Moravy 500 pivovarů, v roce 1930 bylo na území Československa 446 pivovarů s ročním výstavem 11 400 000 hl, v roce 1950 doznal stav obrovského propadu, pouze na 198 pivovarů s výstavem 9 250 000 hl. Pokles pokračoval dále, a v roce 1990 již bylo pouze 71 činných pivovarů. V současné době je v České republice podle expertů a pivních serverů okolo 360 minipivovarů. Za rok 2015 se uvařilo v Česku 20,1 milionu hl piva. Minipivovary pro pivní giganty typu Plzeňského Prazdroje rozhodně svým výstavem nepředstavují konkurenci, neboť z celkového objemu produkce piva zásobují pouze 1,5 % trhu. Ovšem konkurenci představují především produkcí speciálních piv, a to hlavně nepasterovaných. Proto také například Plzeňský Prazdroj, a.s. přichází na trh s pšeničným pivem Fénix a nepasterizovaným tankovým ležákem.

Podle slov Jana Šuráně je pro Českou republiku stropem ve vývoji počtu minipivovarů jejich celkový počet 1000, což by v přepočtu znamenalo jeden minipivovar na 10 000 obyvatel, což už je ale hraniční mez, kdy hrozí postupné zániky jednotlivých minipivovarů a současně to vyžaduje hojnou turistickou základnu, která bude produkci minipivovarů vyhledávat. Toto číslo lze predikovat z historických údajů, kdy na konci 19. století bylo na území České republiky zhruba 1000 minipivovarů, pokud se tedy historická periodičita bude opakovat, je možné tisícovou hranici očekávat.

Podle Šuráně máme nyní v rámci Evropy nejvyšší podíl počtu lidí na jeden pivovar - a to 30 000, ale v případě, že by byla pokořena hranice 1000 minipivovarů, pak bude číslo třikrát menší, což znamená 10 000 lidí na jeden minipivovar a to už je likvidační hranice.

Přesuneme-li se do současnosti nebo spíše do ne příliš vzdálené historie, konkrétně do porevolučního období, tedy do roku 1990 a zmapujeme situaci na trhu minipivovarů v té době, dobereme se následujících čísel. Již několikrát zmíněný pivovar U Fleků vezmeme jako první minipivovar fungující v porevolučním Československu. V následujících letech zaznamenalo Československo, a později po roce 1992 Česko, první průkopníky v malém pivovarnictví. Opravdového rozmachu se minipivovarům dostává po roce 2000, kdy se nejen zakládají zcela nové, ale obnovuje se provoz těch dávno zašlých: Klášterní pivovar Strahov (1400), Minipivovar u Medvídků (1466), Parostrojní pivovar v Lobči u Mšena (1586), Pivovarský dvůr Lipan (17. století), Pivovar Kout na Šumavě (1826), Zámecký pivovar Chyšě (1839), Kynšperský pivovar (1595), Minipivovar Dětenice (1790), Minipivovar Jeseník (1870), Zámecký pivovar Zábřeh (1784).

### **3.2.3 Piva z produkce minipivovarů**

Z průzkumu je možné vyvodit, že drtivá většina majitelů minipivovarů nemá vzdělání v pivovarském průmyslu. Jasným důkazem toho je vyjádření vedení Střední průmyslové potravinářské školy v Podskalské ulici v Praze, kde ještě donedávna uvažovali nad uzavřením dálkového studia oboru Technologie piva, vína, lihu a nealkoholických nápojů a dnes zde studují v každém ročníku desítky uchazečů o pivovarské vzdělání. Lze mluvit doslova o renesanci pivovarského řemesla.

Někteří majitelé pivovarů si tak ke svému původnímu oboru rozšiřují vzdělání v tomto odvětví. To následně znamená, že v pivovaru nemusí být přítomen sládek sedm dnů v týdnu, s tím, že některé jednodušší práce, např. měření zbytkového extraktu cukroměrem, zastane majitel pivovaru.

Přesto i v takovém případě je pro minipivovar vhodná přítomnost vyučeného sládky, nejlépe s výrobní praxí. Ten se pak stává v malém pivovaru strategickou osobou a majitel by se měl spolehnout na jeho rozhodnutí.

### 3.2.4 Kalkulace výrobních nákladů piva z minipivovaru

Do ceny piva musí být zakalkulovány mzdové náklady sládka, které činí jednu z nejvyšších položek, dále mzdové náklady na obsluhu. Významná je i položka za suroviny, především slad, energie, čištění, vodné a stočné, investiční náklady na pořízení lahví, etiket, pivních zátek, reklamní předmětů a samozřejmě spotřební daň ve výši sice snížené sazby 160 Kč na hl vyprodukovaného piva.

Je potřeba si uvědomit, že výrobní náklady na výrobu 0,5 l piva z minipivovaru budou vždy vyšší nežli z velkého pivovaru. Jednak proto, že mzdové náklady na hektolitr vyrobeného piva jsou výrazně vyšší a jednak proto, že technologické výtraty většinou při ručním plnění lahví a sudů jsou rovněž výrazně větší nežli ve velkém pivovaru. Na druhou stranu nemusí minipivovar vynakládat finanční prostředky na podporu prodeje (což znamená: obchodní zástupci, marketing, dumpingové ceny lahvového piva v supermarketech).

Jednu z největších položek tvoří mzdové náklady sládka. Z toho důvodu také můžeme v mnohých minipivovarech potkat sládky bez odpovídajícího vzdělání, nebo je možné se setkat s režimem, kdy jeden sládek zajišťuje výrobu piva v několika minipivovarech najednou. Ve sledovaných minipivovarech se majitelé ubírají zcela odlišným směrem, neboť jsou si vědomi, že kvalitu piva tvoří především dobrý sládek a investují tedy do vzdělaných zaměstnanců i za cenu vyšších výrobních nákladů produkovaných výrobků.

Předkládaná kalkulace je spočítána na světlé pivo o stupňovitosti 11. Objem horké mladiny 600 l, objem piva, po všech výtratách činí 550 l. Ceny surovin jsou uvedeny včetně DPH. Ceny energií vody, oxidu uhličitého jsou rovněž uváděny včetně DPH. Do ceny hotového produktu – piva, není zakalkulována doprava, odpisy za technologii, splátky úvěru, reklamní materiál a náklady na obsluhu restaurace.

Vykalkulovaná cena předpokládá, měsíční prodej piva v objemu cca 44 hl. Při nižším prodeji výrazně stoupá nákladová položka na obsluhu. Ostatní náklady se nemění.

Za nepříznivých podmínek podnikání, což znamená například minipivovar v podnájmu výrobních prostor a bez vlastní restaurace a v případě, že by modelový minipivovar navíc splácel úvěr v rozsahu 5 let, pak by objem prodaného piva nemusel být dostačující.

Důvod je ten, že prodejní cena piva pouze do konkurenčních restaurací musí být o něco nižší díky konkurenčnímu boji s velkými pivovary (11).

**Tabulka 1 Přibližný výpočet výrobních nákladů na výrobu piva a rentabilita pivovaru v měně CZK**

<b>11 % SVĚTLÁ - HOTOVÉ PIVO - 550 LITRŮ (8 VÁREK/MĚSÍC = CCA 44 HL, 550 HL/ROK)</b>		
<b>CENY SUROVIN, PROVOZNÍ A MZDOVÉ NÁKLADY</b>		
Slad	13 800,00	CZK / t
Žatecký poloraný červeňák - granule	312,00	CZK / kg
Chmelový extrakt	363,00	CZK / kg
Vodné a stočné	80,00	CZK / m3
Plyn	0,00	CZK / m3
Čištění, desinfekce	35,00	CZK / kg
Elektrická energie	5,50	CZK / kWh
Mzdové náklady na obsluhu (vč. odvodů)	40 000,00	CZK /měsíc
Ostatní režijní náklady	0,00	CZK / rok

**Tabulka 2 Spotřeba jednotlivých surovin na výrobu 1 hl piva**

<b>SPOTŘEBA NA VÝROBU 1 HL PIVA</b>		
Slad	18,54	kg / hl
Žatecký poloraný červeňák - granule	0,103	kg / hl
Chmelový extrakt (granule)	0,014	kg / hl
Voda (surovina + technologická voda)	1,30	m3 / hl
Plyn	0,00	m3 / hl
Čištění	1,00	kg / hl
Elektřina	25,00	kWh / hl

**Tabulka 3 Kalkulace výrobních nákladů a zisku na 1 hl (l) piva**

<b>KALKULACE VÝROBNÍCH NÁKLADŮ A ZISKU NA 1 HL (L) PIVA</b>		
Slad	255,85	CZK / hl
Žatecký poloraný červeňák - granule	32,14	CZK / kg
Chmelový extrakt (granule)	5,08	CZK / hl
Voda (surovina + technologická voda)	104,00	CZK / hl
Plyn	0,00	CZK / hl
Čištění	35,00	CZK / hl
Elektřina	137,50	CZK / hl

Mzdové náklady na obsluhu (vč. odvodů)	909,09	CZK / hl
Ostatní (láhve, etikety, korunky, lepidlo atd.)	0,00	CZK / hl
Spotřební daň	180,00	CZK / hl
Oxid uhličitý	4,00	CZK / hl
Celkem výrobní náklady na 1 hl	1662,66	CZK/hl
<b>Výrobní náklady na 1 litr piva - bez odpisů a RM</b>	<b>16,63</b>	<b>CZK / litr</b>
<b>Výrobní náklady na půllitr piva - bez odpisů a RM</b>	<b>8,31</b>	<b>CZK / pivo</b>
<b>Prodejní cena piva s DPH</b>	<b>28,00</b>	<b>CZK / pivo</b>
<b>Zisk před zdaněním na 1 pivo</b>	<b>19,69</b>	<b>CZK / pivo</b>
<b>Roční zisk (prodej 550 hl/rok) - před zdaněním</b>	<b>2 165 537</b>	<b>CZK</b>

Zdroj: Dušan Krankus, sládek minipivovar Kněžíněk

### 3.3 České minipivovarnictví v zahraničí

Protože obliba českého piva v zahraničí rok od roku stoupá, přibývají minipivovary, jejichž vlastníkem je příslušník daného státu, ale technologie a suroviny pocházejí z České republiky. Start a vyladění technologického postupu je pod dohledem českého sládky. Právě toto spojení přináší úspěch piva v daném regionu, neboť české pivo má ve světě velmi dobrý zvuk.

Viz například reference společnosti Pivo Praha, která do zahraničí dodává české technologie společně s přítomností českého sládky, který zaučí tamější obsluhu: Společnost spolupracuje například s pivovary v Japonsku, Rusku, Švýcarsku.

### 3.4 Minipivovary v zahraničí

Fenomén minipivovarů není patrný pouze v České republice, ale i v zahraničí. Zejména ve Spojených státech amerických, kde boom minipivovarů začal před více než čtyřiceti lety a v současné době je vybudováno 4269 minipivovarů a zdaleka se nejedná o konečné číslo. Každým rokem vzniká zhruba 200 – 300 minipivovarů. Tento počet se skládá z počtu řemeslných pivovarů, regionálních pivovarů, minipivovarů a restauračních minipivovarů. Situace je taková, že zde minipivovary obsadily přes 12 % trhu a 21 % finančního obrátu pivovarského průmyslu, což nasvědčuje faktu, že minipivovary

prodávají své výrobky podstatně draž nežli velké pivovary a jednoznačně to svědčí o tom, že lidé jsou ochotni za pivo z minipivovaru připlatit.

Internetový zdroj craftbeer uvádí, že v roce 2012 se craft pivovary podílely 6,5 % na celkovém výstavu a 10,2 % na obratu. Celkový počet craft pivovarů působících na území USA byl v tomto roce 2347 (12).

V roce 2013 se craft pivovary podílely 7,8 % na celkovém výstavu a 14,3 % tvořil obratu, což v přepočtu činilo zhruba 14,3 milionu dolarů. Počet působících minipivovarů byl celkem 2800 pivovarů. Z celkového počtu 2800 minipivovarů jich bylo celých 99 % sdruženo v organizaci Brewers association.

V roce 2014 výroba piva stoupla na 11 % celkové produkce a obrat vzrostl na 19,3 %, což činilo 19,6 milionu dolarů, při počtu minipivovarů 3400. Opět je z tohoto počtu 99 % sdruženo v Brewers association.

Rok 2015 přinesl opět procentuální nárůst již na 13 % celkové výroby a 21 % celkového obratu což činilo 22,3 milionu dolarů. Počet minipivovarů vzrůstá na 4269 (12).

Právě v USA vznikají jako protiváha velkých průmyslových pivovarů, jejichž produkce je chuťově méně zdařilá, řemeslné, neboli craft minipivovary. Právě, aby došlo k jasnému odlišení od průmyslových pivovarů, vaří crafty pivo tradičním způsobem s použitím jak nových, tak osvědčených ingrediencí, které dodají pivu specifickou barvu, vůni i chuť. Piva z produkce craftů jsou ovšem nejen chutná, ale i citelně dražší. Příčinou je velký podíl ruční práce a co možná nejlepší suroviny používané k výrobě piva (13).

Konkurenci minipivovarů vyřešily americké nadnárodní pivovary tak, že již zavedený a osvědčený minipivovar koupí, ponechají jej na trhu a dále ho provozují pod názvem původního majitele, s původním sládkem, původní ideologií, ovšem s tím rozdílem, že zisk je veden do velkého pivovaru. Tak je celkem snadno vyřešena otázka konkurence. Velké pivovary pochopily, že právě regionální, místní značka dělá minipivovar úspěšný a pokud by takový provoz přejmenovali a provozovali pod názvem velkého pivovaru, pak ztratí veškerý úspěch. Stejně tak by situaci nevyřešilo uzavření minipivovaru, protože by jej ihned obsadil jiný provozovatel a vybudoval by opět minipivovar. Velkým pivovarům v podstatě nejde o jméno minipivovaru, ale pouze o jeho zisk.

Podle Jana Šuráně byla v šedesátých letech minulého století v Americe taková situace, že piva ze všech velkých pivovarů byla totožná. Navíc konzument byl ovlivněn reklamou,

že piva nemusí být nutně hořká a proto se stále méně chmelilo. Praxe udává množství chmele na hektolitr v hmotnosti 300 g/hl. V Americe v té době chmelili pouze 80 g na hektolitr, což je asi čtyřikrát méně, než je běžná dávka. V 80. letech naopak malí provozovatelé, aby se konkurenčně odlišili, začali chmelit více. Tím dosáhli u svých piv daleko vyšší hořkosti, která spotřebitele lákala k dalšímu napití. Zároveň došlo k sekundárnímu efektu, kdy se výrazně zvýšila potřeba chmele až u hořkých, nebo aromatictějších odrůd. Díky tomu odvětví amerického chmelařství začalo výrazně oživovat a americký chmel začal být žádaným zbožím.

Americký chmel se však svými vlastnostmi poměrně výrazně liší od českých odrůd chmele, zejména různými vůněmi a příchutěmi, které se příliš nehodí pro piva ležáckého typu. Americké chmele obvykle obsahují vysoký podíl alfa-kyselin naopak nízký podíl beta-kyselin a aroma bývá často květinové, citrusové a bylinné. Proto se nehodí k výrobě ležáků. Velmi známá odrůda amerického chmele je například odrůda Cascade. Není bez zajímavosti, že americké chmele si získávají stále větší oblibu u sládků z českých minipivovarů. Například Pivovar Matuška u svého piva IPA Raptor používá americký chmel Cascadea Amarillo, a to jak při chmelovaru, tak i na takzvané studené chmelení.

### **3 Vlastní práce**

#### **4.1 Porovnání vybraných pivovarů**

Pro porovnání byly zvoleny čtyři modelové minipivovary v odlišných regionech s různě dlouhou délkou provozu minipivovaru, jejichž majitelé byli ochotni podělit se o své zkušenosti a postřehy z každodenního provozu minipivovaru.. Do porovnání byly zahrnuty jak čerstvě vzniklé minipivovary, minipivovar s ročním provozem a minipivovary s provozem delším než dva až čtyři roky.

Každý majitel minipivovaru se musí vyrovnat s dodržováním legislativních požadavků při výrobě piva, které jsou následně kontrolovány. Mezi nejčastější kontrolní orgány patří Česká zemědělská a potravinářská inspekce a Celní správa.

Česká zemědělská a potravinářská inspekce má v gesci kontrolu dodržování zákona o potravinách ve smyslu pozdějších vyhlášek a to zejména dodržování systému kritických bodů (HACCP), které přicházejí v úvahu při technologii výroby piva (rezidua chemických látek - technologická nádoba nesmí obsahovat rezidua chemických látek, které se používají např. při čištění a desinfekci).

Celní správa se zaměřuje zejména na oblast spotřební daně, to znamená, že minipivovar musí doložit přesný počet prodaných, ale i vyrobených hektolitrů, zvlášť pro jednotlivé druhy piva.

Jedná se o minipivovary: Klášterní minipivovar Ossegg, Minipivovar Kněžíněk, minipivovar U Švelchů a Kašperskohorský pivovar.

##### **4.1.1 Klášterní minipivovar Ossegg**

Minipivovar Osseg se nachází v Ústeckém kraji v obci Osek. Jeho vznik se datuje do roku 2015. V prostorách původního Cisterciáckého řádu byla majiteli pivovaru obnovena tradice vaření piva, kterou již v dobách největší slávy cisterciácké opatství mělo. Na tehdejší věhlas mnišské produkce majitel symbolicky navázal samotným názvem a logem minipivovaru. Jeho zajímavé řešení sestává z pulpitu, zasazeného v gotickém okně. Pulpit je dochován v samotném středu kláštera a je považován za zcela ojedinělý artefakt a odkaz kláštera, který přetrval téměř neporušen staletí.

V případě minipivovaru Ossegg jeho správce v pivovarském průmyslu působil. Ihned po ukončení studia na vysoké škole technického směru pracoval v mosteckém pivovaru



a následně ve firmě Ecolab. Není profesně sládek, nicméně samotnému vaření piva právě díky dosavadní práci pro pivovary rozumí. Právě proto zaměstnává na pozici sládka odborníka. Zde tedy rozhodla o založení minipivovaru záliba v pivovarnictví, ale jak sám správce říká, velkou měrou i profesní nespokojenost s dosavadní prací.

Původně byl minipivovar koncipován pouze jako pivovar, s tím, že veškerá produkce bude distribuována odběratelům. Postupem času se tato myšlenka ukázala, jako méně zdařilá a majitel přistoupil k dovybudování restaurace, která zajišťuje zázemí pro turisty, kteří zejména v letní sezoně hojně navštěvují klášter pro jeho skvostnou architekturu. I přesto ale část produkce piva putuje do jiných restauračních zařízení v současné době (leden 2017) má minipivovar tři restaurační zařízení, na jejichž čepu je produkce minipivovaru Ossegg. Sudové pivo je dodáváno minipivovarem i do sousedního Německa. Podle správce minipivovaru není zcela jednoduché proniknout na německý trh, neboť místní majitelé restaurací jsou patrioté, a byť by bylo české pivo z minipivovaru kvalitnější, přesto raději budou nabízet německou pivní produkci. Správce minipivovaru Ossegg tedy hledá majitele restaurací, kteří jsou spíše mladší věkové kategorie. Dalším velmi zajímavým postřehem z německého trhu je i cenová úroveň. I v zahraničí dostává cena přednost před kvalitou nabízeného výrobku.

Po finanční stránce je investorem minipivovaru společnost Empresa, s.r.o., prostory minipivovaru jsou této firmě pronajaty, neboť celý areál kláštera patří majiteli, kterým je Cisterciácký řád. Společnost využila k investicím do technologického vybavení minipivovaru dotační titul od ministerstva průmyslu. Jak potvrdil správce minipivovaru, získání dotační podpory nebylo složité a dotace byla poskytnuta ve výši 50 % nákladů vzešlých z projektu a výběrového řízení.

V obci Osek s pěti tisíci obyvateli jsou v provozu dva minipivovary. Přesto, že se jedná o lokalitu s vysokou nezaměstnaností, dle vyjádření správce minipivovaru Ossegg si tyto dva subjekty nejsou konkurencí. Oba majitelé svoji provozovnu založili na zcela jiné filozofii. Minipivovar Ossegg vsází na atmosféru prostředí bývalého kláštera a produkci pivních speciálů a distribuci mimo svoji provozovnu, zatímco minipivovar Černý orel nabízí především kvalitní restauraci jako gurmánský zážitek a produkce piva je doplňkovým produktem o čemž svědčí i roční výstav, který je zhruba ve výši 500 hl/rok.

Správce minipivovaru Ossegg po téměř dvouletém provozu zhodnocuje ekonomickou stránku provozu jako velmi stabilní a rentabilní a dle statistických výpočtů

by se investice vložená do vybudování minipivovaru vrátila v horizontu čtyř let. Správce ale neustále pivovar rozšiřuje a současně investuje do oprav pronajatého komplexu stávajících budov, které po léta chátraly.

V současné době činí výstav piva 1500 hl/rok, správce chce zvýšit výstav na 10 000 hl/rok. Při tomto trendu počítá s návratností investice do deseti let.

Zajištění personálního obsazení minipivovaru především na pozici sládky, který dlouhodobě udrží kvalitu produkovaného piva, dle slov správce bylo složité a víceméně náhoda sehrála svoji roli. Podle správce je nezbytné, aby sládek byl především důsledný, nedopustil, aby se z každodenní práce stala rutina a dbal nejen na kvalitu výroby piva, ale i na dodržování hygieny a sanitace varného zařízení. Minipivovar má v plném pracovním poměru sládky, dva pomocníky a obsluhu restaurace.

Na otázku, zda se minipivovar potýká s nějakými problémy, správce podotkl, že snad pouze získávání nových výčepních míst je v současné chvíli problematické. V tak obrovské konkurenci velkých pivovarů nabízejících restauračním zařízením nadstavby počínající dodávkou výčepních zařízení, vybavení restaurací až po drobnosti jako je kompletní dodávka reklamních předmětů, minipivovar s obtížemi hledá zájemce. Nicméně na druhé straně jsou restaurační zařízení, která naopak svoji ekonomickou prosperitu spatřují v nabídce rozličných speciálů poskytovaných v menších dávkách, ale v častějších obměnách, a to je přesně druh restaurací, které minipivovar Ossegg vyhledává a do nichž dodává část své produkce.

Jak již bylo v průběhu bakalářské práce zmiňováno, je velmi důležité, zda bude produkce minipivovaru v místě působení kladně hodnocena a přijata místními obyvateli. Ani na tento aspekt si provozovatel minipivovaru nemůže stěžovat. Pivní speciály z minipivovaru Ossegg byly velmi dobře přijaty a to, jak správce podotkl, i bez výraznější marketingové propagace. Což přináší důkaz o jisté sounáležitosti a hrdosti obyvatel, že v místě jejich bydliště se nachází minipivovar, kterého jsou oni sami do jisté míry součástí, neboť jsou přímými účastníky samotného vaření piva, díky efektnímu propojení restaurace, varny, spilky a ležáckých tanků.

Návštěva minipivovaru Ossegg proběhla již po zavedení EET, správce od samého začátku provozu minipivovaru používá evidenci tržeb a nesetkal se s žádným problémem. Ani k cenové úpravě jednotlivých pivních speciálů nebylo přistoupeno. Naopak ceny se stále drží na stejné úrovni a především tak, aby byly přijatelné pro samotné

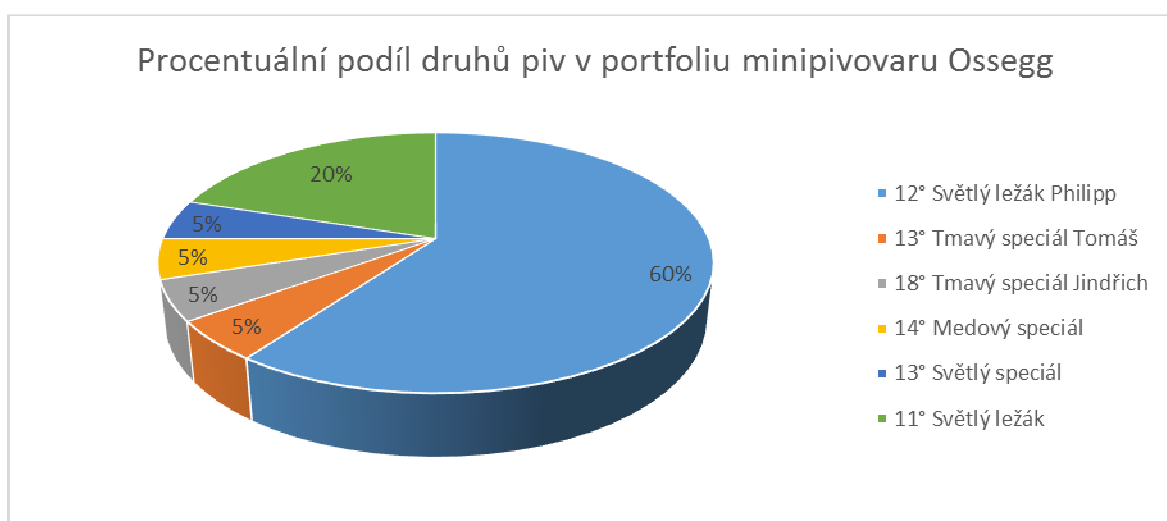
konzumenty. Jediné, co ztěžuje majiteli obslužnost, je fakt, že musí zakoupit více evidenčních zařízení, protože využívá možnost nabídky a prodeje produkce minipivovaru pomocí stánkového prodeje při různých kulturních akcích.

**Tabulka 4 Výrobní portfolio minipivovar Ossegg**

Roční výstav	1500 hl	
Objem 1 várky	10 hl	
Délka vaření 1 dávky	10 hodin	
	Procentuální podíl na celkovém výstavu	
Druhy produkovaného piva	12°světlý ležák Philipp	60%
	13°tmavý speciál Tomáš	5%
	18°tmavý speciál Jindřich	5%
	14°medový speciál	5%
	13°světlý speciál	5%
	11°světlý ležák	20%
Průměrná cena piva na čepu	29 Kč	
Průměrná cena piva v lahvi	18 Kč	

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 1 Procentuální podíl druhů piv portfolio minipivovaru Ossegg**



Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.1.2 Minipivovar Kněžínek

Minipivovar Kněžínek vznikl v roce 2012 nejen jako minipivovar, ale současně jako kongresové a rekreační centrum. Tím samozřejmě celé zařízení získává na exkluzivitu právě svojí širokou využitelností. Součástí jsou 2 restaurace, wellness s bazénem a saunou, posilovna, bowling, multifunkční sportovní hřiště a šestnácti pokojový hotel. Lokalizován je do romantické oblasti Nových Dvorů poblíž krajského města České Budějovice, obklopené Vrbenskými rybníky. Minipivovar je vyhledávaným místem turistů projíždějících po blízké cyklostezce.

Návštěvníci zde najdou v podstatě vše, co turista potřebuje k odpočinku a rekreaci. Minipivovar je velmi příjemným a přínosným zpestřením, dodávající komplexu jistou dávku exkluzivity a jedinečnosti.

Z vyjádření majitele minipivovaru Františka Kněžínka jasně vyplývá, že jako majitel má k minipivovaru vztah nejen ekonomický, ale především citový.

František Kněžínek je typem podnikatele, který investovaný kapitál do vybudování minipivovaru vydělal ve zcela jiném oboru, ale právě vášně k pivu a možnost uvařit si jej sám rozhodlo o jeho samotném vybudování.

Produkce je celá prodána v restauraci související s minipivovarem a dále v restauračním zařízení Life is dream v Kněžské ulici v Českých Budějovicích.

Prováděné kontroly České zemědělské a potravinářské inspekce a Celní správy v minipivovaru v minulosti probíhaly vždy bez sebemenších problémů, dle vyjádření majitele, se nesetkal tedy ani s náznakem podjatého postoje vůči minipivovaru.

Minipivovar musí vést evidenci vyrobeného a prodaného piva většinou formou varních a kvasných listů a rovněž tak údajů o stočeném pivu v jednotlivém balení.

„Pro mne jako majitele je administrativně i finančně zatěžující například to, že musím minimálně jednou ročně provést analýzu stanovení EPM (extrakt původní mladiny) v nezávislé laboratoři pro potřeby celní správy. Dále musí mít minipivovar zpracovaný sanitální řád a prohlášení o zdravotní nezávadnosti všech surovin vstupujících do pivovarského procesu“, vyjadřuje majitel minipivovaru své osobní výhrady vůči nařízením.

Jako drobným problémem by se mohlo jevit nalezení odpovědné osoby za provoz minipivovaru. Osobně nemá majitel minipivovaru vzdělání ani praxi potřebnou pro získání

živnostenského oprávnění v oboru pivovarnictví a sladovnictví, a proto byl postaven před nutnost nalézt takového člověka.

Problémy se kterými je konfrontován sládek v minipivovaru oproti této pozici ve velkém pivovaru jsou především v tom, že v místě není laboratoř. To znamená, že v minipivovaru se neprovádí pravidelné mikrobiologické analytické analýzy. Částečně to ani není nutné, neboť pivo z minipivovaru nemusí mít nijak zvlášť dlouhou trvanlivost a k jeho konzumaci dochází obvykle přímo v místě jeho výroby. Sládek se tak většinou musí spolehnout na své empirické zkušenosti a pravidelnou senzorkou analýzu piva a jeho meziproduktů.

Na otázku, jak konzumenti přijali výrobky minipivovaru, František Kněžínek odpovídá: „Ano, naše pivo bylo přijato velmi dobře a to zejména z těchto důvodů. Za prvé jsme byli prvním minipivovarem v Českých Budějovicích, což máme ostatně i v názvu. Druhým důvodem bylo, že jsme v našich recepturách zvolili hořčí piva, která se liší zejména od piva Budvar jako dominantního piva, ne jenom v našem městě, ale i v celém jihočeském regionu. K tomu je potřeba přičíst, že jsme součástí rekreačního a kulturního centra, máme velmi dobrou kuchyni, obrovské prostory k venkovnímu posezení, které je hojně využíváno cykloturisty. Naše pivo není ani filtrované ani pasterované, zachovává si tak původní charakter z ležáckého tanku a je podáváno vždy čerstvé. Pro mne osobně je to splnění dávného snu, protože pivo jsem měl vždy velmi rád. Nebyl jsem příznivcem pouze jedné značky, ale střídal jsem různé pivní druhy. Ne vždy jsem byl spokojen a již v minulosti jsem se zabýval myšlenkou dělat si jednou své vlastní pivo. Být majitelem pivovaru v Čechách je i věcí určité společenské prestiže. Zkrátka, pokud jste majitelem minipivovaru, stáváte se velmi populárním“, dodává svůj názor majitel František Kněžínek.

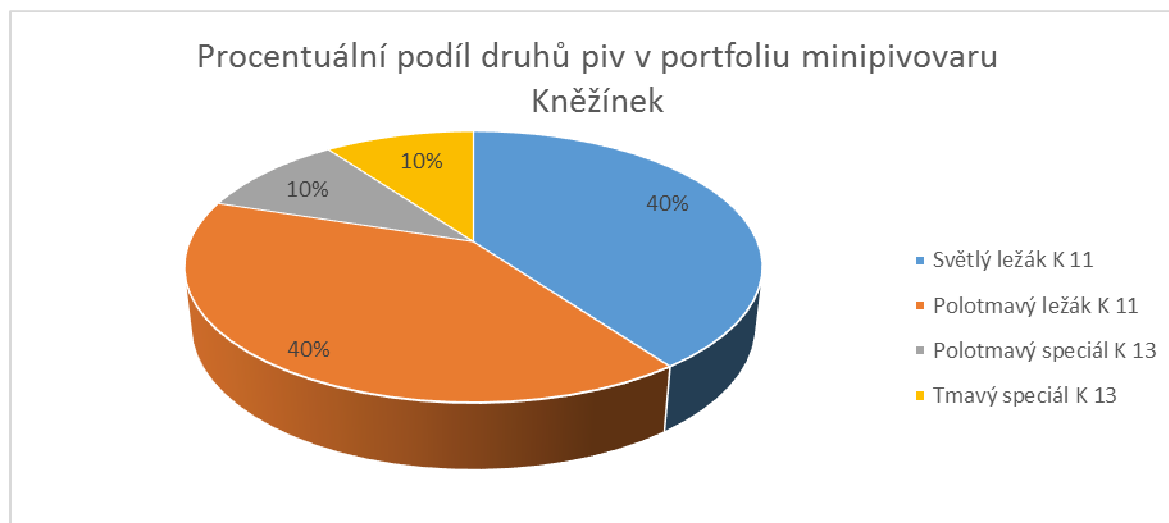
Technologické vybavení minipivovaru: dvounádobová nerezová varna s měděným opláštěním. Velikost mladinové pánve je na 500 l horké mladiny. Otop pomocí elektrické energie. Čerpání, míchání a scezování se děje pomocí soustavy dvou čerpadel. Dále jsou součástí technologie dvě otevřené kvasné kádě, každá o objemu cca 10 hl. Ležácký sklep je tvořen deseti stojatými ležáckými tanky s duplikátorovým chlazením, mycí hlavicí a pivoznakem. Celková kapacita ležáckého sklepa je cca 80 hl. Dále je součástí technologie nádrž na horkou vodu, dvě sanitační nádoby, šrotovník na slad a systém chlazení.

**Tabulka 5 Výrobní portfolio minipivovar Kněžínek**

Roční výstav	1080 hl	
Objem 1 várky	500 l	
Délka vaření 1 várky	9 hodin	
	Procentuální podíl na celkovém výstavu	
Značky produkováných piv	Světlý ležák K11	40 %
	Polotmavý ležák K11	40 %
	Polotmavý speciál K13	10 %
	Tmavý speciál K13	10 %
Průměrná cena piva na čepu	30 Kč	
Průměrná cena piva v lahvi	30 Kč	

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 2 procentuální podíl druhů piv portfolia minipivovaru Kněžínek**



Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.1.3 Minipivovar U Švelchů

Minipivovar U Švelchů byl založen v roce 2014 v západočeském městě Sušice, označovaném jako brána Šumavy. Město je v podstatě v každé roční době vyhledávanou turistickou destinací a minipivovar už jen dotvívá atraktivitu této lokality.

Majitel vlastnil restauraci, kterou ale v nájmu provozoval nájemce. K myšlence vybudovat minipivovar vedlo majitele několik zásadních faktorů. Jednak nebyl spokojen s úrovní tehdejšího provozu a jednak i etapa, během které prodělal komplikovaný úraz, díky němuž potřeboval jistý životní restart. Vzhledem k podmínkám dotačního titulu, které v době kdy se majitel rozhodoval investovat do nového zařízení, byly z jeho pohledu nepřijatelné a jejich vyřízení by způsobilo značnou časovou prodlevu, investoval tedy do pořízení provozovny z části svůj vlastní kapitál a částečně úvěr, v poměru 50 : 50. Z pohledu majitele po necelých třech letech provozu je návratnost investice ve výši 6,7 mil Kč predikována v horizontu 10 – 15 let. Majitel dlouhodobou návratnost investice zdůvodňuje především neúměrně vysokým daňovým zatížením, zbytečnou administrativní zátěží i EET.

Majitel zareagoval na zavedení elektronické evidence tržeb mírným navýšením cen nejen produkovaného piva, ale i produktů kuchyně. Jak sám přiznává, ani by ke zvýšení výrobků nemuselo dojít, neboť ceny byly kalkulovány tak, že případný nárůst způsobený zvyšující se finanční i daňovou zátěží byl již zakalkulován do výsledných cen. Nicméně reagoval tím spíše na všeobecně avizované opatření ostatních restauračních zařízení, ke kterým se ze solidarity připojil.

Zařízení minipivovaru je české výroby (Chrást u Plzně – Švech kovovýroba).

S výběrem sládka pomohl majiteli stavitel minipivovarů Josef Krýsl, který již v samém začátku, kdy se začala rodit myšlenka na vznik minipivovaru, doporučil současného sládka.

S kontrolami, které navštěvují minipivovary, nemá majitel sušického minipivovaru nejmenší problém. Pokud se najde nějaký problém či nesrovnalost snaží se toto řešit na místě a především lidským přístupem. Pouze okresní hygienická stanice neustále nařizovala opatření, která již nebyla z pohledu majitele nutná a opodstatněná, proto se obrátil o pomoc na krajskou hygienickou stanici, která shledala opatření podřízeného orgánu za zbytečná. V tomto případě dle pohledu majitele šlo o zbytečná opatření hraničící se šikanou.

Na otázku, zda se sládek pivovaru potýká s nějakými specifickými problémy, reagoval majitel v celku záporně. Pouze loňského roku (2016) čelil sládek problému napadených kvasnic, který zapříčinil, že produkce letního speciálu Summer Ale 10° o objemu 1500 l byla znehodnocena. Pravděpodobně se jednalo o vadu výrobce kvasnic,

neboť tento problém dle majitele byl celorepublikový. Vzhledem k tomu, že je celé zařízení nové, s jinými problémy se sládek nesetkal.

Ve srovnání s klientelou, která navštěvovala restauraci před její rekonstrukcí a vznikem minipivovaru se z 90 % obměnila. Majitel tuto změnu přičítá především skutečnosti, že bývalá restaurace byla na hladině 4. cenové kategorie, kterou navštěvovali konzumenti vyhledávající co nejlacinější piva. Zatímco současná nabídka oslovuje klientelu s rozhledem, kvitující vyšší cenu produktu servírovaného především v nekuřáckém prostředí stylově zařízené restaurace. Co se týká nekuřáckého prostředí, klientela sušického minipivovaru nemá s tímto opatřením sebemenší problém. Majitel minipivovaru je tedy přesvědčený, že zákazníci plánovaný zákaz kouření v restauracích přijmou. Limitujícím faktorem protikuřáckého zákona je akt samotného nařízení. Majitel jej považuje za nešťastné řešení a především krokem zpět, který omezuje svobodu. Obává se dalších omezujících zákonů, které mohou následovat. Rozhodnutí o kuřácké či nekuřácké provozovně mělo být ponecháno na samotných provozovatelích, čímž by se vyselektovala i klientela. V podmínkách dnešního trhu má klient možnost volby a výběru a není limitovaný nabídkou. Ze zkušenosti majitel uvádí, že jeho zařízení naopak vyhledávají rodiny s dětmi, což dodává zařízení na atraktivitě.

Zajímavým postřehem je zjištění, že kdysi byla Sušice známá výrobou sirek, která je v současné době již minulostí. Majitel přiznává, že má část klientely, která je hrdá na skutečnost, že si může s sebou z pivovaru odnést prezent připomínající samotné město. Druhá část zákazníků vnímá fakt, že jsou součástí minipivovaru tím, že jsou přítomni samotnému vzniku piva a přítomnost majitele a sládky minipivovaru takzvaně na place jim dává příležitost udělovat rady jak vařit pivo, což sice vyžaduje ze strany odborníků vysoký stupeň trpělivosti, ale zákazník tím považuje pivo za své a je na něho pyšný.

„Být majitelem minipivovaru považuji prvotně za obrovskou přítěž. Někdy tento fakt otvírá vrátka. Kdybych se stal majitelem minipivovaru ve dvaceti letech, možná bych zpychnul, a bylo by to kontraproduktivní, v mém věku už to nehrozí“, odpovídá na otázku sušický majitel minipivovaru František Švelch a dodává: „Pokud bych znal současný stav zákonů, věděl, jakým směrem se bude ubírat legislativa v čele s ministrem financí, pak bych velmi zvažoval své rozhodnutí. Velmi mne mrzí, že jako provozovatelé restaurací a minipivovarů jsme považováni za zloděje. Na samotné řemeslo jsem neobyčejně pyšný,



ale zároveň smutný z podmínek, které se soukromému sektoru připravily. Mám strach z budoucnosti.“

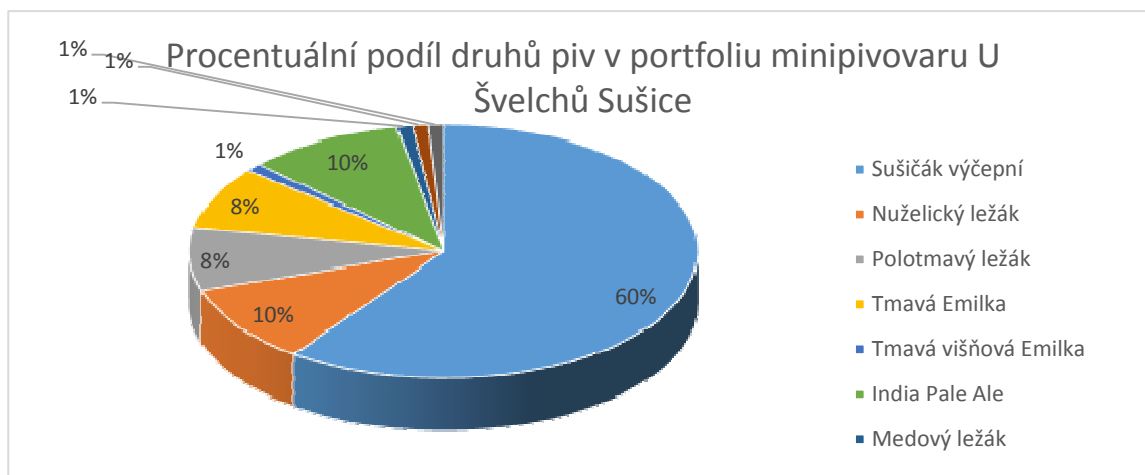
František Švelch minipivovary v regionu nevnímá jako svoji konkurenci. Co ale vidí jako problém je kolísající kvalita piva v některých minipivovarech. Zkušenost klientely s rostoucí a náhle klesající kvalitou produkce je vnímána posléze v globálu a vrhá velmi špatné světlo na ostatní producenty piva. To je samozřejmě fakt, který nelze zpochybnit. V tomto směru mají velké pivovary vždy nespornou výhodu, neboť se nemusí spoléhat pouze na zkušenosti sládků, ale kvalitu piva hlídají laboratorní testy. Minipivovar spoléhá pouze na empirické zkušenosti sládků, které ale v případě nekvalitního personálního obsazení mohou fatálně poznamenat provozovnu a tím následně i kazit pověst ostatním minipivovarům. Pokud návštěvník do takového minipivovaru zavítá a kvalita výrobku ho zklame, pak již další nechce navštívit.

**Tabulka 6 Výrobní portfolio minipivovar U Švelchů**

Roční výstav	1 500 hl	
Objem 1 várky	600 - 1000 l	
Délka vaření 1 dávky	8 hodin	
	Procentuální podíl na celkovém výstavu	
Druhy produkovaného piva	Sušičák výčepní	60 %
	Nuželický ležák	10 %
	Polotmavý ležák	8 %
	Tmavá Emilka	8 %
	Tmavá višňová Emilka	1 %
	India Pale Ale	10 %
	Medový ležák	1 %
	Medový a zázvorový ležák	1 %
	Velikonoční zelené	1 %
Průměrná cena piva na čepu	35 Kč	
Průměrná cena piva v lahvi	38 Kč	

Zdroj: vlastní zpracování

### 3 Procentuální podíl druhů piv portfolia minipivovaru U Švelchů



Zdroj: vlastní zpracování

#### 4.1.4 Minipivovar Kašperské Hory

Minipivovar Kašperské Hory jak jeho název napovídá, vznikl v turisticky atraktivní lokalitě Šumavy, Kašperských Horách. Z porovnávaných minipivovarů je nejmladší. Jeho vznik se datuje do roku 2016.

Majitel pivovaru zhruba před třemi roky zakoupil nemovitost v centru Kašperských Hor. Manželka majitele, původně vystudovaná inženýrka ekonomie začala experimentovat s malými domácími várkami piva. Rodina našla zalíbení ve vaření piva a v návaznosti na situaci v lokalitě kde zakoupili nemovitost, se rozhodli založit minipivovar.

Manželka majitele si již třetím rokem doplňuje vzdělání na Střední průmyslové škole potravinářských technologií. V pivovaru se samostatně věnuje vaření piva, přesto využívají sládka – garanta, který hlídá kvalitu a technologické postupy při výrobě piva.

V tomto případě o vzniku minipivovaru rozhodly dispozice nemovitosti, absence podobného zařízení v rekreační oblasti a opět vášeň k pivu.

Majitelé nemohli využít dotačních titulů k zafinancování technologického vybavení, neboť v době, kdy se začal reálně rýsovat projekt realizace minipivovaru, nebyly dotační tituly pro položku minipivovarů pro region Jihozápad otevřeny. Volné byly pouze dotační tituly na pořízení malého doplňkového vybavení nikoliv pro technologický celek, což podnikatel nevyužil, neboť jednou z podmínek bylo, že zřizovatel je novým

podnikatelským subjektem. Jelikož majitel minipivovaru podniká již od roku 1998, byla tato skutečnost překážkou a neumožňovala využití dotačních prostředků.

K vybudování provozu byl použit úvěr od ČSOB. Majitel počítá s návratností 8 let. Se získáním úvěru, dle vyjádření majitele, nebyly problémy.

Banka ochotně zainvestovala tento podnikatelský záměr. Z celkových vynaložených nákladů bylo 40 % kryto z úvěru a 60 % z vlastního kapitálu. Náklady na pořízení technologie byly ve výši 4 500 000 Kč. Technologie obsahuje nerezovou varnu o obsahu 500 l s mokrou vystírkou, 2 spilkové kádě, stáčečku lahví (ta výrazně ušetří práci obsluze a další náklady na zaměstnance, které se tím nezvyšují). Pivovar má pouze dva zaměstnance, sládku a podsládku. Sládek garant není zaměstnancem, pracuje na tzv. odbornou smlouvu.

Veškerý provoz minipivovaru zde zajistí obslužně dvě osoby.

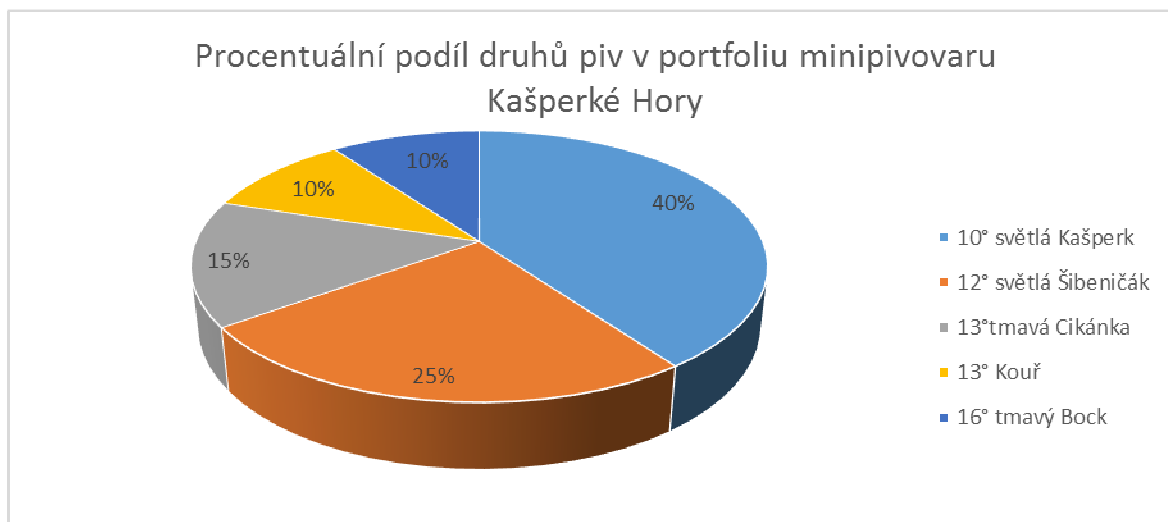
Majitel se zavedení EET trochu obává. Zdražení piva nepřipravuje, neboť má již ceny s ohledem k době vzniku provozovny nastaveny a vykalkulovány na provoz EET. Naopak uvítá zvýšení cen u konkurence, neboť se ceny vyrovnají. V tomto případě nelze s majitelem zcela souhlasit, protože právě vyšší cena piva z minipivovarů oproti cenám z velkých pivovarů dělá z produktů minipivovarů exkluzivní zboží.

**Tabulka 7 Výrobní portfolio minipivovar Kašperské Hory**

Roční výstav	hl	
Objem 1 várky	500 l	
Délka vaření 1 dávky	9 hodin	
	Procentuální podíl na celkovém výstavu	
Druhy produkovaného piva	10° světlá Kašperk	40%
	12° světlá Šibeničák	25%
	13° tmavá Cikánka	15%
	13° Kouř	10%
	16° tmavý Bock	10%
Průměrná cena piva na čepu	46 Kč	
Průměrná cena piva v lahvi	33 Kč	

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 4 Procentuální podíl piv portfolia minipivovaru Kašperské Hory**



Zdroj: vlastní zpracování

## 4.2 Legislativní problémy v pivovarnictví

Provozovatele minipivovarů zatěžují například odvody DPH, ke kterým finanční úřad nepřihlásí dříve, nežli má podnikatel zahájenou činnost. To souvisí s pozdržením vracení plateb za pořízené investice, což by podnikateli v samém začátku pomohlo, kdyby právě tato otázka byla vyřešena pružněji.

Oslovení podnikatelé se obávají připravované elektronické evidence tržeb - EET. Ta zákonitě povede ke zvyšování cen nejen za pivo, ale za celkový chod restaurace a provozů. V konečném důsledku veškeré náklady s tím spojené, které nejsou zdaleka zanedbatelné, jedná se zhruba o investici do elektronické pokladny ve výši 18 000 Kč a co je podstatně zatěžující, měsíční paušální poplatky za správu v hodnotě 999 Kč, zaplatí konečný spotřebitel, tedy v našem případě konzument piva. Zda klientela minipivovarů bude ochotna přijmout zvýšení ceny, nebo nastane opak, se ukáže až s praxí. Názory se různí, avšak drtivá většina podnikatelů vidí v zavedení EET značný problém. Neboť jak sami přiznávají, právě oni jsou celkem dobře střeženým segmentem české ekonomiky například díky celním kontrolám. Nákupy mimo doklad nelze uskutečnit, proto ani krácení tržeb není možné.

Vyskytl se i názor, že zvýšení cen bude plošné, tedy jak u minipivovarů, tak u velkých pivovarů a někteří podnikatelé očekávají, že se ceny produktů vyrovnají. S tím ovšem není možné obecně souhlasit, neboť právě vyšší cena produktu z minipivovaru dělá tento výrobek exkluzivním a v samotném důsledku, konzument je již zvyklý, že pivo z minipivovaru by mělo být charakteristické vysokou kvalitou, která se promítne i do výše ceny.

Další, neméně zatěžující daní je spotřební daň pro malé pivovary. Všichni oslovení majitelé minipivovarů shledávají tuto daňovou zátěž jako problematickou, neboť díky ní vzrůstá cena jejich produktů. Navrhované snížení spotřební daně by majitelé minipivovarů tedy uvítali.

Základní spotřební daň je u 10° piva 1,60 Kč pro velké pivovary s výstavem vyšším než 200 000 hl ročně. Minipivovary s citelně nižším výstavem spadají do snížené sazby daně, která činí 160 Kč za hektolitr 10° piva.

*„Zrušením spotřební daně pro nejmenší pivovary by tak stát jednoznačně ušetřil, a to se bavíme jen o výhodách pro stát, potažmo pro všechny občany. Pro jednotlivé minipivovary by to pak mělo za následek výrazné snížení administrativní zátěže. Už dnes sládkové tráví papírováním více času než na varně či na spilce“: vyjádřil Tomáš Maier (14)*

### **4.3 Proč by stát ušetřil?**

Vzhledem k tomu, že kontroly minipivovarů jsou prováděny v místě, kde je zapsána obchodní adresa a nikoliv v místě, kde se minipivovar nachází, úředníci Celní správy, pověřeni kontrolou, vyjíždějí do terénu, což znamená značnou finanční zátěž pro stát. Tato zátěž zdaleka nemůže být adekvátní k výši vybrané spotřební daně z těchto zařízení, neboť minipivovary přispívají do státního rozpočtu spotřební daní zhruba 4,4 milionu Kč. Počítáme-li průměrný počet minipivovarů 350, pak připadá na jeden minipivovar odvedená částka spotřební daně 12 500 Kč měsíčně, což rozhodně nemůže pokrýt náklady na úředníka provádějícího měsíční kontrolu minipivovaru, uvádí ve své studii Tomáš Maier z České zemědělské univerzity Praha.(14)

### **4.4 Vznik minipivovaru v kontextu se současnou společností**

Tak, jak se vyvíjí společnost, a s každou dobou jsou poplatná určitá společenská pravidla, počátek 21. století se nese v duchu oblíbenosti kulinářských aktivit a dovedností. Tato

skutečnost je celkem dobře srovnatelná s čerstvě porevoluční dobou. Tehdy úspěšní podnikatelé investovali do osobního zbrojního vybavení. Podnikatelé v letech 1993 měli potřebu pořídit si osobní zbraň, jejíž hodnota udávala jisté společenské postavení. V současné době jsou zbraně nahrazeny českým fenoménem, minipivovary.

Úspěšnost podnikatele jakoby se měřila vlastnictvím minipivovaru. Avšak povahové vlastnosti majitelů se značně rozcházejí. Zatímco zbraně vlastnili lidé toužící po všeobecném obdivu, minipivovary, dle mého zjištění zakládají podnikatelé s rysem vlastností pokory, skromnosti a úcty k řemeslu. Jde sice o názor subjektivní, ale podložený vlastními zkušenostmi.

V obecné rovině můžeme říci, že minipivovary mají v našich zeměpisných šířkách své nezastupitelné místo a to jak na trhu, tak v povědomí zdejších konzumentů. Jejich neoddiskutovatelnou předností je množství rozličných druhů speciálních piv vařených v malých dávkách a s vyšší frekvencí nabídky. Zcela zásadní je fakt, že piva z minipivovarů jsou vždy čerstvá, nefiltrovaná, zaručující naprosto výjimečnou chuť a proto se nikdy nemůže stát, že zákazník ochutná třeba i půlroční pivo.

Dalším a nesporným faktem je, že minipivovary jsou nositeli zcela odlišné pivní kultury, než jakou jsme zvyklí nacházet v pivnicích nižší cenové kategorie. Mezi klienty minipivovaru patří převážně zákazníci se středním a vyšším vzděláním, ochotní si za kvalitní pivo a přátelské prostředí připlatit (15).

#### **4.5 Proč v současné době dochází k tak prudkému rozmachu minipivovarů?**

Podle Jana Šuráně především proto, že české pivo má stále velmi dobrý zvuk, ačkoliv jeho spotřeba stagnuje. Také vědomí, že jsem součástí určité sociologické skupiny, ať už jako konzument piva, nebo vlastník provozovny, v jednotlivcích podněcuje vědomí sounáležitosti a zvyšuje sebevědomí.

Jelikož varna je téměř vždy součástí restaurace, je každý z návštěvníků přítomen výrobě piva byť pasivně, ale přesto je to vnímáno jako něco nadstandardního a pivo přestává být anonymní, ale zapadá do života obcí či měst, ve kterých se minipivovar nachází. K tomu dopomáhá i stálá přítomnost sládky, který se vyskytuje mezi zákazníky, hovoří s nimi, čerpá postřehy klientely. Jestliže je i dobrým společníkem a vypravěčem, pak může zaujmout a z obyčejného požívání piva se může stát prožitek s příběhem.

Vybudování minipivovaru je velmi populární záležitost a zároveň lukrativní investice. Jednotlivci, kteří vydělali peníze v jiných odvětvích, považují vklad do minipivovaru za výhodnější nežli své finance uložit a zhodnocovat v bankovních domech.

## **4 Výsledky a diskuse**

### **5.1 Podmínky založení minipivovaru**

Vstupní náklady pro vybudování minipivovaru, pro příklad použiji rok 1998, byly ve výši 5 mil Kč za zařízení. Cena piva v té době byla 17 Kč za 0,5 l. V dnešní době cena naprosto totožného zařízení klesla pod hranici 5 mil Kč, pohybuje se v intervalu 4,3 – 4,5 mil Kč, oproti ceně piva, která zřetelně stoupla a to na 44 Kč za 0,5 l. Výrazný cenový výkyv výrobního zařízení pivovaru je dán vznikající konkurencí, která na trhu postupem času narostla. V citovaném roce 1998 existovala pouze jediná firma dodávající pivovarské zařízení na trh, v současnosti je takových firem několik a jsou tedy nuceny cenu zařízení podřizovat konkurenci. Navíc se do českých podmínek dostává i konkurence ze zahraničí a zejména čínští dodavatelé jdou s nabízenou technologií hluboce pod ceny českých výrobců. Druhou věcí je kvalita a spolehlivost takového zařízení a následné servisní služby. Je pak na samotném podnikateli, zda zvolí osvědčeného, byť dražšího tuzemského dodavatele, nebo investuje do zařízení zahraniční výroby s rizikem možných ztrát, které se objeví v průběhu funkčnosti výrobního zařízení minipivovaru.

Snížení vstupních nákladů oproti zvýšené výstupní ceně výrobku, tedy piva, je první aspekt, který vede nové podnikatele k rozhodnutí založit minipivovar.

Druhým aspektem v rozvoji minipivovarů byl fakt, že podnikatelé v porevoluční době začali poměrně dobře prosperovat a svůj kapitál chtěli zhodnotit, například vybudováním minipivovaru. Ovšem postoj bankovních domů k poskytování půjček na vybudování minipivovarů v době takzvaných Klausových balíčků ekonomických opatření, tedy v 1997, nebyl příliš příznivý. Bankovní domy absolutně neposkytovaly úvěry v tomto oboru. Naprosto odlišná situace nastala s přelomem roku 2000, kdy se ekonomická situace státu poněkud ustálila a banky byly ochotné zaúvěrovat pořízení minipivovaru či restaurace, neboť zanalyzovaly, že existence minipivovarů je životaschopná. Minipivovary začaly být zajímavým trendem nejen ve světě, ale i v Čechách.

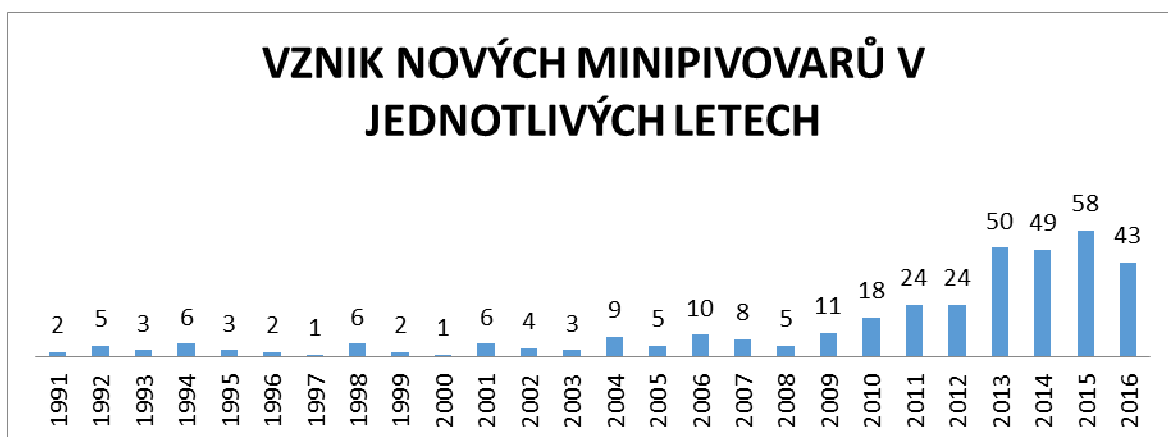
Třetím aspektem je možnost využití, a to zhruba od roku 2006, dotačních titulů. Podnikatelé se naučili využívat dotačních titulů a většinou vybudování minipivovaru spojili s výstavbou školících a kongresových center, jejichž součástí byl minipivovar,



restaurační a relaxační zařízení. V případě využití dotačních titulů právě na školící centrum pak posune pořizovací cenu minipivovaru na 30 - 40 % realizační ceny.

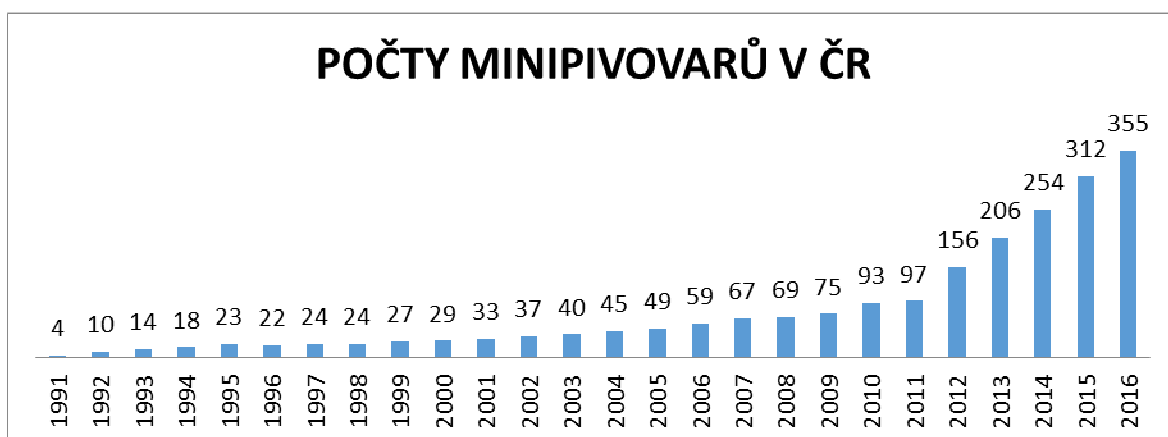
Odlišnosti byly a jsou v regionálním rozmístění. Výhodu rozhodně mají podnikatelé z příhraničních oblastí, oblastí s nízkou zaměstnaností, kam jsou dotační tituly vypisovány přednostně. Například v současné době je naprosto bez šancí získat dotační titul pro oblast Prahy a okolí. Je samozřejmě možné namítnout, že v takových oblastech je klientela ekonomicky méně aktivní a tudíž nebude koupěschopnost tak vysoká. Ovšem s přihlédnutím k prosperujícímu minipivovaru Osek, nacházejícímu se v regionu s vyšší nezaměstnaností, který si na nedostatek klientely rozhodně nestěžuje, nelze mezi tyto ukazatele nutně stavět rovnítko. Tato skutečnost vystihuje fakt, že český národ je národem pivařů, kteří si svoji zálibu v konzumaci národního nápoje nenechají vzít, přestože si ekonomicky nestojí zrovna nejlépe.

**Graf 5 Vznik nových minipivovarů v letech 1991 – 2016**



Zdroj: vlastní zpracování, data poskytnuta Českomoravským svazem minipivovarů

**Graf 6 Počty minipivovarů v ČR**



Zdroj: vlastní zpracování, data poskytnuta Českomoravským svazem minipivovarů

## **5.2 Analýza výstavu minipivovarů v ČR**

V praktické části bude pomocí statistické metody provedena analýza časových řad výstavu produkce piva v minipivovarech v letech 2005 – 2016 v celé České republice, ze které by mělo být patrné, zda produkce piva v minipivovarech stoupá a lze tedy z analýzy dvanácti let předpokládat další zvyšování produkce a tím i zvyšování poptávky po produktech z minipivovarů, a následného logického nárůstu vznikajících dalších podobných zařízení, či naopak.

Za použití statistické metody analýzy časových řad jsou porovnány za období let 2005 – 2016 výstavy z minipivovarů v celé České republice. Data poskytl Celní úřad ČR.

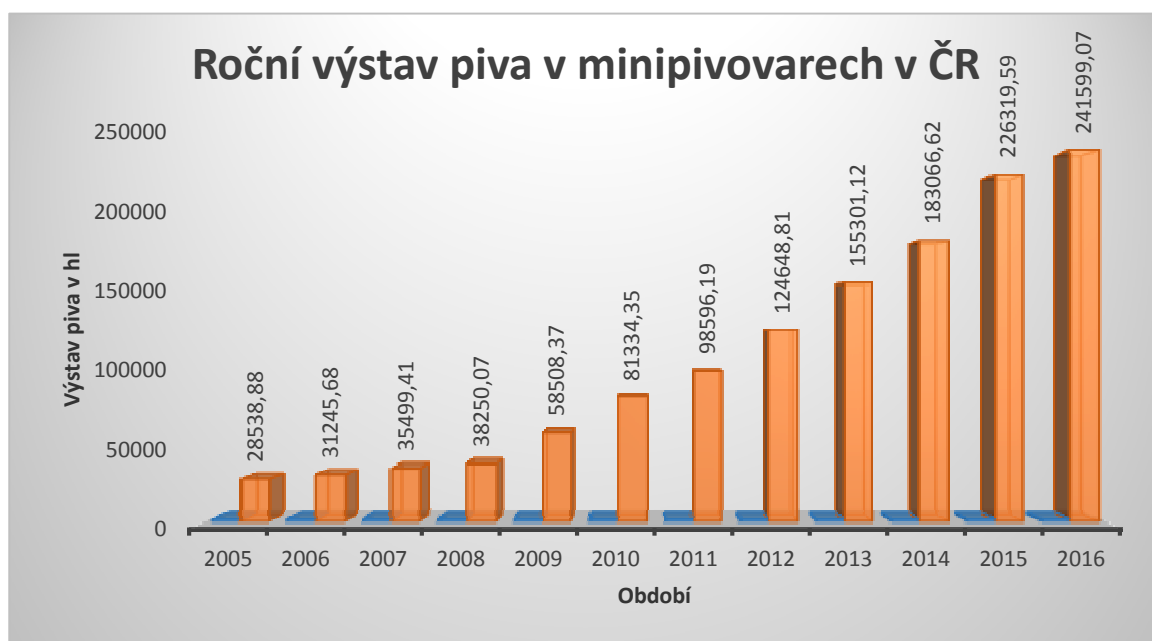
**Tabulka 8 Roční výstav minipivovarů v ČR**

Období	Roční výstav v minipivovarech v hl/rok
2005	28 538,88
2006	31 245,68
2007	35 499,41
2008	38 250,07
2009	58 508,37
2010	81 334,35
2011	98 596,19
2012	124 648,81

2013	155 301,12
2014	183 066,62
2015	226 319,59
2016	241 599,07

Zdroj: vlastní zpracování, data poskytnuta Celní správou ČR

**Graf 7** Roční výstav piva v minipivovarech v ČR



Zdroj: vlastní zpracování, data poskytnuta Celní správou ČR

Celní správou poskytnuté hodnoty vykazují rovnoměrný růst. Největší nárůst je patrný v roce 2015 oproti roku 2014. V roce 2016 produkce piva v minipivovarech téměř devětkrát vzrostla. Nárůst byl tedy zřejmý, z čehož je možné usuzovat, že rozvoj minipivovarů je momentálně na výši.

**Tabulka 9** Roční výstav celkem v ČR v hl/rok, bez exportu

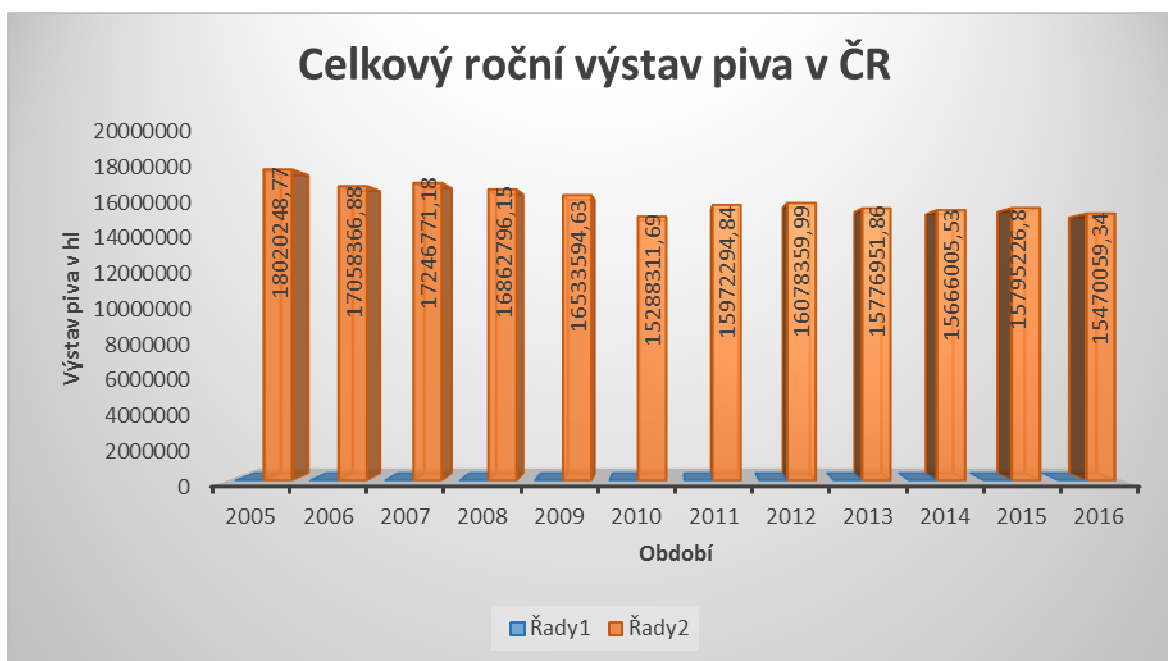
Období	Roční výstav celkem v ČR
2005	18020248,77
2006	17058366,88
2007	17246771,18

2008	16862796,15
2009	16533594,63
2010	15288311,69
2011	15972294,84
2012	16078359,99
2013	15776951,86
2014	15666005,53
2015	15795226,80
2016	15470059,34

Zdroj: vlastní zpracování, data poskytnuta Celní správou ČR

Tabulka 7 zahrnuje veškerý výstav piva v České republice a to jak z minipivovarů, tak z ostatních pivovarů v ČR. Vizuálně je zřejmé, že v roce 2010 oproti roku 2009 se celkový výstav propadl. V roce 2011 opět nepatrně stoupl a nadále trend spíše kolísá. Rozdíl ve výstavu v roce 2005 v roce 2016 zaznamenal významný pokles.

**Graf 8 Celkový roční výstav piva v hl/rok, bez exportu**



Zdroj: vlastní zpracování, data poskytnuta Celní správou ČR

Z grafu je zřejmé, že výstav piva měl sice nerovnoměrnou, ale stále klesající tendenci. Obzvlášť v roce 2010 došlo k hlubšímu propadu, který byl o rok později lehce vyrovnán avšak i dále až do konce sledovaného období byl trend klesající. Tento stav je možné přičíst ke špatné ekonomické situaci obyvatel celé ČR, která vedla ke slabé kupní síle konzumentů. V porovnání s rokem 2005 byl výstav piva v roce 2016 o téměř 1,2 násobek nižší. Je možné se domnívat, že tento trend mohl být, mimo jiné, způsoben dovozem produktů zahraničních pivovarů. Tím se snížila produkce českých pivovarů.

**Tabulka 10 Analýza trendové funkce - výstav minipivovarů v ČR**

Období	Výstav v jednotlivých letech v hl	$y_i$	$\frac{ly - y'1}{y}$
2005	28 538,88	-5 525,01539	1,19359
2006	31 245,68	15 220,56559	0,51287
2007	35 499,41	35 966,14657	0,01314
2008	38 250,07	56 711,72755	0,48265
2009	58 508,37	77 457,30853	0,32540
2010	81 334,35	98 202,88951	0,20739
2011	98 596,19	118 948,4705	0,20642
2012	124 648,81	139 694,0515	0,12070
2013	155 301,12	160 439,6325	0,03308
2014	183 066,62	181 185,2134	0,01077
2015	226 319,59	201 930,7944	0,10776
2016	241 599,07	222 676,3754	0,07832
	1 302 908,16		3,29209

Zdroj: vlastní výpočty

Závislost ročního výstavu minipivovarů za období 2005 – 2016 znázorňuje lineární trendová funkce:

Byla sestavena časová řada, do které patřila sesbíraná data vystavených hektolitřů piva a byla posuzována závislost. Byla vyrovnána časová řada podle předepsané trendové

funkce statistickou metodou porovnání časových řad. Vyrovnání časové řady říká, že sesbírané hodnoty budou seřazeny do přímky, která byla dána statistickým výpočtem.

Lineární trendová funkce byla vybrána proto, že koeficient determinace  $I^2$  je 93,861 %, což se blíží k 1 a tudíž závislost je velmi silná. Z toho vyplývá, že i model by měl být velmi dobrý. M.A.P.E. vyšel 27,434 celkem vysoký, znovu tato skutečnost ukazuje na velmi dobrý model. Závislost mezi výstavem a obdobím je hodně vysoká, jasně ukazuje na rostoucí trend.

$$y' = a + b * t$$

$$a = -26270,59636$$

$$b = 20745,58098$$

$$y' = -26270,59636 + 20745,58098 * t$$

$$r = 0,968819 \quad I^2 = 0,93861 = 93,861 \%$$

$$MAPE = \frac{100}{12} * \sum \frac{|y - y'|}{y}$$

$$MAPE = \frac{100}{12} * 3,29209$$

$$MAPE = 27,434$$

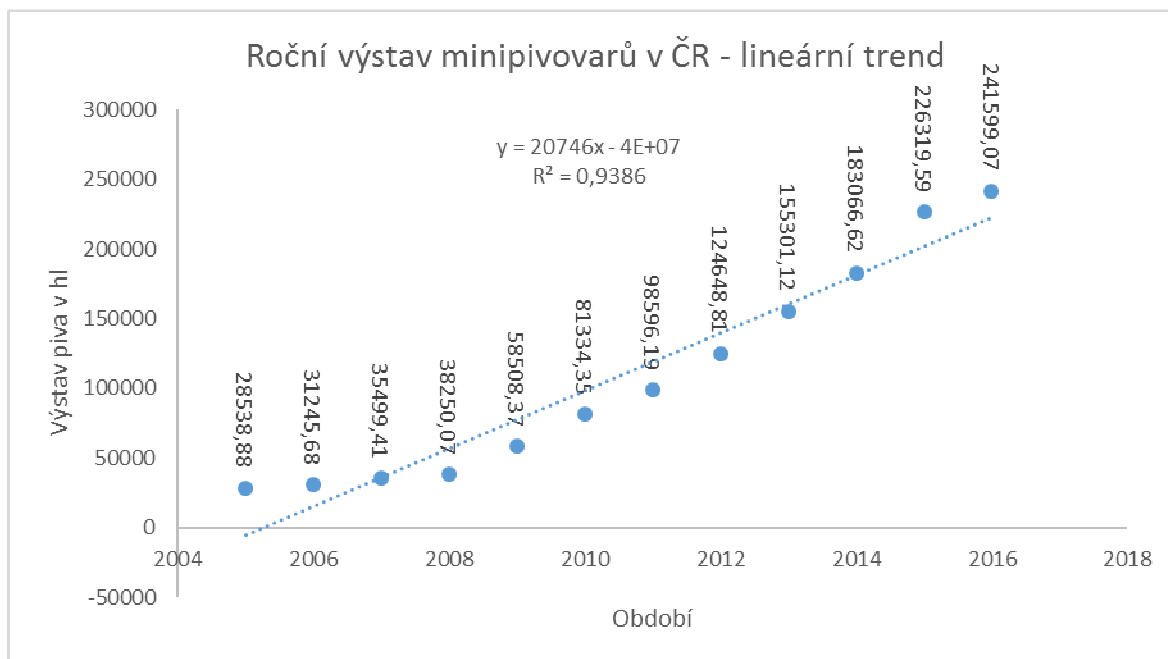
Velmi dobrý model

#### **Tabulka 11 Predikce s výhledem následujících dvou let**

Období	Predikce výstavu piva v hl
2017	611 210,31
2018	658 226,48

Zdroj: vlastní zpracování

**Graf 9 Lineární trend - roční výstav minipivovarů**



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu je vizuálně zřejmý rostoucí trend. Výstav od roku 2005 do roku 2016 má rostoucí tendenci. Z počátku sledovaného časového období sice velmi mírnou, avšak mezi roky 2008 a 2010 došlo ke značnému nárůstu a tento trend se zachoval až do konce sledovaného období.

### 5.3 Spotřeba piva v České republice

V porovnání s okolními státy jsou Češi, co do spotřeby piva největšími konzumenty, přestože drtivá většina Čechů a Češek považuje alkohol za velmi nebezpečnou drogu. V roce 2015 agentura MML-TGI uskutečnila na 15 000 respondentech průzkum, ze kterého vzešla následující data: podle 21 % dotázaných je opravdový chlap ten, který vypije na posezení několik piv, 22 % populace pije alkohol většinou doma, 12 % obyvatel si život bez skleničky nedovede představit, 64% populace si v posledních dvanácti měsících zakoupilo pivo pro domácí konzumaci, 20 % Čechů si dá k jídlu pivo a 28 % Čechů je ochotno si za dobré pivo připlatit. To nasvědčuje faktu, že minipivovary mají naději přežít, ale hlavně dále se rozvíjet.

Z průzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu Akademie věd ČR (15) je často diskutovanou otázkou spotřeba piva na osobu v České

republiky. Dlouhodobě jako republika držíme v této kategorii prvenství. Zda se jedná o primát, na který bychom měli být hrdí či nikoliv, se vedou značné spory. Jak ukazuje průzkum Českého svazu pivovarů a sladoven ne všechno pivo spotřebované v České republice je vypito pouze obyvateli našeho státu. Zhruba asi 25 – 30 l piva spotřebují na našem území právě zahraniční turisté. Dá se předpokládat, že v hlavní turistické sezoně může být spotřeba i vyšší, na rozdíl od měsíců, které patří mimo hlavní turistickou sezonu a to zejména s přihlédnutím ke skutečnosti tzv. pivní turistiky zahraniční mládeže vyhledávající tradiční proslulost českého piva.

*„Podíváme-li se, jak se vyvíjí konzumace piva u české populace od roku 2004, zjišťujeme mírně sestupný trend u mužů a setrvalý stav u žen. Týdně muži vypijí přibližně 8,1 püllitrů (u žen 2,3 püllitrů)“:* uvádí průzkum Sociologického ústavu Akademie věd ČR (15). Důvodů, jak uvádí průzkum, může být hned několik. Méně času stráveného v restauracích, neboť lidé jsou všeobecně více zaměstnáni, nemožnost požívání alkoholu v pracovní době, zdravější způsob života.

V současné době již odezněly silné ročníky sedmdesátých let minulého století, které konzumaci piva v restauracích vyhledávaly. Do popředí se dostávají věkové skupiny v rozmezí 18 – 30 let, které naopak dávají přednost energetickým nápojům a sladké Coca-cole.

*„Výsledky zmíněných průzkumů uvádějí, že generace mužů ve starším středním věku, tj. 45 – 59 let vypije nejvíce piva, asi 10 püllitrů týdně, zatímco ostatní věkové skupiny o 2,5 piva méně. A platí i to, že muži se vzděláním vyšším než s maturitou konzumují kolem 5,5 püllitrů týdně, alespoň podle toho, co sami přiznávají“*, dále uvádí průzkum Centra pro výzkum veřejného mínění (15). Průměrná spotřeba ve výši 160 l na obyvatele z let 2000, se pravděpodobně již nikdy opakovat nebude.(16)

**Tabulka 12 Vývoj počtu obyvatel v ČR v letech 2005 – 2016**

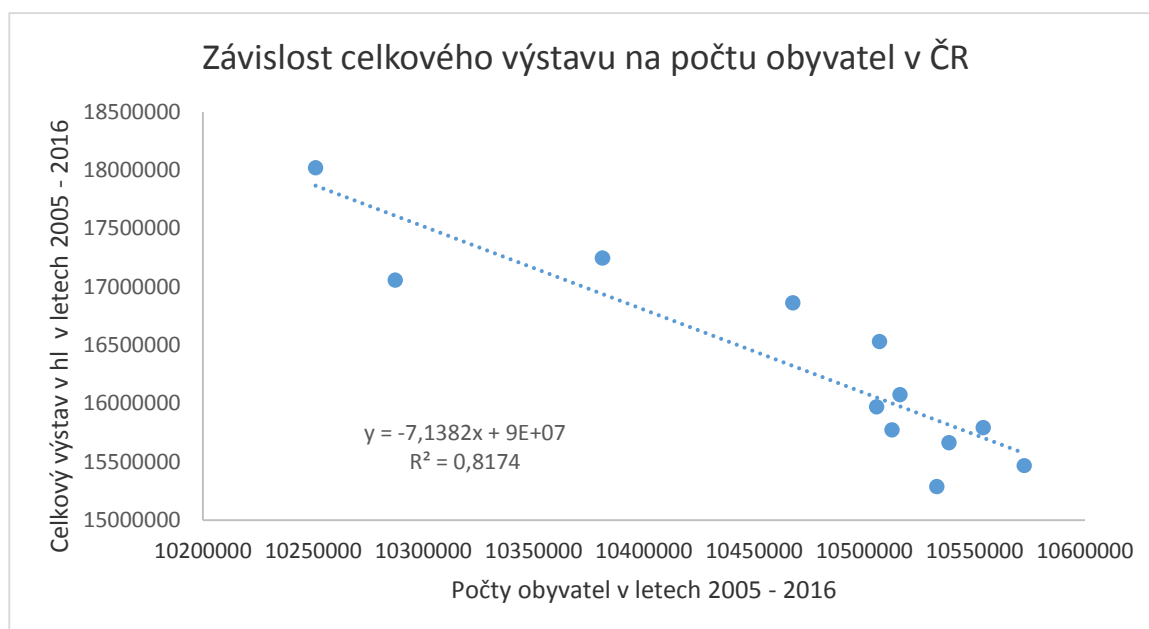
Roky	Počty obyvatel
2005	10 251 079
2006	10 287 189
2007	10 381 130
2008	10 467 542



2009	10 506 813
2010	10 532 770
2011	10 505 445
2012	10 516 125
2013	10 512 419
2014	10 538 275
2015	10 553 843
2016	10 572 427

Zdroj: vlastní zpracování, data poskytl Český statistický úřad

**Graf 10** Lineární regresní funkce – závislost celkového výstavu na počtu obyvatel



Zdroj: vlastní zpracování

Nelze tvrdit, že výstav piva je závislý na počtu obyvatel.

## 5.4 Diskuse

Počty minipivovarů ve sledovaném období let 2005 – 2016 prudce rostou, zejména pak od roku 2010 je jejich zvýšený vznik jasně patrný, jak dokazuje graf č. 5. Ovšem minipivovary nejen vznikaly, ale i zanikaly. Procento je však v porovnání se vzniklými zanedbatelné. Podle serveru lidovky.cz zaniklo od roku 1989 36 minipivovarů (15).

Proč se tak stalo, se můžeme jen domnívat, možná špatnou podnikatelskou strategií, možná přeceněnými schopnostmi majitelů, možná nevhodně vyhodnocenými riziky, která s sebou každé podnikání přináší. Jisté je, že v drtivé většině minipivovary vznikají, než zanikají, což je v Čechách, jedné ze světových velmocí pivovarského průmyslu, zcela logickým trendem.

Zatímco výstavy minipivovarů se s jejich přibývajícím růstem zvyšují, celková produkce piva v Čechách klesá. Dle mého názoru za tímto trendem částečně stojí ekonomická krize, která postihla Českou republiku v letech 2006. Špatná ekonomická situace obyvatel nutila konzumenty k úsporným opatřením, čímž trh s pivem počal stagnovat. K nepatrnému nárůstu opět dochází v letech 2011 a 2012, ovšem v zápětí se produkce opět propadá. Do jisté míry je možné tento trend přičíst i zvýšenému dovozu piv ze zahraniční provenience a vůlí zákazníků vyzkoušet nové, neotřelé chutě zahraničních výrobců.

Samozřejmě, že spotřeba piva je závislá i na sezoně a především klimatických podmínkách. Jestliže jsou letní měsíce, kdy se logicky očekává nárůst spotřeby piva, naopak chladné, provázené deštivým počasím, pak je jasné, že spotřeba bude zákonitě klesat.

Ovšem z celkového klesajícího trendu nelze jednoznačně vyvozovat závěr, že obliba piva klesá. Naopak obliba minipivovarů je u klientů zcela patrná. O tom jasně svědčí vysoký nárůst a především stále nekončící rostoucí trend vznikajících minipivovarů. Zákazníci jsou ochotni si za pivní speciály z produkce minipivovarů připlatit, neboť mají záruku, že pivo je vždy čerstvé a nepasterizované.

Z rozhovorů s majiteli minipivovarů vyplynulo, že v současné době se k založení minipivovaru využívá spíše bankovní úvěr než dotační tituly, které do jisté míry majitele zavazují svými podmínkami udržitelnosti. Ze čtyř oslovených majitelů pouze jediný využil dotačních titulů k vybudování minipivovaru spojeného s rekreačním a kongresovým centrem, jedná se o minipivovar Kněžíněk v Českých Budějovicích. Ostatní majitelé použili z části svůj vlastní kapitál a z části bankovní úvěr.

Podle statistických výpočtů a dvouleté predikce je zřejmé, že prozatím budou nové minipivovary vznikat. Kde bude pomyslná hranice a trh v České republice se minipivovary naplní lze jen stěží odhadovat. Možná onou pomyslnou hranicí bude jeden tisíc, což by

znamenal na každých 10 000 obyvatel jeden minipivovar, tak jako tomu bylo v předválečném období, jak citoval server lidovky.cz Jana Šuráně (17).

## 5 Závěr

Poznatky týkající se otázky sociálního a ekonomického boomu minipivovarů byly získány převážně při konzultacích s majiteli minipivovarů, ale i s klientelou těchto zařízení.

Proč v současné době dochází k tak prudkému rozmachu minipivovarů?

Především proto, že české pivo má stále velmi dobrý zvuk, ačkoliv jeho spotřeba stagnuje. Také vědomí, že jsem součástí určité sociologické skupiny, ať už jako konzument piva, nebo vlastník provozovny, v jednotlivcích podněcuje vědomí sounáležitosti a zvyšuje sebevědomí.

Jelikož varna je téměř vždy součástí restaurace, je každý z návštěvníků přítomen výrobě piva byť pasivně, ale přesto je to vnímáno jako něco nadstandardního a pivo přestává být anonymní, ale zapadá do života obcí či měst, ve kterých se minipivovar nachází. K tomu dopomáhá i stálá přítomnost sládka, který se vyskytuje mezi zákazníky, hovoří s nimi, čerpá postřehy klientely. Jestliže je i dobrým společníkem a vypravěčem, pak může zaujmout a z obyčejného požívání piva se může stát záležitost s příběhem.

V úvodu položené hypotézy, byly v průběhu práce jednoznačně přijaty a to na základě rozhovorů s majiteli jednotlivých zkoumaných minipivovarů i činovníky Českého svazu minipivovarů.

Vybudování minipivovaru je velmi populární záležitostí a zároveň lukrativní investicí. Jednotlivci, kteří vydělali peníze v jiných odvětvích, považují vklad do minipivovaru za výhodnější nežli své finance uložit a zhodnocovat v bankovních domech. Navíc to majitelům přináší dobrý pocit z konečného produktu, který je konzumenty přijat a samozřejmě jisté společenské postavení.

Přelomový byl rok 2004, kdy poskytování dotačních titulů a následně vstřícné kroky bankovních domů umožnily rychlý nástup vzniku nových minipivovarů. Ne všichni majitelé využili možnosti dotačních titulů, neboť podmínky udržitelnosti projektů byly natolik svazující, že raději zvolili cestu bankovního úvěru.

Samotní konzumenti zkoumaných restauračních minipivovarů vyjádřili svůj názor na produkty z minipivovarů. Umožní nejen ochutnat kvalitní a především vždy čerstvé pivo, ale nespornou výhodou je vedle standardních piv nabídka rozličných speciálů, které oživí nabídku a potěší zákazníka.

S předcházejícím zjištěním souvisí i vyřčená 4. hypotéza, která nabízí tvrzení, že minipivovar lehce reaguje na změny v poptávce. Ano, díky přítomnosti sládka v restauraci je možné velmi rychle změnit portfolio a nabídnout speciál, který by stálá klientela uvítala. Také skutečnost, že várky piva jsou vařeny v malých objemech, dává jasnou odpověď, kterou je rychlá reakce na požadavek trhu a klientely.

Minipivovary mají nespornou výhodu v pořizovací ceně technologického vybavení. Ta se výrazně mění, díky konkurenci zlevňuje, zatímco cena produktu z minipivovarů významně vzrostla.

Statistickým zkoumáním několika ukazatelů bylo zjištěno, že i v následujících dvou letech bude mít výstav piva z produkce minipivovarů stoupající tendenci, což do jisté míry značí přírůstky dalších minipivovarů. Jak se shodují odborníci, může jejich počet dosáhnout až k tisícovce. Zda poté bude trh nasycen a minipivovary budou stagnovat, nebo dokonce dojde k uzavření těch méně aktivních a prosperujících není možné v tuto chvíli bez hlubšího průzkumu predikovat.

Ani testování závislosti demografického růstu počtu obyvatel České republiky nezaručuje vyšší výstavy minipivovarů, ani velkých pivovarů. Aktivními se stávají konzumenti v rozpětí let 18 – 30, kteří již nejsou typickými „píjáky“ piva. Spíše se orientují na nealkoholické nápoje a konzumace piva již nepřináší takové uspokojení jako generaci „Husákových dětí“, kteří byli naopak aktivní v letech 2000, kdy spotřeba piva v České republice zaznamenala neobyčejný nárůst. Avšak i přes tuto skutečnost je pivo stále českým fenoménem a vyhledávanou komoditou.

## Bibliografie

### Knižní zdroje:

- 1 Svatošová Libuše Kába Bohumil. *Statistické metody I*, Praha
- 2 Svatošová Libuše Kába Bohumil. *Statistické metody II*, Praha
- 3 Čapková Veronika, Janík, Petr, Potěšil Václav. 1999. *Restaurační minipivovary v České republice*, Praha Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, 1999.  
ISBN 80-902658-0-4
- 4 Zýbrt Věnek. 2005. *Velká kniha piva, vše o pivu*. Olomouc: Rubico, 2005.  
ISBN 80-7346-054-8

### Elektronické zdroje:

- 5 PRATELEPIVA.CZ. Sdružení přátel piva. *České pivo-historie a současnost* [Online] Sdružení přátel piva 2016. [Cited: prosinec 2016 ].  
<http://www.pratelepiva.cz/svet-piva/pivo-a-pivovarnictvi/historie-a-soucasnost/>
- 6 ZAKONYPROLIDI.CZ. *Vyhláška č. 335/1997Sb.* [Online] AION CS. 2016.  
[Cited: prosinec 2016].  
<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1997-335>
- 7 HOPEANDWINE.COM. Hope and Wine. *How does a microbrewery differ from a normal brewery?* [Online] Hope and Wine. 2017 [Cited: leden 2017].  
<http://www.hopandwine.com/how-does-a-microbrewery-differ-from-a-normal-brewery/>
- 8 BEERWEB.CZ. Beer Web. *Létající pivovary*. [Online] Beer Web. 2017 [leden 2017].  
<http://www.beerweb.cz/o-pivu/letajici-pivovar>

- 9 **CESKEPIVO.CZ.** Český svaz pivovarů a sladoven. *Nejkvalitnější pivo se vařilo v kláštorech.* [Online] Český svaz pivovarů a sladoven. 2017 [Cited: leden 2017].  
<http://www.ceske-pivo.cz/nejkvalitnejsi-pivo-se-varilo-v-klasterech>
- 10 **UFLEKU.CZ.** U Fleků. *Historie U Fleků.* [Online] U Fleků. 2016 [Cited: srpen 2016].  
<http://ufleku.cz/>
- 11 **KVASNYPRUMYSL.CZ.** Kvasný průmysl. *Ekonomické aspekty vzniku restauračního minipivovaru.* [Online]. (PDF). Kvasný průmysl. 2017. [Cited: leden 2017].  
<http://www.kvasnyprumysl.cz/pdfs/kpr/2011/09/02.pdf>
- 12 **CRAFTBEER.COM.** Craft Beer. *Notable Dates in Beer History.* [Online] Craft Beer. 2017. [Cited: leden 2017].  
<https://www.craftbeer.com/beer/beer-history>
- 13 **HAUSKRECHT.CZ.** Hauskrecht. *Původ Craftů.* [Online] Hauskrecht. 2017. [Cited: leden 2017].  
<http://www.hauskrecht.cz/craft>
- 14 **LIDOVKY.CZ.** Mafra, a.s. *Osvobodit minipivovary od spotřební daně? Jednoznačně ANO!* [Online] Mafra, a.s.2017. [Cited: únor 2017].  
[http://www.lidovky.cz/osvobodit-minipivovary-od-spotrebni-dane-jednoznacne-ano-p3t-/pivo.aspx?c=A170203\\_183847\\_ln-pivo\\_mpt](http://www.lidovky.cz/osvobodit-minipivovary-od-spotrebni-dane-jednoznacne-ano-p3t-/pivo.aspx?c=A170203_183847_ln-pivo_mpt)
- 15 **CESKEPIVO.CZ.** Český svaz pivovarů a sladoven. *Češi a jejich vztah k pivu a pivovarství z pohledu sociologického výzkumu.* Český svaz pivovarů a sladoven. [Online] Český svaz pivovarů a sladoven. 2017. [Cited: únor 2017].  
<http://www.ceske-pivo.cz/cesi-jejich-vztah-k-pivu-pivovarstvi-z-pohledu-sociologickeho-vyzkumu>

- 16 **ZPRAVY.E15.CZ.** CN Invest a.s. *Češi si v konzumaci piva udrželi světový primát, spotřeba ale stagnuje.* CN Invest a.s. [Online] 2017. [Cited: únor 2017].  
<http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/cesi-si-v-konzumaci-piva-udrzeli-svetovy-primat-spotreba-ale-stagnuje-1180706>
- 17 **LIDOVKY.CZ.** Mafra, a.s. *Co týden, to nový pivovar. Dosáhne Česko předválečné tisícovky?* Mafra, a.s. [Online] 2017. [Cited: únor 2017].  
[http://byznys.lidovky.cz/co-tyden-to-novy-pivovar-dosahne-cesko-predvalecne-tisicovky-pug-/firmy-trhy.aspx?c=A161202\\_165056\\_firmy-trhy\\_pave](http://byznys.lidovky.cz/co-tyden-to-novy-pivovar-dosahne-cesko-predvalecne-tisicovky-pug-/firmy-trhy.aspx?c=A161202_165056_firmy-trhy_pave)

### **Legislativní zdroje:**

Česko. Zákon č. 110/1997 Sb, o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, pro nealkoholické nápoje a koncentráty k přípravě nealkoholických nápojů, ovocná vína, ostatní vína a medovinu, pivo, konzumní líh, lihoviny a ostatní alkoholické nápoje, kvasný ocet a droždí. Vyhláška ministerstva zemědělství č. 335/1997Sb.



## Seznam tabulek

Tabulka 1 Přibližný výpočet výrobních nákladů na výrobu piva a rentabilita pivovaru v měně CZK.....	15
Tabulka 2 Spotřeba jednotlivých surovin na výrobu 1 hl piva.....	15
Tabulka 3 Kalkulace výrobních nákladů a zisku na 1 hl (l) piva .....	15
Tabulka 4 Výrobní portfolio minipivovar Ossegg.....	22
Tabulka 5 Výrobní portfolio minipivovar Kněžíněk .....	25
Tabulka 6 Výrobní portfolio minipivovar U Švelchů.....	28
Tabulka 7 Výrobní portfolio minipivovar Kašperské Hory.....	30
Tabulka 8 Roční výstav minipivovarů v ČR .....	37
Tabulka 9 Roční výstav celkem v ČR v hl/rok.....	38
Tabulka 10 Analýza trendové funkce - výstav minipivovarů v ČR .....	40
Tabulka 11 Predikce s výhledem následujících dvou let.....	41
Tabulka 12 Vývoj počtu obyvatel v ČR v letech 2005 – 20016.....	43

## Seznam grafů

Graf 1 Procentuální podíl druhů piv portfolio minipivovaru Ossegg .....	22
Graf 2 procentuální podíl druhů piv portfolio minipivovaru Kněžíněk.....	25
Graf 3 Procentuální podíl druhů piv portfolio minipivovarů u Švelchů .....	29
Graf 4 Procentuální podíl piv portfolio minipivovaru Kašperské Hory .....	31
Graf 5 Vznik nových minipivovarů v letech 1991 - 2016 .....	36
Graf 6 Počty minipivovarů v ČR .....	37
Graf 7 Roční výstav piva v minipivovarech v ČR.....	38
Graf 8 Celkový roční výstav v hl/rok .....	39
Graf 9 Lineární trend - roční výstav minipivovarů.....	42
Graf 10 Lineární regresní funkce – závislost celkového výstavu na počtu obyvatel.....	44