

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Pivní turismus jako produkt cestovního ruchu

Beer tourism as a tourism product

Jana Kulinová

Plzeň 2021

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Jana KULINOVÁ
Osobní číslo:	K19B0346P
Studijní program:	B6208 Ekonomika a management
Studijní obor:	Management obchodních činností
Téma práce:	Pivní turismus jako produkt cestovního ruchu
Zadávací katedra:	Katedra marketingu, obchodu a služeb

Zásady pro vypracování

1. Vypracujte teoretický úvod do problematiky pivního turismu.
2. Analyzujte minipivovary v západních Čechách.
3. Analyzujte pivní produkty v západních Čechách s ohledem na využití v cestovním ruchu.
4. Navrhněte zlepšující opatření vedoucí k rozvoji pivního turismu v západních Čechách.
5. Alespoň dva z návrhů detailně rozpracujte.

Rozsah bakalářské práce: **40 – 60 stran**
Rozsah grafických prací: **neuveđen**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- Kotíková, H. (2013). *Nové trendy a nabídce cestovního ruchu*. Praha, Česko: Grada.
- Indrová, J. (2009). *Cestovní ruch: (základy)*. Praha, Česko: Deconomica.
- Zýbrt, V. (2005). *Velká kniha piva – vše o pivu*. Olomouc, Česko: Rubico.
- Larson, M. (2015). *Pivo: Co si dát k pití příště – Průvodce pivními styly*. Praha, Česko: Volvox Globator.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Janeček, Ph.D.**
Katedra marketingu, obchodu a služeb

Datum zadání bakalářské práce: **21. června 2021**

Termín odevzdání bakalářské práce: **25. dubna 2022**


Doc. Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
děkanka




Ing. Hana Kunešová, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 21. června 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Pivní turismus jako produkt cestovního ruchu“

vypracoval/a samostatně pod odborným dohledem vedoucí/vedoucího bakalářské práce
za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň/Cheb dne

vl. r. Kulinová

podpis autora/autorky

Poděkování

Ráda bych poděkovala panu Ing. Petru Janečkovi Ph.D., za odborné vedení práce a cenné rady, které mi pomohly tuto práci zkompletovat.

Obsah

Úvod	9
1 Metodika práce	10
2 Cestovní ruch.....	11
2.1 Typologie turistů	11
3 Specifické formy cestovního ruchu	13
3.1 Gastronomický cestovní ruch.....	13
4 Základy pivovarnictví.....	15
4.1 Základy pivovarnictví v ČR.....	16
4.2 Výroba piva.....	17
4.3 Druhy piv	19
5 Pivní turismus	22
5.1 Účastník pivního turismu	23
6 Pivovary a pivovarnictví v západních Čechách	24
6.1 Pivní turismus Plzeňského kraje	25
6.2 Pivní turismus Karlovarského kraje	28
7 Akce spojené s pivním turismem západní Čechy.....	34
7.1 Pilsner Fest.....	34
7.2 Gambrinus den	35
7.3 Koulení pivních sudů v Chodové Plané.....	36
7.4 Slunce ve skle.....	36
8 Empirické šetření.....	37
9 Návrhová opatření.....	44
9.1 Návrh na pivní stezku.....	44
Závěr	46

Seznam použitých zdrojů.....	47
Seznam tabulek.....	51
Seznam obrázků	52
Seznam příloh	54
Abstrakt.....	58
Abstract	59

Úvod

Pivní turismus je specifickou formou cestovního ruchu, má velký potenciál, vzhledem k tomu, že je Česká republika považována za zemi piva, je i tento typ cestovního ruchu pro naši zemi i zajímavý. V poslední době se zvyšuje počet minipivovarů a pivovarů v celé České republice a s oblíbeností piva se do popředí dostává i zájem o pivní kulturu.

Hlavním cílem této práce je navrhnout zlepšení pro produkty pivního turismu v západních Čechách. Dalším, dílčím cílem je provést analýzu pivního cestovního ruchu v západních Čechách. Druhým dílčím cílem je provést analýzu poptávky pivního turismu v západních Čechách.

V teoretické části bakalářské práce jsou nejdříve uvedeny všeobecné informace o cestovním ruchu jako takovém. V práci se nachází také popsání gastronomický cestovní ruch, jehož součástí je i pivní cestovní ruch. Dále jsou uvedeny základy pivovarnictví od samotného počátku jak ve světě, tak v České republice. Nechybí podkapitola o druhých piva a ani samotné výrobě piv. Nedílnou součástí je také samostatný pivní turismus a vysvětlení pivního turistů.

Blíže jsou pak představeny pivovary a pivovarnictví v západních Čechách. Tedy v Plzeňském a Karlovarském kraji. Součástí této práce je popsání akcí spojených s pivním turismem v západních Čechách.

V praktické části autorka provede analýzu pivního turismu v západních Čechách za pomoci dotazníkové šetření. A následně navrhne zlepšení pro produkty pivního turismu v západních Čechách.

Bakalářskou práci autorka psala v době covidové, lidé nemohli volně cestovat a navštěvovat události či jiné aktivity.

1 Metodika práce

Bakalářská práce se skládá ze dvou částí – teoretické a praktické. V práci je také hlavní cíl, a to navrhnout zlepšení pro produkty pivního turismu v západních Čechách.

Dílním cílem je provést analýzu potenciálu pivního turismu v západních Čechách. Tento cíl bude zahrnut v teoretické části pomocí analýzy sekundárních zdrojů, tedy rešerší odborné literatury týkající se cestovního ruchu obecně a také pivovarnictví a pivního cestovního ruchu.

Druhým dílním cílem je provést analýzu poptávky pivního turismu v západních Čechách. Pro splnění účelů toho cíle byl vytvořen dotazník, na základně kterého budou získána originální data, která autorka zpracuje. Tato metoda byla zvolena z důvodu potřeby zjistit spokojenost účastníků pivního cestovního ruchu. A následně navrhnout zlepšení pro produkty pivního cestovního ruchu v západních Čechách.

Dotazník obsahuje celkem 13 otázek, z toho byly 4 otázky týkající se demografických údajů. Dotazník byl vytvořen online na stránkách Google Forms, následně ho autorka umístila na sociální síť. Otázky použité v dotazníku byly otevřené a uzavřené. Dotazník obsahoval 9 otázek týkajících se výzkumu, tyto otázky byly převážně uzavřené avšak 3 otázky byly otevřené. Na konci dotazníku byli respondenti požádáni o vyplnění demografických otázek, kde byli dotázáni na pohlaví, věk, vzdělání a na kraj odkud pocházejí.

2 Cestovní ruch

Obecně by se dalo říct, že se jedná cestování mimo trvalý pobyt, ale pro každého může znamenat cestovní ruch (CR) něco trochu jiného. S cestovním ruchem souvisí ubytování, stravování, doprava a mnoho dalšího.

Jedna z prvních definic cestovního ruchu zní:

„Cestovní ruch představuje soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti.“

(Hunziker a Krapf, 1942)

„Definice cestovního ruchu mají několik složek. Obecně se cestovní ruch definuje jako krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností. Definice zní jednoduše, ale není plně výstižná. Nezahrnuje například lukrativní oblast služebních cest, kde hlavním smyslem cestování je práce, nikoliv zábava. Je také nesnadné určit, jak daleko člověk musí cestovat nebo kolik nocí musí strávit mimo domov, abychom jej mohli považovat za turistu. Mezi cestovním ruchem a cestováním nepochybně existuje silná spojitost.“ (Horner & Swarbrooke, 2003)

Cestovní ruch lze také považovat za průřezové odvětví, má vliv na mnoho dalších hospodářských odvětví, jež pro něj pracují např.: doprava, stavebnictví, potravinářství dalo by se říct, že i zemědělství, fotografické, překladatelské služby, tiskařský průmysl a také softwarové služby. To znamená, že každé pracovní místo v cestovním ruchu otevírá možnosti vzniknout dalším pracovním příležitostí. Nabízí práci jak kvalifikovaných profesím, ale i také lidem, kteří nemají zvláštní kvalifikaci určenou k výkonu práce. (Horner, Swarbrooke, 2003)

2.1 Typologie turistů

Jedná se o zkoumání návštěvníků v destinacích, respektive můžeme říct, že se jedná o jejich zvyklosti a způsoby chování. (Horner, Swarbrooke, 2003)

Sociolog Cohen (1979) dělí turisty na čtyři základní typy:

- Organizovaný masový turista: osoba, která upřednostňuje organizované zájezdy do zavedených destinací (často se jedná o přímořská letoviska). Ubytováný je v hotelové zóně, kde je uspokojena většina jeho potřeb. Většina služeb je součástí kupovaného balíčku (all inclusive).

- Individuální masový turista: jedinec, který si kupuje v rámci balíčku pouze některé služby, má rád svobodu pohybu, a však se drží hlavních turistických tras. Navštěvuje nejvíce zajímavé a nejdůležitější turistické zajímavosti v destinace příkladem takového pobytu může být kombinace leteckého zájezdu a pronajatého automobilu.
- Turista – průzkumník (objevitel): jedná se o osobu, která cestuje sama. Nevyužívá tedy služeb cestovní kanceláře. V destinaci preferuje kontakt s místními obyvateli a vyhýbá se místům s vysokou mírou ostatních turistů. Důležitá je pro něj autenticita prostředí (reálnost), na druhou stranu vyžaduje určitou úroveň komfortu a bezpečnosti.
- Turista – tulák: člověk, který si cestu ne příliš plánuje, má rád destinace dosud turisticky neobjevených, hledá dobrodružství. Velmi důležitý je pro něj kontakt s místním obyvatelstvem, obvykle se chce stát součástí místní komunity. (Horner, Swarboke, 2003)

3 Specifické formy cestovního ruchu

Jedná se o formu cestovního ruchu, která se vyznačuje specifickým motivem účastníků. Můžeme říct, že se jedné např. o temný, gastronomický, svatební, dobrodružný, akční cestovní ruch apod. (Vystoupil, Šauer, 2006)

3.1 Gastronomický cestovní ruch

Potrava (jídlo) je jednou ze základních potřeb v Maslowově pyramidě potřeb. Mezi základními službami cestovního ruchu jsou právě stravovací služby. Je spousta národních kuchyní, jsou velice rozmanité a působivé.

Gastronomický cestovní ruch je zaměřený na ochutnávání jídel, poznávání různých kultur stolování a ochutnávání nových druhů jídel i nápojů. Pro tyto osoby je typická návštěva tradičních národních kuchyní, ale také i neobvyklých restaurací. Není pravidlo, že návštěvníci musí být vždy v těch nejlepších restauracích, ale návštěva typického stánkového prodeje může pro mnohé znamenat větší gastronomický zážitek, protože na těchto místech bývá obvykle více lokální atmosféry. Může se také jednat i o účast na různých gastronomických akcích, trzích či festivalech, kde návštěvníci mohou sledovat samotnou přípravu jídel. (Páskvá, Zelenka 2012)

„Gastronomický/kulinářský cestovní ruch představuje takovou formu cestovního ruchu, u které je hlavním motivem gastronomie a kulinářské zážitky. Může se jednat o účast na specializovaných gastronomických akcích nebo o zážitky spojené s konzumací, s přípravou a prezentací jídla, seznámení se s gastronomickými tradicemi v dané destinaci“ (Kotíková, 2013)

Za gastronomickým cestovním ruchem můžeme cestovat po celém světě, do Francie za nejlepšími kulinářskými zážitky, do Itálie, která je považována za zemi pizzy, vína a zmrzliny, také do Řecka za zdravou a velice chutnou kuchyní. V České republice je nejvíce proslulá pivní a vinařská turistika. (eTravel.cz, 2021)

V tzv. kulinářském cestovním ruchu hraje hlavní roli místní kuchyně. Většina těchto turistů skrze jídlo poznává místí dědictví, kulturu a lidi. Aktivity s tím spojenou se mohou pohybovat od ochutnávek místního jídla a pití až po dobrodružnější a aktivnější zážitky.

Účastní na tomto cestovním ruchu jsou zástupci všech věkových kategorií, ale většinu tvoří věková kategorie 30 až 60 let. (cbi.eu, 2018)

Rozdělujeme tři typy gastronomických turistů:

1. Úmyslný turista

Dalo by se říct, že přibližně polovina všech kulinářských turistů jsou záměrně kulinářští turisté. Jejich hlavním cílem je zážitek a poznání z místní kuchyně. Jedná se obvykle o lidi z vyšších socioekonomických vrstev, lidé se středním až vysokým příjmem. Nedílnou součástí je také vysoký zájem o potravinovou kulturu a silnou touhu cestovat. V neposlední řadě jsou to lidé, kteří mají vysoký zájem o sociální a environmentální otázky.

2. Oportunistický turista

Přibližně čtvrtina kulinářských turistů jsou právě oportunističtí turisté. Tito lidé aktivně vyhledávají kulinářské zážitky, ale také mají i další primární důvod své cesty. Nejčastější aktivitou této skupiny turistů je návštěva trhů.

3. Náhodný turista

Poslední čtvrtina kulinářských turistů se nedají zcela považovat za kulinářské turisty. Tito lidé nevyhledávají aktivity spojené s gastronomickým cestovním ruchem. Pouze jim jsou tyto aktivity náhodou k dispozici.

(cbi.eu, 2018)

Trendy, které nabízí evropský trh pro gastronomický turismus je mnoho. Jedná se například o jedinečné a autentické zážitky. V posledních letech se klade velký důraz na autenticitu a stává se tak hlavním faktorem cestovního ruchu. Evropští turisté velice rádi komunikují s místními lidmi. Jako příklad je sběr hroznů v Argentině nebo sklizni oliv v Jordánsku. Spojením autentického zážitku a setkáváním se s místními vznikl „peer-to-peer“ zážitky. Spotřebitelé mohou nabídnout stravování ostatním spotřebitelům prostřednictvím webových stránek. V posledních letech se také klade velký důraz na udržitelnost a ekologii, turisty zajímá odkud pochází jídlo a pití. Oblíbenými destinacemi pro tento druh cestovního ruchu jsou Brazílie, Indonésie, Malajsie, Mexiko, Maroko, Peru a Jižní Afrika. (cbi.eu, 2018)

4 Základy pivovarnictví

Již lidé v době prehistorické znali výrobu piva. S velkou pravděpodobností se tak stalo náhodou, kdy našim dávným předkům provlhly sýpky s ječmenem, a tak začal kvasný proces. (Smith, Getty, 2003)

Už od počátku civilizace se vaří pivo, sice ne nám známým způsobem, ale přibližně ve stejnou dobu, jako začaly vznikat nejstarší písemné památky. Nejstarší zmínky o pivu pocházejí z dob Sumerů, kteří žili ve 4. – 3. tisíciletí př. n. l. na území jižní Mezopotámie. (Houser, 2003)

„Pivo, sumersky zvané kaš, připravovali z ječných chlebů a ze sladu ve veliké džbánovité nádobě s vodou. Chmel nebyl tehdy ještě znám. Nahořklá příchut' se tedy musela pivu dodat jinak, obvykle předběžným pražením chlebů v horkém popelu. Někdy se také ke sladu přidávala zelená hořčice či sezamová semínka.“ (Houser, 2003)

Od dob Mezopotámie spolu s člověkem putuje světem pivo. Prakticky ve všech světových civilizacích pivo zaujímalo své místo. (Smith, Getty, 2003)

Koncem 3. tisíciletí př. n. existovalo v Mezopotámii mnoho druhů piva, které se lišily od sebe obsahem alkoholu i barvou. Tehdejší pivo nebylo nikdy zcela čiré a obsahovala dokonce i mechanické příměsi. To byl hlavní důvod proč lidé pili pivo obvykle brčkem tedy v té době obilným stéblem. (Houser, 2003)

Obrázek 1 – Pití piva obilným stéblem v Mezopotámii



Zdroj: Hrozný (1943)

V době, kdy Řím rozvíjel evropskou civilizaci, se pivo začalo vařit i v cizozemských římských osadách. Výroba piva se takto zdokonalovala, její výroba se soustředila v opatstvích a klášterech. Ke konci středověku byl tento mok životně důležitý stejně jako voda nebo vzduch. (Smith, Getty, 2003)

4.1 Základy pivovarnictví v ČR

První zpráva o výrobě piva se váže k Břevnovskému klášteru z roku 993, kdy tamní benediktýni vyráběli pivo a víno. S velkou pravděpodobností se pivo připravovalo i v řadě dalších klášterů, bohužel nejsou z té doby dochovány žádné písemné zmínky. (Basařová, 2011)

Jednou z prvních písemných zmínek o výrobě piva na našem území je nadační listina vyšehradské kapituly z roku 1088. Pivo nebylo výhradou nikoho, mohl ho vařit kdokoliv kdo měl k tomu potřebné nástroje. Později však vznikla první várečná privilegia. Privilegií bylo mnoho, první z nich bylo tzv. mílové právo. To mělo za následek, že v okruhu jedné míle od městských bran, nesměl nikdo sladovat ani vařit pivo. Toto právo bylo udělováno pouze královským městům. Ve stejnou dobu, tedy ve 13. století, si tehdejší šlechta (panstvo) začala všimnout velkého užitku z pivovarnictví. Začala tedy vystavovat své vlastní sladovny a pivovary. (Pivety.com, 2011)

S velkou pravděpodobností nejstarším dokladem o pěstování chmele na našem území je nadační listina knížete Břetislava I., který panoval v letech 1034 až 1055. (Basařová, 2011)

Ve smlouvě Svatováclavské z roku 1517 bylo ustanoveno, že výrobu a odbyt piva zůstává výhradě třem stavům a to panskému, měšťanskému a duchovnímu. Tomuto právu se říkalo právo propinační. (Pivety.com, 2011)

Na počátku 17. století byl počet pivovarů na hranici 3000, většinu těchto pivovarů pak zredukovala konfiskace majetku po roce 1621. Také třicetiletá válka významně zasáhla do českého pivovarnictví. Již více zmíněné právo mílové bylo zrušeno až v roce 1788. (Pivety.com, 2011)

V Českém pivovarnictví sehrál velkou roli sládek František Ondřej Poupě (1753-1805). Který vařil pivo ve Štěkni a později také v Tachově. Snažil se zlepšovat kvalitu piva a na rozdíl od ostatních sládků mu nestačilo moudrosti předávané z generace na generaci, ale začal vyhledávat ponaučení ve fyzice a také chemii. S pravděpodobností

byl první, kdo začala hlídat teplotu v různých fázích výroby piva. Měřil také hustotu piva hustoměrem tzv. pivní váha. (Susa, 2008)

Na přelomu století fungovalo více jak jedenáct set pivovarů. Právo várečné se udrželo až do roku 1948, kdy komunistická moc pivovary znárodnila. Po roce 1955 zbylo pouhých 300 pivovarů a na začátku 90. letch pouhá stovka. Po sametové revoluci v důsledku velmi špatné ekonomické situaci se zavíraly další pivovary. Na druhé straně začaly vznikat minipivovary. (Pivety.com, 2011)

4.2 Výroba piva

„Výroba piva se vyznačuje vylučovacími a separačními procesy. V plevných, plynných a kapalných odpadech se odstraňuje řada potenciálních kontaminantů a hotové pivo obsahuje méně škodlivých látek než použité suroviny. Porto pivo patří k nezdravějším nápojům z hlediska obsahu tzv. cizorodých látek a chemických reziduí.“ (Basařová, 2011)

Českých pivařů zůstává stále nejvíce oblíbený Pilsner Urquell, dále to je Gambrinus, Velkopopovický Kozel, Radegast a v neposlední řadě Birell. (Mediaguru.cz, 2020)
Výroba těchto jednotlivých značek piv.

V Plzeňském Prazdroji (Pilsner Urquell) se pivo vaří ze tří základních surovin: český ječmenný slad, žatecký chmel a kvalitní voda. Chmel v granulích vzniká drcením ihned po sklizni a bez přístupu vzduchu. Tento způsob sběru a uchovávání si tak uchová intenzivní hořkost a unikátní aroma. Ke kvasnému procesu se používají speciální kmeny pivovarských kvasinek. (Prazdroj.cz, 2021)

„Výroba piva probíhá ve třech fázích: sladování ječmene, příprava mladiny a její zkvašování. Slad vzniká procesem řízeného máčení, klíčení a sušení. Při máčení stoupne obsah vody v zrnech, vzniknou tak podmínky pro jejich klíčení. To probíhá v tzv. Saladinových skříních – velkých betonových vanách vybavených klimatizací a mechanickým převrácením klíčícího zrna. Naklíčený ječmen (tzv. zelený slad) se následně suší na vytápěném zařízení zvaném hvozd. Druhá fáze výroby, příprava mladiny, se opírá o proces rmutování. Během něj dochází k přeměně cukernatých složek sladu do takzvané sladinky. Ta se po oddělení od zbytku sladového šrotu (mláta) povaří s chmelem. Během tzv. chmelovaru přecházejí hořké látky z chmele do roztoku. Vzniká mladina, která se ještě horká zbavuje chmele a zbytků kalů. Koncentrace extraktu mladiny

rozhoduje o stupňovitosti piva a tím i o obsahu alkoholu. Mladina je přečerpána do vířivé kádě, na jejímž dně se usazují jemné kaly, poté odpočívá a chladí se na 6-7 °C.

Následné zakvašení vlastní kulturou kvasnic probíhá v kovových cylindrokónických tancích (CKT) ve dvou oddělených fázích – kvašení a zrání. Při kvašení se část mladiny činností kvasinek přeměňuje na alkohol a oxid uhličitý. Řízení celého procesu usnadňuje sládkům počítačová technika. Následnou filtrací se odstraňují zbylé kvasinky. Poté už se pivo plní do transportních nádob – cisteren, KEG sudů, lahví a plechovek.“ (Prazdroj.cz, 2021)

Gambrinus se vyrábí ze tří druhů sladu a dvou odrůd českého chmele, konkrétně Sládek a Žatecký poloraný červeňák. Právě tyto dvě odrůdy chmele vytváří vyváženou svěžít a hutnou stavbu těla s příjemnou hořkostí. Druhy piva, která vyrábí Gambrinus: Nepasterizovaná 11, Nepasterizovaná 10, Nepasterizovaná 12, Nefiltrovaný ležák, Originál 10, Patron 12 a Polotmavá 12 a Dry. Všechny tyto druhy piva obsahují tři druhy sladu (světlá plzeňský, karamelový, barevný) a také Sládkův chmel. (Gambrinus.cz, 2021)

Velkopopovický kozel díky třem druhům sladu dokonale spojuje jemnost s hořkostí chmele. Nyní si představíme 6 druhů piva. První z nich je Kozel Světlý, který se vyznačuje hladkou chutí a nádherou zlatavě žlutou barvou. Dále je tu Kozel 11, tento druh piva má vypilovanou plnější chuť. Kozel Černý, vyrábí se podle původní receptury ze speciálních čtyř tmavých sladů, čisté vody a vybraného chmelu. Kozel Mistrův ležák má bohatou chuť díky čtyřem druhům sladů a třem druhům chmele. Kozel Řezaný 11, výborně spojuje jemnou hořkou chuť světlého piva a karamelového černého piva. Jako poslední si představíme Kozel Florián, jedná se o limitovanou polotmavou 11, která má jemnou načervenalou barvu. (Kozel.cz, 2021)

Pivo Radegast se vyrábí z těch nejkvalitnějších pivovarských surovin z Moravy. Pivovar v Nošovicích, kde se Radegast vaří vyrábí 7 druhů toho lahodného moku. Ryze Hořká 12 je prémiový světlý ležák s charakteristickou hořkostí a plnou chutí, Při výrobě se používají tři druhy moravského chmele. Rázná 10 je výrazně hořká ale vyváženě svěží díky chmelovému aroma. Temně hořká 12, jedná se o polotmavý ležák jantarové barvy díky netradiční kombinaci sladů a vyšší dávce chmele vyniká svou plnou hořkou chutí. Nefiltrovaná 12, toto pivo je lehce zakalené díky přítomnosti živých pivovarských kvasinek. Rater se pyšní plnou chutí a mimořádnou hořkostí, a to díky prémiového

chmelu Polaris. Extra hořká 15 jedná se o pivo jantarové barvy s bohatou stabilní pěnou, má vyšší dávku chmele odrůdy Žatecký poloraný červeňák. Poslední z této řady je Rog IPA toto pivo je světlé svrchně kvašené s příjemným chmelovým aroma. (Radegast.cz, 2021)

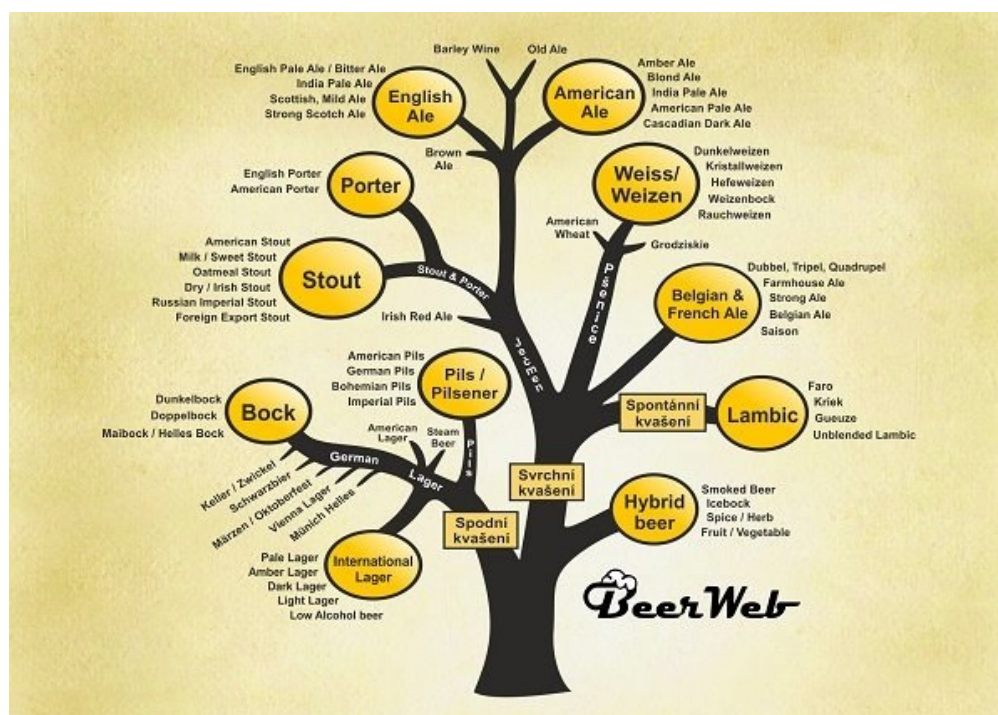
Jako poslední ze série nejoblíbenějších piv u českých pivařů je Birell, který se vaří ze světznámého žateckého poloraného červeňáka. Jako jediné nealkoholické pivo se vaří nepřetržitým procesem za přístupu unikátních kvasinek. Birell vyrábí i 9 ochucených piva značky Birell. (Birell.cz, 2021)

4.3 Druhy piv

Pivo je kvašený nápoj vyrobený v podstatě ze sladového obilí a ochuceného chmele. Dobré pivo je osvěžující s čistou chutí a vůní, musí být dobře pěnové, řízné, nesycené kysličníkem uhličitým a barva musí odpovídat určitému druhu. (Jirotka, 1956)

Pivo je kvašený nápoj uměle vyrobený z ječmene a chmele. Podle výroby, země místa a surovin jej různě pojmenováváme. Pivo je důležitou pochutinou i potravinou, obsahuje výživné látky pro lidské tělo. Bílkoviny a uhlohydráty v pivě jsou lehce stravitelné, obsahuje také látky povzbuzující trávení. (Susa, 2008)

Obrázek 2 – pivní styly



Zdroj: beerweb.cz

Lager – ležák, je označení pro piva vyráběná spodním kvašením, v Čechách se tak označují piva, která mají více jak 10 %. (Johnová, 2002)

Pilsner – světlý ležák s čerstvým bylinným aróma, jemnou chutí a suchým chmelovým dozníváním. (Johnová, 2002)

Ale – se vyznačuje výrazným ovocným akcentem, vyrábí se svrchním kvašením za tepla při postupném dodávání celé škály různých druhů kvasnic. (Johnová, 2002)

Bock – silný ležák, který se podává pro zahřátí. Podává se buď na začátku zimy nebo na začátku jara. Tento druh piva znali lidé už v 17. a 18. století, a však pod jiným jménem a to „říjňák“. (Smith, Getty, 2003)

Doppelbock – výjimečně silný ležák „dvojitý bock“, známý především v Bavorsku. Tento druh piva je charakteristický svoji plnou a sladově nasládlou chutí, barva se pohybuje od tmavšího jantaru po tmavě hnědou baru, je mírně chmelené, a tak je větší důraz kladen na slad. (Smith, Getty, 2003)

Porter – svrchně kvašené, velmi tmavé někdy až téměř černé pivo s velice výraznou chutí. Vznikl v 18. století v Londýně, kdy Ralph Harwood, který přišel na to, jak pivo tohoto typu připravit. Typicky má tmavohnědou barvu, krémovou pěnu, plnou a silnou chuť, kterou zdůrazňuje čokoládová příchut' a spodní tóny po pražení. Porter má další různé druhy, ty mají své další charakteristické vlastnosti. (Smith, Getty 2003)

Scotch Ale – pivo Skotského typu mívá často silně nasládlou chuť. Obsahuje velké množství diacetylu, proto má tento druh piva příchut' tofé, a ve většině skotských piv je to také hlavní chuťovou složkou. (Smith, Getty, 2003)

Stout – svrchně kvašené, hutné a téměř černé pivo. Anglický stout je často sladký, za to irský je suchý. Irský stout dodal základy pro všechny ostatní podkategorie tohoto typu piva. Společným znakem je kávová chuť, která vzniká praženým ječmenem spolu s menším množstvím speciálního černého sladu. Stout imperia neboli také „Ruský Sout“ je silné, bohaté pivo s výraznou chutí spálených hrozinek. Přidáním většího množství kvasitelného sladu se barva piva změnila na červeno-hnědou. Tento druh má výraznou vůni a vyšší obsah alkoholu. (Smith, Getty, 2003)

Lambic – piva toho typu jsou suchá, spodně kvašená a základ mají v Belgii. Sladká verze tohoto druhu je „faro“. Přidáním třešně do piva lambic vzniká „kriek“. Nastává druhé kvašení v láhvi, a tak se pivo nasytí kyslíčnickem uhličitým. Podobně tak vznikají piva

typu „fromboise“, tedy piva s přidáním maliny a také „peche“, přidáním broskve. (Smith, Getty, 2003)

Trapista – pivo připomínající svojí chutí některé druhy „portera“, také je silné a má výraznou chuť kvasnicového piva. (Johnová, 2002)

Weisse – německý výraz pro „bílé“ neboli také pšeničné pivo. Jedná se o piva ovocné chuti např. jablečná, švestková nebo i česneková. (Johnová, 2002)

Alt neboli také „altbier“ – jde o německý druh piva. Při vaření se používají vrchní kvasnice. Typ „kölsch“ dalo by se říct, že se jedná o bratrance z jihu. Oba typy se nechávají po kvašení za tepla ukládat na nějakou dobu do chladných sklepů, aby uzrálo, mají nahořklou chuť chmele. (Smith, Getty, 2003)

Hnědé pivo (brown ale) – patří do skupiny slabších piv, a však mají plnější a silnější chuť, jedná se o pivo anglického typu. Mají čokoládový nádech a ovocně nasládlou příchuť, obsahují přesný poměr chmele a sladů, tak aby chmelová hořkost nepřehlušila sladkou chuť chmele. (Smith, Getty, 2003)

Dortmunder – německý název často zkrácený na „Dort“ a také se objevuje označení „export“. Jedná se světlý ležák, který balancuje mezi chmeleným pivem plzeňského typu a sladovým pivem z Mnichovské oblasti. (Johnová, 2002)

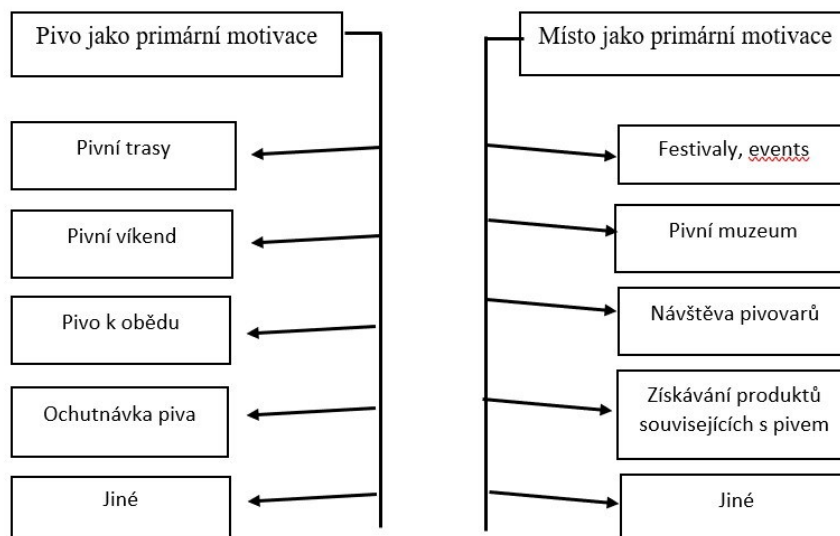
5 Pivní turismus

Pivní turismus díky časté návštěvnosti pivovarů, oblíbenosti a dalších pivovarských atrakcí má rostoucí tendenci. Díky této skutečnosti stále více společností nabízí zájezdy s touto tematikou. (UPR.cz, 2021)

Účastníci pivního turismu jsou motivováni gurmánským zážitkem z konzumace různých druhů piva. Také je pro ně zajímavé typické prostředí, kde se odehrává výroba piva, po případě také poznání historie a současných technologií výroby piva. (Zelenka, Pásková, 2012)

Pivní turismus lze rozdělit do dvou odlišných skupin. V první skupině jsou lidé, kteří primárně cestují za účelem poznání nových druhů piva v daném prostředí. Druhou skupinou jsou lidé, kteří primárně cestují na určité místo a v souvislosti s tím konzumují pivo. (UPR.cz, 2021)

Obrázek 3 – Motivy k pivní turistice



Zdroj: UPR.cz (2021)

Mezi charakteristické rysy pivního turismu nepatří jen ochutnávka a konzumace piva, ale také spojuje ochutnávání specialit, které se podávají k pivu. Dále účastníci poznávají techniky vaření piva. (Smotlachová, Štěpánková, 2013)

Tento druh CR spočívá v cestování široké veřejnosti po pivovarech, minipivovar, akcích spojený s pivem apod. Cílem je nabídnout tradiční i nová místa vhodná pro návštěvníky

pivního turismu. Za další cíl je považována ochutnávka různých druhů piva po celé České republice. (Merhaut, Hán, 2012)

Velký potenciál je vidět z hlediska inomingového turismu. Česká republika je v ostatních zemích vyhlášená zejména díky výrobě kvalitního a levného piva. Dle předpokladů je Praha první, co si zahraniční turisté spojí s Českou republikou, avšak slovo „Plzeň“ je hned druhé v pořadí. Nejvíce zahraničních návštěvníků, kteří vyhledávají pivní turismus, jsou lidé z Velké Británie. Českou republiku mají spojenou s pivem více než ostatní zahraniční návštěvníci, a proto se často do České republiky vrací právě kvůli relaxu a zábavě spojenou s pitím piva. Dalšími méně typickými návštěvníky jsou Rusové a Němci, ti mají zájem o návštěvu regionů a regionální produkty. Profil zahraničního návštěvníka, který vyhledává pivní turistiku, je podobný českému návštěvníkovi, jedná se především o mladou a střední generaci mužů. (DRING Consulting s. r. o. a kol., 2013)

5.1 Účastník pivního turismu

Z dotazníkového šetření Lepkové, lze určit profil typického účastníka pivního cestovního ruchu v České republice. Považuje se za něj muž se středoškolským nebo vyšším vzděláním, ve věku 21-40 let, který za aktivitami CR přijel vlakem nebo autem společně s partnerkou nebo přáteli. Návštěva cílové destinace je krátkodobého, jednodenního charakteru. Nejvíce vyhledávanými aktivitami jsou exkurze pivovarů a ochutnávka pivních specialit.

Cílová skupina v rámci pivního turismu je omezená věkem 18 let, jelikož je spojena s konzumací piva. Tento druh turismu je vyhledáván převážně muži od 20 do 40 let, kteří cestují společně s přáteli. Motivací je převážně ochutnávka pivních výrobků, a to nejen v rámci svého regionu. (DRING Consulting s. r. o. a kol. 2013)

6 Pivovary a pivovarnictví v západních Čechách

Oblast západních Čech, jedná se o Plzeňský a Karlovarský kraj. Na východě sousedí se středními Čechy, na jihu s jižními Čechy, na severovýchodě se severními Čechy na západě s německými spolkovými zeměmi Sasko a Bavorsko.

Obrázek 4 – Mapa pivovarů v západních Čechách



Zdroj: maps.google.cz, vlastní zpracování (2021)

V Plzeňském kraji se nachází 35 pivovarů a minipivovarů: Pivovar Modrava (Lyer), Minipivovar Srní, Kašpehorský pivovar, Minipivovar Belveder (Železná ruda), Pidipivovárek Larny (U Pujiče), Pivovar U Švelchů, Bezděkovský pivovar, Měšťanský pivovar Klatovy, Pivovar Kout na Šumavě, Minipivovar KH Gurmán, Minipivovar Stará škola, Pivovar Letiny, Pivovar Zhůrák, Minipivovar Modrá hvězda (Dobřanské pivo), Pivovar Bizon, Štáhlavský pivovar u Šenkýřů, Minipivovar Radouš (Štáhlavy), Pivovar Purkmistr, Minipivovar U Stočesů, Pivovar Pod Lípou, Pivovar Joe's Garage, Rodinný pivovar U Lenocha, Plzeňský Prazdroj, Plzeňský Prazdroj (Gambrinus), Pivovárek u Pašáka, Pivovar Beer Factory, Pivovar Groll, Pivovar Raven, Pivovar U rytíře Lochoty, Minipivovar Přísov, Minipivovar Klenot, Minipivovar Radnice, Pivovar Chříč, Knížecí pivovar Plasy, Rodinný pivovar Chodovar.

V Karlovarském kraji se nachází 11 minipivovarů a pivovarů: Pivovar Rudohor, Kynšperský pivovar (Šenkova U Zajíce), Pivovar Perman, Rodinný pivovar svatý Florián, Pivovar Karla IV., Pivovar Starý hrad, Domáci pivovárek Velký Rybník, Pivovar Ryžovna, Pivovar Krušnohor, Zámecký pivovar Chýše, Rodinný pivovar Kronl a Pivovar Starý hrad.

V Karlovarském kraji se nachází hned několik skvělých míst pro pivní turistiku. V kapitole 5.2. Pivní turistika Karlovarského kraje jsou blíže specifikovány typy na větší i rodinné minipivovary, které se pyšní výrobou skvělého piva.

6.1 Pivní turismus Plzeňského kraje

V Plzeňském kraj se nachází 35 pivovarů a minipivovarů. Autorkou se domnívá, že nejvíce důležitými pivovary pro Plzeňský kraj jsou Plzeňský Prazdroj a Rodinný pivovar v Chodové plané.

V článku od Koreluse (2016) se uvádí jako nejvíce navštěvovaný pivovar v Plzeňském kraji, Plzeňský Prazdroj.

Plzeňský Prazdroj je významným turistickým cílem. Za branami vás uvítá návštěvnické centrum „Svět piva Pilsner Urquell“, kde se návštěvník poučí o historii a o technologii výroby piva. Dále jsou zde k vidění moderní varny a původní pivovarské sklepy. Návštěvníci také mohou vidět mimořádnou plzeňskou pamětihodnost a pivovarnický skanzen. (Susa, 2008)

Obrázek 5 – Logo Plzeňský Prazdroj



Zdroj: *Prazdroj.cz (2021)*

Nejstarší zmínka o plzeňském pivovaru je z roku 1307. Následně roku 1839 se tehdejší právovárečníci spojili a rozhodli, že za účelem zlepšení kvality plzeňského piva spojí síly. Ještě téhož roku na podzim začali stavět Měšťanský pivovar. Plzeňské pivo bylo výtečné a jeho obliba rychle rostla už v druhé polovině 19. století se vyváželo do Ameriky. Novou

ochrannou známku Pilsner Urquell si pivovar pořídil v roce 1898. První ochranná známka zapsaná v roce 1859 si Plzeň neudržela a stalo se z ní pouhé označení piva. (Susa, 2008)

Do doby vzniku samostatného Československa (1918) byla ochranná známka Kaiserquell, která byla zapsána na počest Františka Josefa I., nyní tato známka ztrácí smysl. Nově registrovaná ochranná známka roku 1919 s názvem Plzeňský Gambrinus. Roku 1922 je registrována značka Kozel, jedná se o oficiální obchodní značku velkopopovického pivovaru. V roce 1961 nastala velká inovace v pivovaru Gambrinus kde se instalovaly technologické novinky: spádové varny, nový způsob kvašení i jímání CO₂ z krytých kovových kvasných kádí. Nová šetrnější stáčecí linka, která snižuje možnost kontaminace a lépe garantuje kvalitu i chuť piva. Od roku 2011 se v pivovarech Prazdroj a Gambrinus díky novému zařízení na zpětné jímání kvasného CO₂ snížily jeho emise. (Prazdroj.cz, 2021)

Aktuálně z letošního roku, Plzeňský Prazdroj představujeme důležitý krok na cestě k udržitelnosti. Od března roku 2021 se aluminiové folie a plastové nálepky nahradily papírovými etiketami. Tento nový design sjednotil podobu lahví ve všech zemích, kam se pivo vyvážá. (iDNES.cz, 2021)

Obrázek 6 – Nová láhev Pilsner Urquell



Zdroj: iDNES.cz (2021)

Rodinný pivovar Chodovar je nejstarším pivovarem v Západních Čechách. První písemné zmínky o tomto pivovaru pocházejí z roku 1573. Historii toho pivovaru tak dokládají i sklepy ze 14. století, které jsou vytesané do žulové skály. (Turistraj.cz, 2021)

V roce 1861 byl pivovar schvácen velkým požárem, který zcela zničil původní objekty. O rok pozdě byl vystavěn nový pivovar, jehož podoba zůstala do dnes. Svým návštěvníkům pivovar nabízí atraktivní prostředí stylové restaurace v části skalního labyrintu pivovarských sklepů, malé pivovarské muzeum, wellness hotel U Sládka a pravé pivní lázně a také beerrarium v historické budově sladovny. K pivovaru také náleží pivovarská zahrada, která slouží ke konání tradičních slavností piva a také závodu mistrovství Evropy v koulení pivních sudů. (Chodovar, 2021)

Obrázek 7 – Logo rodinného pivovaru Chodovar



Zdroj: Chodovar.cz (2021)

Pro výrobu piva je základní surovinou ječmenný slad, chmel a tamější voda. Nachází se zde nejměkčí voda používaná v českých pivovarech. Slad používaný při výrobě si připravují sami tradičním způsobem v humnové sladovně. Používá se tradiční výrobní postup, a proto se mladina čerpá na otevřené kádě do spilky. Tzv. mladé pivo vzniká po 10 dnech přidáním do kádí pivovarských kvasnic. Následuje pomalé dokvašení a zrání piva ve sklepě, pivo je zde několik měsíců, aby získalo ten správný říz a chuť se zjemnily. Aby pivu zůstal jeho přírodní charakter využívají nejmodernější technologie membránové filtrace. V současné době se v pivovaru vaří 7 základních druhů piva světlé pivo Pašerák, Zlatá Jedenáctka, Prezident Premium, 13 % světlý Zámecký ležák Speciál, Zámecké Černé pivo, Kvasnicový Skladní ležák a Nealkoholické pivo. (Chodovar, 2021)

6.2 Pivní turismus Karlovarského kraje

Karlovarský kraj má pouze 11 pivovarů a na blogu tohoto kraje jsou uvedeny všechny z výše uvedených.

Domácí pivovárček Velký Rybník, vařit pivo zde začali v roce 2005, tehdy své první pivo uvařili na kuchyňském sporáku. Jelikož návštěvníkům pivo velice zachutnalo, tak o rok později začali oficiálně prodávat své vlastní pivo pod svou vlastní značkou což je Velkorybnický Hastrman. Mezi nejoblíbenější speciály z kategorie spodně kvašených piv patří puškvorcové, medové, nakuřované a novozélandské. Z kategorie svrchně kvašených patří typy ale a alt. (blog.zivykraj.cz, 2021)

Ze začátku se v pivovaru vařily tři druhy piv: světlá 11, světlá 12 a polotmavá 13. Tyto tři druhy piva a postupem času i další dvě, tmavý ležák 12 a staročeské bílé pivo, se staly stálou nabídkou tohoto pivovaru. Získáváním zkušeností se v pivovaru přestavěli varny, spilky i ležácký sklep a tím pádem se zde začaly vařit i speciály. (Pivohastrma.cz, 2021)

Obrázek 8 – Logo „Hastrman“



Zdroj: Domácí pivovárček Velký Rybník | Zachraň Pivo 2021

Pivovar Karla IV. v Karlových Varech, tento malý pivovar navazuje na tradiční vaření piva. Tato tradice započala už v roce 1370, kdy městu byl udělen titul královské město s privilegiem vaření piva. V tomto pivovaru se produkuje hned několik druhů piva:

Karel IV. Světlý 11 – jedná se o pivo plzeňského typu je nefiltrované a nepasterizované,

Karel IV. Polotmavý 12 – pivo má jantarovou bravu, je také nefiltrované a s jemnou hořkostí, je uvařeno ze 4 druhů sladů, které právě tomuto typu piva dodávají lehkou oříškovou chuť,

Karel IV. Tmavý 13 – je silnější tmavé pivo vařené ze čtyř druhů sladu, je zde velké zastoupení barevných skladů, které dodávají právě pivu kávovou chuť,

Karel IV. Speciál 15 – pro tento typ piva je typická delší doba zrání, proto je také pivo silně hutnější ale s vyváženou hořkostí,

Karel IV. Pšeničné 12 – jedná se o pivo svrchně kvašené s osvěžující chutí banánu a také lehkou nakyslostí.

(Pivovar Karla IV. / BECHERPLATZ Karlovy Vary)

Tradice tohoto pivovaru byla bohužel na 13 let přerušena, když pivovar Karla IV. ukončil v roce 1999 výrobu v závodě na Sokolovské ulici v Rybářích. (Kudy z nudy – pivovar Karla IV. V Karlových Varech).

Obrázek 9 – Logo pivovaru Karla IV.



Zdroj: BeerWeb.cz

Pivovar Krušnohor v Kraslicích, vsází na výraznou hořkost svého lahodného moku. Pochutnají si na něm praví horalové, také pivní fajnšmekři ale i všichni kdo mají rádi pivo s pořádným řízem. Již od začátku se zde vyrábí klasický český ležák, ale také zároveň i svrchně kvašené pšeničné pivo s širokou nabídkou, rozličných chutí i stupňovitostí. Nalezneme zde mnoho druhů piva jak s vysokým obsahem proteinu, tak medový speciál, také ovocná piva, nechybí ani piva belgického klášterského typu.

Všechny druhy piv jsou nefiltrované a nepasterizované, tím si zachovávají svoji čerstvost. (blog.zivykraj.cz, 2021)

Tento pivovar se pyšní několika oceněními, což vypovídá o kvalitě piva. Určitě stojí za zmínku ocenění mezinárodního charakteru, Zlatá Pečeť, dále Tmavý speciál se umístil na 2. místě v rámci soutěže Pivo České republiky, také IPA 17 se umístila na 3. místě v rámci soutěže Zlatá Pivní Pečeť. V neposlední řadě také v soutěži regionální potravina Karlovarského kraje se pivovar umísťuje pravidelně na předních příčkách.

(Krusnohor.eu, 2021)

Obrázek 10 – Logo pivovaru Krušnohor



Zdroj: Krušnohor.eu (2021)

Kronl, rodinný pivovar v Mariánských lázních. Vaří poctivé, živé, nefiltrované a nepasterizované pivo. Pivo vaří klasickým řemeslným způsobem, živé pivo obsahuje živé kvasnice, které jsou zdravé pro organismus. Piva, která pivovar vyrábí: Kronl 11 %, jde o spodně kvašený světlý ležák; Weisser Kronl 11 %, svrchně kvašené a název „weisser“ napovídá, že se jedné o pšeničné pivo bavorského typu, má banánové a hřebíčkové aroma; Český singl hop ale Kronl 12 % svrchně kvašené polotmavé pivo; Žitná ipa Kronl 15 %, jedná se o speciální silné svrchně kvašené pivo s výrazným chmelovým aroma připomínající citronovou chuť a vůni grepů, dále pak květin a pinií. (Kronl.cz, 2021)

Obrázek 11 – Logo rodinného pivovaru Kronl



Zdroj: Kronl.cz (2021)

Rodinný pivovar svatý Florián tradice se do toho pivovaru vrátila v roce 2006, ovšem pivo se zde vařilo již od roku 1953. Nový pivovar se nachází na původních prostorech sladovny. Tento pivovar je součástí hotelu „Císař Ferdinand“. Proces výroby piva, po sešrotování sladu následuje míchání sladového šrotu s vodou tzv. vystírání. Poté nastává proces tzv. „rmutování“, tedy při postupném ohřívání se látky ve sladu štěpí na složité polysacharidy a zkvasitelné cukry. Následným scezováním se oddělí kapalná část tedy sladinu od pevné části tzv. mláta. Povařením sladiny s chmelem se v roztoku objeví hořkost chmele, výsledkem tohoto procesu je horká mladina. Tato mladina se chladí ve vířivé kádi, po zchlazení se přečerpává do nerezových cyklidokonických tanků, kde jsou již připravené pivovarské kvasinky. Po prokvašení se tzv. mladé pivo zchladí a bez usedlých kvasnic se pivo čerpá do ležáckých tanků, kde dozrává až několik týdnů. (Hotelloket.cz, 2021)

Sokolovský pivovar Permon zahájil výrobu piva v roce 2006. Vyrábí tradiční nepasterizovaná, nefiltrovaná piva a zahraniční pivní speciály. V online obchodě je top 10 produktů pivovaru Raven. Winter ale 13°, pape 12°, sherpa ipa 16°, summer ale 10°, sabro citra neipa 16°, pipa 14°, libeerty 11°, hazy citra 13°, světlý ležák 12° a tropical fruit sour 8°. (Permon.cz, 2021)

Obrázek 12 – Logo pivovar Permon



Zdroj: pivopermon.cz (2021)

Ve městě Kynšperk se pivo začalo vařit roku 1595. Kynšperský pivovar byl postaven roku 1620. V polovině 18. století patřil tento pivovar mezi 10 největších pivovarů Loketského kraje. Na přelomu 19. a 20. století byl pivovar přebudován a z původní výstavby zůstala jen sladovna a sklepy. Následně roku 1951 byl pivovar uzavřen s výjimkou sladovny. V roce 2011 začala rekonstrukce pivovaru do nynější podoby. Dnes se v pivovaru vyrábí 6 druhů piv. 10° světlé výčepní nefiltrované pivo se svěží vyváženou chutí a jemnou hořkostí. 12° světlý ležák, nefiltrované pivo s plnou chutí, výraznou hořkostí. 12° polotmavý ležák, speciální nefiltrované pivo připravené podle staré receptury barona Haase. 12° tmavý ležák, speciální nefiltrované pivo s dokonale vyváženou příjemnou chutí karamelového aroma. 13° vídeňský speciál, nefiltrovaný speciál s výraznou strukturou vídeňského sladu a příjemnou hořkostí. Jako poslední 12° zelený ležák, speciální nefiltrované pivo vařené pouze jednou do roka při sklizni zelených šišek chmele. (Pivovar-kynsper.cz, 2021)

Pivovar Rudohor se nachází na úpatí Klínovce, tedy nejvyšší hory Kuršných hor. Tento pivovar vznikl, aby navrátil tradici řemeslného piva do regionu. Pivo se zde vaří z místních vod, chmele a sladu. Pivovar vaří celkem 13 druhů piva ale nejvíce známá jsou groš 10° světlé výčepní, tolar 11° světlý ležák a dukát 12° prémiový světlý ležák. Při výrobě těchto piv se používají různé druhy chmele agnus, žatecký, kazbek, americká odrůda, amarillo, kalifornskou odrůdu, magnum, simcoe a další zahraniční chmely.

(Rudohor.cz, 2021)

Obrázek 13 – Logo pivovaru Rudohor



Zdroj: rudohor.cz

Zámecký pivovar Chýše byl vystavěn v letech 1839-1841. A v roce 2006 znovu obnovil výrobu kvalitního nepasterizovaného piva po 74 letech. Pivo se zde vaří podle staročeské receptury s použitím českých a moravských sladů, žateckého chmele a přírodní vody z Doupovských hor. Základní nabídku piv zahrnuje Prokop 11° světlý, jedná se o pivo Plzeňského typu, Prokop 12° jantar, pivo s medovou barvou, je vařeno ze čtyř druhů

speciálních sladů, poslední je Prokop 12° tmavé, tomuto pivu dodává osobitou chuť pražský slad a aromatický žatecký chmel. (Chyse.com, 2021)

Pivovar Ryžovna se nachází dnes již téměř zaniklou osadou Ryžovna. Dřív zde stál pivovar, ten se bohužel nedochoval, a tak je dnešní rodinný pivovar postaven z jedné dochovalé budovy bývalé školy. Pivo se zde vyrábí pouze z humnového sladu, chmele vody a kvasnic. Pivovar vyrábí 3 druhy piva. Spodně kvašený světlý ležák, plzeňského typu, Boží Dar 12° je nepasterizovaná a nefiltrovaná. Pivo 13° Rapl je polotmavý ležák vzniká kombinací mnoha chutí z pěti různých sladů. Svrchně kvašené ale jemně chmelené. Poslední je pivo 8° Školák, jedná se o pivo typu svrchní ale, toto pivo je chmelené kombinací českých a amerických chmelů. (Ryzovna.cz, 2021)

Pivovar Starý hrad, je součástí Evropského centra přírodních pivních lázní. Zachovává tradici vaření silného, kvalitního a neobyčejně chutného piva. Podobné pivo se dnes vaří v Turecku a Izraeli. Jedná se pravděpodobně o jediné pivní lázně, kde se nalévá pivo Karlovarské 14 % nefiltrované, nepasterizované černé pivo přímo do lázní. (V Pivní turistika Karlovarského kraje) Vaří se zde 3 druhy 14 % piva. Královské světlé „Starý hrad“, Královské tmavé „Starý Hrad“ a polotmavé „Karlsbader Beer“. Způsob kterým se zde pivo vaří je velice rozšířený v Německu, jedná se o infuzní styl vaření piva. (Vokoun Z., 2021)

Obrázek 14 – Logo pivovaru Starý hrad



Zdroj: ceskepivo-ceskezlato.cz (2021)

7 Akce spojené s pivním turismem západní Čechy

Česko je zemí piva, takže ať se rozhodneme jet kamkoliv, vždy najdeme místo, kde se vaří pivo. Akcí spojených s pivní turistikou je více, my si zde ale představíme jen některé.

7.1 Pilsner Fest

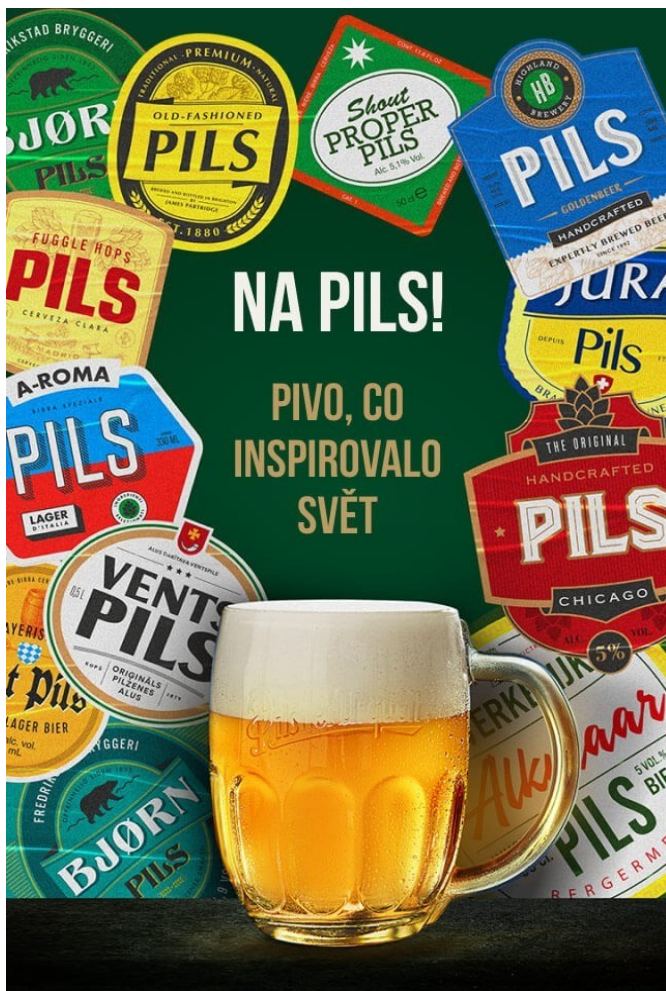
Pilsner fest se koná každoročně v Plzni už od roku 1842 na počest uvaření první várky ležáku Pilsner Urquell. Celé centrum města ale také i samotný pivovar Plzeňský Prazdroj úplně ožije. Bohatě hudební vystoupení a také spousta zábavy. V rámci festivalu je možnost navštívit školu čepování, ukázkou bednářského řemesla. Také zde probíhají pivní soutěže. V průběhu se můžete také podívat kde a jak se vaří pivo, podívat se do pivovarských sklepů, a dokonce i ochutnat nefiltrovaný Pilsner Urquell přímo z dubových sudů. (Pilsnerfest.cz, 2019)

Pouze při příležitosti tohoto festivalu, je vždy zpřístupněna speciální festivalová prohlídka. Kde mohou návštěvníci nahlédnout do elektrocentrály, bednářny a nebude chybět ani oblíbená zastávka v pivovarských sklepech s ochutnávkou piva.

(Pilsnerfest.cz, 2019)

V roce 2020 kvůli epidemiologické situaci se Pilsner Fest zrušil, přestože intenzivně pracovali na úpravě festivalu, aby splňoval tehdy aktuální hygienické a bezpečnostní opatření. (Osvaldová, 2020)

Obrázek 15 – Pilsner Fest (plakát)



Zdroj: *Pilsnerfest.cz* (2019)

7.2 Gambrinus den

V červnu na náměstí Republiky v Plzni vyrostou koncertní pódia a centrum města se promění ve velkou tzv. pivní zahradu. Akce je plná bohatého programu, hrají zde české kapely, konaná se zde také finální soutěž Gambrinus Mistr výčepní, rovněž můžete navštívit školu čepování. Také jako Pilsner Fest viz. výše, byla akce roku 2020 zrušena.

(*Visitplzen.cz*, 2020)

V roce 2019 oslavil gambrinus 150. výročí pivovaru. Hlavní hvězdou tohoto ročníku byla pivní novinka – Nepasterizovaná Gambrinus 11. (*PRDeník.cz*, 2019)

7.3 Koulení pivních sudů v Chodové Plané

Akce se koná na nádvoří pivovaru Chodovar v Chodové Plané. Informace o akci z roku 2019. Jedná se o tradiční závod pivovarských družstev v běhu na 600 metrů s dřevěným pivním sudy. Program začíná tím, že jsou odemčeny skladní sklepy, zde si mohou návštěvníci prohlédnout pivovar, ochutnat pivo ve skalním sklepě. Následoval doplňkový program, kde vystoupila taneční skupina Diamonds Dance Group. Pak přišel na řadu slavností průvod účastníků od zámku do pivovaru. Následně přišlo na řadu slavné mistrovství světa v koulení pivních sudů. Další byl závod diváků na In-Linech, podmínkou bylo mít své vlastní kolečkové brusle. (Chodovar.cz)

Obrázek 16 – Koulení pivních sudů



Zdroj: Chodovar.cz (2021)

7.4 Slunce ve skle

Jedná se o festival minipivovarů na nádvoří pivovaru Purkmistr, který se koná 17. – 18. září. Můžete zde ochutnat neobvyklé pivní speciály z Čech i zahraniční. Degustovat pivo zde můžete ve skle po 0,1 l. (Kudznudy.cz, 2020)

Tento festival je jednou z největších a nejstarších akcí toho druhu v Evropě. Prezentuje se tu přes 150 druhů čepovaných piv, od výčepních přes ležáky, vícestupňové speciály, pšeničná, ochucená a nakouřená piva, až po piva typu Ale, IPA a Stout. Také se zde účastní pravidelně desítky minipivovarů z tuzemska i zahraničí. (Slunceveskle.cz, 2020)

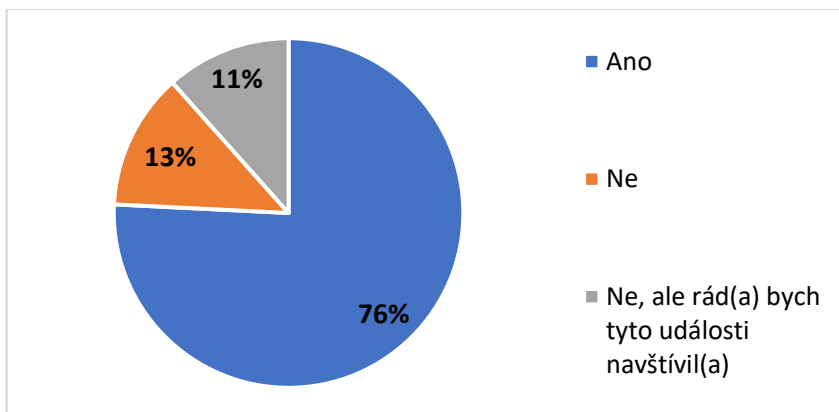
8 Empirické šetření

Pro účely této bakalářské práce byl vytvořen dotazník, který obsahuje 13 otázek, vytvořen byl pomocí Google Forms. Ten byl následně umístěn na sociální síť od 09.08. 2021 do 19.08. 2021. Za poměrně krátkou dobu, kterou autorka měla na sběr dat, bylo nasbíráno 95 odpovědí. Hlavním cílem bylo získat informace o spokojenosti účastníků pivního cestovního ruchu. Za pomoci MS Excel byla data zpracována a vyhodnocena.

Autorka respondentům vysvětlila, co znamená pivní turistika, také vymezila oblast, západní Čechy atd. Aby věděli, na co konkrétně odpovídají a nenastala situace, kdy respondent nebude znát definici.

Jednotlivé odpovědi autorka vyhodnotí a většinu z nich doplní grafem či tabulkou.

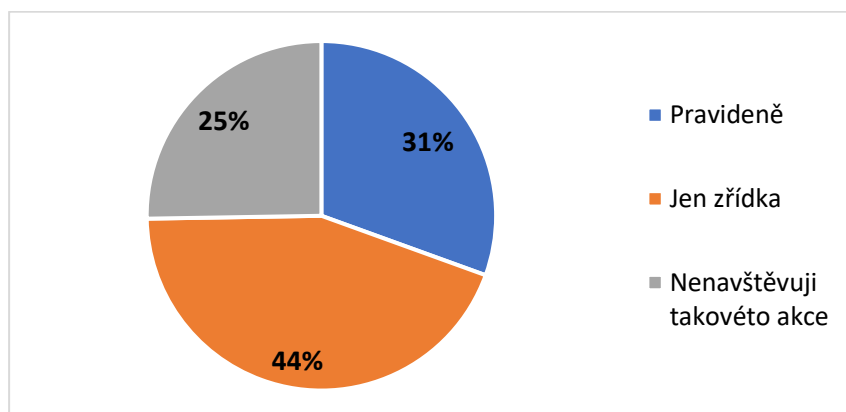
Obrázek 17 – Účast na událostech spojenou s pivním turismem



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Tuto otázku autorka zvolila, aby zjistila, jak velký je zájem o pivní turismus. Z grafu je patrné, že 76 % tedy 72 respondentů navštěvuje nebo navštívilo nějakou událost spojenou s pivním turismem v západních Čechách. Jedná se o většinu hlasů a na základě toho autorka usuzuje, že poptávka po této formě cestovního ruchu je značně veliká. Pouhých 13 % tedy 12 respondentů uvedlo, že na události s pivním turismem nebyli a ani by se takovéto události nezúčastnili.

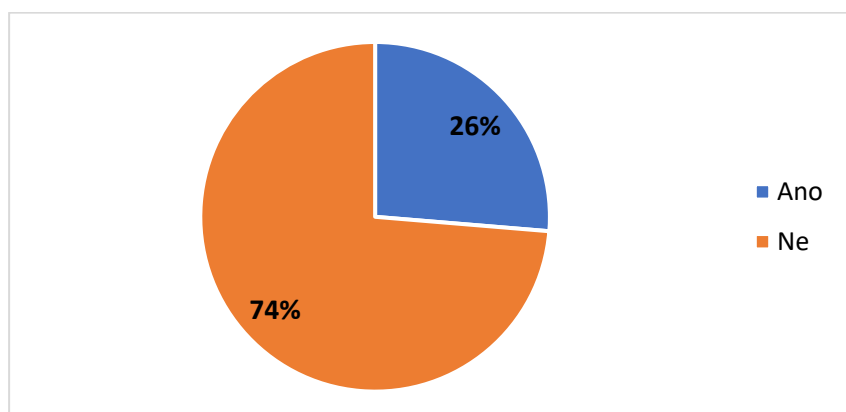
Obrázek 18 – Četnost návštěvnosti událostí s pivním turismem



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Otázka měla ukázat, jak často respondenti na události s pivním turismem chodí, navštěvuji. Téměř polovina 44 %, 42 respondentů uvedlo jen zřídka. Avšak 31 %, 29 respondentů uvedlo, že na akce spojené s pivním turismem jezdí pravidelně. Jelikož autorka respondentů na začátku dotazníku uvedla, aby odpovídali tak, jako kdyby doba covidová nebyla. Lze tedy usuzovat, že zájem o pivní turismus v západních Čechách je dosti velký a lidé tyto události navštěvuji.

Obrázek 19 – Dostatek událostí, aktivit a atraktivit v západních Čechách spojené s pivním turismem



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Z grafu je patrné, že respondenti nejsou spokojeni s dostatkem událostí, aktivit a atraktivit v západních Čechách spojených s pivním turismem. Na základně této otázky se autorka domnívá, že by bylo vhodné vytvořit více událostí, aktivit a atraktivit spojených s pivním turismem. A tak sama jednu událost navrhuje jako návrh na zlepšení.

Asociace 3 až 4 produktů ve spojení s pivním turismem v západních Čechách.

Jak autorka předpokládala, nejvíce zastoupenou asociací byl Plzeňský Prazdroj, tato varianta se objevovala téměř v každé odpovědi. Dalšími nejčastějšími odpověďmi z roviny událostí byly Pilsner fest, Gambrinus den a Slunce ve skle. Respondenti zde také uváděli značky piv, zde byly nejvíce zastoupeny Pilsner Urquell, Chodovar, Gambrinus a Velkopopovický kozel. Další asociací, kterou respondenti uváděli byly názvy pivovarů, nejvíce jak autorka už uvedla na začátku byl Plzeňský Prazdroj, velké zastoupení zde měly také rodinný pivovar v Chodové Plané, pivovar v Nepomuku Zlatá Kráva a Domažlický pivovar.

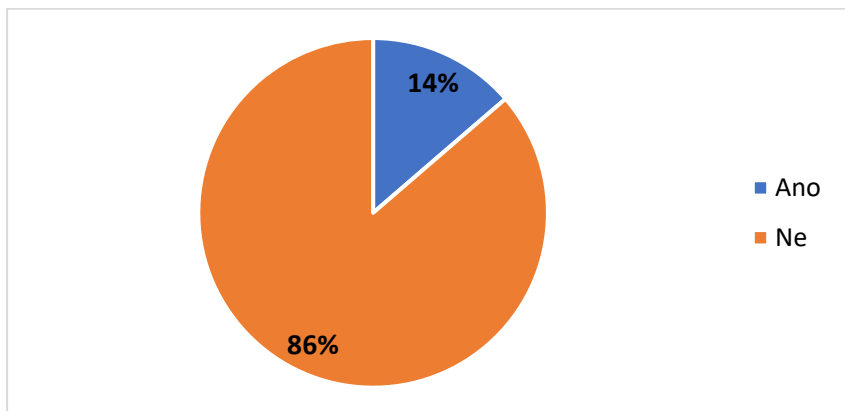
Tabulka 1 – Aktivity podle oblíbenosti

	*****	****	****	***	**	*
Ochutnávky piv	69	12	5	2	3	4
Pivní stezky	33	3	43	6	3	7
Pivní cyklostezky	4	3	26	7	17	38
Pivní festivaly	29	29	6	5	12	14
Kurzy čepování piva	19	10	22	21	11	12
Pivní lázně	24	21	13	13	7	17

Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Respondenti zde volili aktivity, podle toho, která by je nejvíce lákala navštívit. 6 hvězdiček dali aktivitě, která by je nejvíce lákala a opačně 1 hvězdičku aktivitě, která by je lákala nejméně. Z tabulky je patrné, že nejvíce oblíbenou aktivitou je ochutnávka piv. Nejméně oblíbenou aktivitou u respondentů jsou pivní cyklostezky. Na základě těchto odpovědí autorka navrhla pivní stezku, zde se totiž spojí ochutnávka piv, která je tak oblíbená i pivní stezka, kterou respondenti uvedli jako druhou za nejvíce lákavou aktivitu.

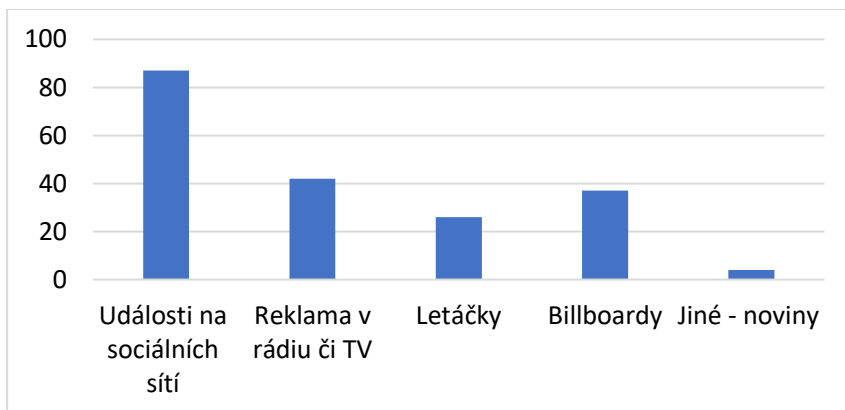
Obrázek 20 – Dostatečná propagace (reklama) pivního turismu v západních Čechách



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Z grafu jednoznačně vyplývá, že propagace je nedostačující. Z následujícího grafu č. 21 se dozvíme jakou formu propagace by respondenti nejvíce uvítali.

Obrázek 21 – Forma propagace pivního turismu



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Respondenti by nejvíce uvítali, kdyby propagace pivního turismu probíhala za pomoci sociálních sítí. Tato varianta autorku vůbec nepřekvapila, jelikož obliba sociálních sítí k šíření informací je dosti populární. Propagace formou reklamy v rádiu či TV zvolilo 42 respondentů. Nejméně oblíbenou formou propagace jsou letáčky.

Události či aktivity spojené s pivním turismem, které chybí v západních Čechách.

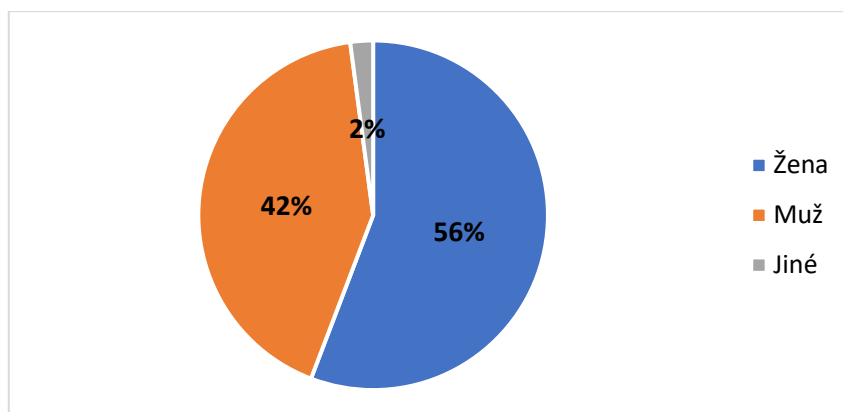
Zde se nejvíce objevovaly pivní stezky. Dalšími návrhy respondentů, které autorku nejvíce zaujaly byly také výstavy, veletrhy a noc pivovarů. Autorku překvapily odpovědi typu: žádné, nechybí, nevím apod. Na základě předchozích odpovědí, autorka očekávala,

že respondenti budou mít nějaké návrhy na událostí či aktivity, které by rádi navštívili spojené s pivním turismem.

Nejznámější pivovary nebo minipivovary v západních Čechách.

Zde autorka požadovala od respondentů, aby uvedli 3 až 4 pivovary nebo minipivovary, které se jim vybaví jako první ve spojení se západními Čechy. Z odpovědí, je patrné, že nejvíce známým pivovarem je Plzeňský prazdroj, který se objevil v odpovědích dvaadvadesátkrát. Dalšími častými pivovary jsou: Chodovar, Raven, Gambrinus a Velkopopovický kozel se objevili v devětaosmdesátkrát. Mezi méně časté pivovary pak patřil Zlatá kráva a Beer Factory.

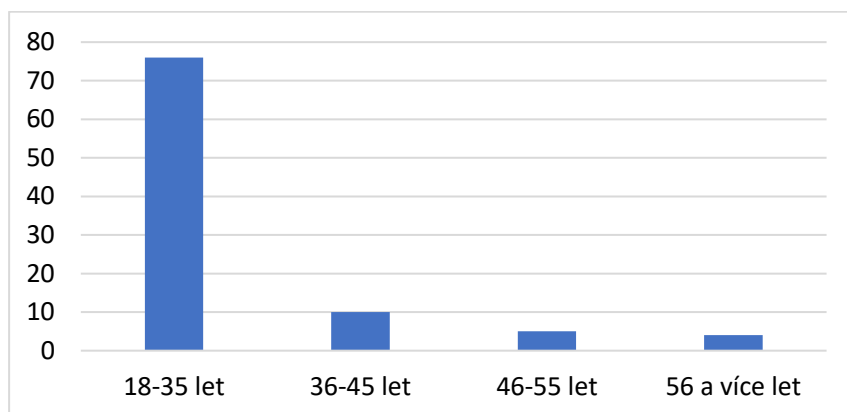
Obrázek 22 – Pohlaví



Zdroj: *Vlastní zpracování (2021)*

Na konci dotazníku byly umístěny otázky týkající se demografických kritérií pro segmentaci. Z grafu je patrné, že více odpovídaly ženy, které tu tvoří více jak polovinu dotázaných. Muži tvoří 42 % dotázaných z celkového počtu 95 respondentů.

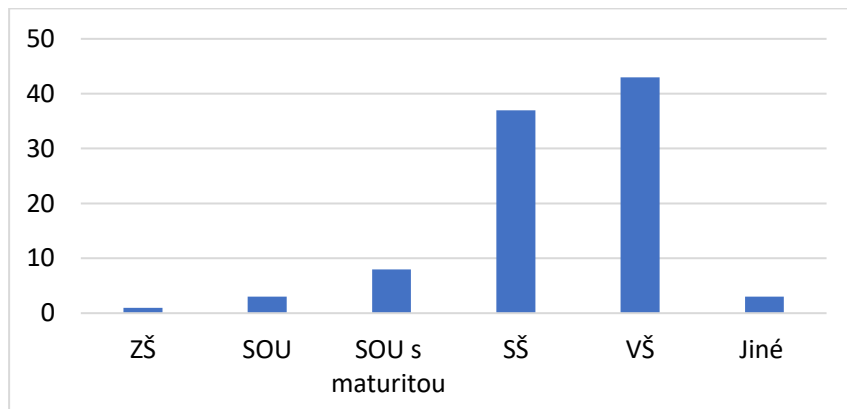
Obrázek 23 – Věk



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

V dotazníku nejčastěji odpovídali lidé ve věku 18-35 let, kteří tvoří více jak tři čtvrtiny dotazovaných. Jedná se přesně o 76 respondentů. Ve věkové kategorii 36-45 let je celkem 10 respondentů. Ve velmi malém počtu zastoupení jsou věkové kategorie 46-55 let, zde je pouhých 5 respondentů a ve věkové kategorii 56 let a více jsou pouze 4 respondenti.

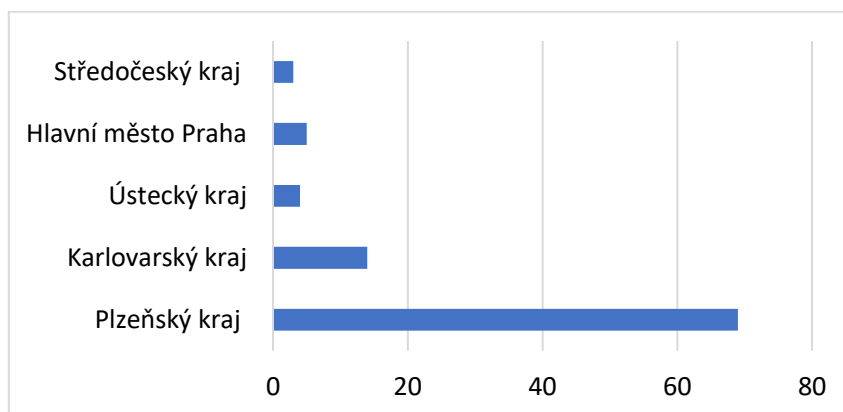
Obrázek 24 - Nevyšší dosažené vzdělání



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Jak je vidět z grafu nejvíce respondentů má vysokou školu, přesně 43 respondentů. Následují respondenti se střední školou. Již v minimálním rozmezí zde odpovídali lidé se vzděláním základním, střední odborné učiliště a střední odborné učiliště s maturitou.

Obrázek 25 - Bydliště



Zdroj: Vlastní zpracování (2021)

Poslední z demografických otázek byla, odkud respondent pochází, z jakého kraje. Autorka nabídla dotázaným všechny kraje v České republice. Plzeňský kraje je zde zastoupen devětašedesáti respondenty. Následuje kraj Karlovarský se 14 respondenti v malém rozmezí jsou zde také zastoupeni respondenti z Ústeckého a Středočeského kraje a také z hlavního města Prahy.

9 Návrhová opatření

V této části práce se autorka zaměří na navržení potenciálních možných zlepšení pro produkty pivního turismu v západních Čechách. Jak návrh autorky, tak návrhy vyplívajících z dotazníkového šetření. Všechny navrhované možnosti by měli zvýšit zájem a povědomí turistů a návštěvníků o pivní turismus v západních Čechách.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že u návštěvníků jsou nejvíce oblíbené ochutnávky pív, dále pivní stezky a pivní festivaly. Zájem o kurzy čepování piva a pivní lázně je srovnatelný.

Na otázku, jaké události či aktivity spojené s pivním turismem chybí účastníkům byla nejvíce zastoupena odpověď – pivní stezky. Dalšími návrhy respondentů, které autorku nejvíce zaujaly byly také výstavy, veletrhy a noc pivovarů.

Autorka se na základně těchto odpovědí i sama svého názoru rozhodla navrhnout pivní stezku. Jednalo by se o spojení ochutnávky pív, která je u návštěvníků tolik oblíbená. Tak i samotnou pivní stezku, kterou respondenti uvedli, že jim chybí v západních Čechách. Na základně rešerše nabídky tohoto typu ani autorka sama nenašla podobnou událost v západních Čechách.

9.1 Návrh na pivní stezku

Autorka navrhla zlepšení v podobě události „pivní stezky“ tato forma události byla v dotazníkovém šetření uvedena nejvíce krát, jako událost či aktivity spojená s pivním turismem, která dotázaným chybí v západních Čechách.

Navrhovaná pivní stezka by se převážně skládala z ochutnávek různých druhů piva. Jednalo by se o místo, kde by několik zástupců různých pivovarů nabízela svá piva ve stáncích. Návštěvníci by pak tyto stánky obcházeli a ochutnávali piva dle svého výběru. Nesmělo by chybět také výborné jídlo, které se hodí k pivu.

Tato událost by probíhala od dopoledních hodin do pozdního večera. Autorka se také domnívá, že by bylo příhodné, aby během celé akce hrála kapela. V průběhu akce by se také mohli pořádat různé tematické soutěže. Na konci dne by se návštěvníci mohli těšit na koncert nějaké známější kapely, která je u návštěvníků oblíbená. Pro toto zjištění by se musel vytvořit další výzkum, který by byl zaměřený přímo na události pivní stezky.

Autorka se domnívá, že nejvhodnějším místem pro tento typ události je volné prostranství. Na události, která je pořádána na volném prostranství by bylo určitě vhodné mít také nějaké stany pro návštěvníky. Jak v případě horkého dne, aby se návštěvníci měli kam schovat před sluncem tak v opačném případě za deštivého dne.

Události by byla pro muže i ženy ve věkové kategorii 18-35 let, tato věková kategorie byla v dotazníkovém šetření zastoupena nejvíce. Z dotazníkové šetření také vyplynulo, že jak muži, tak i ženy mají zájem o tuto formu cestovního ruchu.

Předpokladem pro úspěšnou událost je dobrá reklama, informovanost pro návštěvníky. Na základě dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce zaujme reklama či propagace vytvořením událostí na sociálních sítích. Díky dobrovolnému sdílení, by pak informace a povědomí o události mohli být dostačující.

Autorka by také zvolila jako další formu propagace tištěné letáčky, kde by se návštěvníci mohli dočíst informace o vybraných pivovarech a pivech, které budou na pivní stezce.

Pivní stezky chybí jak v Plzeňském, tak Karlovarském kraji. Vhodným místem by byl otevřený prostor, kde by nevadila živá hudba. Muselo by to být také v dostupnosti hromadné dopravy či jinak dostupným dopravním prostředkem. Aby lidé i bez vlastnictví řidičského průkazu či automobilu mohli přijít či přijet. Také se musí brát ohled na to, že by se zde konzumoval alkohol. A musí se zde brát ohled na bezpečnost návštěvníka tak i pořadatele. Autorka se domnívá, že by bylo vhodné nabídnout návštěvníkům prostory, kde by si návštěvníci mohli postavit stan či jinou formu ubytování.

Závěr

Hlavním cílem bakalářské práce byl navrhnout zlepšení pro produkty pivního turismu v západních Čechách. Dalším dílčím cílem bylo provést potenciál pivního turismu v západních Čechách. Tento cíl byl splněn v teoretické části této práce za pomoci analýzy sekundárních zdrojů a rešerší odborné literatury. Posledním dílčím cílem bylo provést analýzu poptávky pivního turismu v západních Čechách. K naplnění tohoto cíle posloužilo dotazníkové šetření.

V úvodní části autorka představila cíle bakalářské práce. První kapitola obsahovala metodiku práce a podrobněji rozepsané cíle práce. V druhé kapitole je definován cestovní ruch a typologie turistů. Třetí kapitola obsahuje specifické formy cestovního ruchu, a to především gastronomický cestovní ruch. Jelikož i pivní cestovní ruch je součástí této formy.

Čtvrtá až sedmá kapitola jsou zaměřeny na pivní turismus. Základům pivovarnictví je vyhrazena čtvrtá kapitola. V páté kapitole je popsán samotný pivní turismus. Konkrétní pivovary a pivovarnictví v západních Čechách jsou uvedeny v šesté kapitole této práce. Poslední kapitola v teoretické části je věnována akcím spojených s pivním turismem v západních Čechách.

V praktické části autorka provedla dotazníkové šetření, na jehož základně poté interpretovala výsledky a znázornila graficky. Tohoto šetření se zúčastnilo 95 respondentů. Na základně šetření byla navržena pivní stezka, kterou respondenti nejvíce uváděli, že jich chybí v Plzeňském a Karlovarském kraji. Tomuto návrhu je vyhrazena samostatná podkapitola – návrh na pivní stezku. Kde autorka popisuje, jak by daná stezka mohla vypadat a pro koho je určena.

Dalším postřehem bylo to, že si respondenti domnívají, že je nedostatečná reklama, propagace pivního turismu v západních Čechách. Z toho důvodu, bylo také navrženo, aby se nabídka pivního turismu více soustředila na sociální sítě, které jsou v dnešní době čím dál tím víc oblíbenější.

Seznam použitých zdrojů

- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Německo, Vydavatel: Zürich: Polygraphischer Verlag.
- Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času (přeložil Jiří REZEK). Grada Publishing.
- Vystoupil J., & Šauer M. (2006). Základy cestovního ruchu. (1. vyd.). Brno, Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta
- Zelenka J., & Pásková M. (2012). Výkladový slovník cestovního ruchu. (2. vyd.). Praha, Linde Praha
- Kam za gastroturistikou (2021). eTravel.cz. 05.05.2021 Dostupné z: <https://www.etravel.cz/novinky/gastroturistika>
- Houser P., (2003). Historie – Mezopotámské počátky. PIVO-PIVO.cz. 05.05.2021 Dostupné z: <https://www.pivo-pivo.cz/svetpiva/clanek/352-Historie-Mezopotamske-pocatky/index.htm>
- Getty C., & Smith G. (2003). Bible pijáků piva tradice, kuriozity a historie. (Přeložila Kočová J.) Pragma
- Basařová G. (2011). České pivo. (3. vyd.). Praha, Havlíček Bain Team
- Historie pivovarnictví (2021). pivety.com. Dostupné z: <http://www.pivety.com/Historiepivovarnictvi.htm>
- Susa Z. (2008). Velká česká pivní kniha. (1. vyd.). SUSA
- Johanová D. (2002). Pivo. (1. vyd.). Praha, Vysoká škola hotelová v Praze 8
- MediaGuru (2020). Z pivních značek u Čechů v oblíbenosti stále vede Pilsner Urquell. Mediaguru.cz. 05.05.2021 Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/08/z-pivnich-znacek-u-cechu-v-oblibenosti-stale-vede-pilsner-urquell/>
- Plzeňský prazdroj, a. s. (2021). 06.05.2021. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/nas-pribeh/historie>
- Gambrinus.cz (2021). 06.05.2021. Dostupné z: <https://www.gambrinus.cz/>
- Velkopopovický Kozel (2021). Kozel.cz. 06.05.2021. Dostupné z: <https://www.kozel.cz/>
- Radegast – život je hořký. (2021). radegast.cz 06.05.2021. Dostupné z: <https://www.radegast.cz/>
- Asahi CE a Europe Services s. r. o. (2018). birell.cz. 06. 05. 2021. Dostupné z: <https://www.birell.cz/>

Smotlachová Z., & Štěpánková K. (2013). *Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Plzni na období 2014-2018* (Odborná prezentace a marketingu MMP). Dostupné z: https://usneseni.plzen.eu/bin_soubor.php?id=296916&t=p

MERHAUT, M., & J. HÁN, 2012 Pivní turismus a jeho potenciál při rozvoji cestovního ruchu. COT business, Praha: C.O.T. media s.r.o.

DRING consulting s. r. o. a kol. (2013) Pasporty nadregionálních a regionálních produktů 05. 05. 2021. Dostupné z: https://issuu.com/dringconsulting/docs/pasporty_produkty/57

Korelus P. (2016). Turisty v Plzni nejvíce láka pivovar, zoo a také Techmania. Plzeňský deník.cz. 06.05.2021 VLTAVA LABE MEDIA a.s. Dostupné z: https://plzensky.denik.cz/zpravy_region/turisty-v-plzni-nejvice-laka-pivovar-zooa-take-techmania-20160808.html

Vebe (2021). iDnes.cz. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/lahve-pilsner-urquell-se-meni-zmizi-hlinik-recyklace.A210310_080925_ekonomika_vebe

Chodovar.cz. (2021). 06.05.2021 Dostupné z: <https://www.chodovar.cz/>

Turisturaj.cz. (2021). Pivovar Chodovar, Chodová Planá. Plzeňský kraj, turistů ráj Plzeňský kraj 10.05.2021. Dostupné z: <https://turisturaj.cz/pivar/chodovar/pivovar-chodovar-chodova-plana>

Blog.zivykraj.cz (2017). Pivní turistika v Karlovarském kraji – Blog Karlovarského kraje. Blog Karlovarského kraje Živý kraj. 06.05.2021. Dostupné z: <https://blog.zivykraj.cz/pivovary-vkarlovarskem-kraji/>

Pivohastrman.cz. (2021). Velkorybnický Hastram – Domácí pivovárek Velký Rybník. 06.05.2021 Dostupné z: <http://www.pivohastrman.cz/pivovar.php>

Domácí pivovárek Velký Rybník/ Zahraň pivo. (2021). ZachraňPivo.cz: pomoz zachránit hektolitry piva. 06.05.2021. Dostupné z: <https://zachranpivo.cz/minipivovary/339>

Pivovar Karla IV. /Becherplatz Karlovy Vary (2021). becherplatz.cz. Dostupné z: <https://zachranpivo.cz/minipivovary/339>

Kudy z nudy – Pivovar Karla IV. v Karlových Varech (2021). kudyznudy.cz 06.05.2021. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/pivovar-karel-iv-v-karlovyeh-varech>

Beerweb.cz (2021). Object moved. 06.05.2021 Dostupné z: <https://www.beerweb.cz/pivovar/karel-iv>

Krusnohor.eu (2021). Pivovar Krušnohor. 06.05.2021 Dostupné z: <https://www.krusnohor.eu/>

Kronl.cz (2021). Kronl – rodinný pivovar Mariánské Lázně. 10.05.2021 Dostupné z: <https://kronl.cz/>

Pivovar Svatý Florian Loket nad Ohří (2021). hotel-loket.cz., 10.05.2021. Dostupné z: <http://www.hotel-loket.cz/cz/pivovar>

Pivovarpermon.cz (2021). Pivovar PERMON. Dostupné z: <http://pivopermon.cz/>

Pivovar – Kynšperk.cz (2021) Kynšperský pivovar s.r.o. 10.05.2021. Dostupné z: <http://www.pivovarkynšperk.cz/index.php/cz/uvod>

Rudohor.cz (2021). Rudohor. 10.05.2021. Dostupné z: <http://www.rudohor.cz/>

Chyse.com (2021). Pivovar – zámek a zámecký pivovar Chyše. 10.05.2021. Dostupné z: <https://chyse.com/pivovar/>

Ryzovna.cz (2021). Pivovar Ryžovna s. r. o. 10.05.2021. Dostupné z: <https://www.ryzovna.cz/>

Vokoun Z. (2021). České pivo – České zlato. 10.05.2021. Dostupné z: <https://ceskepivo-ceskezlato.cz/pivovarstaryhrad/>

Pilsnerfest.cz (2018). Pilsner Fest, Plzeňský Prazdroj a. s. 07.05.2021. Dostupné z: <https://www.pilsnerfest.cz/>

Speciální Pilsner Fest prohlídky pivovaru / Prazdroj Visit. Prazdroj Visit (2021). Plzeňský Prazdroj, a. s. 07.05.2021. Dostupné z: <https://www.prazdrojvisit.cz/kalendar-akci/specialnipilsner-fest-prohlidky-pivovaru/>

Osvaldová M. (2020). Další oběti koronaviru, Pilsner Fest se ruší. Dostupné z: <https://www.plzen.cz/dalsi-obet-koronaviru-pilsner-fest-se-rusi>

Visitplzen.eu (2020). Gambrinus den Visit Plzeň – Turismus. Design by Beneš & Michl. 07.05.2021. Dostupné z: <http://www.visitplzen.eu/akce/gambrinus-den/>

PR.deník.cz (2019). Zveme Vás na gambrinus den 2019 v Plzni 21.6.-22.6.2019 – PR Deník. 07.05.2021. Dostupné z: <https://pr.denik.cz/doporucujeme/plzensky-prazdroj-gambrinus-den.html>

Kudyznudy.cz (2021). Kudy z nudy – Festival minipivovarů Slunce ve skle 2021 v Plzni. 07.05.2021. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/akce/festival-minipivovaru-slunce-ve-skle-1>

Slunceveskle.cz. (2021). Dostupné z: <https://www.slunceveskle.cz/>

Cbi.eu (2018). *What are the opportunities for culinary tourism from Europe*. CBI, Ministry of Foreign Affairs. 17.08.2021. Dostupné z: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/culinary-tourism>

Beerweb.cz (2021). Pivní styly. 20.08.2021. Dostupné z: <https://beerweb.cz/o-pivu/pivni-styl>

Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s.

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Aktivity podle oblíbenosti	39
----------------------------------------------	----

Seznam obrázků

Obrázek 1 – Pití piva obilným stéblem v Mezopotámii.....	15
Obrázek 2 – pivní styly	19
Obrázek 3 – Motivy k pivní turistice	22
Obrázek 4 – Mapa pivovarů v západních Čechách	24
Obrázek 5 – Logo Plzeňský Prazdroj	25
Obrázek 6 – Nová láhev Pilsner Urquell.....	26
Obrázek 7 – Logo rodinného pivovaru Chodovar.....	27
Obrázek 8 – Logo „Hastrman“	28
Obrázek 9 – Logo pivovaru Karla IV.....	29
Obrázek 10 – Logo pivovaru Krušnohor.....	30
Obrázek 11 – Logo rodinného pivovaru Kronl	31
Obrázek 12 – Logo pivovar Permon	31
Obrázek 13 – Logo pivovaru Rudohor.....	32
Obrázek 14 – Logo pivovaru Starý hrad	33
Obrázek 15 – Pilsner Fest (plakát)	35
Obrázek 16 – Koulení pivních sudů.....	36
Obrázek 17 – Účast na událostech spojenou s pivním turismem.....	37
Obrázek 18 – Četnost návštěvnosti událostí s pivním turismem	38
Obrázek 19 – Dostatek událostí, aktivit a atraktivit v západních Čechách spojené s pivním turismem.....	38
Obrázek 20 – Dostatečná propagace (reklama) pivního turismu v západních Čechách .	40
Obrázek 21 – Forma propagace pivního turismu	40
Obrázek 22 – Pohlaví	41
Obrázek 23 – Věk.....	42
Obrázek 24 - Nevyšší dosažené vzdělání	42

Obrázek 25 - Bydliště 43

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník – poptávka po pivním turismu v západních Čechách

Příloha A: Dotazník – poptávka po pivním turismu v západních Čechách

1. Navštěvujete nebo jste navštívili události spojené s pivním turismem v západních Čechách (Plzeňský a Karlovarský kraj)? *Pivní turismus: jedná se o formu cestovního ruchu, kdy lidé navštěvují pivovary, pivní festivaly a ostatní aktivity spojené s pivem za účelem ochutnávání a poznání výroby piva.*
 - Ano
 - Ne
 - Ne, ale rád(a) bych tyto události navštívil(a)
2. Jak často tyto události navštěvujete?
 - Pravidelně
 - Jen zřídka
 - Nenavštěvuji takovéto akce
3. Myslíte si, že je dostatek událostí, aktivit a atraktivit v západních Čechách (PLK a KVK) spojených s pivním turismem?
 - Ano
 - Ne
4. Vypište první asociaci 3 až 4 produktů, které se Vám vybaví ve spojení s pivním turismem v západních Čechách (PLK a KVK)?
 - Vypište
5. Ohodnoťte níže uvedené aktivity podle toho, která by Vás nejvíce lákaly navštívit. 1 nejvíce, 6 nejméně.
 - Ochutnávky
 - Pivní stezky
 - Pivní cyklostezka
 - Kurzy čepování piva
 - Pivní lázně
6. Je dostatečná propagace (reklama) pivního turismu v západních Čechách (PLK a KVK)?
 - Ano
 - Ne
7. Jaký styl propagace pivního turismu by Vás nejvíce motivoval k účasti na tomto druhu cestovního ruchu?
 - Události na sociálních sítí

- Reklama v rádi či TV
 - Letáčky
 - Billboardy
 - jiné
8. Jaké události či aktivity spojené s pivním turismem Vám chybí a rádi byste navštívili v Plzeňském a Karlovarském kraji?
- Vypište
9. Vypište 3 až 4 pivovary nebo minipivovary v západních Čechách (PLK a KVK), které se Vám vybaví jako první?
- Vypište
10. Pohlaví
- Žena
 - Muž
 - Jiné
11. Věk
- 18-35 let
 - 36-45 let
 - 46-55 let
 - 56 let a více
12. Nejvyšší dosažené vzdělání
- ZŠ
 - SOU
 - SOU s maturitou
 - SŠ
 - VŠ
 - Jiné
13. Pocházím z:
- Hlavní město Praha
 - Středočeský kraj
 - Jihočeský kraj
 - Plzeňský kraj
 - Karlovarský kraj
 - Ústecký kraj

- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj
- Kraj Vysočina
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Zlínský kraj
- Moravskoslezský kraj

Abstrakt

Kulinová, J. (2021). *Pivní turismus jako produkt cestovního ruchu* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

Klíčová slova: pivo, pivní turismus, pivní turista, Pilsner Urquell

Tato bakalářská práce řeší problematiku pivního turismu v Čechách. Hlavním cílem je navrhnout zlepšení pro produkty pivního turismu v západních Čechách. Dílčím cílem je analyzovat potenciál pivního turismu v západních Čechách, a to za pomoci sekundární zdrojů. Dalším dílčím cílem je provést analýzu poptávky pivního turismu v západních Čechách, a to za pomoci dotazníkového šetření. V teoretické části je popsán cestovní ruch, specifické formy cestovního ruchu, základny pivovarnictví od počátku jeho vzniku až po současnost. Dále práce obsahuje pivní turismus zaměřený na západní Čechy. Blíže jsou pak představeny pivovary a minipivovary v Plzeňském a Karlovarském kraji. Druhá část se zabývá výzkumem, který byl proveden pomocí dotazníkového šetření.

Abstract

Kulinová, J. (2021). *Beer tourism as a tourism product* (Bachelor Thesis). University of west Bohemia, Faculty of Economics. Czech Republic.

Key words: beer, beer tourism, beer tourist, Pilsner Urquell, Pilsner fest

This bachelor thesis addresses the issue of beer tourism in the Czech Republic. The main goal is to propose improvements for beer tourism products in western Bohemia. A partial goal is to analyze the potential of beer tourism in western Bohemia, with the help of secondary sources. Another partial goal is to analyze the demand for beer tourism in western Bohemia, using a questionnaire survey. The theoretical part describes tourism, specific forms of tourism, the basics of brewing from its inception to the present. The work also includes beer tourism focused on western Bohemia. Breweries and mini-breweries in the Pilsen and Karlovy Vary regions are introduced in more detail. The second part deals with the research, which was carried out using a questionnaire survey.