

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Diplomová práce

Postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu

Bc. Radomíra Vaňková

© 2020 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Radomíra Vaňková

Ekonomika a management
Provoz a ekonomika

Název práce

Postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu

Název anglicky

The Market Position of Plzeňský Prazdroj

Cíle práce

Cílem diplomové práce je zhodnocení finanční a ekonomické situace společnosti Plzeňský Prazdroj pomocí vybraných nástrojů finanční analýzy. Práce si dále klade za cíl představení vybrané společnosti a komplexní hodnocení jejího hospodaření v komparaci s konkurenčními podniky včetně vymezení jejího celkového postavení na trhu s pivem.

Metodika

studium dokumentů, metody finanční analýzy, komparativní metody

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stránek

Klíčová slova

pivovarnictví, Plzeňský Prazdroj, finanční analýza, trh, konkurence, výstav

Doporučené zdroje informací

BASAŘOVÁ, G. *České pivo*. Praha: Havlíček Brain Team, 2011. ISBN 978-80-87109-25-0.

HNILICA, J. – KISLINGEROVÁ, E. *Finanční analýza : krok za krokem*. Praha: C.H. Beck, 2005. ISBN 80-7179-321-3.

HOLEČKOVÁ, J. – GRÜNWARD, R. *Finanční analýza a plánování podniku*. Praha: Ekopress, 2007. ISBN 978-80-86929-26-2.

CHLÁDEK, L. *Pivovarnictví*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1616-9.

JÁKL, P. – JACKSON, M. – ŠENKYŘÍK, L. *Encyklopedie piva*. Praha: Volvox Globator, [1995], 1995. ISBN 80-85769-37-9.

KRATOCHVÍLE, Antonín. *Pivovarství českých zemí v proměnách 20. století*. 1. vyd. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, 2005, 265 s. ISBN 80-86576-16-7.

RŮČKOVÁ, P. *Finanční analýza : metody, ukazatele, využití v praxi*. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5534-2.

SWINNEN, Johan F. M. *The economics of beer*. Oxford: Oxford University Press, 2011. ISBN 9780198833390.

VOCHOZKA, M. *Metody komplexního hodnocení podniku*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3647-1.

ZÝBRT, Věnek. *Velká kniha piva: vše o pivu*. 1. vyd. V Olomouci: Rubico, 2005, 287 s. ISBN 80-7346-054-8.

Předběžný termín obhajoby

2019/20 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Tomáš Maier, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 5. 11. 2019

prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 7. 11. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 04. 04. 2020

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury. Veškeré použité informační zdroje jsem v textu řádně označila a uvedla v příloženém seznamu. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 5. 4. 2020

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Tomášovi Maierovi, Ph.D. za odborné vedení diplomové práce, cenné rady, připomínky a za jeho vstřícný přístup a podporu při jejím zpracovávání.

Postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu

Abstrakt

Předložená diplomová práce se zabývá hodnocením postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na českém trhu s pivem v rozmezí let 2013 až 2018. K identifikaci tržního postavení Plzeňského Prazdroje bylo využito rozličných hledisek a analýz pro dosažení maximálně komplexního hodnocení. Výstupy dílčích analýz Plzeňského Prazdroje byly průběžně porovnávány s výsledky tří významných konkurenčních pivovarnických subjektů, které též působí na území ČR. Jednalo se o Pivovary Staropramen s. r. o., Heineken ČR, a. s. a Budějovický Budvar, n. p. Při zpracování analýzy obecných hospodářských ukazatelů jednotlivých společností bylo využito zejména dat a statistik pocházejících z Českého svazu pivovarů a sladoven. Ovšem za stěžejní nástroj, jenž byl v praktické části práce využit, je nutno označit finanční analýzu, která byla rozdělena na analýzu poměrových ukazatelů a na analýzu bankrotně - bonitního modelu index IN01. Podklady pro zpracování vybraných ukazatelů finanční analýzy byly získány z účetních výkazů společností, které byly dostupné na portálu obchodního rejstříku (justice.cz). Závěrem vypracovaná SWOT analýza pak poskytla přehledný souhrn významných skutečností zjištěných na základě zpracovaných analýz. Bylo zjištěno, že společnost Plzeňský Prazdroj má na českém trhu nezpochybnitelné dominantní postavení, které si s největší pravděpodobností udrží i v budoucích letech.

Klíčová slova: pivovarnictví, Plzeňský Prazdroj, finanční analýza, trh s pivem, analýza konkurence, výstav, účetní výkazy, poměrové ukazatele, index IN01, SWOT analýza

The Market position of Plzeňský Prazdroj

Abstract

The main goal of this diploma thesis is to evaluate the position of Plzeňský Prazdroj on the Czech beer market between 2013 and 2018. Various aspects and analyses were used to identify the market position of Plzeňský Prazdroj to achieve the most comprehensive evaluation. The results of partial analyses of Plzeňský Prazdroj were continuously compared with the results of three major competing brewing entities operating in the Czech Republic. These were Pivovary Staropramen s. r. o., Heineken ČR, a. s. and Budějovický Budvar, n. p. The analysis of general economic indicators of individual companies used mainly data and statistics from the Czech Association of Breweries and Malt Houses. However, the main tool used in the practical part of the work was a financial analysis, which was divided into analysis of ratio indicators and analysis of bankruptcy and solvency model index IN01. The data for the processing of the selected indicators of the financial analysis were obtained from the financial statements of the companies that were available on the portal of the Commercial Register (justice.cz). Finally, the SWOT analysis provided a clear summary of significant facts found on the basis of the processed analyzes. It was found out that Plzeňský Prazdroj has an unquestionable dominant position on the Czech market, which it will most likely retain in future years.

Keywords: brewery, Plzeňský Prazdroj, financial analysis, beer market, competition analysis, beer production, financial statements, ratios, index IN01, SWOT analysis

Obsah

1 Úvod	11
2 Cíl práce a metodika.....	13
2.1 Cíl práce.....	13
2.2 Metodika.....	13
2.2.1 Finanční analýza	13
2.2.2 Analýza konkurence.....	19
2.2.3 Analýza časových řad.....	20
3 Literární rešerše.....	21
3.1 Historie výroby piva ve světě	21
3.2 Charakteristika výroby piva.....	26
3.2.1 Základní suroviny	26
3.2.2 Technologický postup výroby piva.....	29
3.3 Pivovarnictví v České republice	32
3.3.1 Vývoj pivovarnictví na území ČR	32
3.3.2 Charakteristika piva českého typu	36
3.3.3 Označování piva v ČR.....	37
3.3.4 Spotřební daň z piva v ČR.....	38
3.3.5 Současná situace a vývojové tendence pivovarského průmyslu ČR.....	39
3.4 Charakteristika společnosti Plzeňský Prazdroj, a.s.	50
3.4.1 Historický vývoj společnosti	50
3.4.2 Pivovary společnosti, jejich značky a produktová portfolia.....	52
4 Praktická část.....	55
4.1 Charakteristika vybraných konkurentů	55
4.1.1 Pivovary Staropramen s. r. o.....	55
4.1.2 Heineken ČR, a. s.....	56
4.1.3 Budějovický Budvar, n. p.....	57
4.2 Analýza postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu	58
4.2.1 Analýza obecných hospodářských ukazatelů	58
4.2.2 Finanční analýza	70
4.2.3 SWOT analýza.....	82
5 Zhodnocení výsledků a doporučení.....	85
Závěr	90
Seznam použitých zdrojů	93
Přílohy.....	99

Seznam obrázků

Obrázek 1: Grafické znázornění matice SWOT analýzy	20
--	----

Seznam tabulek

Tabulka 1: Tabulka k určení typu piva sestavená z analýz z roku 2002	37
Tabulka 2: Označování piva v ČR.....	38
Tabulka 3: Sazby daně z piva podle § 85 odst. I	38
Tabulka 4: Pivní portfolio pivovaru Plzeňský Prazdroj	53
Tabulka 5: Pivní portfolio pivovaru Gambrinus.....	53
Tabulka 6: Pivní portfolio pivovaru Velkopopovický Kozel	54
Tabulka 7: Pivní portfolio pivovaru Radegast.....	54
Tabulka 8: Pivní portfolio společnosti Pivovary Staropramen s. r. o.....	56
Tabulka 9: Pivní portfolio společnosti Heineken ČR, a. s.....	56
Tabulka 10: Pivní portfolio společnosti Budějovický Budvar, n. p.	57
Tabulka 11: Komparace výstavu pivovarů s celkovým výstavem piva ČR (mil. hl).....	58
Tabulka 12: Komparace výstavu pivovarů pro tuzemsko se spotřebou piva v ČR (mil. hl)	61
Tabulka 13: Komparace výstavu pivovarů pro zahraničí s exportem piva z ČR (mil. hl)	62
Tabulka 14: Suma výsledků hospodaření dosažených v letech 2013 - 2018 (mld. Kč).....	67
Tabulka 15: Vývoj ukazatele náročnosti na zaměstnance v letech 2013 - 2018 (%).....	70
Tabulka 16: Běžná likvidita v letech 2013 – 2018.....	71
Tabulka 17: Rentabilita celkových aktiv v letech 2013 – 2018 (%)	72
Tabulka 18: Rentabilita tržeb v letech 2013 – 2018 (%).....	73
Tabulka 19: Rentabilita vlastního kapitálu v letech 2013 – 2018 (%)	74
Tabulka 20: Nákladovost tržeb v letech 2013 – 2018 (Kč).....	75
Tabulka 21: Ukazatel věřitelského rizika (%)	76
Tabulka 22: Ukazatel vlastnického rizika v letech 2013 - 2018 (%)	77
Tabulka 23: Ukazatel finanční samostatnosti v letech 2013 – 2018.....	78
Tabulka 24: Obrat oběžných aktiv v letech 2013 – 2018.....	79
Tabulka 25: Obrat pohledávek v letech 2013 – 2018.....	80
Tabulka 26: SWOT analýza Plzeňského Prazdroje	83

Seznam grafů

Graf 1: Produkce a plocha chmele v ČR v letech 2010 – 2019	28
Graf 2: Vývoj počtu činných pivovarů a minipivovarů v letech 2009 – 2018	40
Graf 3: Vývoj výstavu piva v ČR v letech 2004 - 2018.....	41
Graf 4: Podíly pivovarských společností na výstavu piva v roce 2018.....	42
Graf 5: Vývoj spotřeby piva v ČR v letech 2009 - 2018.....	43
Graf 6: Průměrná spotřeba piva v ČR v litrech na 1 obyvatele v letech 2009 - 2018.....	44
Graf 7: Vývoj off-trade a on-trade spotřeby piva v letech 2009 - 2018.....	45
Graf 8: Podíly spotřeby piva v ČR v letech 2012 - 2018 podle obalových materiálů.....	46
Graf 9: Podíl spotřeby piva na trhu v letech 2009 - 2018	47
Graf 10: Zahraniční obchod ČR s pivem v letech 2009 - 2018 (tis. hl)	48
Graf 11: Podíl hlavních odběratelských zemí na vývozu piva z ČR v roce 2018.....	49
Graf 12: Podíl hlavních dodavatelských zemí na dovozu piva do ČR v roce 2018.....	49
Graf 13: Podíly vybraných pivovarnických společností na výstavu piva ČR za rok 2018	60
Graf 14: Podíly vybraných pivovarnických společností na spotřebě piva v ČR za rok 2018	62
Graf 15: Podíly vybraných pivovarnických společností na exportu piva z ČR za rok 2018	64
Graf 16: Relativní export vybraných pivovarnických společností v letech 2011 – 2018.....	64
Graf 17: Vývoj výše tržeb z prodeje výrobků a služeb v letech 2013 - 2018 (mil. Kč).....	65
Graf 18: Vývoj výsledku hospodaření za účetní období v letech 2013 – 2018 (mil. Kč)	66

Graf 19: Vývoj ziskovosti na půllitr piva v letech 2013 – 2018 (Kč).....	68
Graf 20: Index IN01 v letech 2013 - 2018	81

Seznam vzorců

Vzorec 1: Běžná likvidita.....	15
Vzorec 2: ROA – Rentabilita celkových aktiv	15
Vzorec 3: ROS – Rentabilita tržeb.....	15
Vzorec 4: ROE - Rentabilita vlastního kapitálu	16
Vzorec 5: ROC - Nákladovost tržeb	16
Vzorec 6: Ukazatel věřitelského rizika	16
Vzorec 7: Ukazatel vlastnického rizika.....	17
Vzorec 8: Ukazatel finanční samostatnosti	17
Vzorec 9: Obrat oběžných aktiv	17
Vzorec 10: Obrat pohledávek.....	18
Vzorec 11: Index IN01.....	18

Seznam zkratk

ČR:	Česká republika
EAT:	Earnings after Taxes (Zisk po zdanění)
EBIT:	Earnings before Interests and Taxes (Zisk před zdaněním, úroky a odpisy)
EU:	Evropská unie
FA:	Finanční analýza
hl:	hektolitr
Kč:	Koruna česká
ROA:	Return on Assets (Rentabilita celkových aktiv)
ROC:	Return on Costs (Nákladovost tržeb)
ROE:	Return on Equity (Rentabilita vlastního kapitálu)
ROS:	Return on Sales (Rentabilita tržeb)
t:	tuna

1 Úvod

Jako hlavní téma předložené diplomové práce bylo zvoleno hodnocení postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu s pivem v České republice za období 2013 – 2018. Toto téma si autorka práce zvolila především z toho důvodu, že je jejím rodným městem právě Plzeň, ve které má vybraná pivovarnická společnost své sídlo. Dalším motivátorem k zpracování tohoto tématu bylo rozšíření znalostí z předmětů Ekonomika podniku a Ekonomika pivovarského průmyslu, které autorka již v minulosti absolvovala.

Pivovarství je v tuzemsku z hlediska potravinářského sektoru jedním z nejziskovějších odvětví, které má bohatou historickou a kulturní tradici. První zmínky o vaření piva na území České republiky sahají více než tisíc let do historie. Pivovarství se v tuzemsku postupně rozvíjelo až se zformovalo v silnou národní tradici. Ne nadarmo se českému pivu začalo přezdívat „české zlato“. Česká republika je také známá tím, že si udržuje celosvětové prvenství ve výši spotřeby piva na jednoho obyvatele za kalendářní rok. Laická veřejnost si pod pojmem pivo českého typu jistě vybaví nejvýznamnějšího představitele této skupiny, kterým je Pilsner Urquell 12 %. Bezpochyby právě díky významné historické roli, kterou při formování českého pivovarnictví Plzeňský Prazdroj sehrál, je v současnosti lídrem na českém pivním trhu. Pro české pivovarnictví je posledních 30 let obdobím renesance. V roce 2018 bylo v ČR celkem zaznamenáno již 475 činných pivovarů. Pokračuje éra boomu minipivovarů, tudíž je na pivovarské společnosti vytvářen obrovský tlak díky neustálému růstu konkurence. Velké pivovary reagují na vzrůstající konkurenci rozdílně. Některé se snaží v rámci marketingových aktivit navázat s minipivovary spoluprací a některé je zatím úspěšně ignorují. Obecně panuje názor, že minipivovary dosud nemohou velké pivovarské společnosti závažně ohrozit. Pozice velkých pivovarů je pro stát důležitá především z hlediska exportu, kdy výrazně přispívají k prosperitě české ekonomiky.

Z tohoto důvodu se autorka práce zaměřila na komparaci tržního postavení čtyř největších pivovarnických společností, které se významně podílejí jak na celkovém výstavu piva v ČR, tak na celkovém vývozu piva z ČR. Jednalo se o společnosti Pivovary Staropramen s. r. o., Heineken ČR, a. s. a Budějovický Budvar, n. p.

Jako hlavní cíl si tak autorka stanovila učinit průzkum a případně ověřit tvrzení, že je Plzeňský Prazdroj skutečným lídrem na českém trhu s pivem. Diplomová práce byla rozdělena na teoretickou část, a dále na praktickou část. Teoretická část práce byla zpracována formou literární rešerše, přičemž všechny použité zdroje byly řádně přiloženy

v závěrečné části diplomové práce. V první části literární rešerše byla představena historie výroby piva ve světě, základní suroviny pro výrobu piva, a dále byl popsán technologický postup výroby piva. Druhá část literární rešerše vymezila historii pivovarnického oboru na území ČR a charakterizovala pivo českého typu včetně způsobu označování piva a výše výměru spotřební daně. Dále byla v rámci literární rešerše provedena charakteristika pivovarnické skupiny Plzeňský Prazdroj včetně popisu její stručné historie. Charakterizovány byly také jednotlivé pivovary spadající pod tuto skupinu včetně jejich produktových portfolií.

Praktická část diplomové práce v úvodu nejdříve krátce představila výše uvedené konkurenty Plzeňského Prazdroje, kteří byli autorkou vybráni pro následnou komparaci v jednotlivých analýzách. V praktické části bylo hojně využito metod analýzy konkurence či analýzy časových řad, přičemž bylo také pomocí MS Excel dosaženo extrapolace vybraných časových řad pro rok 2019 a 2020. Nejprve byla vypracována analýza obecných hospodářských ukazatelů, jež sestávala z analýzy produkce, analýzy spotřeby, analýzy výkonnosti pivovarů v zahraničí a z analýzy ekonomické efektivity vybraných podniků. Objektivní srovnání ekonomické efektivity jednotlivých společností poskytly dva poměrové ukazatele zpracované v rámci analýzy ekonomické efektivity pivovarů, přičemž prvním ukazatelem byla ziskovost na půllitr piva a druhým náročnost na zaměstnance.

Dále byly aplikovány vybrané metody finanční analýzy na účetní výkazy komparovaných společností. Finanční analýza poměrových ukazatelů přinesla výsledky ohledně kondice finančního zdraví vybraných společností, na jejichž základě bylo specifikováno celkové hodnocení postavení těchto společností na trhu. V rámci analýzy poměrových ukazatelů bylo zpracováno jedenáct ukazatelů, přičemž čtyři z těchto ukazatelů představovaly ukazatele rentability a dva ukazatele byly věnovány hodnocení aktivity jednotlivých společností. Na závěr bylo provedeno hodnocení pomocí souhrnného bankrotně - bonitního modelu index IN01, jež IN01 udává, zda podnik tvoří, či netvoří hodnotu neboli zda dosahuje kladného ekonomického zisku. Na základě výstupů dílčích analýz byla vypracována SWOT analýza, jež představuje hodnocení silných a slabých stránek podniku Plzeňský Prazdroj, ale také popis případných příležitostí pro zlepšení, a naopak vymezení oblasti největších možných hrozeb, které by mohly Plzeňský Prazdroj postihnout. Výstupní informace praktické části s významnou vypovídací hodnotou byly posléze shrnuty v závěru, ve kterém také došlo k vyhodnocení hlavního cíle stanoveného v zadání diplomové práce.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Za cíl diplomové práce bylo autorkou práce stanoveno zhodnocení postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu s pivem v ČR v rozmezí let 2013 až 2018. Prostřednictvím vybraných analytických metod, které byly řádně popsány v metodice diplomové práce, byla provedena komparace finančních a ekonomických výsledků vybrané společnosti s výsledky jejích tří přímých konkurentů. Výstupy těchto analýz byly použity k celkovému vyhodnocení tržní situace domnělého lídra na trhu, včetně návrhů na případné zlepšení jeho ekonomické situace a varování před možnými hrozbami v budoucnu.

2.2 Metodika

2.2.1 Finanční analýza

Finanční analýza (dále také FA) je nejrozšířenějším nástrojem objektivního hodnocení finančního zdraví podniku. Vytváří ucelený pohled na hospodaření podniku, ze kterého může management podniku vycházet při rozhodování o jeho budoucím vývoji. Pomáhá odhalit, zda je podnik dostatečně ziskový či zda využívá efektivně svých aktiv. FA je nezbytnou součástí finančního řízení. (Vochozka, 2011, s. 12)

FA je základem pro tvorbu efektivního finančního plánu a zahrnuje v sobě hodnocení firemní minulosti, současnosti a předpovídání budoucích finančních podmínek. Proto je nutné je provádět v rámci několikaletého časového horizontu, aby mohlo dojít k ucelenému poměření vývoje výkonnosti podniku. (Růčková, 2015, s. 9)

Při FA se získaná data segmentují a dále poměřují mezi sebou navzájem, kvantifikují se vztahy mezi nimi, hledají se souvislosti mezi daty a určuje se jejich vývoj. Tímto se zvyšuje jejich vypovídací hodnota. (Sedláček, 2011, s. 4)

Uživatelé finanční analýzy

Cíle FA jsou formovány uživateli, pro které je zpracována. Uživatelem FA je osoba, jež se zajímá o výsledky hospodaření vybraného podniku. Každá zájmová skupina má jiné preference a vyžaduje rozličné výstupní informace. (Růčková, 2012, s. 78)

Uživatele FA lze dělit na *externí* a *interní*. Interní analýza je tvořena na základě vnitropodnikového účetnictví, slouží jako zdroj rozhodování manažerů podniku, nebo jako

zdroj informací pro jeho zaměstnance. Externí analýza vychází z veřejně dostupných zdrojů a jejími uživateli jsou například banky, investoři, obchodní partneři, ale také konkurence. Každý z uvedených uživatelů sleduje v rámci FA své vlastní potřeby a cíle. (Grünwald, 2007, s. 13)

Podklady finanční analýzy

Pro zpracování FA jsou používána relevantní data z účetní závěrky podniku. Účetní závěrku je firma povinna zveřejňovat nejméně jedenkrát ročně. Obsah účetní závěrky upravuje *Zákon č.563/1991 Sb., o účetnictví*. Je složena z rozvahy, výkazu zisku a ztrát a přílohy. Rozvaha a výkaz zisku a ztráty, jsou takové účetní výkazy, jejichž struktura je pevně stanovena Ministerstvem financí a jsou závaznou součástí účetní závěrky. Pokud podnik podléhá auditu, pak je účetní závěrka součástí výroční zprávy, kterou je podnik povinen zveřejňovat. (Knápková, 2013, s. 21)

Externí informace vycházejí ze zdrojů mimo analyzovaný podnik. Jedná se o informace z mezinárodních analýz, analýz statistických úřadů nebo analýz odvětví. Tyto informace mohou být využity jako podklad FA, ovšem bez jejich doplnění o interní zdroje informací mají nízkou vypovídací hodnotu. (Růčková, 2012, s. 81)

Metody finanční analýzy

Způsob vypracování FA není svázán pravidly či zákony. Přesto byly vyvinuty obecně přijímané techniky a postupy, které dbají na to, aby výstupní informace podávaly pravdivé svědectví o finančním zdraví podniku. Při volbě metody FA je třeba dbát na její přiměřenost v konkrétním případě s ohledem na její účelnost a spolehlivost. (Grünwald, 2007, s. 53)

V praktické části práce bylo hojně využito analýzy poměrových ukazatelů, jež představují jádro metodiky FA. Jsou v praxi nejčastěji používaným metodickým postupem. Běžně se vypočítají vydělením jedné položky jinou položkou. (Sůvová, 1999, s. 89 - 92)

Nejpřesnější je členění poměrových ukazatelů na ukazatele likvidity, rentability, zadluženosti, aktivity, tržní hodnoty a cash flow. (Růčková, 2015, s. 53)

a) Ukazatele likvidity (Liquidity ratios)

Likvidita je předpokladem finanční stability podniku. Vyjadřuje schopnost podniku dostát svým závazkům, při využití svých likvidních prostředků. Pokud je podnik trvale

nelikvidní, pak se podnik nachází ve finanční neschopnosti. Ovšem příliš vysoká likvidita snižuje potenciální výnosnost podniku. (Růčková, 2012, s. 117)

Běžná likvidita (Likvidita III. stupně, Current ratio)

Běžná likvidita je poměrem oběžných aktiv ke krátkodobým závazkům podniku. Čím vyšší je hodnota běžné likvidity, tím je vyšší pravděpodobnost zachování platební schopnosti podniku. Doporučená hodnota ukazatele je v rozmezí 1,5 - 2,5. (Kislingerová, 2005, s. 36)

Vzorec 1: Běžná likvidita

$$\text{Běžná likvidita} = \frac{\text{Oběžná aktiva}}{\text{Krátkodobé cizí zdroje}} \quad (1)$$

(Knápková, 2013, s. 92)

b) Ukazatele rentability (Profitability ratios)

Rentabilita je ukazatelem výkonnosti podniku, patří mezi nejpoužívanější a nejoblíbenější indikátory úspěšnosti podniku. Přináší základní obraz o efektivitě podnikání. Poměruje celkový zisk a výši podnikových zdrojů. (Grünwald, 2007, s. 79)

Rentabilita celkových aktiv (ROA – Return on Assets)

Odráží celkovou výnosnost kapitálu, a to bez ohledu na to, z jakých zdrojů byly podnikatelské aktivity financovány. ROA je dána výdělkovou schopností neboli produkční silou (earning power) majetku podniku.

Vzorec 2: ROA – Rentabilita celkových aktiv

$$\text{Rentabilita celkových aktiv} = \frac{\text{Výsledek hospodaření}}{\text{Aktiva}} \quad (2)$$

(Grünwald, 2007, s. 82)

Rentabilita tržeb (ROS – Return on Sales)

Znázorňuje, kolik zisku je podnik schopen vyprodukovat při dané úrovni tržeb. Pokud je v čitateli čistý zisk, pak tento ukazatel slouží k vyjádření ziskové marže (PMOS). Pokud je zisková marže menší než u podniků v odvětví, pak má společnost příliš vysoké náklady na výrobu, nebo jsou její výrobky špatně naceněny.

Vzorec 3: ROS – Rentabilita tržeb

$$\text{Rentabilita tržeb} = \frac{\text{Výsledek hospodaření}}{\text{Tržby}} \quad (3)$$

(Knápková, 2013, s. 98)

Rentabilita vlastního kapitálu (ROE – Return on Equity)

Označuje, kolik čistého zisku připadá na jednu Kč investovaného kapitálu. Podle ukazatele ROE investoři zjišťují, zda je jejich kapitál zhodnocován s intenzitou odpovídající riziku dané investice.

Vzorec 4: ROE - Rentabilita vlastního kapitálu

$$\text{Rentabilita vlastního kapitálu} = \frac{\text{Výsledek hospodaření}}{\text{Vlastní kapitál}} \quad (4)$$

(Grünwald, 2007, s. 86)

Nákladovost tržeb (ROC – Return on Costs)

Nákladovost tržeb je doplňkovým ukazatelem rentability tržeb. Čím je hodnota ROC nižší, tím lepšího výsledku hospodaření společnost dosahuje. Hodnota ukazatele by měla být nižší než 1, aby na korunu tržeb byla vynaložena méně než 1 Kč nákladů.

Vzorec 5: ROC - Nákladovost tržeb

$$\text{Nákladovost tržeb} = 1 - \text{ROS} = \frac{\text{Náklady}}{\text{Tržby}} \quad (5)$$

(Růčková, 2015, s. 63)

c) Ukazatele zadluženosti (Debt ratios)

Pojem zadluženost vyjadřuje skutečnost, že podnik využívá cizí zdroje k financování aktiv, čímž vzniká dluh. Volba správné skladby zdrojů financování činnosti podniku je jedním z primárních problémů finančního řízení podniku. (Růčková, 2012, s. 127)

Cizí kapitál je levnější než kapitál vlastní, který je však nejbezpečnějším možným zdrojem financování. Úroky z cizího kapitálu snižují daňové zatížení podniku, protože úrok jako součást nákladů snižuje zisk, ze kterého se platí daně. Jedná se o takzvaný daňový efekt či daňový štít. (Knápková, 2013, s. 85)

Ukazatel věřitelského rizika (Debt ratio)

Ukazatel věřitelského rizika se také označuje jako míra celkové zadluženosti. Vyjadřuje vztah mezi cizími zdroji a vlastními zdroji podniku. Doporučená hodnota se pohybuje na úrovni 30 – 60 %.

Vzorec 6: Ukazatel věřitelského rizika

$$\text{Ukazatel věřitelského rizika} = \frac{\text{Cizí zdroje}}{\text{Aktiva}} \quad (6)$$

(Grünwald, 2007, s. 122)

Ukazatel vlastnického rizika (Equity ratio)

Doplňkovým ukazatelem k ukazateli věřitelského rizika je ukazatel vlastnického rizika, který je označován také jako koeficient samofinancování. Součet koeficientu samofinancování a ukazatele věřitelského rizika by měl být přibližně 1. Ukazatel vlastnického rizika vyjadřuje vybavenost podniku vlastním kapitálem.

Vzorec 7: Ukazatel vlastnického rizika

$$\text{Ukazatel vlastnického rizika} = \frac{\text{Vlastní kapitál}}{\text{Aktiva}} \quad (7)$$

(Růčková, 2015, s. 65)

Ukazatel finanční samostatnosti (Equity/Debt ratio)

Tento ukazatel udává podíl vlastního kapitálu k cizím zdrojům podniku. Určuje, kolikrát pokryje vlastní kapitál podniku jeho celkové závazky.

Vzorec 8: Ukazatel finanční samostatnosti

$$\text{Ukazatel finanční samostatnosti} = \frac{\text{Vlastní kapitál}}{\text{Cizí zdroje}} \quad (8)$$

(Knápková, 2013, s. 86)

c) Ukazatele aktivity (Activity ratios)

Tato skupina ukazatelů měří, jak úspěšně využívá vedení podniku svá aktiva, a také vázanost jednotlivých složek kapitálu. Nejčastěji měří počet obrátek jednotlivých složek zdrojů aktiv. Ukazatele aktivity jsou vyjadřovány v jednotkách času, zpravidla se jedná o roky. (Růčková, 2015, s. 67)

Obrat oběžných aktiv (Current assets turnover ratio)

Tento ukazatel vyjadřuje efektivnost využití oběžných aktiv podniku. Ukazatel obratu aktiv by měl dosahovat co největších hodnot, jelikož ukazuje počet obrátek oběžných aktiv za hospodářský rok. Čím je počet obrátek vyšší, tím je hospodaření podniku efektivnější.

Vzorec 9: Obrat oběžných aktiv

$$\text{Obrat oběžných aktiv} = \frac{\text{Tržby}}{\text{Oběžná aktiva}} \quad (9)$$

(Vochozka, 2011, s. 24)

Obrat pohledávek (Receivables turnover ratio)

Obrat pohledávek určuje, kolikrát je podnik schopen obrátit své pohledávky v tržbách. Čím rychlejší tento obrat je, tím rychleji podnik inkasuje své pohledávky a získané peníze může použít na další potřeby podniku.

Vzorec 10: Obrat pohledávek

$$\text{Obrat pohledávek} = \frac{\text{Tržby}}{\text{Pohledávky}} \quad (10)$$

(Knápková, 2013, s. 105)

d) Bankrotní a bonitní modely

Bankrotní a bonitní modely jsou vícekritériální soustavy nástrojů, jež poskytují informace o finanční stabilitě podniku. (Růčková, 2015, s. 76 - 77)

Bankrotní modely nebo modely predikce finanční tísně určují, zda existuje riziko, že by se podnik ve sledovaném období mohl dostat do finančních problémů, případně zda podniku nehrozí až bankrot. Využívají se jako preventivní opatření, jež má poskytnout včasné varování před případným úpadkem podniku. (Knápková, 2013, s. 131)

Bonitní modely posuzují pozici vybraného podniku v souboru jiných podniků působících na trhu a ve srovnání s bankrotními modely jsou založeny spíše na teoretických poznatcích. Hodnotí podniky dle stupně jejich finančního zdraví. (Vochozka, 2011, s. 77)

Index IN01

Index IN01 je českým modelem, jenž byl vytvořen roku 2002 a představuje spojení bonitního a bankrotního modelu. Manželé Inka a Ivan Neumaierovi jej sestavili na základě diskriminační analýzy, jež vycházela z finančních dat 1915 průmyslových podniků. Tyto podniky byly rozděleny na tři základní třídy. První skupinu tvořilo 583 podniků, jež měly kladný ekonomický zisk a tvořily hodnoty. V druhé skupině bylo celkem 503 podniků, jež byly v bankrotu či se nacházely těsně před ním. Poslední skupinu, jež celkem čítala 829 podniků, tvořily ostatní podniky. (Neumaierová, 2002, s. 99)

Vzorec 11: Index IN01

$$\begin{aligned} \text{IN01} = & 0,13 * \left(\frac{\text{Aktiva}}{\text{Cizí kapitál}} \right) + 0,04 * \left(\frac{\text{EBIT}}{\text{Nákladové úroky}} \right) + 3,92 * \left(\frac{\text{EBIT}}{\text{Aktiva}} \right) \\ & + 0,21 * \left(\frac{\text{Výnosy}}{\text{Aktiva}} \right) + 0,09 * \left(\frac{\text{Oběžná aktiva}}{\text{Krátkodobé dluhy}} \right) \end{aligned} \quad (11)$$

Podnik je hodnocen dle následujících intervalů:

- $IN01 > 1,77$: podnik tvoří hodnotu
- $0,75 \leq IN01 < 1,77$: podnik je bonitní, ale netvoří hodnotu, tzv. šedá zóna
- $IN01 < 0,75$: podnik není bonitní, spěje k bankrotu

(Maier, 2011, s. 378)

2.2.2 Analýza konkurence

Pro každý podnik hraje zásadní roli analýza jejich konkurence. Podniky nepřetržitě zjišťují, kdo jsou jejich hlavní konkurenti, jaká je jejich strategie, jaké jsou jejich cíle, v čem spočívají jejich přednosti a slabiny a další řadu faktorů. Cílem takového monitoringu konkurenčního prostředí je získání cenného výstupu v podobě souboru informací, jež umožní podniku své konkurenty dobře znát a snažit se, aby požadavky a potřeby zákazníků uspokojoval lépe než oni. (Zamazalová, 2010, s. 55)

SWOT analýza

SWOT analýza je marketingově analytickým nástrojem, jenž slouží k současnému posouzení situace daného podniku a k identifikaci potenciálních příležitostí a hrozeb, jimž může být v budoucnu vystaven. Tato analýza se těší velké oblíbenosti, pro svou jednoduchost a přehlednost. Analýzu SWOT je vhodné vypracovávat při úzce specializovaném trhu. Zkratka SWOT vyjadřuje čtyři druhy faktorů, jež na podnik působí:

1. STRENGTHS – silné stránky
2. WEAKNESSES – slabé stránky
3. OPPORTUNITIES – příležitosti
4. THREATS – hrozby

(Pražská, 2002, s. 238)

Na základě výstupů SWOT analýzy je možno určit následnou elementární strategii podniku. Podnik by měl ve strategii využít silných stránek ve prospěch příležitosti, a dále by měl minimalizovat slabé stránky a vyvarovat se případných hrozeb. Pro vyjádření pravé podstaty analýzy a vzájemné provázanosti jednotlivých faktorů, jež na podnik působí, byl autorkou práce vypracován níže uvedený obrázek prezentující SWOT matici. (Berkowitz, 1989, s. 36)

Obrázek 1: Grafické znázornění matice SWOT analýzy

	POMOCNÉ	ŠKODLIVÉ
VNITŘNÍ	STRENGTHS	WEAKNESSES
VNĚJŠÍ	OPPORTUNITIES	THREATS

Zdroj: Berkowitz (1989), vlastní zpracování

2.2.3 Analýza časových řad

Časové řady jsou specifickou formou záznamu sledovaných dat. Časovou řadou je rozuměna řada hodnot určitého věcně a prostorově vymezeného ukazatele, jenž je uspořádán v řadě směrem od minulosti do přítomnosti. Analýza časových řad je statistickou metodou, která umožňuje detailní rozbor časových řad. Primárním úkolem analýzy časových řad je porozumění principu, díky němuž dochází ke generování časové řady. K analýze časové řady dochází nejčastěji z důvodu možnosti extrapolace jejich budoucích hodnot na základě vysledovaných trendů. (Štědroň, 2012, s. 50 - 52)

Existuje velké množství přístupů k analýze časových řad. Pro potřeby této diplomové práce bylo užito prognostických funkcí, které jsou dostupné v software MS Excel a umožňují na základě historických referenčních dat predikci jejich budoucího vývoje.

3 Literární rešerše

3.1 Historie výroby piva ve světě

Pivo je starobylý a ušlechtilý nápoj a jeho výroba je stará přibližně stejně tak, jako dějiny civilizovaného lidstva. Jeho počátky souvisí s obdobím, kdy lidé začali pěstovat obilí. Zásadním krokem k výrobě prvního piva bylo pozorování, že navlhlá pšeničná či ječmenná zrna dokáží v určitých podmínkách zkvasit. Tehdy nikdo netušil, že jde o proces, při kterém dochází k rozkládání jednoduchých sacharidů (cukrů) ze škrobu obilnin pomocí kvasinek (*saccharomyces*) na alkohol a kysličník uhličitý. Samotný proces kvašení byl poprvé popsán až v roce 1857 francouzským biologem Louistem Pasteurem. (Kollár, 2012, s. 7 - 8)

V polovině dvacátého století panovala mezi historiky domněnka, že je kolébkou piva Egypt. Ovšem na základě následných archeologických nálezů byla tato teorie vyvrácena. Nálezy dokázaly, že pivo dovedli vařit již starověcí Sumerové. Velkou zásluhu na tomto objevu měl známý český jazykovědec a orientalista Bedřich Hrozný, který roku 1913 zveřejnil studii věnovanou pěstování obilí a vaření piva u starých Babyloňanů, Asyřanů, Akkadů a Sumerů. (Chládek, 2007, s. 12)

Starověké civilizace využívaly piva jako možnost, jak získat zdravotně nezávadný nápoj z vody, jež se s kvalitou vody v moderní době nedá srovnat. Technologie výroby piva v Sumeru a v Egyptě měla patrně podobný původ. Obilniny, jež byly sešrotovány, se máčely a sušily na slunci, zatímco část obilnin byla odebrána a opražena. Šrot se dále zahříval v pecích a poté se sušil a nechal se kvasit ve směsi vody a zbytků starého piva. Výsledný produkt byl přefiltrován pomocí sít do hliněných nádob. Chmel se v té době k výrobě piva nepoužíval, a tak bylo pivo pravděpodobně nasládlé. (Novák, 2014, s. 139)

Podle archeologů Sumerové přišli do Mezopotámie někdy před 6 000 – 15 500 lety. Ovšem archeology byly nalezeny pivní nádoby a síta na oddělení zrněk obilí z piva již z předsumerského období. Je tedy pravděpodobné, že přistěhovalé Sumery naučili vařit pivo původní obyvatelé Mezopotámie, kteří však nejsou známí. (Večerníček, 2015, s. 16 - 17)

Sumerská piva se od našich současných samozřejmě výrazně lišila. Nebyla nasycena oxidem uhličitým, měla kašovitou strukturu a přidávaly se do nich různé byliny. Obsah alkoholu zřejmě kolísal, ale jistě byl v nápoji přítomen. Pivo se pilo z hliněných džbánů slámkou, s jejíž pomocí měly být zřejmě účinky alkoholu umocněny. (Hasík, 2013, s. 13)

První písemné památky lidstva pocházejí z roku 4000 př. n. l. Prvním písemným dokladem o výrobě piva byl Epos o Gilgamešovi, jehož původ je datován k třetímu tisíciletí př. n. l. Další písemná zmínka o pivu se dochovala z roku 1800 př. n. l. v Hymně bohyni Ninkasi, která byla sumerskou bohyní piva. Ve starém Sumeru bylo pivo kultovním nápojem, jehož výroba byla především doménou žen. Sumerské bohyně i bohové pili výhradně pivo, které bylo v sumerštině nazýváno jako „*kaš*“. Proto bylo pivo v chrámech vařeno a bohům denně obětováno. (Mark, 2018)

Z období starého Babylonu se dochoval nejstarší zákoník na světě, který byl vydán roku 1770 př. n. l. pod taktovkou krále Chammurapiho, jenž v zákoníku výslovně uvedl sankce a tresty, které se týkaly způsobu čepování piva či placení v hospodě. Hostince obcházeli dozorcí s ozbrojenou stráží, která většinu případných prohřešků vyřešila na místě. Je doloženo, že již ve starém Babylonu bylo vyráběno na dvacet druhů různých piv, která byla nazývána jako „*šikaru*“. (Chládek, 2007, s. 15 - 16)

První známá zmínka o pivovarnické organizaci na světě je obsažena v textu zápisu z doby vlády Nebukadnesara, tedy přibližně z roku 580 př. n. l. Tento text informuje o babylonském pivovarském cechu jako o vážené živnostenské korporaci, která měla právo se zúčastnit náboženského pouličního procesí, jež bylo vyvolané u příležitosti novoroční slavnosti k počtě nejvyššího boha Marduka. (Večerníček, 2015, s. 20)

Neolitická revoluce se poměrně brzy rozšířila z oblasti úrodného půlměsíce dále na západ do Dolního Egypta, tedy do oblasti delty a povodí řeky Nil. První hmotné důkazy o pivovarnictví v Egyptě byly doloženy okolo roku 3000 př. n. l., kdy egyptologové našli dobře zachovalé pozůstatky faraónského pivovaru. Nejstarší vyobrazení přípravy piva v Egyptě pochází z hrobky *Ti*, kterou lze nalézt v Sakkáře z období kolem roku 2500 př.n.l. Faraonské pivo obsahovalo kolem 6 % alkoholu a oplývalo pomerančovou až citrónovou příchutí. Do některých piv Egypťané přidávali pro zvýšení lahodnosti například šťávu z datlí. Za vlády Ramesse II. (1290 – 1224 př. n. l.) bylo pivo nejrozšířenějším nápojem v Egyptě, bylo nápojem králů i otroků. (Kollár, 2012, s. 7 - 14)

Z Egypta pochází také první zmínka o spotřební dani z alkoholu, tedy takzvané „*pitné dani*“. Ovšem je velmi pravděpodobné, že obdobnou daň vybírali již ve starém Sumeru. Peníze stát vybíral také za pronajímání koncesí jednotlivým velkovýrobcům a pivovarnictví se tak ustavilo jako samostatný průmysl. Například pivovary v Memfisu platily měsíčně 45,5 talentů pивní daně. (Večerníček, 2015, s. 27)

Z Egypta se znalost vaření piva rozšířila do Evropy. Řekové a Římané sice představují předchůdce evropské civilizace, nicméně v oblasti pivovarnictví je jejich přínos bohužel spíše pasivní. To bylo dáno především podnebními podmínkami na jejich území. Skalnatá a vyprahlá země byla určena spíše k pastevectví a pěstování vinné révy a oliv než k pěstování obilnin. Nicméně ačkoliv Řekové a Římané preferovali víno, pili jej zředěné na přibližně stejnou sílu jako slabé pivo. (Hasík, 2013, s. 14)

Archilochos, jenž byl jedním z představitelů nejstarších řeckých lyriků, psal o nápoji z ječmene a koření již v 7. století př.n.l. Nejznámější řecký lékař Hippokrates používal pivo pouze jako lék proti nespavosti či horečce, avšak jeho konzumaci stejně jako většina Řeků neholdoval. Řekové zkrátka propadli vínu, jež pro ně bylo symbolem hojnosti a moci. Oproti tomu pivo pro ně představovalo nápoj chudých. (Chládek, 2007, s. 24)

Římané nazývali pivo *vinum cervisia*, tedy obilné víno, které pili na počest bohyně úrody a obilí Ceres. Římané preferovali pití vína. Pivo v očích Římanů představovalo nápoj vhodný pouze pro plebs. Dokonce jej považovali za nápoj škodlivý a jeho pití přenechávali Germánům a Slovanům, které nazývali hanlivě barbary. (Večerníček, 2015, s. 38)

Římský císař Julianus (332 – 363 n. l.) vyjádřil svou nelibost k pivu posměšnou básní, ve které uvedl: „*kdo pije víno, je cítit nektarem, kdo pije pivo, smrdí po kozlu*“. Přesto se v římské říši pivo v omezené míře vyrábělo, ačkoliv víno představovalo nápoj zcela dominantní. Jediným římským císařem, jenž byl známým milovníkem piva byl Gaius Julius Caesar, jenž o pivu tvrdil, že je to „*vážený a mocný nápoj*“. (Chládek, 2007, s. 24 - 25)

Ve střední Evropě se dle odborníků vařilo pivo již před naším letopočtem. První důkaz o výrobě piva ve středoevropské oblasti pochází z doby kolem roku 800 př. n. l. z rané doby Halštatské. Tehdy byla nalezena v severním Bavorsku amfora se zbytkem piva. Z roku 100 př. n. l. pochází dva picí rohy z dánského Skudstrupu, z nichž v jednom byly nalezeny zbytky pšeničného piva. (Večerníček, 2015, s. 35)

Mezi prvními národy, které holdovaly tomuto nápoji na území střední a západní Evropy byli Keltové, kteří se poprvé objevili na historické scéně kolem roku 1000 př. n. l. a vznikli pravděpodobně splynutím několika starších společenství. Keltové považovali pivo za pranápoj bohů a velmi často jej konzumovali. Obyvatele Britských ostrovů poté seznámili s vařením piva ve 4. stol. př. n. l. právě Keltové. Obliba piva byla však značná i v oblasti Belgie a Holandska. Keltové naučili pít pivo své okupanty Římany, ale i své germánské sousedy, kteří pili pivo velmi náruživě a využívali prý každé příležitosti k pořádání pitek.

Nejstarší zmínka o pivu u Germánů pochází z roku 98 př.n.l. od římského historika Publia Cornelia Tacita. Slované se přidali k milovníkům tohoto nápoje sice později, ale významně jej v 8 – 9. stol. n. l. obohatili o kvalitní chmel. (Kollár, 2012, s. 14 - 15)

Velká část katolické církve považovala ještě začátkem 9. stol. n. l. pivo za pohanský nápoj. Negativní dopad na výrobu piva měla nepochybně předcházející období četných hladomorů. Šlechta i církve dokonce omezovali množství obilí, jež bylo určeno pro výrobu piva, aby jej bylo dostatek pro výrobu chleba. První krok ve prospěch pivovarnictví byl ze strany církve učiněn až v roce 816 n. l. ve městě Aix la Chapelle, kde církevní koncil doporučil, aby se kláštery věnovaly zemědělství a výrobě piva, odkazující na tehdejší pravidlo „*liquida non fragunt lentum*“, tedy v překladu „nápoje postu nerušit“. Mniši se díky tomuto rozhodnutí začali intenzivně věnovat výrobě piva. (Chládek, 2007, s. 27)

Mniši byli ve vaření piva velmi pilní, ovšem pivo se vařilo i v ženských kláštorech. Prodej nadprodukce přispíval k hospodaření klášterů, z nichž některé povýšili vaření piva na umění. Mezi úspěšnými kláštery dominovaly zvláště kláštery bavorské (Weihenstephan, Weltenburg) a Švýcarské (St. Gallen). V Anglii se vařila kostelní piva, jež byla produkována ve prospěch církve. Teprve později začali vařit pivo měšťané a šlechta. (Kollár, 2012, s. 15)

Dlouho si ve středověké společnosti (vyjma klášterů) pivo vařila víceméně každá domácnost, většinou pod taktovou hospodyň. Změna přišla s rozmachem vrcholného středověku, tedy od 11. stol. n. l., kdy začaly vznikat první pivovary a pivovarnické cechy. Jedním z nejcennějších městských práv se stalo *právo várečné*, tedy právo vařit pivo. Vaření piva kláštery začínalo být postupem času trnem v oku okolním měštům a panovníkům, jelikož kláštery neplatily tzv. daň z piva. Proto šlechta začala protěžovat měšťanské pivovary a klášterní pivovary postupně zanikaly. (Hasík, 2013, s. 18)

Technologie výroby piva ve středověku nebyla příliš hygienická a výsledné produkty nebyly z hlediska kvality vyvážené. Také podmínky k vaření piva nebyly vždy ideální. V období sucha a neúrody, kdy nebyl dostatek obilí k výrobě sladu, byly do piva přidávány jeho náhražky. Ječmen a pšenici sládkové nahrazovali ovšem, pohankou, ale také hrachem, boby či čočkou. Piva se pak pro jejich nelibou chuť dochucovala obvykle přísadkou pestré směsi bylin nazývané *gruit*. V některých případech docházelo k přidávání blínu či rulíku zlomocného, s nimiž se pojily závažné otravy. (Večerníček, 2015, s. 93)

Nespokojenost s kvalitou piva vyústila roku 1516 n. l., kdy byl vydán německý zákon o čistotě piva „*Reinheitsgebot*“. Ten ustanovil, že k výrobě piva se smí používat jen voda,

chmel a ječný slad. Tímto kvalitativním příkazem došlo k výraznému zlepšení úrovně výroby tehdejšího piva směrem k modernímu pivu, jak je známé dnes. Výjimku mělo pouze pšeničné pivo, které bylo povoleno vařit i ze sladu pšeničného. Tento zákon platí v Německu dodnes. (Novotný, 2017, s. 8)

Velký pokrok v poznání biochemických procesů, jež při přípravě piva probíhají, byl učiněn díky výsledkům vědeckého bádání, které intenzivně probíhalo od konce 18. stol. n. l. Za důležitý milník je považován rok 1876 n. l., ve kterém Louis Pasteur položil základy modernímu pivovarnictví vydáním slavné „*Études sur la bière*“, což byla studie prokazující vznik piva pomocí kvašení mikroorganismů. (Réblová, 2019)

Produkce piva od té doby vzrůstala a vznikaly nové a různorodé pivní styly. Vědecko-technická revoluce přinesla pokrok zejména v oblasti výroby. Nejvýznamnějším objevem byl vynález chlazení, díky němuž bylo spodně kvašenému pivu umožněno dlouhé ležení. Rozvoj výroby piva souvisel také s dopravou a vznikem železnic, jež pomohla pivu proniknout do celého světa. Stejnou měrou napomohl pivovarnictví rozvoj sklářského průmyslu. Místo kameninových korbělů se začaly používat sklenice. (Hasík, 2013, s. 22)

Ve dvacátém století se výroba piva proměnila ve velmi moderní průmyslovou velkoprodukcí. Výrazné zakolísání rozvoje až jeho stagnaci zaznamenal pivovarský průmysl pouze v období hospodářských krizí a dvou světových válek. Modernizace oboru byla také pomalejší ve státech, ve kterých vládl socialistický režim, který nevytvářel pro rozvoj pivovarnictví příznivé podmínky. (Basařová, 2010, s. 1)

V současnosti je pivo nejprodávanějším alkoholickým nápojem světa, kterého se ročně vypije přibližně 1 900 mil. hl. Jeho největšími producenty v roce 2018 jsou Čína (381 mil. hl) a USA (215 mil. hl). Primát ve spotřebě piva na jednoho obyvatele drží v roce 2018 Česká republika (141 l/obyv./rok). (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 59 - 60)

Celosvětově převládajícím typem piva je spodně kvašený světlý ležák plzeňského typu, jež bývá vařen velkými pivovarskými skupinami. Bohužel v honbě za vyššími zisky začala být vyráběna piva, jež se snaží svou chutí nikoho neurazit, jsou méně výstřední a více unifikovaná. Takovým pivům se začalo v Evropě přezdívat hanlivě „*Europiva*“. Naštěstí je trendem současnosti vznik množství minipivovarů, které naopak sází na tradici, originalitu a na chuťovou odlišnost svých produktů od mainstreamových piv. (Hasík, 2013, s. 24)

3.2 Charakteristika výroby piva

Pivo je slabě alkoholický nápoj, který se po staletí vyrábí z obilných sladů, vody a chmele za účasti mikroorganismů – pivovarských kvasinek. (Basařová, 2010, s. 3)

Vzniká řízeným kvašením cukernatého roztoku, povařeného s chmelem či chmelovým výrobkem, jenž je kvašený vybraným kmenem pivovarských kvasinek při technologicky daných teplotách a dobách hlavního kvašení a ležení piva. (Chládek, 2007, s. 57)

3.2.1 Základní suroviny

Základní suroviny pro výrobu piva mají rozdílné vlastnosti. Ve znalosti těchto surovin se pro každého sládku skrývá základ, který posléze doplní o znalosti pivovarského procesu. Vaření piva je o pokoře a akceptování vytříbeného charakteru každé ingredience, jež se v rukou sládku stává součástí výsledného nápoje. (Novotný, 2017, s. 7 - 13)

Surovinu, jež lze nechat zkvasit představuje slad. Chmel je kořením každého piva a kvasnice jsou činitelem fermentace. Podíl těchto prvků se různí v každém z klasických druhů piva, ovšem vždy jsou zde přítomny: ve vůni, chuti a doznívání. (Jackson, 1994, s. 9)

Voda

Nejvyšší podíl v každém pivě tvoří voda (až 92 %). Pivo lze tedy právem považovat za nápoj zavodňovací. Kvalita vody přímo ovlivňuje kvalitu piva. (Kollár, 2012, s. 24)

Jednou z nejdůležitějších vlastností vody je její tvrdost, aneb obsah solí rozpuštěných ve vodě. Čím je vyšší tvrdost vody, tím se více projevuje v chuti i barvě. Nejvhodnější pro vaření piva je voda měkká, jež nikterak na vlastnosti piva nepůsobí. (Hasík, 2013, s. 37)

Voda je surovina, která je neodmyslitelně spjata s umístěním pivovaru. Obvykle je používána spodní voda, jejíž složení je závislé na geologickém podloží dané lokality. Aby mohla být voda pro vaření piva použita, musí splnit následující základní tři předpoklady:

- 1) Splnění zákonných požadavků pro pitnou vodu
- 2) Absence nežádoucích pachutí a zápachů
- 3) Absence chloru

Častým problémem v tuzemsku je příliš železitá voda, jež má na technologii vaření piva negativní vliv, a proto bývá v pivovarech odželezována. (Novotný, 2017, s. 14 - 16)

Téměř ve všech odborných knihách o technologii výroby piva, je uveden chemický rozbor vody pro známé typy piv. Plzeňská voda je měkká a hodí se pro silně chmelená spodně kvašená piva. Mnichovská voda je hodnocena jako střední až tvrdá. Vídeňská voda

je hodnocena jako velmi tvrdá. K základním úpravám vody v pivovarství patří čištění čířením, sedimentace, filtrace a již zmíněné odželezování. (Basařová, 2010, s. 87 - 92)

Slad

Barva vyrobeného piva závisí převážně na druhu použitého sladu. Pro piva světlá bývá používán světlý slad, pro polotmavá piva se část světlého sladu nahrazuje sladem bavorským. Při přípravě tmavých piv se používá slad karamelový a barvicí. Sladů existuje nepřehledné množství typů. Vyrábí se zejména ze sladovnického dvouřadého ječmene (ječný slad) nebo z pšenice (pšeničný slad). (Chládek, 2007, s. 59 - 78)

Proces sladování začíná klíčením obilniny. Bez sladování není možné obilí zkvasit. Škroby obsažené převážně v endospermu obilky se nejdříve musí rozložit na zkvasitelné cukry. Nejvhodnější obilovinou pro sladování je bezesporu ječmen. Nejdůležitějším předkem ječmene se zdá být divoce rostoucí travina jménem *Hordeum spontaneum*. Dobrý sladovnický ječmen nesmí být navlhlý či plesnivý. (Jackson, 1994, s. 18 - 19)

Všechny druhy sladů jsou získány podobným postupem, ovšem liší se vedením jednotlivých kroků přípravy – klíčením, sušením, hvozdením a pražením. V současné době má jen málo pivovarů svou vlastní výrobu sladu. Největší pivovarskou sladovnu v tuzemsku vlastní Plzeňský Prazdroj. Většinu pivovarů však slad zajišťují obchodní sladovny. Významným výrobcem sladu v tuzemsku je společnost SOUFFLET AGRO, a.s., která se v roce 2018 podílela 64 % na tuzemské produkci a 97 % na exportu českého sladu. Největší sladovnou je závod Nymburk s produkcí 109 tis. t. (Novotný, 2017, s. 19 - 20)

Česká republika je pátým největším výrobcem sladu v EU, ve světovém měřítku má na trhu podíl 2 %. Od roku 2010 vzrostl objem produkce sladu v ČR z objemu 498 tis. t na zhruba 547,5 tis. t v roce 2018. Přes 90 % sladu se v ČR vyrábí z jarního ječmene, zbytek připadá na zimní ječmen a na pšenici. Většinu sladu vyrobeného v tuzemsku spotřebují domácí pivovary. Český slad v roce 2018 vyvezl do 47 zemí s objemem 248 tis. t, což odpovídá 45 % celkové produkce. Nejvíce sladu je vyváženo do Polska. (ČSPS, 2019)

Chmel

Od počátku letopočtu je chmel pěstován jako kulturní rostlina. Staří Římané dali chmelu název „*lupus salictarus*“ (vlk mezi vrbami). Z tohoto názvu byl odvozen latinský název *Humulus lupulus* (chmel otáčivý). Chmel je rostlina dvoudomá, ovšem k vaření piva jsou využívány pouze hlávky samičích rostlin. Pro jejich kvalitu je rozhodující zejména

obsah pryskyřic, polyfenolů a silic. Dle zbarvení jsou chmelové odrůdy děleny na červeňáky (žatecké odrůdy) a na zeleňáky (Anglie, Belgie, USA). (Chládek, 2007, s. 74 - 76)

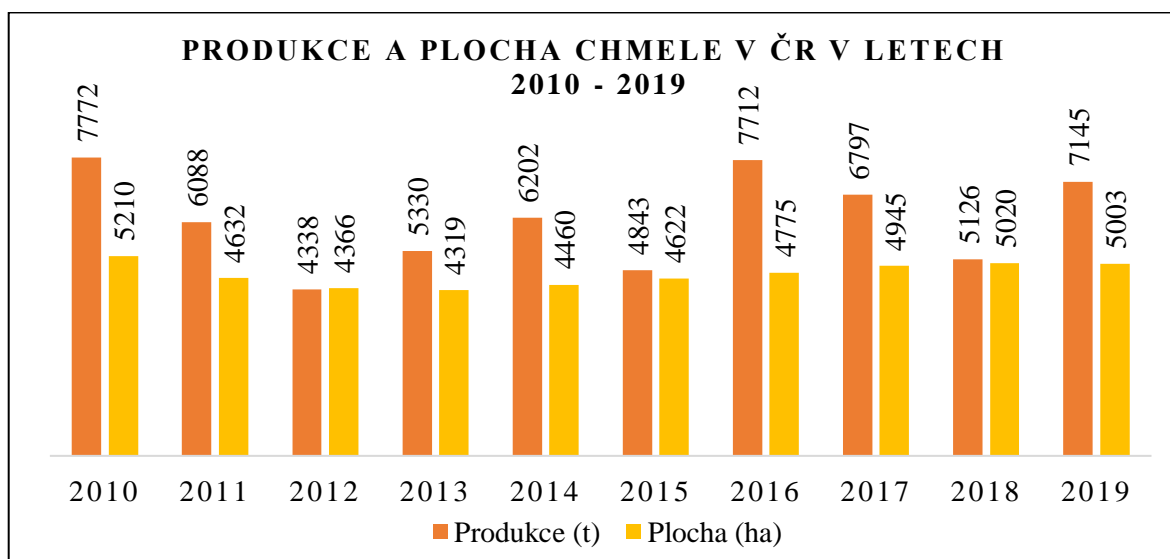
Nejdůležitější látky, jež jsou přítomny ve chmelových pryskyřicích, jsou α – hořké kyseliny, jež jsou analogy humulonu. Humulon má vysoké antibakteriální a antioxidační účinky, ale klíčovou funkci plní jako zprostředkovatel hořkosti v pivu. (Jackson, 1994, s. 18)

Zralý chmel má žlutozelenou barvu, při promnutí šustí a velmi výrazně voní. Po sklizni je nutné chmel nasušit, aby mohl být skladován. Obsah vody ve sklizeném chmelu je odhadován na 70 – 80 % a je nutné jej snížit na 10 – 11 %. (Basařová, 2010, s. 42)

Počet pivovarů, které dnes používají k výrobě piva původní chmelové hlávky je odhadován pouze na 10 %. Ostatní pivovary se zaměřily na používání chmelových granulí či chmelových extraktů. (Novotný, 2017, s. 33)

V roce 2018 dosáhla světová produkce chmele dle údajů firmy Hopsteiner 116 227 t při průměrném výnosu 1,92 t/ha. Česká republika zastává pozici třetí největší pěstitelské země chmele na světě, více jej vyrobí pouze v USA a v Německu. Zároveň je největším producentem jemně aromatického chmele na světě, přičemž tuzemský Žatecký poloraný červeňák je nejrozšířenější jemně aromatickou odrůdou světa. České republice se také jako první zemi v EU podařilo u chmele zaregistrovat zeměpisnou ochrannou známku EU – chráněné označení původu (Žatecký chmel). (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 27)

Graf 1: Produkce a plocha chmele v ČR v letech 2010 – 2019



Zdroj: Svaz pěstitelů chmele ČR, 2019; vlastní zpracování

Chmel zůstává jednou z nemnoha položek agrárního zahraničního obchodu, u nichž má Česká republika dlouhodobě kladné saldo. Na export ročně směřuje 60 až 80 % úrody, nejvíce do Japonska a Číny. (Fialová, 2019, s. 5)

Poslední sklizňový rok chmele v ČR lze hodnotit jako jeden z nejlepších. Oproti roku 2018 došlo k meziročnímu zvýšení produkce o 39,37 %. Nejvýrazněji se zvýšila produkce chmele v Ústecké oblasti. (Kršková, 2019)

Kvasnice

Kvasinky jsou jednobuněčné organismy, jež patří do třídy hub a množí se pučením. Termín kvasinky je používán v laboratorním měřítku, zatímco jako kvasnice je označována biomasa většího množství kvasinek, jež je užívána v provozu. (Basařová, 2010, s. 235)

Pivovarské kvasnice přeměňují některé druhy cukrů obsažené v mladině na alkohol a oxid uhličitý. K výrobě piva jsou používány dva kmeny kvasnic. Kmen pro svrchní kvašení se v současnosti nazývá taxonomicky správně *Saccharomyces cerevisiae* a kmen pro spodní kvašení *Saccharomyces pastorianus*. (Novotný, 2017, s. 37)

Svrchní pivovarské kvasinky jsou používány pro kvašení při teplotě 15 – 25 °C. Kvasnice jsou částečně vynášeny do kvasničné deky, ovšem k sedimentaci na dno dochází rovněž. Primární kvašení trvá obvykle 3 – 8 dní. Při vysokých teplotách v tomto typu kvašení dochází ke vzniku esterů, jež dodávají pivu vůni po ovoci. Proto jsou svrchní pivovarské kvasinky používané zvláště k výrobě piv typu Ale, Stout a Weissbier. (Hasík, 2013, s. 39)

Spodní pivovarské kvasinky se používají ke kvašení při teplotě 7 – 15 °C. Kvasnice sedimentují na dně nádoby. Primární kvašení trvá delší dobu, obvykle 7 – 12 dní. Při kvašení při nižších teplotách nevzniká tolik aromatických látek a výsledné pivo voní po sladu a chmelu. Dokvašení a zrání spodně kvašeného piva trvá déle. Kvasinky tohoto typu se využívají zejména pro výrobu ležáků. (Novotný, 2017, s. 41)

3.2.2 Technologický postup výroby piva

Během vaření piva je kombinováno velké množství procesů. Výroba piva se skládá z následujících částí: šrotování, vystírání a rmutování, scezování sladiny, výroba mladiny, hlavní kvašení mladiny a ležení piva. Od počátku 20. století je navíc výsledný nápoj po skončení ležení filtrován a v současnosti také pasterován. (Chládek, 2007, s. 59)

V moderních pivovarech bývají všechny procesy a s nimi spojená zařízení regulována automaticky pomocí ovládacích pultů varny. (Basařová, 2010, s. 122)

Šrotování sladu

Aby bylo možné ze sladu vytěžit co nejvíce suroviny, je nutné zrna rozdrtit. Tím je zpřístupněn endosperm pro fyzikálně-chemické a enzymové reakce ve varně, při výrobě mladiny. Výtěžnost extraktu ze sladu výrazně závisí na kvalitě šrotování. Pro šrotování sladu je často využíván tzv. válcový šrotovník, který rozdrťí slad zmáčknutím mezi rotujícími válci, přičemž pluchy obilek zůstávají poměrně celistvé a mohou dobře posloužit k pozdější filtraci sladiny. Po rozemletí nesmí šrot obsahovat celá zrna. (Novotný, 2017, s. 44 - 46)

Vystírání a rmutování

Na začátku várky je sladový šrot smíchán s teplou vodou ve vystírací kádi či rmutovací pánvi. Tento proces se nazývá vystírání a vzniklá kašovitá směs vody a drceného sladu se nazývá dílo či vystírka. Cílem vystírání je dobře smíchat sladový šrot s nálevem varní vody. Vystírka se pak začne zahřívát (rmutovat), přičemž štěpení škrobu probíhá ve třech stupních. (Basařová, 2010, s. 131 - 138)

Nejdříve začínají škrobová zrna při zahřívání bobtnat a při teplotě přibližně 52 °C z nich vzniká škrobový maz. Při dalším zahřívání na nižší cukrovarnou teplotu (60 – 65 °C) dochází k dalšímu ztekucení škrobu. Při dosažení vyšší cukrovarné teploty (70 – 75 °C) dochází až ke zcukření škrobového mazu. Tohoto základního postupu lze dosáhnout dvěma způsoby – infuzí či dekokcí. (Chládek, 2007, s. 60)

Při infuzi je třeba pouze jedné kádě. Technologické postupy jsou dosaženy postupným pomalým zahříváním celého díla s přestávkami při určitých teplotách. Tento postup rmutování je nejjednodušší. (Novotný, 2017, s. 52)

Při dekokci je povařena část díla v oddělené nádobě, a poté je smíchána se zbylou částí, čímž dochází k postupnému zvyšování teploty rmutování až k bodu varu. Tento postup lze několikrát opakovat, a tak je možno provádět dekokční rmutování na jeden rmut, dva rmuty nebo na tři rmuty. Český ležák se obvykle vaří na dva rmuty. (Hasík, 2013, s. 44)

Scezování sladiny

Po odrmutování následuje v procesu přípravy mladiny scezování. Jde v zásadě o proces filtrace, při kterém se nejdříve oddělí tzv. předek od zbytků sladového šrotu (mláta). Cílem je získat opticky čistou sladinu. Po prvním scezení se na mláto stříká voda, aby došlo k vylouhování většího podílu sladiny (vyslazování). Sladina z prvního scezování je nejsladovější a nejsladší. (Basařová, 2010, s. 161)

Výroba mladiny

Pročištěná sladina se přivádí do varného kotle (chmelovaru). Zde započíná poslední etapa horké fáze vaření piva. Ve chmelovaru je sladina přivedena do varu a vaří se společně s chmelem. Chmel lze přidávat v průběhu vaření nejen jednou, ale též dvakrát či třikrát. Používají se k tomuto účelu chmelové šišky, ale v současnosti převládají slisované chmelové granule či tekuté extrakty. Výsledný produkt je nazýván mladina. (Jackson, 1994, s. 9)

Chlazení mladiny

Mladina z chmelovaru obsahuje hrubé kaly, jež je nutno separovat. Dříve se k tomuto účelu používaly chladiivé stoky, dnes je využíváno vířivých či usazovacích kádí. Čerpanou vyčeřenou mladinu je nutno zchladit na zákvasnou teplotu přibližně 6 °C. Pro chlazení mladiny jsou v současnosti používány speciální chladiče. Vychlazená a provzdušněná mladina je přečerpána do kvasných nádob (spilek). (Chládek, 2007, s. 65 - 66)

Hlavní kvašení mladiny

Hlavní kvašení je první fází kvašení mladiny. Před začátkem kvašení je nutné do zchlazené mladiny dodat tekuté či sušené kvasinky. Po zakvašení začínají kvasinky pracovat a postupně mění mladinu, jež je přesycena cukry, na pivo. Tato první fáze trvá 5 – 10 dní podle typu daného piva a vytváří se během ní alkohol a oxid uhličitý. (Hasík, 2013, s. 44)

Dokvašování a zrání

Po dané době primárního kvašení je mladina přečerpána do tanků, kde dozrává. Tato druhá fáze kvašení se nazývá dokvašování. Dokvašování a zrání piva probíhá v ležáckých nádobách. V moderních pivovarech probíhá dokvašování ve velkoobjemových izolovaných nádobách (Asahi – tanky, Uni – tanky a CKT - cylindrokónické tanky), které jsou umístěné na volném prostranství v tzv. odlehčených budovách. (Basařová, 2010, s. 379)

Při dokvašování vzniká oxid uhličitý a minimální množství alkoholu. Pivo je při dokvašování čireno, a dále syceno a fixováno oxidem uhličitým. (Hasík, 2013, s. 44)

Filtrace a pasterizace

Dozrálé pivo se poté většinou filtruje, aby z něj byly odstraněny kalící látky, a také aby bylo docíleno požadované čirosti a biologické trvanlivosti. Čirost a vysoká stabilita výrobku jsou základní požadavky, které na pivo spotřebitelé kladou. Nejčastěji užívaným filtračním materiálem je v současnosti křemelina. (Basařová, 2010, s. 430 - 438)

Další možnou úpravou piva je pasterace, která je možná jen u piva, jehož obsahem nejsou kvasničné buňky. Jedná se o tepelnou úpravu piva, která má zajistit inaktivaci mikroorganismů, které mohou kazit pivo. Díky filtraci a pasteraci je možné prodloužit dobu životnosti piva. (Chládek, 2007, s. 70)

Po těchto posledních úpravách přichází pivo do přetlačného tanku, odkud je připraveno opustit pivovar, a to v lahvi, sudu či jiném obalu. (Jackson, 1994, s. 11)

3.3 Pivovarnictví v České republice

Pivo a pivovarství mají na území, kde se dnes nachází Česká republika, dlouhou historii. Uvádí se, že ročně Češi vypijí kolem 140 litrů tohoto nápoje a jsou největšími pijáky piva na světě. Pivo je mezi Čechy nejoblíbenější alkoholický nápoj a je považováno za český klenot. Pivo tvoří významnou exportní položku průmyslu a pivovarství je považováno za významné odvětví české ekonomiky. Zároveň je pivo po historických památkách druhým největším důvodem, proč turisté navštěvují Českou republiku. (Vacl, 2018, s. 76)

3.3.1 Vývoj pivovarnictví na území ČR

Právo vařit pivo se v českých zemích vyvíjelo postupně, původně bylo udělováno panovníky zejména klášterům. První zmínky o vaření piva v Česku sahají více než tisíc let do historie. Je možné je nalézt v listinách, jež se týkaly založení a vysvěcení pražského Břevnovského kláštera v roce 993 n.l. (Němec, 2019, s. 11)

Prvním historickým dokladem, jež souvisí s výrobou piva je listina Vratislava II., pro vyšehradskou kapitolu roku 1088 n.l. Ta měla kanovníkům zajišťovat desátek chmele na vaření piva. O prvních pivovarech jsou zprávy velice strohé, pivo se vařivalo převážně v domácnostech ze sladu, jenž byl dodáván sladovníky. (Jackson, 1994, s. 25)

První zmínky o pěstování chmele na území ČR, pochází z 11. století. V roce 1091 n.l. král Vratislav II. vydal listinu, ve které ukládá svým poddaným vyšehradské kapituly platit desátek z pěstování chmele. (Chládek, 2007, s. 33)

Důležitou etapou pro rozvoj pivovarnictví a profesionalizaci vaření piva v Českých zemích byla výstavba královských měst ve 12. a 13. století. V té době získávala města právo várečné, podle kterého se vaření piva směli věnovat pouze měšťané žijící uvnitř městských hradeb a klášterů. Dalším důležitým milníkem bylo právo mílové, které chránilo trh před konkurencí a zajišťovalo monopol vařit a prodávat pivo v okruhu jedné míle kolem města.

Do té doby si téměř každý mohl uvařit pivo, ovšem díky těmto regulacím bylo možné toto právo omezit na svobodné majitele určitých výsad, tedy na šlechtu a majitele domů ve městech. (Večerníček, 2015, s. 104)

Právo vařit pivo bylo velmi výnosné. Cechy sladovníků a nákladníků piv patřily k nejbohatším. Proto není divu, že brzy vznikaly spory nejen mezi měšťany a šlechtou, ale i mezi měšťany vzájemně. Spory mezi městy a šlechtou pravidelně řešili zemské sněmy z přelomu 15. a 16. století. Ke smíru došlo až díky Svatováclavské smlouvě z roku 1517 n. l., kdy se oba stavy dohodly na uznání svých pozic. Bylo zavedeno tzv. propinační právo, které bylo vyhrazeno třem stavům: panskému, městskému a duchovnímu. Zákaz vařit pivo v míli od měst měl pouze selský stav. (Vrána, 2018, s. 29)

Propinačního práva využívala hojně šlechta, jež budovala panské pivovary a její poddaní byli nuceni nakupovat pivo pouze od vrchnosti. V té době vznikl například pivovar v Krušovicích. Výstavbou panských pivovarů byla oslabena města, jež přišla o svůj vliv, jelikož trpěla nedostatkem odběratelů piva. Dalšími faktory, které měly negativní vliv na počet měšťanských pivovarů byla bitva na Bílé hoře či třicetiletá válka. Počet pivovarů v Čechách po třicetileté válce prudce poklesl. (Chládek, 2007, s. 38)

Začátkem 18. století bylo v Čechách asi 150 právovárečných měšťanstev. S obdobím druhé poloviny 18. století se jednoznačně pojí jméno legendárního sládka Františka Ondřeje Poupěte, jenž svými reformátorskými pracemi významně ovlivnil kvalitu výroby piva v Čechách a pozvedl způsob výroby piva na vědeckou úroveň. (Jackson, 1994, s. 25)

Období od druhé poloviny 19. století je na území ČR nazývané zlatým věkem českého pivovarství. Postupem času se začaly objevovat první pokusy o zmírnění nebo o úplné odstranění propinačního práva. Definitivně bylo toto právo však zrušeno až českým zemským zákonem č. 55/1869 z. z. ze 30. dubna 1869. Právovárečná měšťanstva tak ztratila svá výrobní privilegia ve městech a na trhu začal platit plnohodnotný konkurenční stav. Stát sice podporoval podnikání, ale zároveň měl hospodářský zájem na jeho zdanění. (Vrána, 2018, s. 30)

Období let 1869 – 1880 přineslo mnoho nových moderních podniků a znamenalo zánik pro mnoho starých. Bylo postaveno 34 právovárečných, akciových, družstevních a soukromých pivovarů. Výroba piva byla koncentrována do větších celků, a tak se v Čechách v letech 1835 – 1900 snížil počet pivovarů z 1087 na 804. Přitom celková produkce piva stoupla z 1 966 004 hl na 11 967 813 hl. (Basařová, 2000, s. 99)

Zlatý věk pivovarnictví byl spojen také s velkým množstvím technologických změn v procesu vaření piva. Byly například zavedeny strojní pohony, vaření parou, strojní chlazení nebo zřizování propagačních stanic a prvních lahvoven. Průmyslové vaření piva začalo převažovat nad řemeslným, vznikaly největší pojmy českého pivovarnictví – Plzeňský Prazdroj či Smíchovský pivovar. (Němec, 2019, s. 11)

Nejdůležitějším mezníkem v technologii českého pivovarství 19. století byl kompletní přechod pivovarů na spodní kvašení v letech 1842 až 1884. Tato změna sehrála zásadní roli při formování chuti tradičního českého ležáku plzeňského typu. Do té doby byla piva vařena postaru, tedy v drtivé většině pomocí svrchního kvašení. Nejvíce činných pivovarů bylo na území Čech a Moravy v roce 1841, poté jejich počet soustavně klesal. Pivo v tomto roce vařilo 1052 pivovarů a spodní kvašení používalo 15 z nich. Ovšem v roce 1884, tedy o 23 let později, bylo pivovarů 927 a spodní kvašení využívalo 925 z nich. Je až s podivem, že za tak poměrně krátký časový úsek mohlo dojít ke kompletní změně stylu vaření piva. Pivní trh definitivně ovládl ležák. (Hasík, 2013, s. 23 - 24)

Portfolio pivovarů se tak ve druhé polovině 19. století a na počátku 20. století zásadně proměnilo. Pouze moderně vybavený pivovar, který vyráběl pivo stabilní kvality, mohl odolat silicím konkurenčním tlakům. Inovace, jež směřovaly k velkoprodukcí piva, přinesly na konci 19. století řadu novinek, jež se týkaly transportu výrobku ke spotřebiteli. Zaváděny byly skleněné lahve a k nim náležící stáčekací zařízení. Od roku 1888 začaly být v českých pivovarech instalovány první chladicí přístroje firmou Novák & Jahn. Ve stejné době se zaváděly první jednoduché filtry, díky kterým pivo zůstávalo déle čiré, jak si žádal dobový trh. České země se tak během 19. století staly významnou součástí evropského pivovarství na poli nejen hospodářském, ale i technickém a vědeckém. (Horáček, 2016, s. 10 - 13)

V důsledku silného konkurenčního boje klesl v roce 1912 v tehdejší Království českém, Markrabství moravském a Vévodství slezském celkový počet pivovarů na 666. Největší výroba piva v předválečném období byla v letech 1911- 1912, kdy bylo vyrobeno téměř 11 mil. hl. Na své dno si české pivovarnictví sáhlo během světových válek, díky kterým pivovary trpěly nedostatkem surovin a byly nuceny utlumit nebo úplně ukončit výrobu. Po první světové válce bylo v bývalé ČSR v roce 1920 činných 590 pivovarů. (Kratochvíle, 1994, s. 102)

Do vývoje pivovarnictví se dále promítly státoprávní změny na podzim roku 1938, kdy byla postoupena česká pohraniční území nacistickému Německu, čímž došlo k zpretrhání

obchodních a odběratelských vztahů. Prodejní cena piva byla navíc zatížena takřka 30% válečnou přírůžkou. Široké spektrum přijatých opatření se bezprostředně odrazilo na výstavu piva, jež v letech 1939 – 1944 poklesl z 6 634 373 hl na 5 585 40 hl, a také na počtu činných pivovarů, který se snížil z 231 na 145. Nucená koncentrace pivovarství dosáhla vrcholu v letech 1942 – 1934, byla doprovázena germanizací a úsilím o arizaci. Proces germanizace představoval postupné převádění domácích podnikatelských subjektů do mašinerie nacistického řízeného hospodářství. Navíc byl pro nacistickou okupaci charakteristický pokles kvality piva. (Štolleová, 2016, s. 63)

Poválečné období se neslo v duchu nepříjemných změn zejména pro majitele a akcionáře pivovarů. V roce 1945 byl vytvořen celostátní úřední orgán s názvem „Československé pivovary, národní podnik“ se sídlem v Praze, který měl zastřešovat veškerou výrobu piva v tehdejší Československu. Pivovary se začaly znárodnovat, přičemž primárně došlo k znárodnění pivovarů s výrobou nad 150 000 hl piva ročně a postupně přišly na řadu další. (Chládek, 2007, s. 54)

Nejkrušnější období českého pivovarnictví ovšem přišlo až po únorovém převratu v roce 1948, který spustil druhou vlnu masivního znárodnění. Komunisté v rámci „pivovarnické kolektivizace“ sloučili 120 pivovarů do 22 národních podniků. Zhruba 200 pivovarů bylo v letech 1946 – 1989 dokonce zavřeno a zrušeno. Mezi lety 1950 a 1990 došlo díky socialismu k poklesu počtu pivovarů z 176 na 71, zatímco objem spotřeby piva prudce vzrostl. Mezi lety 1971 – 1972 se Československo dostalo na první místo na světě, se specifickou spotřebou 160 l na obyvatele. Bohužel dílo komunistické zkázy bylo dokonáno tím, že mnoho pivovarů bylo v rámci unifikace v 70. - 80. letech přestavěno po vzoru průmyslových let z 19. století anebo byly pivovary zničeny. (Němec, 2019, s. 11)

Po pádu komunismu v roce 1989 byl převod pivovaru do soukromých rukou možný prakticky dvěma způsoby – restitucí či privatizací. Restituční řízení se týkalo především malých pivovarských subjektů. Noví majitelé pivovarů ovšem ve většině případů koupili doslova ruiny, tudíž není divu, že bylo mnoho cenných historických budov využito pouze k demolici a jejich pozemky byly použity k nové výstavbě. O pivovarské subjekty byl enormní zájem během kupónové privatizace, jež započala roku 1991. Největší pivovary se dostaly do rukou zahraničních majitelů. Příliv zahraničního kapitálu se odrazil především v modernizaci technické úrovně pivovarů, a dále v růstu kvality a exportu vyráběných

produktů. V současnosti je jediným národním pivovarem v České republice Budějovický Budvar, jehož základním problémem byl spor o ochrannou známku. (Stellner, 2016, s. 68)

Situace byla v roce 1989 vyhrocena natolik, že byl na trhu pouze jeden minipivovar, a to U Fleků, jenž byl založen v roce 1499. Jako minipivovary se označují pivovary s ročním výstavem 500 až 3 000 hl s nejvyšším výstavem až 10 000 hl ročně. (Basařová, 2010, s. 570)

Již v roce 1991 dochází k otevření tří dalších minipivovarů, a to pivovaru v Babicích, pivovaru Meloun ve Svinišťanech a pivovaru v Dobrušce, jenž jako jediný funguje i v současnosti. (Maier, 2011, s. 331)

Ovšem pokles celkového počtu pivovarů pokračoval a v roce 2007 fungovalo v tuzemsku pouhých 53 pivovarů. Od té doby počet pivovarů v tuzemsku opět roste. V roce 2008 uznala Evropská Unie výjimečnost českého piva a zapsala České pivo jako chráněné zeměpisné označení. Sektor minipivovarů roste závratnou rychlostí, již na začátku prvního pololetí roku 2014 byla překročena hranice 200 minipivovarů. V současné době je nejvíce minipivovarů v Praze. Celkový počet minipivovarů se blíží k pěti stům. Objevují se odhady, že trh v tuzemsku bude schopen uživit i tisícovku minipivovarů. (Vacl, 2018, s. 77)

Pivovarnictví představuje významný sektor současného českého průmyslu. Na české pivovarské scéně přibývají každoročně desítky nových podniků. Pivovary se staly něčím, co je chápáno jako zajímavost města jak pro místní obyvatele, tak pro domácí či zahraniční návštěvníky. Pivovary se tak dnes pohybují ve vysoce konkurenčním prostředí a často přichází s inovacemi svých produktových portfolií. Změnil se také český konzument piva, jež se stal oproti časům minulým výrazně náročnějším. (Vacl, 2013, s. 282 - 283)

Počet činných pivovarů od roku 2008 razantně stoupá, rostoucí tendenci vykazuje v dlouhodobém horizontu i výstav piva. Vysoká spotřeba piva v České republice je důkazem, že konzum piva má v českých zemích pevně zakotvenou vazbu na společenské, stravovací a životní zvyklosti obyvatel. (Němec, 2019, s. 10 - 12)

3.3.2 Charakteristika piva českého typu

Jedním z nejvýznamnějších výsledků českého pivovarského průmyslu bylo zformování českého typu piva. Konečná podoba typu českého piva byla ustálena na konci devatenáctého století, kdy docházelo k racionalizaci pivovarsko-sladařského průmyslu, což vyústilo založením Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského (dále také VÚPS) roku 1887 se sídlem v Praze. (Čuřín, 1987, s. 233)

K exaktní charakteristice tzv. piva českého typu došlo v letech 1999 – 2002. Tuzemská piva byla za podpory Českého svazu pivovarů a sladoven podrobena ve VÚPS komplexnímu analytickému rozboru, na jehož základě byly nalezeny rozdílné prvky mezi českými pivy a pivy zahraničními (typu ležák nebo Pils). (Čejka, 2004, s. 3)

Laická veřejnost si pod pojmem piva českého typu jistě vybaví nejvýznamnějšího představitele této skupiny, kterým je Plzeňský Prazdroj 12 %. Toto pivo je skutečně pivo úzce vyhraněného charakteru, které získalo uznání a spotřebitelskou oblibu v různých koutech světa. Nemalých úspěchů ovšem dosahují i další piva, která jsou tomuto pivu příbuzná, a která lze nazvat jako světlá piva plzeňského typu. (Basařová, 1967, s. 282)

Důležitým znakem těchto piv je nepřítomnost výrazných ovocných, parfémových a esterových složek. Česká piva mají nízkou intenzitu vůně. Vyznačují se silným řízem, jenž je původcem jejich osvěžujícího účinku a vyšší plností se silnou intenzitou hořkosti. Pro piva českého typu je charakteristická vysoká pěnivost. (Čuřín, 1987, s. 233)

Na základě provedené analýzy českého piva (T) byly určeny mezní hodnoty jeho zásadních parametrů, jež jej odlišují od zahraničních piv (Z). (Čejka, 2004, s. 9)

Tabulka 1: Tabulka k určení typu piva sestavená z analýz z roku 2002

Analytický parametr	Mezní hodnota
Rozdíl prokvašení (%)	$Z < 1, 0 < T$
Barva (EBC)	$Z < 9,0 < T$
Hořké látky (EBU)	$Z < 22 < T$
pH	$Z < 4,45 < T$

Zdroj: Čejka (2004); vlastní zpracování

České pivo má svérázné sensorické vlastnosti, jež velmi dobře vyhovují podmínkám dobré pitelnosti nápoje. Silná hořkost piva podporuje proces trávení a je podnětem k dalšímu napití. To vše je navíc zaštitěno národní tradicí a lidským faktorem. (Čuřín, 1987, s. 234)

3.3.3 Označování piva v ČR

Nová vyhláška Ministerstva zemědělství č. 248/2018 Sb., o požadavcích na nápoje, kvasný ocet a droždí, jež nabyla účinnosti 1. prosince 2018, změnila způsob označování piva v ČR. Cílem této změny bylo zpřehlednění orientace v širokém sortimentu piv. Vyhláška přesně rozlišila piva typu ležák na svrchně či spodně kvašená, a zavedla označení piva silného. Pivo se sníženým obsahem alkoholu je nově pivem nízkoalkoholickým. (Bílý, 2018)

Vyhláška dále vymezila některé nápoje na bázi piva. Nově byl zaveden název „atypický pivní nápoj“, kterým je označován nápoj s modifikovaným podílem sladu nebo modifikovaným způsobem kvašení. Vyhláška umožnila označení pivních stylů. Rozdíly mezi původním a novým označením piva v ČR se zabývá následující tabulka. (Dupal, 2018)

Tabulka 2: Označování piva v ČR

Původní název a parametry piva	Nový název a parametry piva
Nealkoholické pivo (do 0,5 % obj. ethanolu)	Nealkoholické pivo (do 0,5 % obj. ethanolu)
Pivo se sníženým obsahem alkoholu (0,5 – 1,2 % obj. alkoholu)	Nízkoalkoholické pivo (0,5 – 1,2 % obj. alkoholu)
Stolní pivo (stupňovitost do 6)	Stolní pivo (stupňovitost do 6)
Výčepní pivo (stupňovitost 7 – 10)	Výčepní pivo (stupňovitost 7 – 10)
Ležák (stupňovitost 11 – 12)	Ležák (stupňovitost 11 – 12), ale pouze pro piva spodně kvašená
	Plné pivo (stupňovitost 11 – 12), ale pouze pro piva svrchně kvašená
Speciální pivo (stupňovitost 13 a více)	Silné pivo (stupňovitost 13 a více)

Pozn.: Stupňovitost piva označuje množství extraktu původní mladiny (EPM) v % hmotnostních.

Zdroj: Vyhláška č. 248/2018 Sb.; vlastní zpracování

3.3.4 Spotřební daň z piva v ČR

Spotřební daň z piva je upravena zákonem č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních. Sazba daně byla v roce 2010 změněna poprvé od roku 1998. Předmět daně z piva je vymezen jako výrobek uvedený pod kódem nomenklatury 2203 obsahující více než 0,5 % alkoholu nebo směs uvedeného výrobku s nealkoholickými nápoji uvedená pod kódem nomenklatury 2206 obsahující více než 0,5 % alkoholu. (Celní správa ČR, 2019)

Tabulka 3: Sazby daně z piva podle § 85 odst. I

Kód nomenklatury	Sazba daně v Kč/hl za každé procento extraktu původní mladiny					
	Základní sazba	Snížené sazby pro malé nezávislé pivovary				
		Velikostní skupina podle výroby v hl ročně				
		do 10 000 včetně	nad 10 000 do 50 000 včetně	nad 50 000 do 100 000 včetně	nad 100 000 do 150 000 včetně	nad 150 000 do 200 000 včetně
2203, 2206	32,00	16,00	19,20	22,40	25,60	28,80

Zdroj: Právní informační systém (ASPI); vlastní zpracování

Pivo je daněno základní sazbou 32 Kč/hl za každé procento původní mladiny. Malým nezávislým pivovarům je poskytována daňová úleva dle jejich roční výroby piva. Přičemž malým nezávislým pivovarem je pivovar, jehož roční výroba piva není větší než 200 000 hl, není právně ani hospodářsky závislý na jiném pivovaru a jeho provozní a skladovací prostory nejsou propojeny s prostory jiného pivovaru. Pivovary, které splňují tyto podmínky mohou využít daňovou úlevu, jež představuje 10 % základní sazby za každých 50 tis. hl oproti horní hranici, nejvýše do 50 % hodnoty základní sazby daně pro pivovar do výstavu 10 tis. hl/rok. Dále jsou od spotřební daně zcela osvobozena piva, která vyrobí fyzická osoba výhradně pro domácí účely a nepřesahují v množství 200 l za rok. (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 8)

3.3.5 Současná situace a vývojové tendence pivovarského průmyslu ČR

Pivovarnictví se významně podílí na české ekonomice. Každý rok odvede na daních zhruba 30 mld. Kč. Dalších 20 mld. Kč vyplatí dodavatelům, kteří jsou z 90 % z tuzemska. Pivovary jsou tak významnými odběrateli produkce českých zemědělců. Pivovarnictví také vytváří pracovní příležitosti pro více než 65 tis. osob. Na pivovary je navázáno téměř 40 tis. restauračních provozoven, které zaměstnávají dalších přibližně 160 tis. osob. Celkový daňový přínos sektoru pohostinství byl vyčíslen na 62 mld. Kč. Pivo tvoří v průměru 25 % tržeb v českém pohostinství. (Stratilík, 2019)

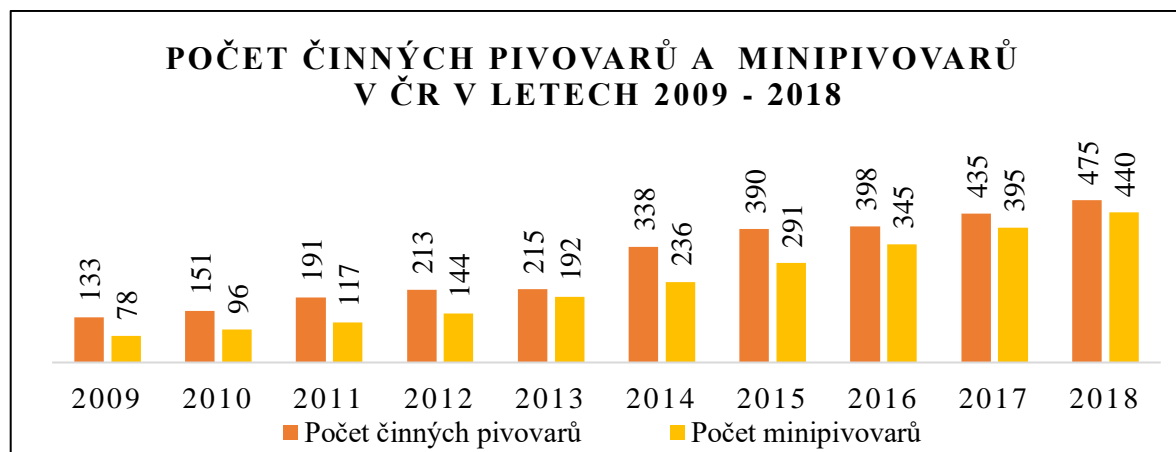
Dle nejaktuálnějších údajů z roku 2018 působí v tuzemsku následujících 6 největších pivovarských skupin: Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken Česká republika, Budějovický Budvar, Pivovary Lobkowicz Group a PMS Přerov. Tyto pivovarské skupiny ovládají celkem 19 různých pivovarů. (ČSPS, 2018)

Pro české pivovarnictví je posledních 30 let obdobím renesance. Stejně jako v minulých letech i v současnosti vzniká v tuzemsku velké množství nových pivovarů. V současné době je v provozu 46 pivovarů s výstavem nad 10 000 hl. Pivovary s výstavem do 10 000 hl stejně jako v předchozích letech přibývají. V současnosti je jich v provozu více než 450. Několik dalších pivovarů (přibližně 15) je ve fázi přípravy s plánovaným zprovozněním v roce 2020, přičemž pokud k tomu dojde, mohl by v roce 2020 překročit počet činných pivovarů číslo 500. (Pivovarský kalendář 2020, 2019, s. 89)

Vznikají dohady znalců pivovarnictví na téma, kolik pivovarů může český trh uživit. Faktorem, jenž má významný vliv na počet pivovarů v ČR je současný vývoj ekonomiky. Primárně však záleží na poptávce milovníků piva, kteří vyžadují určitou diverzitu pivní

nabídky a experimentují s novými druhy piv. Mění se také životní styl spotřebitelů, například roste spotřeba nízkoalkoholických a nealkoholických piv. (Němec, 2019, s. 10)

Graf 2: Vývoj počtu činných pivovarů a minipivovarů v letech 2009 – 2018



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven, Český svaz minipivovarů; vlastní zpracování

Stále pokračuje výrazný trend rozvoje minipivovarů, ale je vysoce nepravděpodobné, že by mohly minipivovary jakýmkoliv způsobem začít konkurovat velkým pivovarům. Zejména ve vysokých požadavcích na množství vyrobených produktů a na to, aby vydržely alespoň rok v konzumovatelném stavu, nemohou malé pivovary konkurovat těm velkým. Pozice velkých pivovarů je pro stát důležitá především z hlediska exportu. Minipivovary pak mají význam především na vesnici či malých městech, kde je problém se zásobováním a kulturním vyžitím. Obnovují společenskou komunikaci a zasazují se o návrat české hospodské tradice. (Basařová, 2019, s. 3)

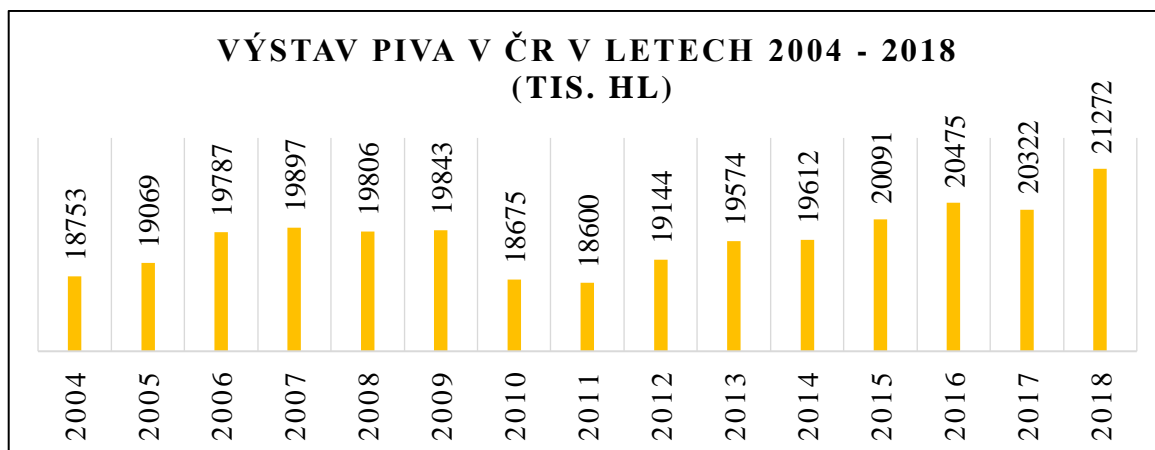
a) Výstav piva

Pro české pivovarství byl rok 2018 extrémně úspěšný, jelikož bylo dosaženo historického maxima, co se výstavu piva týče. Celkový výstav piva vzrostl o 4,9 % na rekordních 21,3 mil. hl. To bylo zapříčiněno zejména zvýšením produkce piva určeného na vývoz, u kterého se meziročně zvýšila výroba o 11,8 %, což je jasným signálem, že se českým pivovarům na exportních trzích daří. (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 61)

K hodnocení vývoje celkové produkce piva v ČR v horizontu posledních 15 – ti let poslouží graf níže. Výstav piva v letech 2006 – 2009 vykazoval určitou stabilitu, kdy se pohyboval v průměru na hodnotě 19 833 tis. hl. Propad, jenž přišel v letech 2010 a 2011 lze

dát za vinu globální ekonomické krizi, jež se na výstavu piva neblaze podepsala. V letech 2012 – 2016 se však situace obrátila a výstav vykazoval růstovou tendenci. (Ptáčník, 2009)

Graf 3: Vývoj výstavu piva v ČR v letech 2004 - 2018



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

Rok 2017 nebyl zcela úspěšný. Bylo vyrobeno 20,3 mil. hl piva, což oproti roku 2016 znamenalo pokles o 0,7 % a produkce určená pro tuzemský trh se snížila dokonce o 2,1 %. Za špatné výsledky mohly ve velké míře regulace a neúměrná byrokracie, jež značně komplikuje podnikatelům živnost a má přímý dopad na českou pivní kulturu. Přestože se český trh relativně dokázal vyrovnat se zavedením EET (elektronické evidence tržeb) u protikuřáckého zákona tomu bylo naopak. Celkové dopady státních regulací byly spíše negativní. (Československá Pivovarsko-sladařská ročenka 2019, b.r., s. 10 - 11)

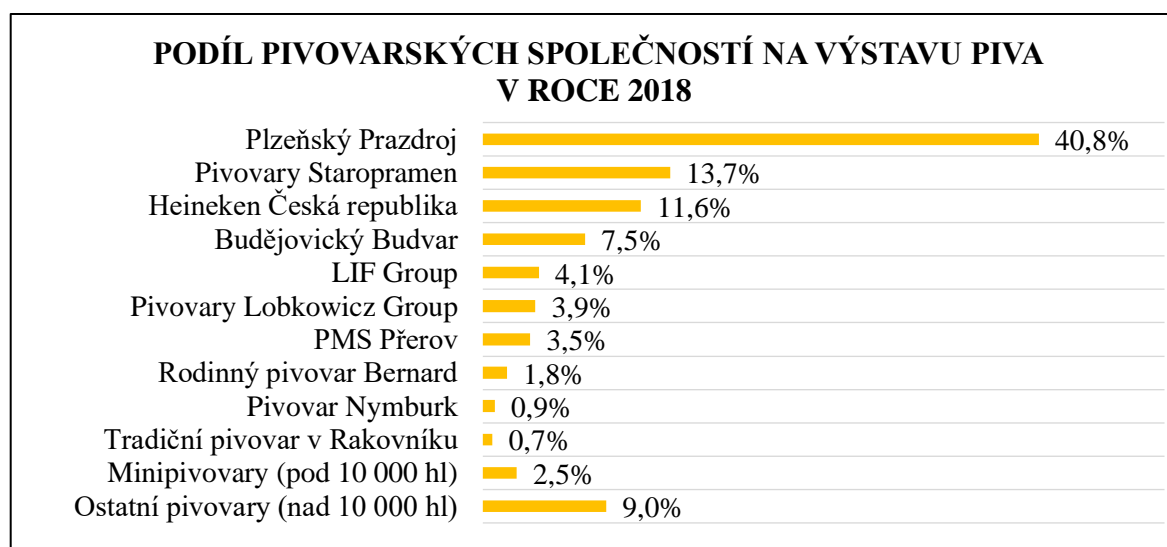
V rekordním roce 2018 vykrýval rostoucí výstav piva určeného pro export ztráty pivovarnictví za rok 2017. Za prvních devět měsíců roku 2019 sice opět došlo k dalšímu zvýšení produkce určené pro export, ovšem naopak došlo ke snížení produkce pro tuzemský trh. Výsledkem byl pokles celkového výstavu o 1,22 %, což je přisuzováno zejména počasí, které v roce 2018 napomohlo díky vysokým teplotám rekordní hodnotě celkového výstavu, ale v roce 2019 se tato situace již neopakovala. (ČSPS, 2019)

Výstav piva podle podniků 2018

Českému pivnímu trhu dominuje čtveřice největších pivovarských společností. Největší společností z hlediska produkce je Plzeňský Prazdroj (Asahi Group Holdings), jehož výstav má na trhu více než 40% podíl. Za ním následují Pivovary Staropramen (MolsonCoors Brewing Co.), Heineken Česká republika (Heineken N.V.) a Budějovický

Budvar (Státní podnik). Na tyto pivovarské společnosti připadá dohromady více než 70% podíl celkové české pивní produkce. Pátou nejvýznamnější pivovarskou skupinou je LIF Group, za kterou následují Pivovary Lobkowicz Group a PMS Přerov. (Pivovarský kalendář 2020, 2019)

Graf 4: Podíly pivovarských společností na výstavu piva v roce 2018



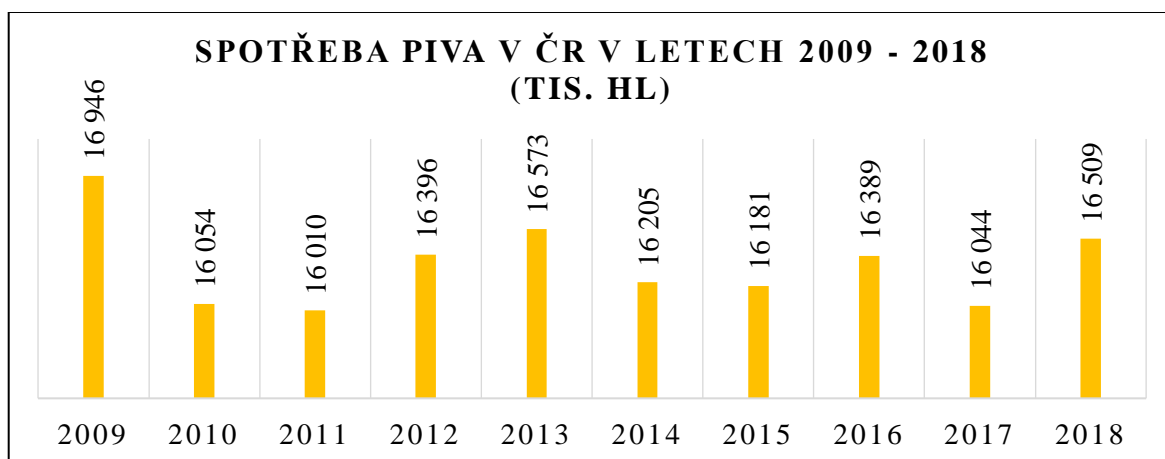
Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven, Pivovarský kalendář 2020; vlastní zpracování

Minipivovary získávají na českém trhu čím dál tím větší podíl. Ještě před dvěma lety představovaly pouze 0,01 % celkového výstavu, nyní se jejich výstav zvýšil až na 2,5 %. To je sice stále malý podíl, ale již stačil k tomu, aby minipivovary přitáhly pozornost své průmyslové konkurence. Ta oceňuje jejich pestrost nabídky, specializaci na méně obvyklá piva a ochotu experimentovat, a proto mnohé z průmyslových pivovarů navázaly v rámci marketingových aktivit s minipivovary spolupráci. Společnými várkami piva se sládky z minipivovarů se mohl chlubit velikan trhu Plzeňský Prazdroj, který spolupracoval například s minipivovarem Matuška. Ve spolupráci s minipivovary má ovšem jednoznačný náskok Budějovický Budvar, který zahájil spolupráci s pražským minipivovarem Cobolis, potštejským Clockem či sokolovským Permonem. Minipivovary navazují spolupráci s průmyslovými pivovary nejen díky marketingovým výhodám, ale také díky možnosti rozšíření stávající distribuční sítě. Ovšem kooperace s velkými pivovary je limitována. Například Budějovický Budvar nenabízí spolupráci minipivovarům v oblasti ležáckých piv, která by pro něj mohla představovat konkurenci. (Němec, 2019)

b) Spotřeba piva

Vývoj spotřeby piva na území ČR za poslední dekádu znázorňuje graf níže. Do celkové spotřeby piva je započítán jak výstav piva pro domácí trh včetně nealkoholického piva, tak pivo importované. Tuzemská spotřeba piva se po poklesu v roce 2017 zvýšila o 2,9 % na 16,5 mil. hl. Největších hodnot dosahovala ve sledovaném období v roce 2009, kdy činila 16,9 mil. hl, poté přišel propad v roce 2010 v důsledku globální ekonomické krize. Vývojová křivka spotřeby piva v ČR výrazně kopíruje růstové a klesající tendence grafu celkového výstavu piva. V roce 2018 bylo více než 75 % výstavu piva ČR spotřebováno na domácím trhu. (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 61)

Graf 5: Vývoj spotřeby piva v ČR v letech 2009 - 2018

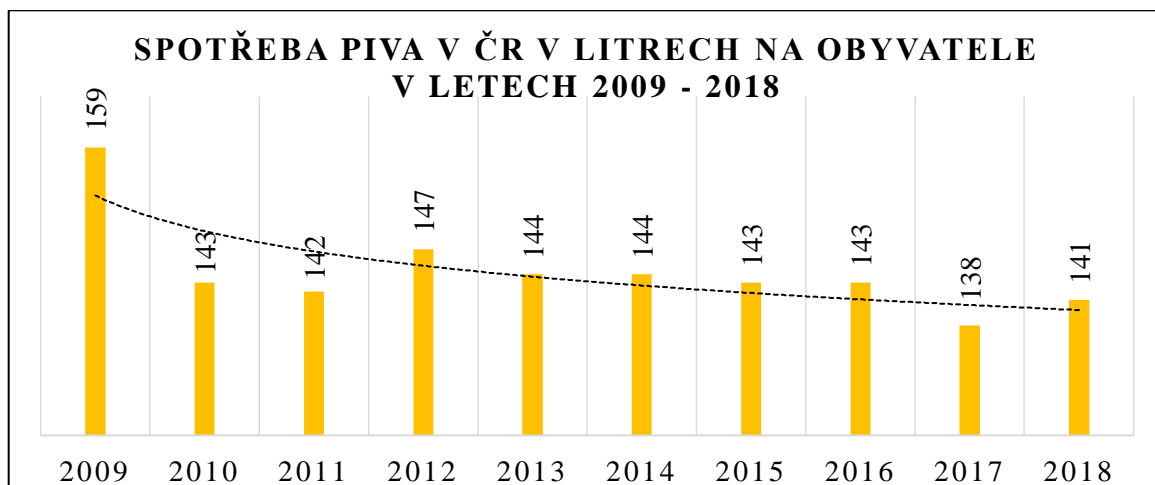


Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven, Ministerstvo zemědělství; vlastní zpracování

Spotřeba piva v litrech na obyvatele za rok

Česká republika je známá tím, že si udržuje celosvětové prvenství ve výši spotřeby piva na jednoho obyvatele za kalendářní rok. Nejvyšší spotřeba 167 litrů na obyvatele byla zaznamenána v roce 1992. Ostatní národy se ve spotřebě „na hrdlo“ dívají na Čechy buď z uctivého odstupů anebo s kritikou. Do spotřeby piva celkem v litrech je zahrnuto pivo výčepní, lahvové, sudové i pivo v plechovkách. Průměrná spotřeba piva v České republice v roce 2018 dosáhla úrovně 141 litrů na jednoho obyvatele za rok, tedy 282 půllitrů piva ročně. To je o šest půllitrů více než v roce předchozím. Spotřeba na obyvatele se drží na podobné úrovni již deset let, pokud by byla spotřeba na obyvatele v těchto letech zprůměrována, pak by její hodnota činila 144 litrů. Je pravděpodobné, že Češi v konzumaci piva nepoleví ani v budoucnu a budou nadále důstojně obhajovat své spotřebitelské prvenství. (ČSPS, 2019)

Graf 6: Průměrná spotřeba piva v ČR v litrech na 1 obyvatele v letech 2009 - 2018



Zdroj: The Brewers of Europe; vlastní zpracování

Jak si lze z grafu díky vyznačené trendové křivce povšimnout, za posledních deset sledovaných let došlo ke snížení spotřeby piva na obyvatele o 18 litrů, což odráží vývojové tendence moderní společnosti. Trendová křivka vykazuje klesající směr především proto, že se změnil životní styl. Mnohem více lidí například sportuje, či jezdí automobily, a proto stoupá poptávka po osvěžujících nápojích bez alkoholu. Pozitivní pro spotřebu piva nebyla také nově zavedená nulová tolerance alkoholu u cyklistů či vodáků. Přesto je česká spotřeba piva na obyvatele vnímána jako stálice, která s výkyvy podle ekonomické či politické situace může pouze mírně klesat či stoupat. (Basařová, 2019, s. 2 - 5)

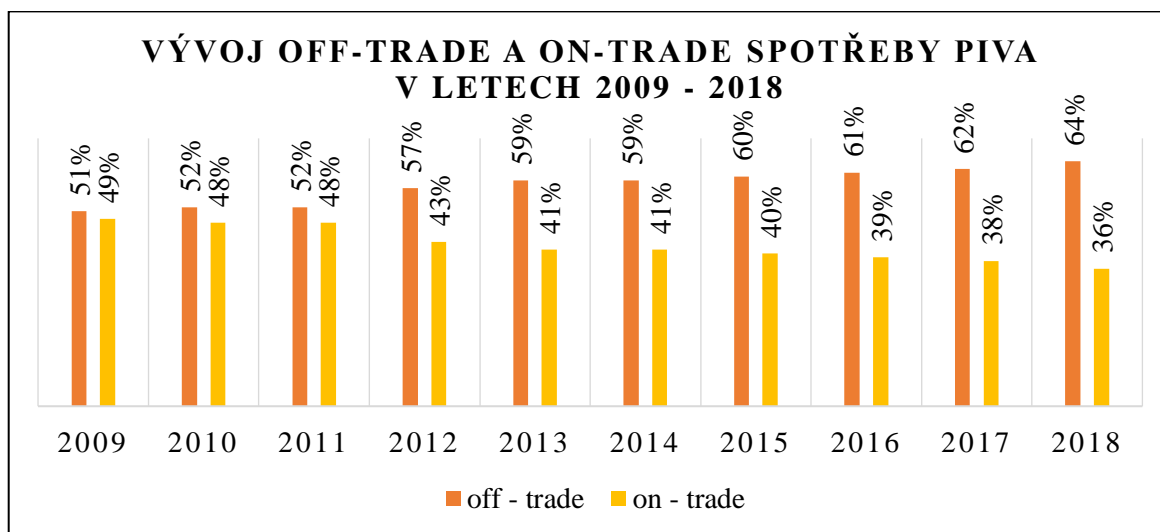
Vývoj off-trade a on-trade spotřeby

Ačkoliv spotřeba piva v tuzemsku stoupá, nepříznivý je pokračující odklon od pití čepovaného piva v restauracích a hospodách (on-trade). Ačkoliv ještě v roce 2009 drželo čepované pivo na celkové tuzemské spotřebě více než poloviční podíl, v roce 2018 mělo na již pouze 36% podíl. Meziročně si od roku 2017 čepované pivo pohoršilo o celá 2 %. Především v menších vesnicích a obcích tento pokles zesiluje fakt, že je tradiční česká hospoda pod neustálým tlakem nejrůznějších regulací. Téměř jedna desetina hospod byla v posledních několika letech zavřena v důsledku zavedení již zmíněného EET či protikuřáckého zákona. (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 61)

Pivovary se proto snaží tradici české hospody bránit a rozvíjet. Investují například do nových konceptů hospod nebo připravují nejrůznější akce na podporu čepovaného piva. Český svaz pivovarů a sladoven se též snaží posilování konzumace baleného piva (off-trade)

zvrátit například tím, že od roku 2013 pořádá na oslavu české pivní kultury několikadenní akci s názvem Dny českého piva. Tato akce připadá na konec září, kdy slaví svátek patron české země sv. Václav, který je zároveň patronem všech sládků a pivovarníků. V roce 2018 se do této akce zapojily desítky pivovarů a více než tisíc hospod. (ČSPS, 2019)

Graf 7: Vývoj off-trade a on-trade spotřeby piva v letech 2009 - 2018



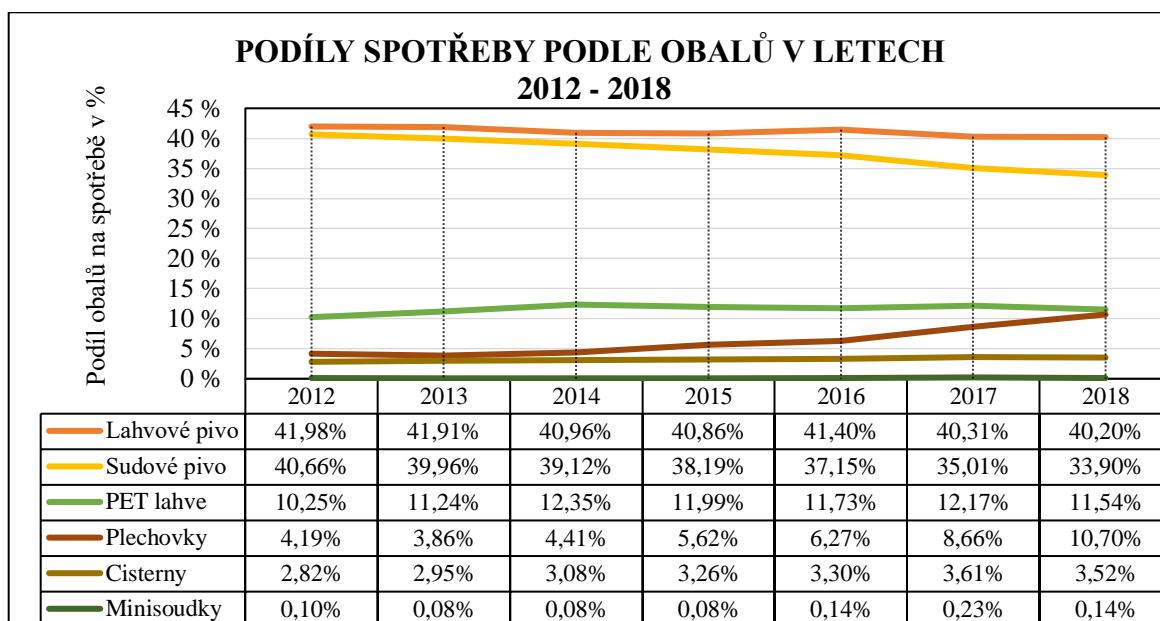
Zdroj: The Brewers of Europe; vlastní zpracování

Podíly spotřeby podle obalů

Z hlediska pivních obalů si majoritní podíl přes 40 % na celkové spotřebě udrželo v roce 2018 pivo lahvové, které drží dlouhodobou převahu nad ostatními obalovými materiály. Na druhé příčce se s téměř 34 % drží pivo sudové. Spotřeba sudového piva však vykazuje dlouhodobě klesající tendenci, což je důsledkem již zmiňované posilující off-trade spotřeby piva. Oproti roku 2017 klesla spotřeba piva v PET lahvách. (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 61)

Pivovary zaznamenávají nové trendy, které mění spotřebitelské preference obalových materiálů, a z nich vyplývající dopady na logistiku. Proto v posledních letech investovaly zejména do nových stáčecích linek a balicích strojů. Zvyšuje se prodej piva v plechovkách, a to zejména v létě. Spotřebitelé v tu dobu plechovky preferují, protože jsou lehčí, odolnější a snáze se vychladí. Podíl plechovek na spotřebě zesílil od roku 2012 o více než 6,5 %. Z pohledu ochrany životního prostředí je však velkou nevýhodou plechovkových balení to, že neumožňují na rozdíl od vratných lahví opakované použití. Zároveň pozvolna roste také prodej tankového piva, které je oblíbené zejména pro svoji čerstvost. (ČSPS, 2019)

Graf 8: Podíly spotřeby piva v ČR v letech 2012 - 2018 podle obalových materiálů



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

Mnoho společností nápojářského průmyslu již upouští od plastových obalů a začíná s výrobou obalů v ekologičtější formě. Tento posilující trend se rozšiřuje také do pivního průmyslu. Jako první velká značka svého oboru v Česku přestane stáčet a prodávat pivo v PET lahvách pivovar Gambrinus, který patří pod skupinu Plzeňského Prazdroje. Slibuje snížení produkce plastu o 334 t ročně. Plastové lahve nahradí lahvemi skleněnými. Nejen, že je sklo šetrnějším obalovým materiálem vůči přírodě a přispívá tak k plnění strategie udržitelnosti dané pivovarské skupiny, ale navíc je tento krok zcela jistě promyšleným marketingovým tahem, jež má upoutat pozornost spotřebitelů. (Brejčák, 2019)

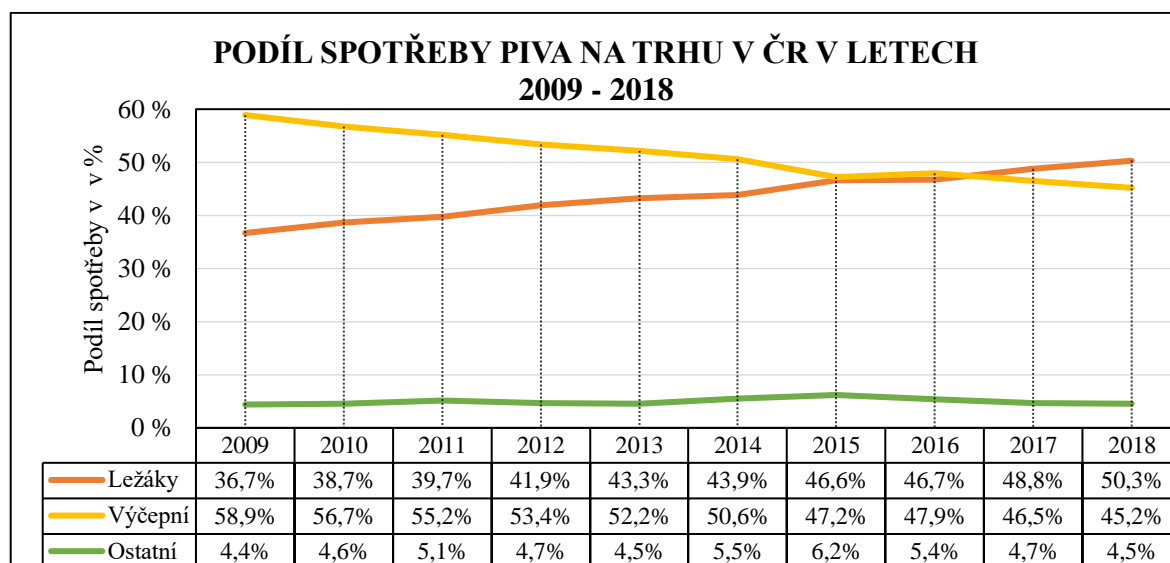
Podíl spotřeby piva na trhu

Ležáky, tedy spodně kvašená piva se stupňovitostí 11 – 12 %, si v roce 2018 vylepšily svou pozici na tuzemském trhu. Oproti roku 2017 jejich spotřeba vzrostla o 1,5 % na celkových 50,3 %. Poukazuje to na fakt, že je česká společnost konzervativní a stále více se vrací k tradičnímu českému ležáku. Jeho většinový podíl indikuje, že se ČR stále více přibližuje pivovarnickým zemím, jako jsou Německo, Belgie či Rakousko. (Československá Pivovarsko-sladařská ročenka 2019, b.r., s. 11)

Přibližně 45,2 % spotřeby připadá na lehčí výčepní piva. Zbývající kategorie, jejíž podíl na spotřebě za rok 2018 je 4,5 %, je tvořena nealkoholickým pivem, pivními mixy a pivními speciály. Ačkoliv tato kategorie tvoří poměrně malý objem na celkové spotřebě, je

velmi atraktivní. Každým rokem se objevují nové varianty ovocných mixů v nealkoholických i nízkoalkoholických variantách a při nejrůznějších příležitostech pivovary vaří speciální piva, kterými se snaží obohatit svá zaběhlá pivní portfolia. Nejvíce využívají k výrobě těchto speciálů letních měsíců či různých svátků v průběhu roku. Největší koncentrace pak nabývá výroba pivních speciálů v období svátku svatého Václava, patrona českého piva. (ČSPS, 2019)

Graf 9: Podíl spotřeby piva na trhu v letech 2009 - 2018



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

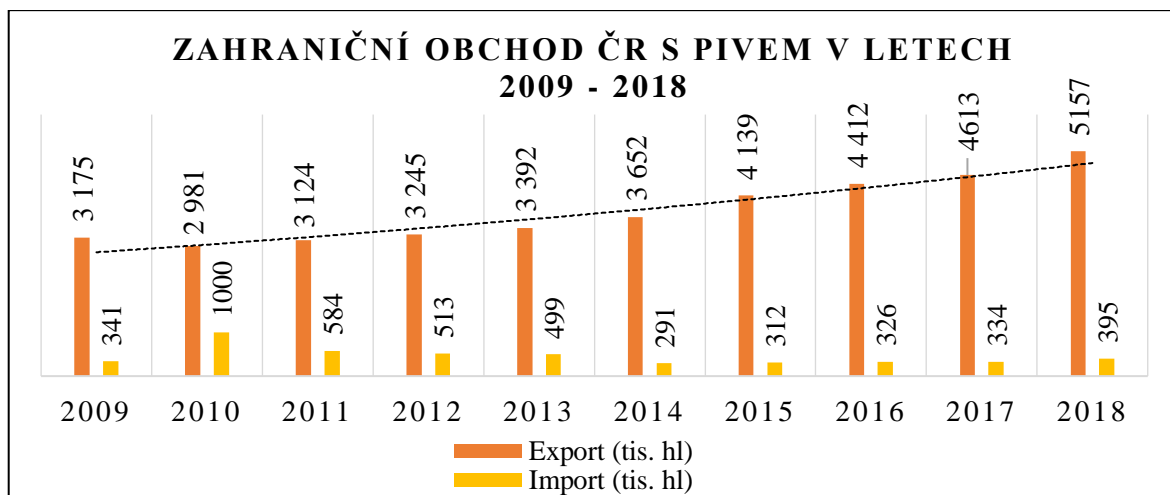
Prodej ležáků na českém trhu převládl teprve v roce 2017. Do té doby si několik desítek let držela majoritní podíl spotřeba výčepních piv. Převažující prodej ležáků signalizuje určité narovnávání českého pivního trhu. Pro příklad v západních zemích Evropy jsou dlouhodobě ležáky prodávané více a byly prodávané více i na českém území ještě před rokem 1989. (Šenk, 2018)

c) Zahraniční obchod s pivem a jeho bilance

Export piva tvořil v roce 2018 až 24 % z celkového výstupu v ČR. V meziročním srovnání došlo oproti roku 2017 k nárůstu exportu o 11,8 %. Celkem bylo v roce 2018 vyvezeno 5,15 mil. hl piva, čímž došlo historicky poprvé k překonání pětimilionové hranice. Mezi nejvýznamnější vývozce patří již tradičně Plzeňský Prazdroj, Heineken ČR a Pivovary Staropramen. Dle sortimentního členění bylo v roce 2018 vyvezeno 2,0 mil. hl piva

v lahvových obalech, dále pak 1,3 mil. hl v sudech a 1,2 mil. hl v tancích. Za velký přínos považují mnozí pivovarníci právě vzrůstající export sudového a tankového piva, při kterém dochází k předávání české pivní kultury. (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 64)

Graf 10: Zahraniční obchod ČR s pivem v letech 2009 - 2018 (tis. hl)



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

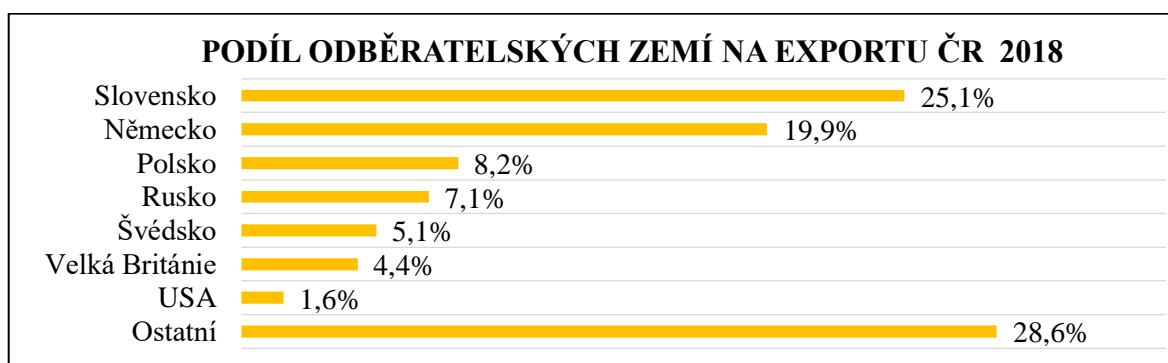
Export piva z České republiky zaznamenal poprvé v historii pokles v roce 2009, jež následoval další propad v roce 2010. Po dlouhých letech úspěšného a rychle rostoucího exportu se projevil pokles zájmu o české pivo také v zahraničí v důsledku ekonomické recese. Ovšem od roku 2011 export kontinuálně posiluje ve všech formách, což dokazuje i vyznačená trendová křivka. Za posledních osm let se tak nestalo, že by z pohledu exportu českého piva nebyl každý následující rok rekordní. Na exportu se podílejí nejen velké pivovary, ale i střední a malé, což signalizuje vzrůstající zájem o česká piva v zahraničí. O tom, že má české pivo v zahraničí zvuk, svědčí i vzrůstající počet hospod českého typu vzniklých v zahraničí. (ČSPS, 2019)

Import do ČR zůstává na nejnižší úrovni v Evropě. V roce 2018 vzrostl na 395 tis. hl, což představuje oproti roku 2017 meziroční nárůst o 22 %. Největšího objemu dosáhl import skokově v roce 2010, kdy se do ČR dovezl 1 mil. hl, což byl z roku na rok více než dvoutřetinový nárůst, který byl způsoben tehdy zvýšenou spotřební daní, a tedy i vyšší cenou všech piv. Obchodní řetězce se toto zdražení snažily řešit dovozem těch nejlacinějších a nejméně kvalitních piv za ceny, které nebyly ochotny tuzemské pivovary nabídnout. Nejvíce takových piv bylo dovezeno z Polska. (Potravinařská komora, 2011)

Největší exportní trhy

České pivo se vyváží převážně do zemí Evropské unie, která pro něj představuje hlavní odbytiště a tvoří stabilně 70 – 80% podíl na celkovém exportu. Nejsilnějšími trhy v unii jsou jako v letech předchozích sousední Slovensko a Německo. Došlo ovšem k nárůstu odbytu i mimo unii, který loni představoval již čtvrtinu celkového objemu exportu. V případě zemí mimo unii jsou největšími spotřebiteli Rusko, Korejská republika a USA. Celkově bylo české pivo v roce 2018 vyvezeno do 97 států světa. (ČSPS, 2019)

Graf 11: Podíl hlavních odběratelských zemí na vývozu piva z ČR v roce 2018

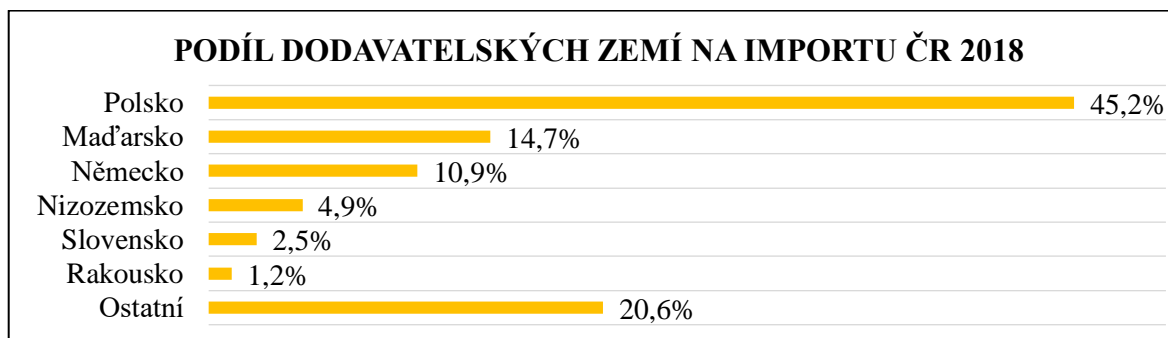


Zdroj: Statistika zahraničního obchodu; vlastní zpracování

Největší importní trhy

Dovoz piva vykazuje od roku 2014 růstovou tendenci. Ačkoliv je ČR silným výrobcem piva a je schopné touto výrobou s přehledem pokrýt tuzemskou spotřebu piva, importy prodejce často přitahují kvůli nízké ceně. Největšími zahraničními dodavateli piva do ČR jsou opět země EU, z toho největší dodavatelský podíl tvořilo v roce 2018 Polsko se svými 178,8 tis. hl. Dalším významným evropským dodavatelem je Maďarsko a Německo. Mimo unii pak nejvíce piva do ČR proudí z Mexika. (Ministerstvo zemědělství, 2019, s. 65)

Graf 12: Podíl hlavních dodavatelských zemí na dovozu piva do ČR v roce 2018



Zdroj: Statistika zahraničního obchodu; vlastní zpracování

3.4 Charakteristika společnosti Plzeňský Prazdroj, a.s.

Plzeňský Prazdroj patří mezi největší pivovarské společnosti v ČR a může se pyšnit dlouholetou tradicí. Jedná se o akciovou společnost, jež s výstavem piva přesahujícím 8 mil. hl představuje lídra tuzemského pivního trhu. Své produkty vyváží do více než 50 zemí světa a je tak předním exportérem českého piva. Plzeňský Prazdroj také začal jako první vyvážet české tankové pivo do zahraničí. Společnost zároveň patří mezi největší plátce daní v tuzemsku a je významným českým zaměstnavatelem. Zaměstnává přímo přibližně 2 000 osob a nepřímou vytváří pracovní místa pro dalších 22 000 zaměstnanců. Od 31. března 2017 je jedinou ovládající osobou společnosti Plzeňský Prazdroj japonská pivovarnická firma Asahi Group Holdings, jež společnost převzala po jihoafricko-americkém koncernu SABMiller. (Krásová, 2015)

3.4.1 Historický vývoj společnosti

Plzeň se stala královským městem roku 1295, za vlády krále Václava II. Statut královského města jí umožňoval mimo jiné i provoz různých živností, sladovnictví, a také práva várečného. Pivo vařivali většinou neodborníci, pouze zámožnější měšťané si najímali sládky. Proto byla tamější piva nevalné kvality. Plzeňská pivovarská minulost je přímo prodchnuta případy, kdy se špatně uvařené pivo vylévalo. Posledním takovým úředně zaznamenaným případem je událost z 30. let 19. století. Tehdy bylo před plzeňskou radnicí vylito 36 sudů piva. Právě díky této události pohár trpělivosti plzeňských měšťanů přetekl a nastalo období, jež se brzy přerodilo v novou pivovarskou éru. (Jackson, 1994, s. 32)

Právovárečné měšťanstvo města Plzně začalo špatnou kvalitu piva řešit a rozhodlo se pro vystavění zcela nového pivovaru. Mezníkem pro české i světové pivařství se tak stal počátek výstavby nového Měšťanského pivovaru v Plzni 15. září 1839. Vlastní výstavbou byl pověřen stavitel Stelzel, jenž po zahájení prací podnikl studijní cestu po bavorských pivovarech, aby načerpal zkušenosti ve stavbě moderního pivovaru. (Chládek, 2007, s. 41)

Dne 26. ledna 1842 podal výbor právovárečného měšťanstva u plzeňského magistrátu žádost o povolení vařit pivo v nově zbudovaném pivovaru. Celkové náklady na výstavbu pivovaru byly vyčísleny na 180 tis. zlatých rakouské měny. A jelikož v Plzni nebyl sládek, jenž by byl zběhlý ve vaření piva moderním způsobem, byl povolán bavorský sládek Josef Groll, který 5. října 1842 v nově postaveném Měšťanském pivovaru uvařil světlé pivo, vyrobené spodním kvašením se zvýšeným dávkováním chmele a neprokvašením celého

podílu extraktu. Na první várky byly sice použity suroviny z Bavorska, ale v dalších letech pivovar pracoval pouze s vlastním sladem a žateckým chmelem. V listopadu 1842 si na novém plzeňském pivu pochutnaly stovky návštěvníků v rámci významného martinského trhu, a to byl počátek jeho slávy. V prvním roce se podařilo vyrobit 64 věder piva, tedy 3,6 tis. litrů. V roce 1844 byly nově vybudovány lednice, do kterých se vozil led z Boleveckého rybníka, ovšem takové ledování bylo drahé, a proto bylo postupně nahrazeno strojním chlazením. (Hlaváček, 1967, s. 267)

Teprve rok od počátku výroby poprvé ochutnalo nové plzeňské pivo osazenstvo známé pražské hospody U Pinkasů a roku 1856 se dostalo až do Vídně. Zájem o plzeňský ležák začal enormně stoupat, a to až do té míry, že se začaly objevovat jeho nepřilíš kvalitní napodobeniny. Aby pivovar vzniku těchto napodobenin zamezil a získal tak unikátní a nezaměnitelné označení na trhu, nechal si roku 1859 zaregistrovat ochrannou značku „*Pilsner Bier*“. Dne 15. října 1870 zahájil provoz První plzeňský akciový pivovar, který je dnes znám jako pivovar Gambrinus a spadá v současnosti do skupiny Plzeňského Prazdroje. V roce 1873 doplula první dávka plzeňského ležáku až do Ameriky. (Obůrková, 2016, s. 48)

Dne 10. května 1874 byla zkolaudována stavba nového pivovaru ve Velkých Popovicích Františka, Emanuela a Viktora, svobodných pánů Ringhofferů, což byli synové zakladatele pivovaru barona Františka Ringhofferů. V současnosti tento pivovar též spadá do skupiny Plzeňského Prazdroje. (Kršňáková, 2017, s. 7)

V roce 1898 byla utvořena nová ochranná známka *Urquell* s českou obměnou *Prazdroj*. Roku 1913 dosáhla výroba v Prazdroji již 1,019 mil. hl. V meziválečném období mělo docházet k fúzi plzeňských pivovarů, jejich vývoj však přerušila druhá světová válka. Dne 20. prosince 1944 byl při bombardování Měšťanský pivovar v Plzni těžce poškozen a 18 jeho zaměstnanců přišlo o život. Další rána přišla 17. dubna 1945, kdy byl při náletu pivovar Gambrinus téměř do základů zničen, ovšem v rekordním časovém úseku jednoho roku byl zvláště zásluhou tehdejšího ředitele Františka Hlaváčka znovu obnoven. Po druhé světové válce nastalo období totalitního řízení, které neumožňovalo provádět výraznější akce na modernizaci pivovaru. Oba plzeňské pivovary byly v říjnu roku 1945 jako jedny z prvních podniků v republice znárodněny a dostaly nový název *Plzeňské pivovary*. (Plzeňský Prazdroj, a. s., 2020)

Až v 60. letech byl zpracován plán na modernizaci Plzeňského Prazdroje, ovšem byl uskutečňován tak pomalu, že nedocházelo ani k obnově základních prostředků. Zároveň s

vzrůstající produkci piva začalo být diskutováno zavádění progresivnějších technologií výroby, ovšem tento záměr nebyl z ekonomických důvodů prosazen. Pomalu tak vznikalo obrovské „muzeum“, ve kterém ovšem probíhala normální výroba piva. Dne 3. prosince 1970 byla uvařena první várka piva v moravských Nošovicích, která tak odstartovala produkci pivovaru Radegast, jenž v současné době také patří do skupiny Plzeňského Prazdroje. Až na konci 80. let konečně vznikl dlouho očekávaný plán na radikální modernizaci plzeňského pivovaru, jež byl následně uskutečněn. Nejvýznamnější částí této modernizace se stal úsek cylindrokónických tanků, kde byl vytvořen kompaktní blok poloautomatické výroby piva. CKT jsou ve společnosti používány od roku 1993, kdy bylo pořízeno prvních 48 nádob pro hlavní kvašení a 56 tanků pro zrání piva. (Berka, 1994)

Změny v organizační struktuře podniku nastaly až po politickém převratu v roce 1989. Z dříve národního podniku se stala akciová společnost, jež byla zapsána do obchodního rejstříku dne 1. května 1992. V tehdy poměrně tvrdé konkurenci pokrýval Plzeňský Prazdroj svými výrobky kolem 20 % českého trhu. Roku 1999 získal nad společností kontrolu pivovarský koncern SABMiller, a zároveň došlo ke spojení společnosti s pivovary Velké Popovice a Radegast. Dne 17. března 2000 přestalo být obchodováno s akciemi Prazdroje. Ty byly naposledy obchodovány za 2 720 Kč. Od roku 2017 je společnost Plzeňský Prazdroj ve vlastnictví již zmíněné japonské pivovarské společnosti Asahi. Produkce Plzeňského Prazdroje neustále roste, dosahuje skvělých výsledků, a proto není divu, že v roce 2018 znovu investoval do nových technologií celkem 280 mil. Kč, čímž navýšil výrobní kapacitu svého prémiového ležáku téměř o 3,5 mil. hl ročně. (Plzeňský Prazdroj, a. s., 2018)

3.4.2 Pivovary společnosti, jejich značky a produktová portfolia

Do skupiny společnosti Plzeňský Prazdroj, a. s. v současnosti patří čtveřice pivovarů. Zakladatelským, a tedy i nejstarším pivovarem společnosti je právě Plzeňský Prazdroj. Druhý plzeňský pivovar společnosti nese název Gambrinus. Další důležitou součástí největší české pivovarnické skupiny představuje pivovar Velkopopovický Kozel. Nejmladším pivovarem je pak pivovar Radegast, jenž sídlí v moravských Nošovicích. Aktuálně se v portfoliu společnosti nachází 11 brandů nápojářského průmyslu: Pilsner Urquell, Gambrinus, Velkopopovický Kozel, Radegast, Excelent, Birell, Frisco, Kingswood, Master, Klasik a Primus. Specificky pivní brandy jsou podrobněji charakterizovány u popisu produktového portfolia jednotlivých pivovarů. (Plzeňský Prazdroj, a. s., 2020)

Pivovar Plzeňský Prazdroj

V tomto pivovaru je vyráběn nejproslulejší výrobek celého produktového portfolia společnosti - světlý ležák Pilsner Urquell se stupňovitostí 11,8 %. (Maier, 2017)

Nový majitel společnosti Asahi jej vnímá jako prémiovou značku, a proto investoval v posledních letech nemalé finance do navýšení jeho výroby. Potenciál vidí zejména v rozšíření jeho vývozu do asijských zemí, především do Číny. (Richter, 2018)

Tabulka 4: Pivní portfolio pivovaru Plzeňský Prazdroj

Název produktu	Druh piva	Objem alkoholu
Pilsner Urquell	Světlý ležák	4,4 %

Zdroj: Plzeňský Prazdroj, a. s.; vlastní zpracování

Pivovar Gambrinus

Pivovar Gambrinus byl založen roku 1869 a též oplývá bohatou historickou tradicí. Značka Gambrinus je českým pivním spotřebitelům důvěrně známá a tvoří stálici na trhu. V poslední dekádě však byla značka Gambrinus spotřebiteli haněna pro svou špatnou kvalitu a získávala čím dál horší reputaci. Proto Plzeňský Prazdroj vytvořil v roce 2015 neobvyklou marketingovou akci, kterou chtěl dokázat, že Gambrinus posuzují spotřebitelé dlouhodobě pouze podle etikety, a nikoliv dle jeho skutečné chuti. Pro tyto účely byla vytvořena fiktivní značka Patron, jež měla působit jako minipivovar v Čepicích na Klatovsku. Ten ovšem nikdy žádné pivo nevařil a jeho produkty byly ve skutečnosti nepasterizované desítky a nefiltrovaný ležák Gambrinus. Z celého projektu pak vznik třiminutové video, ve kterém lidé vychvalují nové pivo Patron, a pak jsou překvapeni, že jde o Gambrinus. Tato kampaň vyšla Plzeňský Prazdroj na bezmála 10 mil. Kč. (Plzeňský Prazdroj, a. s., 2016)

Tabulka 5: Pivní portfolio pivovaru Gambrinus

Název produktu	Druh piva	Objem alkoholu
Nepasterizovaná 11	Světlý ležák	4,6 %
Nepasterizovaná 10	Světlé výčepní	4,3 %
Nepasterizovaná 12	Světlý ležák	5,0 %
Nefiltrovaný ležák	Světlý ležák	4,9 %
Originál 10	Světlé výčepní	4,3 %
Patron 12	Světlý ležák	5,2 %
Polotmavá 12	Polotmavý ležák	5,2 %
Gambrinus Excelent 11	Světlý ležák	4,7 %
Gambrinus Excelent Aromatic Lager	Světlý ležák	4,7 %

Zdroj: Plzeňský Prazdroj, a. s., Excelent.cz, Pivnici.cz; vlastní zpracování

Pivovar Velké Popovice

Velkopopovický Kozel je velmi úspěšným pivem v ČR a nejprodávanější českou pivní značkou ve světě. V pivním portfoliu velkopopovického pivovaru je patrná orientace na polotmavá a tmavá piva, jež se u českých spotřebitelů těší velké oblibě. V určitých měsících lze zakoupit polotmavý ležák Kozel Florián v síti prodejen COOP. (Plzeňský Prazdroj, a. s., 2020)

Tabulka 6: Pivní portfolio pivovaru Velkopopovický Kozel

Název produktu	Druh piva	Objem alkoholu
Kozel Světlý	Světlý ležák	4,0 %
Kozel Černý	Tmavé výčepní	3,8 %
Kozel 11	Světlý ležák	4,6 %
Kozel Mistrův Ležák	Světlý ležák	4,8 %
Kozel Řezaný 11	Polotmavý ležák	4,8 %
Kozel Florián	Polotmavý ležák	4,8 %

Zdroj: Kozel.cz; vlastní zpracování

Pivovar Radegast

V pivovaru Radegast se vaří pivo od roku 1970. Oblibu si získalo díky své charakteristické výrazně hořké chuti. Radegast má silnou základnu loajálních konzumentů zejména na Moravě a ve Slezsku. Stálící produktového portfolia pivovaru je světlý ležák Radegast ryze hořká 12. Novinkou v portfoliu je Radegast extra hořká 15 a Radegast Ratar. Zajímavostí pivovaru je, že patří mezi jedny z nejúspěšnějších pivovarů v ČR, co se spotřeby vody při výrobě piva týče. Za 10 let snížil spotřebu celého pivovaru téměř o 40 % a na jeden půllitr piva Radegastu spotřebuje pouze 1,26 litru vody. Také na svých webových stránkách vyzývá své zákazníky pod sloganem „Boj proti suchu“ k tomu, aby vodou šetřili. Nejen, že jde o záslužný tah pivovaru, co se ekologie týče, ale zároveň jde jednoznačně o tah marketingový. (Plzeňský Prazdroj, a. s., 2018)

Tabulka 7: Pivní portfolio pivovaru Radegast

Název produktu	Druh piva	Objem alkoholu
Rázná 10	Světlé výčepní	4,1 %
Ryze hořká 12	Světlý ležák	5,1 %
Nefiltrovaná 12	Světlý ležák	5,1 %
Temně hořká 12	Polotmavý ležák	5,2 %
Ratar	Světlé výčepní	4,3 %
Extra hořká 15	Silné světlé	6,5 %

Zdroj: Radegast.cz; vlastní zpracování

4 Praktická část

Praktická část navazuje na literární rešerši a představuje stěžejní část diplomové práce. Nejprve byli v této části představeni přímí konkurenti vybrané pivovarnické společnosti, se kterými byla posléze společnost porovnávána. Analyzovány byly celkem čtyři pivovarské společnosti (Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken ČR a Budějovický Budvar) v časovém období 2013 – 2018 s roční frekvencí. Podklady byly získány především z účetních výkazů jednotlivých analyzovaných pivovarů pomocí obchodního rejstříku (justice.cz). Jednalo se zejména o rozvahu a výkaz zisků a ztrát. Z těchto sekundárních dat byla zpracována elementární finanční analýza, jež se stala hlavním komparativním nástrojem v hodnocení postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu. Dále byly vypracovány dílčí a doplňkové ukazatele, mezi které lze například zařadit zisk pivovaru na jedno půllitrové pivo či náročnost na zaměstnance. Zpracována byla také analýza produkce jednotlivých pivovarů a hodnocení silných a slabých stránek vybraného podniku pomocí SWOT analýzy. Na závěr je zhodnocena současná pozice pivovarské společnosti Plzeňský Prazdroj v daném sektoru.

4.1 Charakteristika vybraných konkurentů

Pro zpracování komparativní analýzy postavení Plzeňského Prazdroje na trhu byly vybrány další tři významné pivovarnické společnosti, které na českém trhu dlouhodobě působí. U těchto společností byla provedena stručná charakteristika včetně představení jejich brandů a produktového portfolia.

4.1.1 Pivovary Staropramen s. r. o.

Pivovary Staropramen jsou druhým největším producentem piva v ČR. Společnost je také významným českým exportérem piva, své pivo v současnosti vyváží do více než 35 zemí světa. Historický počátek společnosti sahá do roku 1869, kdy začaly být upisovány akcie tzv. Akcionářského pivovaru na Smíchově. Pivovary Staropramen jsou nyní součástí severoamerického pivovarnického koncernu Molson Coors, který se řadí mezi jedny z největších pivovarských společností na světě. Pivovarská společnost Staropramen aktuálně provozuje v tuzemsku dva pivovary, a to pražský pivovar Staropramen a severomoravský pivovar Ostravar. V roce 2019 oznámila společnost Pivovary Staropramen akvizici většinového podílu akcií (89 %) v regionálním Pivovaru Pardubice. Pivovar Pardubice však zůstal samostatným právním subjektem se svým vlastním vedením, stávajícími zaměstnanci

a hospodařením z důvodu zachování jeho charakteru. Kromě tradičních značek Staropramen a Ostravar lze v širokém pivním portfoliu společnosti nalézt další pivní brandy, jako jsou například Braník, Velvet, Měšťan a Vratislav. Společnost na českém trhu nabízí také belgická piva Stella Artois, Hoegaarden a Leffe. (Pivovary Staropramen s. r. o., 2020)

Tabulka 8: Pivní portfolio společnosti Pivovary Staropramen s. r. o.

Název produktu	Druh piva	Název produktu	Druh piva
Staropramen Smíchov	Světlé výčepní	Ostravar 12	Světlý ležák
Staropramen Jedenáctka	Světlý ležák	Ostravar 11	Světlý ležák
Staropramen Ležák	Světlý ležák	Ostravar Original	Světlé výčepní
Staropramen Černý	Tmavý ležák	Ostravar Mustang	Světlý ležák
Staropramen Děčko	Světlé výčepní	Speciál ze spilky	Světlé výčepní
Staropramen Nefiltr Pšeničný	Světlý ležák	Černá Barbora	Silné tmavé
Staropramen Extra Chmelená 12	Světlý ležák	Velvet	Polotmavý ležák
Staropramen Velvet	Polotmavý ležák	Braník světlý	Světlý ležák
Staropramen Granát	Polotmavý ležák	Braník sládek	Světlé výčepní
Stella Artois	Světlý ležák	Braník 11	Světlý ležák
Corona Extra	Světlý ležák	Braník Ležák	Světlý ležák
Hoegaarden	Světlý ležák	Braník Aleš	Světlé výčepní
Leffe	Silné tmavé	Braník Černý	Tmavé výčepní
Sládkův Měšťan	Světlé výčepní	Vratislav	Světlý ležák

Zdroj: Pivovary-staropramen.cz; vlastní zpracování

4.1.2 Heineken ČR, a. s.

Heineken je třetí nejvýznamnější pivovarnickou skupinou na světě, v Evropě je pak mezi výrobci piva absolutní jedničkou. V tuzemsku je tato společnost třetím nejvýznamnějším hráčem na pivním trhu a rovněž se řadí mezi nejdůležitější exportéry českého piva. Do vlastnictví společnosti Heineken spadají tři české pivovary. Od roku 2003 vlastní společnost pivovar Starobrno v Brně. V roce 2007 získala tato společnost do vlastnictví Královský pivovar Krušovice ve středních Čechách a od roku 2008 vlastní také pivovar Velké Březno v severních Čechách. Do portfolia společnosti patří značky Heineken, Krušovice, Zlatopramen, Starobrno, Břežňák, Strongbow, Desperados, Hostan a regionální značky Dačický a Louny. (Heineken ČR, a. s., 2020)

Tabulka 9: Pivní portfolio společnosti Heineken ČR, a. s.

Název produktu	Druh piva	Název produktu	Druh piva
Starobrno Medium	Světlý ležák	Desperados	Světlý ležák
Staré Brno	Světlé výčepní	Zlatý Bažant 10 %	Světlé výčepní

Starobrno Drak	Světlý ležák	Zlatý Bažant 12 %	Světlý ležák
Starobrno Jedenáctka	Světlý ležák	Zlatý Bažant Tmavé	Tmavé výčepní
Starobrno Nefiltrovaný Ležák	Světlý ležák	Zlatý Bažant '73	Světlý ležák
Zlatopramen Světlý	Světlé výčepní	Tmavé Kvasinkové	Silné tmavé
Zlatopramen 11	Světlý ležák	Hostan Tankový	Světlý ležák
Krušovice Královská 12	Světlý ležák	Hostan Naše Pivko	Světlý ležák
Krušovice Královská 10	Světlé výčepní	Hostan Hradní	Světlý ležák
Krušovice Černé	Tmavé výčepní	Louny Výčepní	Světlé výčepní
Krušovice 11 Mušketýr	Světlý ležák	Louny Ležák	Světlý ležák
Krušovice Pšeničné	Světlý ležák	Dačické Výčepní	Světlé výčepní
Heineken	Světlý ležák	Dačické Ležák	Světlý ležák
Břežňák Světlé Výčepní	Světlé výčepní	Břežňák 11	Světlý ležák
Břežňák Tankový	Světlý ležák	Břežňák Světlý Ležák	Světlý ležák

Zdroj: Heinekenceskarepublika.cz; vlastní zpracování

4.1.3 Budějovický Budvar, n. p.

Pivovar Budějovický Budvar byl založen roku 1895. Označení Budvar používá společnost od roku 1930 a vlastní na něj ochrannou známku. Dále registruje ochrannou známku na název Budweiser napříč světovým trhem. V roce 1967 došlo k založení Budějovického Budvaru, n. p., který se stal nástupcem původního akciového pivovaru i pivovaru měšťanského, jejichž ochranné známky převzal. Společnost je tvořena jedním velkým samostatným pivovarem nacházejícím se v Českých Budějovicích, který je jako jediný pivovar v tuzemsku veden jako národní podnik, tedy spadá do vlastnictví státu. Budějovický Budvar je též významným českým exportérem, jenž své produkty vyváží do více než 70 zemí světa. V současnosti pivovar vlastní dva tradiční pivní brandy, kterými jsou Budvar a Pardál. Ležák Budweiser Budvar Original je opatřen chráněným zeměpisným označením „Českobudějovické pivo“, které garantuje kvalitu surovin, a především tradiční lokalitu původu. (Budějovický Budvar, n. p., 2020)

Tabulka 10: Pivní portfolio společnosti Budějovický Budvar, n. p.

Název produktu	Druh piva	Název produktu	Druh piva
Budweiser B: Original	Světlý ležák	Budvar Kroužek	Světlý ležák
Budweiser B: Classic	Světlé výčepní	Budvar 33	Světlý ležák
Budweiser B: Dark	Tmavý ležák	Společné z Budvaru	Světlé výčepní
Bud B: Strong	Silné světlé	Pardál	Světlé výčepní
Budvar Cvikl	Světlý ležák	Pardál Echt	Světlý ležák

Zdroj: Budejovickybudvar.cz; vlastní zpracování

4.2 Analýza postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu

Následující část práce je zaměřena na analýzu a rozbor pozice společnosti Plzeňský Prazdroj na českém trhu s pivem. Komparace společnosti byla provedena vůči vybraným a již charakterizovaným konkurenčním společnostem. Porovnávána byla například celková produkce, tedy výstav jednotlivých společností či jejich podíl na tuzemském exportu. Funkci hlavního nástroje, jenž vedl k posouzení finančního zdraví a hospodářské efektivity podniků, plnila finanční analýza poměrových ukazatelů, jenž byla doplněna o bankrotně - bonitní model Index IN01. Analýza byla vypracována tak, aby bylo možné co nejdříve zachytit a posoudit výkonnost jednotlivých pivovarnických společností bez ohledu na jejich velikost.

4.2.1 Analýza obecných hospodářských ukazatelů

Díky obecné analýze hospodaření vybraných společností bylo možné určit jejich přibližnou významnost a vymezit tak jejich postavení na českém trhu s pivem. Důležité bylo nejen posouzení produkce společností z hlediska kvantitativního, ale i z hlediska relativního, čehož bylo dosaženo pomocí určení tržních podílů a jejich vývoje v čase.

a) Analýza produkce a podílu pivovarů na trhu

Na základě údajů Českého svazu pivovarů a sladoven bylo vypracováno souhrnné číselné porovnání ročních výstavů piva jednotlivých společností. Absolutní hodnoty produkce každé společnosti byly porovnány s celkovým výstavem piva v ČR, na jehož základě byl vypracován procentuální podíl jednotlivých pivovarských skupin na trhu.

Tabulka 11: Komparace výstavu pivovarů s celkovým výstavem piva ČR (mil. hl)

Komparace výstavu pivovarů s celkovým výstavem ČR (mil. hl)										
Rok	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*
Celkový výstav ČR	18,60	19,14	19,57	19,61	20,09	20,48	20,32	21,27	21,37	21,70
Plzeňský Prazdroj	7,64	7,77	7,47	7,65	7,95	8,31	8,31	8,68	8,66	8,81
Podíl na výstavu ČR (%)	41,08	40,59	38,16	39,01	39,57	40,59	40,92	40,80	40,51	40,60
Pivovary Staropramen	3,02	3,16	3,04	3,08	3,03	2,99	2,98	2,92	2,93	2,91
Podíl na výstavu ČR (%)	16,24	16,51	15,53	15,70	15,08	14,60	14,65	13,73	13,71	13,40
Heineken ČR	2,38	2,43	2,28	2,19	2,16	2,20	2,24	2,47	2,51	2,61
Podíl na výstavu ČR (%)	12,80	12,69	11,65	11,17	10,75	10,73	11,02	11,61	11,74	12,01
Budějovický Budvar	1,32	1,34	1,42	1,46	1,59	1,61	1,54	1,60	1,68	1,73
Podíl na výstavu ČR (%)	7,09	6,98	7,26	7,43	7,91	7,87	7,59	7,52	7,87	7,95

Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování; * vlastní odhad

Dle vypracovaného číselného souhrnu (Tabulka 11) je patrné, že Plzeňský Prazdroj po celé sledované období udržuje vůči ostatním společnostem vůdčí postavení, co se výše produkce týče. Stejně tak tato společnost zaujímá největší procentuální podíl na celkovém výstavu ČR. Od roku 2011 produkce Prazdroje vzrostla o více než 1 mil. hl. Průměrná hodnota produkce Prazdroje za sledované období činila téměř 8 mil. hl piva, průměrný podíl výstavu na celkové produkci ČR pak představoval více než 40 %. Jelikož produkce společnosti Plzeňský Prazdroj vykazuje dlouhodobě rostoucí tendenci, je vysoce pravděpodobné, že si společnost tento trend udrží i v budoucích letech.

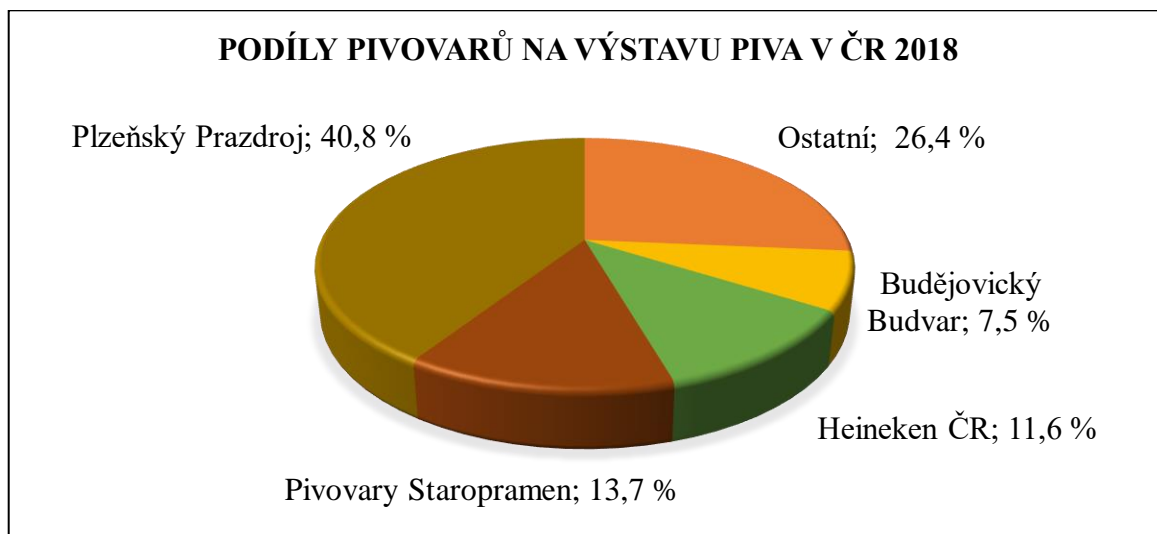
Druhou nejúspěšnější pivovarnickou skupinou ČR v oblasti produkce je společnost Pivovary Staropramen, jejíž průměrná hodnota produkce činí více než 3 mil. hl piva. Na rozdíl od Plzeňského Prazdroje však její produkce vykazuje mírně klesající tendenci. V roce 2011 zaujímala produkce této společnosti více než 16% podíl na celkové produkci piva v ČR. V roce 2018 však tento podíl na produkci činil necelých 14 %.

Třetí společností s největší produkcí piva v tuzemsku je Heineken ČR. Její produkce činí za sledované období v průměru téměř 2,3 mil. hl, ovšem na rozdíl od produkce společnosti Pivovary Staropramen, vykazuje vývoj její produkce za poslední tři roky růstovou tendenci, což vytváří předpoklad růstu výše produkce piva i v následujících letech. Heineken se tak postupně blíží k dosažení až 12% podílu na celkové produkci piva v ČR.

Poslední společností, jejíž produkce byla zahrnuta do komparace, je národní podnik Budějovický Budvar, jenž obsadil v oblasti hodnocení výstavu čtvrtou příčku. Hodnota jeho výstavu zaznamenala od roku 2011 nárůst o téměř 0,3 mil. hl. Průměrný podíl produkce Budějovického Budvaru na celkovém výstavu činil téměř 7,5 %.

Na základě analýzy vývoje hodnot časové řady byla autorkou práce v MS Excel vytvořena predikce hodnot výstavu společností pro roky 2019 a 2020, jelikož pro tyto roky dosud nejsou k dispozici žádné oficiální údaje. Dle vytvořeného odhadu by měla produkce Plzeňského Prazdroje vykazovat i v budoucnu rostoucí trend s více než 40,5% podílem na celkové produkci ČR. Produkce společnosti Staropramen by měla mírně kolísat, v roce 2019 je předpokládán nárůst produkce, ovšem v roce 2020 byl predikován naopak propad. Heineken ČR si s největší pravděpodobností udrží trend posledních analyzovaných let, tudíž je předpokládán nárůst jeho produkce. Co se týče jeho podílu na celkové produkci ČR, je pravděpodobné, že dokonce překoná metu 12 %. Zároveň je predikována rostoucí tendence produkce Budějovického Budvaru, jež by měla dosáhnout téměř 8 % podílu na produkci ČR.

Graf 13: Podíly vybraných pivovarnických společností na výstavu piva ČR za rok 2018



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

Pro lepší přehlednost postavení vybraných společností na trhu z hlediska produkčního byl vypracován koláčový graf, ve kterém jsou vyznačeny zjištěné hodnoty podílů jednotlivých společností na celkovém výstavu za rok 2018. Jak je z grafu (Graf 13) patrné, posuzované společnosti patří skutečně do tuzemské špičky, jelikož představují dohromady téměř 74 % celkového výstavu piva v ČR. Zbývající pivovary tedy tvoří pouze zhruba jednu čtvrtinu celkového výstavu ČR. Z grafu je také dobře patrná dominantní pozice Plzeňského Prazdroje, jenž se stal v tuzemsku absolutním vítězem, co se výše výstavu týče.

b) Analýza podílu pivovarů na tuzemské spotřebě

Další faktor, jenž byl zhodnocen, je podíl pivovarů na celkové hodnotě spotřeby piva v ČR. Hodnota tuzemské spotřeby piva se vyvíjí velmi kolísavým způsobem, nicméně ve sledovaném období vzrostla od roku 2011 o 0,5 mil. hl na 16,51 mil. hl v roce 2018. Na vývoj tuzemské spotřeby piva mají vliv nejen ekonomicko-politické vlivy, ale i měnící se preference spotřebitelů. Kolísavý způsob vývoje časové řady tuzemské spotřeby se odrazil i ve stanovení výše spotřeby ve dvou predikovaných letech. Dle predikce by měla spotřeba v roce 2019 mírně klesnout, ovšem v roce 2020 by naopak měla vykázat nárůst.

V rámci posuzování postavení vybraných pivovarů na trhu je zajímavé znázornění vývoje podílu jejich výstavu na tuzemské spotřebě piva (Tabulka 12). V tabulce je opět patrná dominující převaha Plzeňského Prazdroje, který pro tuzemský pivní trh vyprodukoval

v roce 2018 téměř 7 mil. hl piva. V průměru se na tuzemské spotřebě piva podílí za celé sledované období více než 41 %. Vzhledem k tomu, že podíl společnosti na tuzemské spotřebě v posledních pěti letech roste, byla tato skutečnost promítnuta i do dvou predikovaných let, ve kterých by měl výstav Plzeňského Prazdroje pro tuzemsko vykázat opět nárůst.

Druhým největším producentem piva pro domácí trh je společnost Pivovary Staropramen, jejíž podíl na spotřebě však v daném období klesl o téměř 0,2 mil. hl. To je pokles o téměř 8 % v porovnání s rokem 2011. Vzhledem k faktu, že je společnost Pivovary Staropramen dvojkou na trhu, co se domácí spotřeby týče, nelze si nevšimnout, že se výše její produkce pro tuzemský trh liší oproti Plzeňskému Prazdroji téměř o 5 mil. hl. Jedná se tedy o poměrně velký rozdíl, který jen dokazuje vysokou míru produkční schopnosti dominantního Plzeňského Prazdroje.

Tabulka 12: Komparace výstavu pivovarů pro tuzemsko se spotřebou piva v ČR (mil. hl)

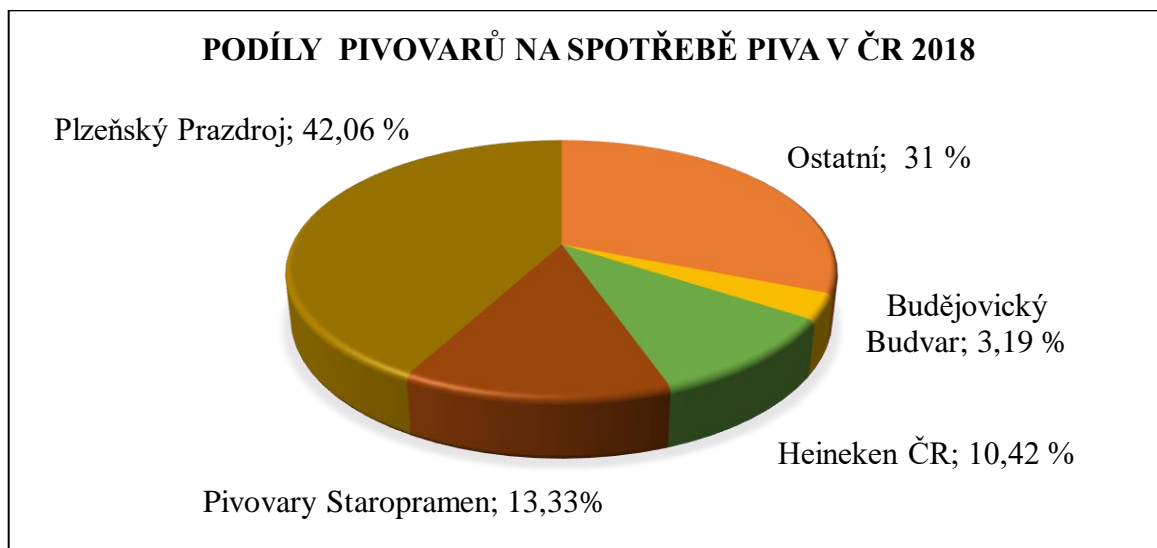
Komparace výstavu pivovarů pro tuzemsko s celkovou spotřebou piva ČR (mil. hl)										
Rok	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*
Spotřeba piva ČR	16,01	16,40	16,57	16,21	16,18	16,39	16,04	16,51	16,43	16,49
Plzeňský Prazdroj	6,76	6,85	6,35	6,60	6,62	6,84	6,84	6,94	7,09	7,20
Podíl na spotřebě (%)	42,21	41,78	38,33	40,74	40,91	41,74	42,61	42,06	43,14	43,65
Pivovary Staropramen	2,39	2,54	2,43	2,42	2,33	2,29	2,27	2,20	2,17	2,13
Podíl na spotřebě (%)	14,94	15,49	14,69	14,95	14,42	14,00	14,14	13,33	13,20	12,91
Heineken ČR	1,84	1,89	1,76	1,66	1,60	1,63	1,64	1,72	1,74	1,77
Podíl na spotřebě (%)	11,51	11,50	10,60	10,23	9,91	9,93	10,19	10,42	10,59	10,73
Budějovický Budvar	0,67	0,68	0,66	0,65	0,69	0,64	0,55	0,53	0,52	0,49
Podíl na spotřebě (%)	4,17	4,15	3,98	3,99	4,29	3,88	3,46	3,19	3,16	2,97

*Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování; * vlastní odhad*

Třetím podnikem s největším podílem na tuzemské spotřebě piva je Heineken ČR. Ten ovšem za poslední čtyři sledované roky svou produkci pro český trh zvyšuje, a tím samozřejmě roste i jeho podíl na domácí spotřebě piva. Na tuzemské spotřebě piva se v roce 2018 podílí již téměř 11 %. Nárůst podílu na tuzemské spotřebě piva byl Heinekenu ČR predikován i v dalších dvou letech, pro které dosud nebyly uveřejněny žádné oficiální informace.

Přes půl mil. hl vyprodukoval pro domácí spotřebu v roce 2018 pivovar Budějovický Budvar, který se drží na čtvrté příčce, co se podílu na tuzemské spotřebě piva týče. Nutno však podotknout, že tento podíl klesl od roku 2011 o téměř jedno celé procento.

Graf 14: Podíly vybraných pivovarnických společností na spotřebě piva v ČR za rok 2018



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

Jak je patrné z vytvořeného koláčového grafu (Graf 14), vybrané společnosti tvoří společně bezmála 69 % tuzemské spotřeby piva. Na zbytek trhu tak připadá zbylých 31 % produkce piva pro domácí spotřebitele. Z grafu je opět dobře patrná dominantní pozice Plzeňského Prazdroje.

c) Analýza výkonnosti pivovarů v zahraničí

Výkonnost vybraných pivovarů v zahraničí byla porovnána pomocí vývoje výše jejich exportu a jeho podílu na celkovém exportu piva v ČR (Tabulka 13). Hodnota celkového exportu piva z ČR po celou dobu sledovaného období každoročně narůstá.

Tabulka 13: Komparace výstupu pivovarů pro zahraničí s exportem piva z ČR (mil. hl)

Komparace výstupu pivovarů pro zahraničí s celkovým exportem piva ČR (mil. hl)										
Rok	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*
Export piva z ČR	3,12	3,25	3,39	3,65	4,14	4,41	4,61	5,16	5,29	5,58
Plzeňský Prazdroj	0,88	0,92	1,12	1,05	1,33	1,47	1,48	1,73	1,79	1,91
Podíl na exportu (%)	28,23	28,35	32,93	28,70	32,16	33,30	32,05	33,62	33,83	34,21
Budějovický Budvar	0,65	0,66	0,76	0,81	0,90	0,98	0,99	1,07	1,16	1,24
Podíl na exportu (%)	20,84	20,25	22,46	22,21	21,65	22,10	21,43	20,80	21,99	22,16
Heineken ČR	0,54	0,55	0,52	0,53	0,56	0,57	0,60	0,75	0,77	0,84
Podíl na exportu (%)	17,19	16,80	15,45	14,57	13,43	12,94	13,10	14,53	14,56	15,00
Pivovary Staropramen	0,63	0,62	0,61	0,66	0,70	0,70	0,71	0,72	0,76	0,78
Podíl na exportu (%)	20,10	19,14	17,87	18,02	16,84	15,76	15,36	13,99	14,39	13,96

*Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování; * vlastní odhad*

Obecně lze z uvedené tabulky vyzorovat, že vývoz všech vybraných pivovarnických společností se za sledované období postupně zvyšoval. Stejně tak hodnota celkového vývozu piva z ČR vykázala od roku 2011 nárůst o více než 65 %. Tento nárůst exportu lze hodnotit více než pozitivně, a dá se předpokládat, že jeho hodnota bude vykazovat rostoucí tendenci i v budoucnu.

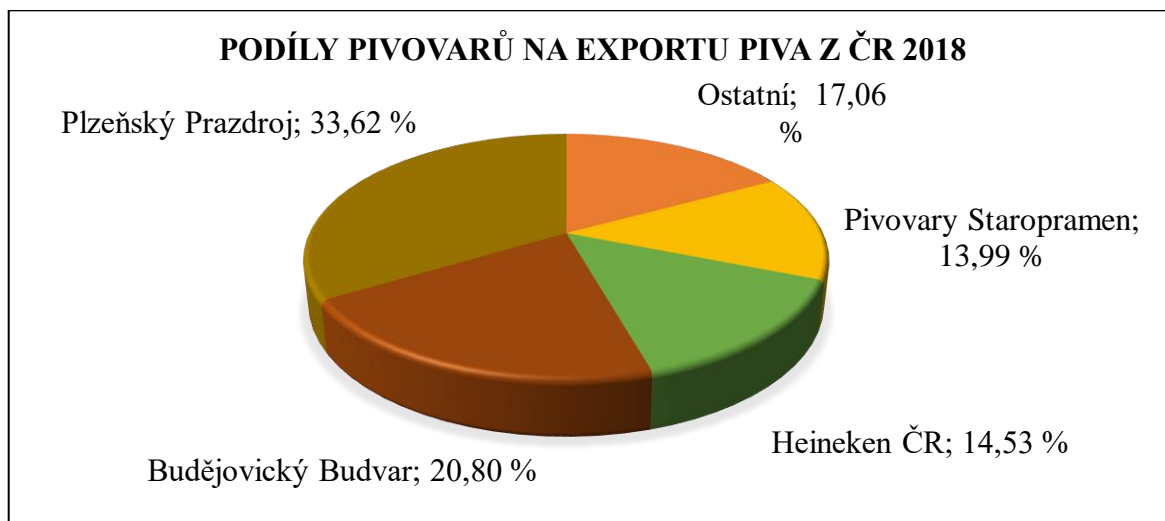
Největší výše exportu dosahuje Plzeňský Prazdroj, jenž vykázal během pozorovaných let 2011 – 2018 průměrný podíl na exportu ČR více než 30 %. Výstav piva pro zahraničí se na jeho celkovém výstavu za rok 2018 podílí téměř 20 %. Z tohoto vysokého podílu lze usuzovat, že vývoz produktů do zahraničí je pro Plzeňský Prazdroj poměrně zásadní. Není divu, že je tato společnost největším vývozcem piva z ČR.

Druhým největším vývozcem piva z ČR je společnost Budějovický Budvar. Obdobně jako u Plzeňského Prazdroje, také u této společnosti absolutní výše produkce pro zahraniční trh kontinuálně roste. Od roku 2011 vykázala hodnota exportu Budějovického Budvaru nárůst o téměř 65 %. Na celkovém exportu piva z ČR se tato společnost za sledované období podílí průměrně více než 21 %. Dle dvou predikovaných let je pravděpodobné, že podíl této společnosti na celkovém exportu poroste i nadále.

Třetí příčku ve výši produkce určené pro zahraniční trhy obsadil Heineken ČR, který v roce 2018 překonal o 0,3 mil. hl společnost Pivovary Staropramen. Ta byla do té doby třetím největším exportérem piva z ČR. Společnost Heineken ČR se tak v roce podílela na celkovém exportu piva z ČR přes 14,5 %, zatímco společnosti Pivovary Staropramen poklesl tento podíl pod 14 %. Je zajímavé sledovat, že ačkoliv produkce určená pro export obou pivovarnických společností rostla, její procentuální podíl na celkovém exportu ČR za sledované období poklesl. V případě společnosti Pivovary Staropramen se jednalo dokonce o pokles větší než 6 %.

Podíly jednotlivých pivovarnických společností na celkovém exportu piva z tuzemska za rok 2018 jsou dobře patrné z vypracovaného koláčového grafu (Graf 15). Graf identifikuje nejen největší exportéry piva z ČR, ale vyznačuje i zbytkový podíl exportního trhu, jež náleží ostatním pivovarnickým společnostem. V grafu je opět patrné, že vybrané společnosti, jež byly do analýzy zařazeny, jsou v oblasti exportu evidentními lídry na českém trhu. Dohromady vyprodukovaly v roce 2018 více než 80 % celkového exportu piva z ČR. Ostatní pivovarnické společnosti, jež na českém trhu působí, vyprodukovaly pouze zbývajících 17,06 %, tedy 0,89 mil. hl piva určeného pro export.

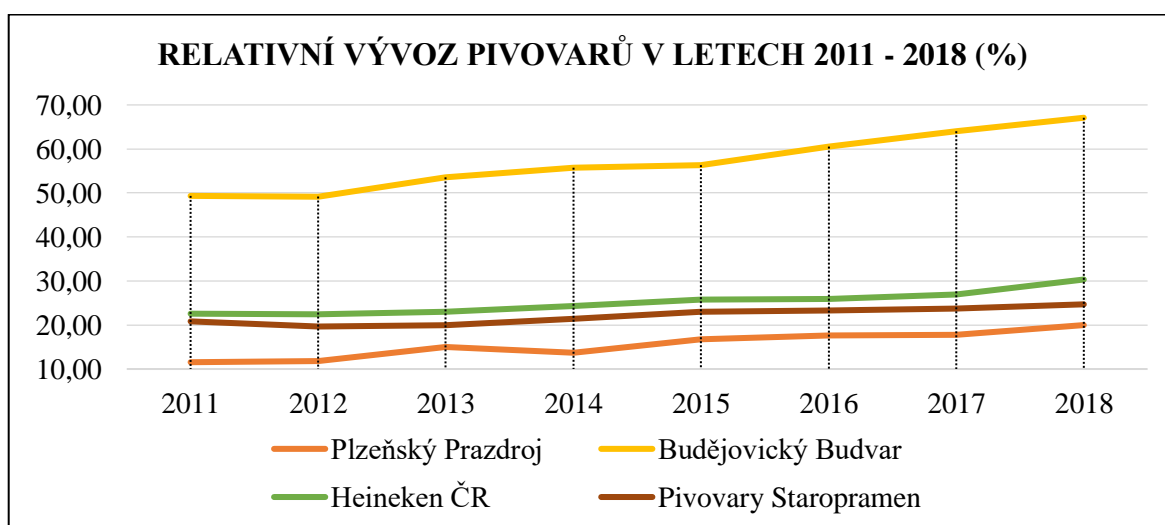
Graf 15: Podíly vybraných pivovarnických společností na exportu piva z ČR za rok 2018



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

Důležitým indikátorem z hlediska angažovanosti vybraných společností na zahraničních trzích je hodnota relativního vývozu (Graf 16). Tato hodnota určuje, z kolika procent je výstav společnosti určen pro vývoz na mezinárodní trhy, bez ohledu na velikost těchto podniků. Z vývojové křivky relativního vývozu vybraných pivovarů lze vypočítat, zda jsou zahraniční trhy pro uvedené podniky perspektivní či nikoliv. Na grafu níže lze vypočítat, že nejvíce orientovanou společností na vývoz produktů do zahraničí je Budějovický Budvar. V roce 2018 činil vývoz produktů této společnosti téměř 70 % jejího celkového výstavu. Naopak nejméně je na vývoz orientován lídr trhu Plzeňský Prazdroj.

Graf 16: Relativní export vybraných pivovarnických společností v letech 2011 – 2018



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven; vlastní zpracování

d) Analýza ekonomické efektivity pivovarů

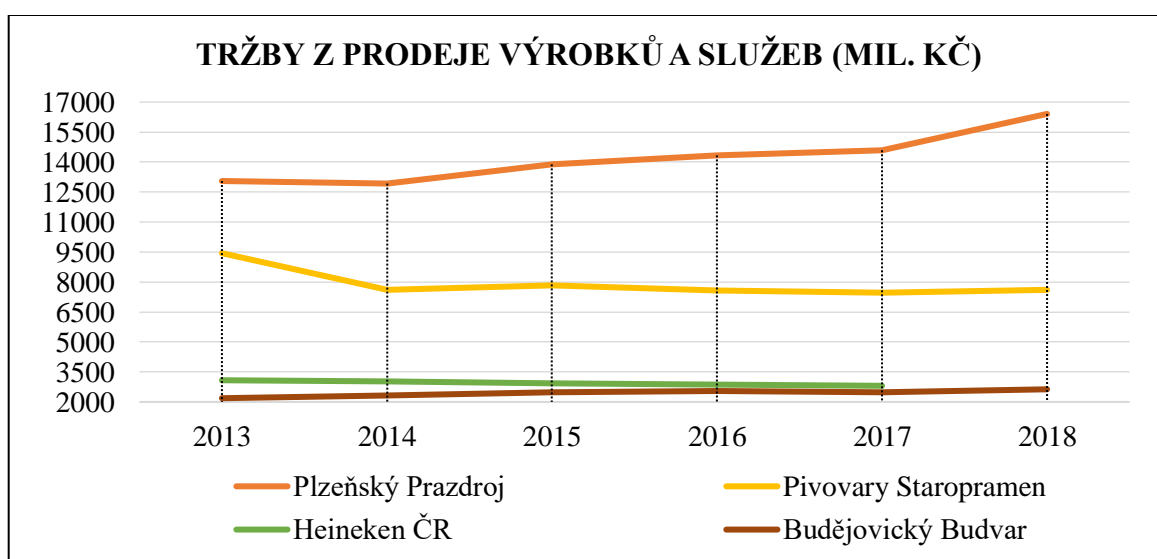
Tato část práce je zaměřena na zhodnocení základních ekonomických ukazatelů vybraných společností, a to jak v absolutním, tak v poměrovém vyjádření. Primárně byla provedena jednoduchá komparace každoročních absolutních hodnot tržeb za prodej vlastních výrobků a služeb a výsledku hospodaření za účetní období. Následně byla provedena analýza výsledku hospodaření v poměrovém vyjádření, což bylo provedeno přepočtením jeho absolutních hodnot na jednotku produkce. Tento přepočet umožnil komparaci ekonomické efektivity pivovarů nevhledě na jejich velikost.

Společnost Heineken ČR doposud neuveřejnila své účetní výkazy za rok 2018, a proto nebylo možné zhodnotit hospodářské výsledky, kterých v tomto roce dosáhla.

Tržby z prodeje výrobků a služeb

Z vypracovaného grafu, jenž znázorňuje vývoj výše tržeb z prodeje výrobků a služeb vybraných pivovarnických společností, je patrná dominance Plzeňského Prazdroje. Ten vykazuje oproti ostatním společnostem veliký náskok, co se výše těchto tržeb týče. Jeho tržby vzrostly od roku 2013 o více než 3 mld. Kč. V roce 2018 tržby z prodeje výrobků a služeb Plzeňského Prazdroje činily 16,4 mld. Kč, což je zároveň rekordní hodnota těchto tržeb výše zmíněné společnosti. Daná společnost tímto nejlepším výsledkem v oblasti absolutních hodnot tržeb prokázala svou pozici lídra na českém trhu s pivem.

Graf 17: Vývoj výše tržeb z prodeje výrobků a služeb v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)



Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Z ostatních analyzovaných společností se nejvíce přiblížila vysokým hodnotám tržeb Plzeňského Prazdroje společnost Pivovary Staropramen. Její tržby z prodeje výrobků a služeb se dle dostupných údajů pohybovaly v roce 2018 na hodnotě 7,6 mld. Kč. Oproti hodnotám Plzeňského Prazdroje se však jedná o rozdíl ve výši téměř 9 mld. Kč. Pivovar Staropramen si navíc za sledované období pohoršil o více než 1,8 mld. Kč. Přesto dosáhl druhých nejlepších výsledků, co se absolutní výše tržeb z prodeje výrobků a služeb týče.

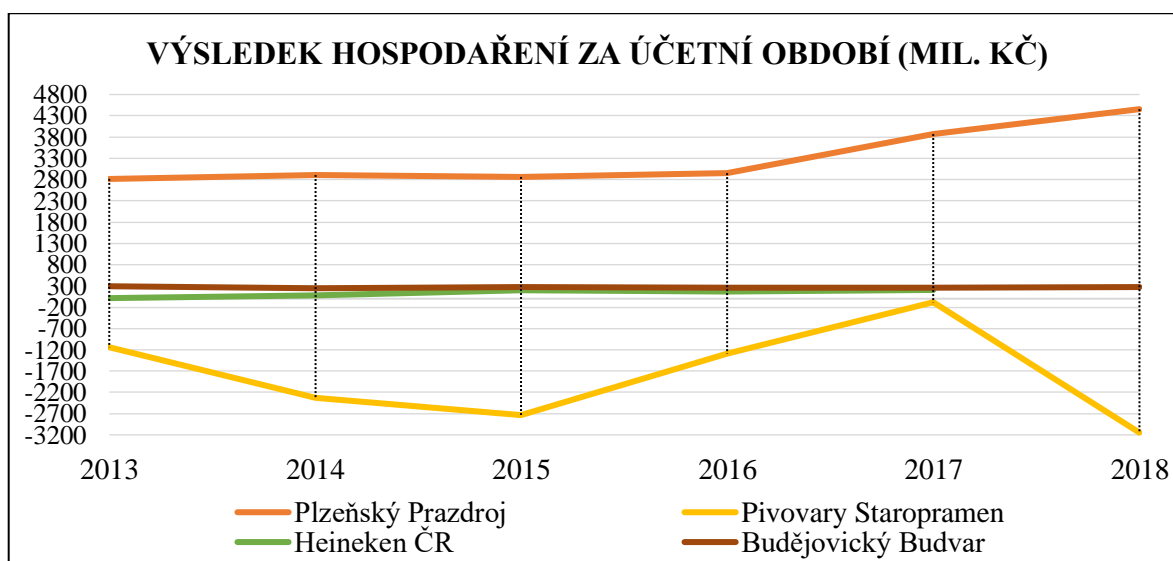
Tržby společnosti Heineken ČR se za období 2013 – 2017 pohybovaly na průměrné výši téměř 3 mld. Kč. Díky tomu dosáhla dle absolutního vyjádření třetího nejlepšího výsledku. Bohužel hodnota tržeb této společnosti není pro rok 2018 dosud známa, a proto nemohla být za daný rok provedena její komparace s ostatními společnostmi.

Společnost Budějovický Budvar dosáhla z vybraných společností nejmenších tržeb, nicméně za sledované období dokázala zvýšit jejich hodnotu o téměř 0,5 mld. Kč. Její tržby navíc vykazují dlouhodobou růstovou tendenci, proto existuje předpoklad, že i v budoucnu budou tržby této společnosti kontinuálně narůstat.

Výsledek hospodaření za účetní období

Zajímavé je hodnocení výsledků hospodaření za účetní období jednotlivých pivovarů (Graf 18). Opět je zřetelně viditelná dominance Plzeňského Prazdroje, jenž si udržuje v této oblasti oproti ostatním neuvěřitelný náskok. Jeho zisk dosáhl v roce 2018 hodnoty téměř 4,5 mld. Kč. Tato hodnota je zhruba 16x vyšší než zisk vytvořený Budějovickým Budvarem.

Graf 18: Vývoj výsledku hospodaření za účetní období v letech 2013 – 2018 (mil. Kč)



Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Budějovický Budvar dosáhl v oblasti vývoje výsledku hospodaření druhých nejlepších výsledků. Tento podnik dosáhl nejvyššího zisku v roce 2013, kdy jeho hodnota činila 293 mil. Kč a od té doby vykazovala střídavý pokles. V roce 2018 ovšem Budějovický Budvar zvýšil svůj zisk oproti minulému účetnímu období o více než 12 mil. Kč na 267 mil. Kč. Průměrný výsledek hospodaření v letech 2013 – 2018 činil též 267 mil. Kč.

Třetí společností, jež dosáhla nejvyššího zisku, je Heineken ČR. Ovšem hodnoty jeho zisku v jednotlivých letech značně kolísají. V počátečním roce 2013 činil zisk této společnosti pouhých 14 mil. Kč. Od tohoto roku však vykázal výsledek hospodaření Heinekenu rostoucí tendenci a v roce 2015 jeho hodnota činila již 193 mil. Kč. V roce 2016 však zisk opět klesl o více než 25 mil. Kč, nicméně rok 2017 byl pro Heineken naopak úspěšný, jelikož jeho zisky vzrostly o zhruba 23 % na hodnotu 206 mil. Kč. Hodnota výsledku hospodaření za rok 2018 nebyla doposud uveřejněna, je však pravděpodobné, že budou zisky společnosti růst i nadále. Heineken se tak pomalu přibližuje vyšším hodnotám Budějovického Budvaru.

Diametrálně odlišná situace však panovala ve společnosti Pivovary Staropramen. Ta byla po celou dobu sledovaného období v hluboké ztrátě. V roce 2016 kvůli odpisům prodělala 1,29 mld. Kč, o rok dříve šlo o 2,74 mld. Kč. Pouze v roce 2017 snížila společnost tuto vysokou ztrátu o 1,2 mld. Kč na hodnotu 82 mil. Kč. Kvůli účetní operaci se však skupina v roce 2018 opět dostala do ztráty 3,1 mld. Kč. Po celé sledované období tak společnost Pivovary Staropramen nevytvořila účetně žádný zisk.

Zajímavý je také pohled na kumulaci všech výsledků hospodaření vybraných společností za celých šest hodnocených let (Tabulka 14). Nejvyšší sumy dosáhl Plzeňský Prazdroj, jenž za šest pozorovaných let vygeneroval zisk ve výši téměř 20 mld. Kč. Druhá nejziskovější společnost Budějovický Budvar přesáhla hodnotu 1,6 mld. Kč. Na třetí pozici se umístila společnost Heineken, která v letech 2013 – 2017 dosáhla sumy svých zisků ve výši 0,655 mld. Kč. Pivovary Staropramen za šest let účetně prodělaly více než 10 mld. Kč.

Tabulka 14: Suma výsledků hospodaření dosažených v letech 2013 - 2018 (mld. Kč)

Pivovarnická společnost	Suma výsledků hospodaření 2013 – 2018
Plzeňský Prazdroj	19,865 mld. Kč
Budějovický Budvar	1,606 mld. Kč
Heineken ČR	0,655 mld. Kč
Pivovary Staropramen	- 10,726 mld. Kč

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

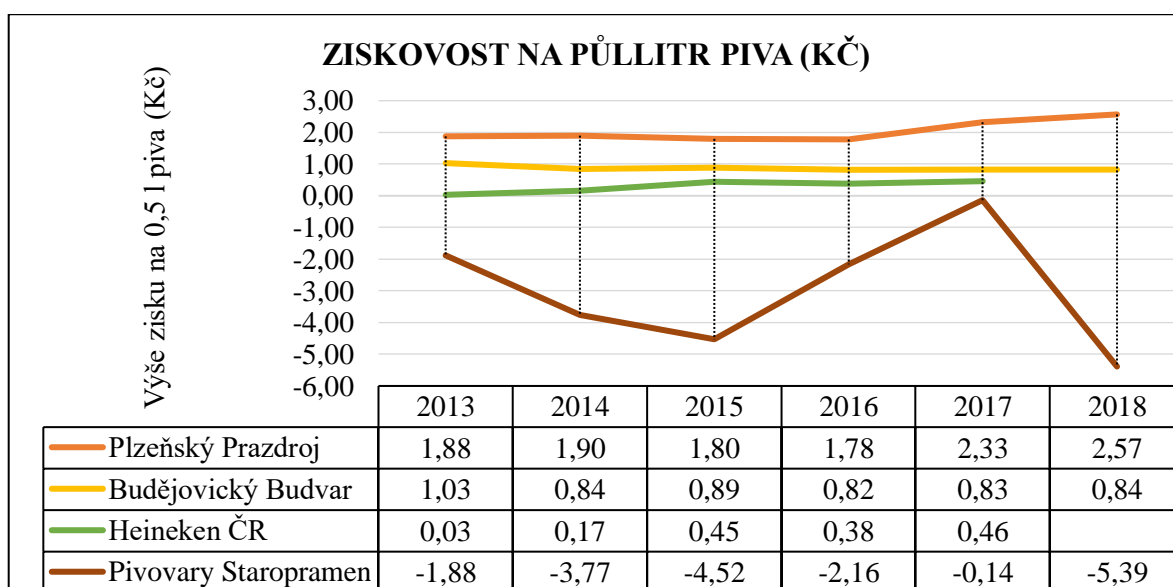
Ziskovost na půllitr piva

Objektivního srovnání výsledku hospodaření lze docílit prostřednictvím jeho poměrového vyjádření. Tohoto vyjádření bylo dosaženo přepočtem zisku každého pivovaru na jednotku jeho produkce, konkrétně na jeden půllitr piva. Ziskovost piva byla vypočtena podílem výsledku hospodaření a výše naturální produkce dané společnosti (Graf 19).

Pro dosažení vysoké ziskovosti je nutné, aby pivovar vlastnil silný brand, o který se může opřít, a který mu umožní vyšší ceny oproti konkurenci. Dále je vhodné, aby daný pivovar dosáhl vyššího podílu sudového piva na prodejkách. Výstav Plzeňského Prazdroje byl v roce 2018 tvořen sudovým pivem téměř z 33 %. Společnost se dlouhodobě drží své úspěšné strategie vysokých cen, tudíž gastronomická zařízení, která její sudové pivo odebírají, mají minimální vyjednávací tržní sílu. Plzeňský Prazdroj dosáhl ve sledovaném období nejvyšší ziskovosti na půllitr piva v roce 2018, kdy byl schopný vydělat 2,57 Kč na jednom prodaném pivu. Jde o jednoznačného cenového lídra, jenž se snaží pravidelně během sledovaného období zdražovat, kvůli udržení vysoké ziskovosti.

Sudové pivo se podílí na celkovém výstavu Budějovického Budvaru více než 17 %. Budějovický Budvar je tak druhým podnikem s nejvyšší ziskovostí na jednotku produkce. V roce 2018 činil jeho zisk na jednom půllitru až 0,84 Kč. Ziskovost na půllitr Budějovického Budvaru za sledované období však vykazovala značnou kolísavost. Během vybraných šesti let mu tento ukazatel poklesl celkově o 0,2 Kč.

Graf 19: Vývoj ziskovosti na půllitr piva v letech 2013 – 2018 (Kč)



Zdroj: Český svaz pivovarů a sladoven, Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Třetí neúspěšnější společností je Heineken ČR, u níž došlo v celkovém porovnání prvního roku s posledním uveřejněným rokem k výraznému růstu jejího zisku na jednotku produkce, a to o celých 0,43 Kč. Největšího zisku na půllitr piva dosáhla společnost právě v roce 2017. Zároveň však v rámci sledovaného období klesla této společnosti hodnota zisku na půllitr na nejnižší kladnou hodnotu ze všech porovnávaných kladných hodnot. Tato hodnota činila pouhé tři haléře a byla zaznamenána v roce 2013. Heineken ČR v roce 2018 uvedl na trh 25,5 % svého výstavu v sudech. Bohužel údaje za rok 2018 dosud nebyly touto společností uveřejněny, a proto nemohly být do porovnání zahrnuty.

Poslední hodnocenou skupinou, jež dosáhla v ziskovosti na půllitr piva nejhorších výsledků, jsou Pivovary Staropramen. V případě této skupiny se po celé hodnocené období zisk na jedno pivo pohyboval v záporných hodnotách, což bylo způsobeno vysokými ztrátami za jednotlivá účetní období. Nejvíce Pivovary Staropramen tratile na každém půllitru vyrobeného piva v roce 2018, kdy vykázaly ztrátu vyšší než 5 Kč. Průměrná hodnota ztráty na každém pivu dané společnosti se za sledovaných šest let pohybovala na 3 Kč.

Náročnost na zaměstnance

Ukazatel náročnosti podniku na zaměstnance byl vypočítán jako podíl osobních nákladů podniku na jeho celkových tržbách. Jedná se o ukazatel nákladové a výnosové struktury podniku. Vysoká hodnota tohoto ukazatele je alarmující zejména v období konjunktury, jelikož náklady na zaměstnance není možné v krátkodobém horizontu příliš svévolně ovlivňovat. Pro lepší přehlednost byl podíl osobních nákladů na tržbách podniku vyjádřen v tabulce přímo v procentech (Tabulka 15). Vypočítány byly také průměrné hodnoty ukazatelů za období šesti let.

Nejnižších podílů dosáhl podnik Plzeňský Prazdroj. Podíl osobních nákladů na tržbách se u této společnosti pohybuje mezi 9,9 % – 11 %. Tento podíl byl navíc poměrně stabilní, jelikož společnosti rostly jak osobní náklady, tak tržby. Průměrná výše podílu za sledované období činila 10,6 %. U podniku Budějovický Budvar měl podíl osobních nákladů na celkových tržbách klesající tendenci až do roku 2015, a to především z důvodu vyššího růstu oproti osobním nákladům. Od té doby tento podíl narostl na více než 14 % v roce 2018. Jeho průměrná výše byla však druhou nejnižší a činila 12,6 %.

Průměrná náročnost na zaměstnance podniku Staropramen byla ve výši 13,1 %. Za sledované období však tento ukazatel značně kolísal. Například v roce 2016 společnosti vzrostly tržby, ale poklesly její osobní náklady. O rok později byla situace opačná.

Tabulka 15: Vývoj ukazatele náročnosti na zaměstnance v letech 2013 - 2018 (%)

Náročnost na zaměstnance (%)							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	10,3	9,9	10,7	11,0	10,9	10,6	10,6
Pivovary Staropramen	12,5	13,5	13,9	12,4	12,9	13,4	13,1
Heineken ČR	14,4	13,1	14,4	13,8	14,1	-	13,9
Budějovický Budvar	12,3	12,0	11,8	12,0	13,2	14,1	12,6

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

V období 2013 – 2017 se u společnosti Heineken ČR pohyboval podíl osobních nákladů na celkových tržbách v intervalu 13,1 % – 14,4 %. V roce 2014 a 2016 byl dán pokles tohoto podílu především snížením osobních nákladů. V letech 2013, 2015 a 2017 byl tento podíl stabilní na průměrné výši 14,3 %.

4.2.2 Finanční analýza

Tato část práce byla zaměřena na vypracování a posouzení vybraných ukazatelů finanční analýzy, které byly podrobně představeny v metodice. Tyto ukazatele byly zpracovány na základě uveřejněných ročních účetních výkazů jednotlivých společností v letech 2013 – 2018. Finanční analýza poměrových ukazatelů přinesla výsledky ohledně kondice finančního zdraví vybraných společností, na jejichž základě bylo specifikováno celkové hodnocení postavení těchto společností na trhu. Na závěr bylo provedeno hodnocení pomocí souhrnného bankrotně - bonitního modelu Index IN01, jenž vyjadřuje, zda podnik plní svůj základní ekonomický cíl, tedy zda tvoří hodnotu nebo se naopak blíží směrem k bankrotu.

a) Analýza poměrových ukazatelů

Analýza poměrových ukazatelů je v praxi nejčastěji používaným rozborovým postupem, pro svoji rychlost a jednoduchost. V rámci analýzy poměrových ukazatelů bylo zpracováno jedenáct ukazatelů, přičemž čtyři z těchto ukazatelů představovaly ukazatele rentability. Konkrétně se jednalo o rentabilitu tržeb, celkových aktiv a vlastního kapitálu, a také o nákladovost tržeb. Aktivita podniků byla analyzována pomocí dvou ukazatelů, kterými byly obrat oběžných aktiv a obrat pohledávek. Hodnocení zadluženosti bylo zastoupeno ukazateli finanční samostatnosti, vlastnického rizika a celkového rizika. Dále byla zhodnocena běžná likvidita vybraných podniků.

1. Běžná likvidita (Likvidita III. stupně, Current ratio)

Ukazatel běžné likvidity charakterizuje podíl krátkodobých dluhů na financování oběžného majetku. Čím je ukazatel větší, tím větší část oběžného majetku je kryta dlouhodobými zdroji. Jak bylo zjištěno z literární rešerše v metodické části práce, měl by tento ukazatel dosahovat hodnot 1,5 a vyšších.

Tabulka 16: Běžná likvidita v letech 2013 – 2018

Likvidita III. stupně							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	0,32	0,62	0,60	0,54	0,87	0,59	0,59
Pivovary Staropramen	0,67	0,54	0,68	0,82	0,89	0,99	0,77
Heineken ČR	0,39	0,40	0,38	0,51	0,65	-	0,47
Budějovický Budvar	9,29	8,28	7,46	6,51	6,14	5,71	7,23

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Z analyzovaných podniků dosahuje nejlepších hodnot Budějovický Budvar, jenž vykazoval nejvyšší hodnotu běžné likvidity v roce 2013, kdy byla ve výši 9,29 (Tabulka 16). Od té doby hodnota běžné likvidity tohoto podniku kontinuálně poklesla o více než 3,5. Ovšem i přes tento pokles udržuje společnost hodnotu své běžné likvidity bezpečně o několik úrovní nad doporučenou minimální hodnotou 1,5. Průměrná výše běžné likvidity společnosti se ve sledovaném období pohybovala na hodnotě 7,23.

Druhých nejlepších výsledků dosáhl pivovar Staropramen s průměrnou hodnotou likvidity 0,77. Pivovar má po celou dobu ukazatel běžné likvidity pod doporučenou hodnotou 1,5. Nejnižší hodnotu měl tento ukazatel v roce 2014, kdy měla společnost nejvyšší krátkodobé závazky k úvěrovým institucím za všechny ostatní roky. Tehdy společnost Staropramen čerpala krátkodobé úvěry v hodnotě přes 777 mil. Kč, zatímco hodnota jejich oběžných aktiv čítala přes 2 mld. Kč, což byla naopak jejich nejnižší hodnota v letech 2013 – 2018. Od roku 2014 má však hodnota běžné likvidity dané společnosti rostoucí tendenci, což lze hodnotit pozitivně. Plzeňský Prazdroj má hodnoty běžné likvidity silně pod její minimální doporučenou hranici. Tudiž také uplatňuje agresivní strategii ve financování. Nejvyšší hodnoty dosáhl ukazatel běžné likvidity této společnosti v roce 2017, což bylo způsobeno zejména růstem krátkodobých pohledávek. Nejnižší průměrná hodnota běžné likvidity byla zaznamenána u Heinekenu ČR. To značí, že tato společnost nebyla schopna pokrýt své závazky prostřednictvím aktiv v některých obdobích ani z poloviny.

2. Rentabilita celkových aktiv (ROA – Return on Assets)

Rentabilita celkových aktiv je základním ukazatelem výnosnosti, který poměruje dosažený zisk s celkovými aktivy bez ohledu na zdroj jejich financování. Tento ukazatel tedy informuje o tom, jak výnosná jsou celková aktiva společnosti. Udává, kolik vyprodukuje společnost zisku z jedné koruny aktiv.

Tabulka 17: Rentabilita celkových aktiv v letech 2013 – 2018 (%)

Rentabilita celkových aktiv (%)							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	21,3	23,7	23,0	24,8	30,6	38,6	27,0
Pivovary Staropramen	-3,2	-7,5	-9,6	-5,7	0,1	-14,4	-6,7
Heineken ČR	0,6	3,5	8,0	7,1	8,4	-	5,5
Budějovický Budvar	5,9	6,2	7,3	6,6	5,9	6,5	6,4

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Z uvedených hodnot ROA, jež jsou uvedeny v tabulce výše (Tabulka 17), lze konstatovat, že jsou mezi jednotlivými společnostmi v této oblasti významné rozdíly. Nejlepších výsledků dosahuje společnost Plzeňský Prazdroj, která byla po celou dobu v zisku. Po většinu analyzovaného období zisk této společnosti rostl rychleji než její aktiva, tudíž rostla i rentabilita celkových aktiv. Pouze v roce 2015 došlo k poklesu ROA o 1,25 %, z důvodu růstu provozních nákladů a aktiv. V roce 2018 připadalo na 1 Kč aktiv 0,386 Kč zisku, což je vůbec nejvyšší hodnota z celé tabulky.

Druhé nejlepší výsledky vykazovala za sledované období společnost Heineken ČR. Ta dosáhla nejvyšší hodnoty ROA v roce 2017, kdy dosáhla 8,4 %. V roce 2013 však činila ROA pouze 0,6 %, to znamená, že rentabilita aktiv společnosti během pěti let výrazně vzrostla. Údaje za rok 2018 sice nejsou dosud dostupné, ale dá se předpokládat, že by hodnota ROA opět vzrostla. Třetích nejlepších výsledků dosáhl Budějovický Budvar, jehož hodnota ROA vykazovala nejvyšší stabilitu ze všech ostatních podniků. V průběhu celého období se hodnoty ROA Budějovického Budvaru pohybují v intervalu 5,9 – 7,3 %.

Hodnocení ROA společnosti Staropramen je poněkud obtížnější. Hodnota ROA této společnosti měla značně kolísavé tendence. Po většinu období se společnost nacházela ve ztrátě. V roce 2017 vykázaly Pivovary Staropramen mírný zisk, ovšem ROA bylo ve výši pouze 0,1 %. Tehdy byla hodnota zisku před zdaněním ve výši 18 mil. Kč, nicméně v dalším roce následoval opětovný propad do ztráty.

3. Rentabilita tržeb (ROS – Return on Sales)

Dalším ukazatelem rentability, který byl použit jako jeden z poměrových ukazatelů FA, byla rentabilita tržeb. Tento ukazatel vyjadřuje schopnost podniku dosahovat zisku při dané úrovni tržeb. Sleduje tak výkonnost výrobní a obchodní činnosti podniku.

Tabulka 18: Rentabilita tržeb v letech 2013 – 2018 (%)

Rentabilita tržeb (%)							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	25,73	27,08	25,23	25,54	32,40	33,36	28,2
Pivovary Staropramen	-12,64	-33,59	-36,78	-19,36	0,20	-40,76	-23,8
Heineken ČR	0,58	3,29	7,36	6,75	8,02	-	5,2
Budějovický Budvar	14,49	12,84	13,72	12,91	12,37	12,13	13,1

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Nejlépe si opět vede podnik Plzeňský Prazdroj, který v posledním roce sledovaného období dokázal z 1 Kč tržeb vyprodukovat více než 0,3 Kč zisku (Tabulka 18). Navíc po celé sledované období hodnota ROS daného podniku kontinuálně roste. Průměrná hodnota ROS podniku Plzeňský Prazdroj v letech 2013 – 2018 byla vyšší než 28 %. To znamená, že podnik měl přiměřeně vysoké náklady na výrobu a jeho výrobky byly dobře naceněny.

Druhou nejúspěšnější společností byl Budějovický Budvar, ačkoliv ta za sledované období postupně hodnotu ROS snižovala. To bylo dáno zejména rostoucí hodnotou tržeb, zatímco hodnota výsledku hospodaření se postupem času nijak výrazně neměnila. Nejvyšší hodnoty ROS dosáhla společnost v počátečním roce 2013, kdy činila 14,49 %. V posledním sledovaném roce činila hodnota tohoto ukazatele rentability 12,13 %.

Třetích nejlepších výsledků ROS dosáhla společnost Heineken ČR. Tato společnost vykazovala v posledních letech rostoucí tendenci tohoto ukazatele, ačkoliv v počátečním roce byla jeho hodnota velmi nízká a pohybovala se na 0,58 %. V posledním roce, pro který byly veřejně dostupné účetní výkazy této společnosti, činila rentabilita tržeb více než 8 %, což byl oproti roku 2013 výrazný nárůst.

Specifická byla opět situace ve společnosti Staropramen z důvodu špatného výsledku hospodaření. Průměrná hodnota ukazatele ROS za sledované období pro společnost Staropramen činila - 23 %. Nejhoršího výsledku ROS pak tato společnost dosáhla v roce 2018, kdy vykazoval zápornou hodnotu více než 40 %.

4. Rentabilita vlastního kapitálu (ROE – Return on Equity)

Rentabilita vlastního kapitálu hodnotí, zda je investovaný kapitál, jenž byl vložen do společnosti vlastníky či akcionáři, dostatečně výnosný. Vyjadřuje, do jaké míry je management podniku schopný, a zda dobře hospodaří se svěřenými finančními prostředky. Při výpočtu ROE je využíván tzv. EAT, tedy výsledek hospodaření společnosti po zdanění nebo také čistý zisk.

Tabulka 19: Rentabilita vlastního kapitálu v letech 2013 – 2018 (%)

Rentabilita vlastního kapitálu (%)							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	50,5	51,1	52,0	59,6	65,8	69,7	58,1
Pivovary Staropramen	-9,2	-22,8	-19,2	-9,9	-0,6	-32,8	-15,8
Heineken ČR	1,9	10,1	22,6	20,3	23,8	-	15,8
Budějovický Budvar	5,8	5,5	6,6	5,9	5,4	5,9	5,9

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Dle zjištěných hodnot ROE je možno konstatovat, že nejlepších výsledků opět dosahuje podnik Plzeňský Prazdroj (Tabulka 19). Hodnota ROE dané společnosti během analyzovaného období vykazovala progresivní růstovou tendenci a je pravděpodobné, že ji bude udržovat i v budoucnu. Čistý zisk podniku tedy roste po celou dobu větším tempem než vlastní kapitál. V roce 2018 dosáhl podnik maxima, kdy na 1 Kč vlastního kapitálu připadalo téměř 0,7 Kč čistého zisku. Čistý zisk Plzeňského Prazdroje dosáhl v tomto roce neuvěřitelných 4,456 mld. Kč.

Na druhé nejlepší pozici se s velkým odstupem umístil Heineken ČR. Výnosnost vlastního kapitálu této společnosti vykazovala za sledované období výrazný nárůst z 1,9 % v roce 2013 na 23,8 % v roce 2018. To bylo dáno zejména nárůstem čistého zisku společnosti o 192 mil. Kč za sledované období. Třetí místo obsadil Budějovický Budvar, jehož průměrná výnosnost vloženého kapitálu činila téměř 6 %. Ačkoliv byly hodnoty ROE této společnosti kladné, vykazovaly značné kolísání.

Podnik Staropramen měl po celou dobu čistý zisk v záporných hodnotách, což se nutně odrazilo i na hodnotách ukazatele ROE, které nebyly příliš lichotivé. Průměrná hodnota tohoto ukazatele dané společnosti činila téměř - 16 %. Nejhorší hodnoty dosáhly Pivovary Staropramen v posledním sledovaném roce 2018, kdy vykazovaly zápornou hodnotu ROE ve výši blíží se 33 %.

5. Nákladovost tržeb (ROC – Return on Costs)

Ukazatel ROC vyjadřuje podíl, kolik Kč nákladů připadá na 1 Kč tržeb. Tento ukazatel je posledním ukazatelem rentability, jenž byl využit pro účely této práce. Čím nižší je hodnota tohoto ukazatele, tím lepších výsledků hospodaření společnost dosahuje. Není však radno zapomínat, že zvyšování zisku se dá docílit nejen snižováním nákladů, ale také zvyšováním odbytu. Pro lepší přehlednost byla hodnota ROC uvedena v Kč (Tabulka 20).

Tabulka 20: Nákladovost tržeb v letech 2013 – 2018 (Kč)

Nákladovost tržeb (Kč)							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	0,74	0,73	0,75	0,74	0,68	0,67	0,72
Pivovary Staropramen	1,13	1,34	1,37	1,19	1,00	1,41	1,24
Heineken ČR	0,99	0,97	0,93	0,93	0,92	-	0,95
Budějovický Budvar	0,86	0,87	0,86	0,87	0,88	0,88	0,87

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Nejlepších a nejstabilnějších hodnot ukazatele ROC dosáhla společnost Plzeňský Prazdroj. U této společnosti připadalo na 1 Kč tržeb za sledované období v průměru 0,72 Kč nákladů, což je velmi dobrý výsledek. Hodnota ROC Plzeňského Prazdroje během analyzovaného období navíc vykazovala degresivní tendenci, od roku 2013 klesla o 0,08 Kč.

Druhých nejlepších výsledků dosáhl Budějovický Budvar, jehož průměrná hodnota ROC činila za sledovaných šest let 0,87 Kč. V letech 2013 a 2015 dosahovala tato společnost nejlepších výsledků, kdy na 1 Kč tržeb připadalo 0,86 Kč nákladů. To bylo dáno zejména vyšší hodnotou tržeb oproti jejich hodnotě v ostatních letech.

Společnost Heineken ČR dosáhla třetích nejlepších výsledků. Její hodnota ROC za celé sledované období poklesla celkem o 0,07 Kč. Vzhledem k tomu, že k hodnocení nákladovosti tržeb bylo v tomto případě využito pouze pět let, lze konstatovat, že za poměrně krátké období tato společnost velmi výrazně snížila nákladovost svých tržeb. Tímto degresivním vývojem hodnoty ROC se společnost Heineken ČR silně přiblížila trendu, jenž si v oblasti nákladovosti tržeb udržuje společnost Plzeňský Prazdroj.

U podniku Staropramen je naopak patrná rostoucí tendence ROC. Situace se vyvíjí nepříznivě zejména díky klesajícím tržbám a rostoucí výkonové spotřebě dané společnosti. Po celé sledované období byly náklady společnosti větší než její tržby, V roce 2018 dokonce na 1 Kč tržeb připadalo přes 1,4 Kč nákladů, což je nejhorší výsledek z celé tabulky.

6. Ukazatel věřitelského rizika (Debt ratio)

Ukazatel věřitelského rizika nebo také ukazatel celkového rizika vyjadřuje podíl cizích zdrojů financování na vlastním kapitálu. Pro každou společnost je důležité najít optimální rozložení poměru vlastního a cizího kapitálu, aby dosahovala příznivých hospodářských výsledků, aniž by ohrožovala své finanční zdraví a stabilitu. Hodnota ukazatele věřitelského rizika se zpravidla vyjadřuje v procentech. Doporučená hodnota pro tento ukazatel se pohybuje v intervalu 30 – 60 %, nicméně je nutno respektovat příslušnost podniku k vybranému odvětví.

Tabulka 21: Ukazatel věřitelského rizika (%)

Ukazatel věřitelského rizika (%)							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	65,87	62,34	64,05	66,59	62,69	54,90	62,74
Pivovary Staropramen	67,21	70,83	55,70	56,82	57,36	62,95	61,81
Heineken ČR	76,87	75,54	70,86	72,66	70,91	-	73,37
Budějovický Budvar	9,66	10,39	11,00	11,81	10,79	11,45	10,85

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Rozdíly v zadluženosti jednotlivých podniků byly poměrně velké (Tabulka 21). Nejnižší zadluženosti dosahoval jednoznačně podnik Budějovický Budvar, jehož nejvyšší hodnota ukazatele věřitelského rizika činila 11,81 % a byla dosažena v roce 2016. Budějovický Budvar tak vykazoval nadstandardně nízkou zadluženost, což odkazuje na velmi konzervativní způsob financování podniku, a tudíž i nejméně výnosný. Zároveň takto nízká zadluženost svědčí o vysoké finanční stabilitě podniku a o dostatku vlastních zdrojů.

Druhou průměrně nejnižší míru zadluženosti vykazala společnost Staropramen. Po celé sledované období využívala tato společnost ve větší míře cizí kapitál. Ovšem v roce 2015 došlo ke skokovému snížení ukazatele věřitelského rizika na 55,7 % což bylo způsobeno splacením krátkodobé půjčky. Od tohoto roku ukazatel opět roste. Vyšších, avšak v čase stabilnějších výsledků dosahoval Plzeňský Prazdroj. Jak je z vytvořené tabulky patrné ve všech sledovaných letech převažují ve finanční struktuře této společnosti cizí zdroje financování. Nicméně Plzeňský Prazdroj oproti Staropramenu nepřesáhl hranici 70 %, která je již považována za poměrně rizikovou. Nejvyšších hodnot zadluženosti dosáhl Heineken ČR, u něhož se cizí zdroje podílely ve všech analyzovaných letech na financování více než 70 %. Nutno však zmínit, že se podíl cizích zdrojů společnosti celkově snížil o téměř 6 %.

7. Ukazatel vlastnického rizika (Equity ratio)

Ukazatel vlastnického rizika nebo také koeficient samofinancování vyjadřuje finanční nezávislost podniku, přesněji vybavenost podniku vlastním kapitálem. Tabulka níže (Tabulka 22) popisuje procentuální proporcii, v níž jsou aktiva podniku financována vlastním kapitálem. Pokud koeficient samofinancování roste, pak ukazatel věřitelského rizika klesá.

Tabulka 22: Ukazatel vlastnického rizika v letech 2013 - 2018 (%)

Ukazatel vlastnického rizika (%)							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	34,10	37,66	35,94	33,39	37,30	44,86	37,21
Pivovary Staropramen	32,60	28,95	44,14	43,01	42,49	36,77	37,99
Heineken ČR	22,99	24,33	29,05	27,23	28,99	-	26,52
Budějovický Budvar	90,34	89,61	88,83	88,19	89,21	88,55	89,12

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Nejvyšší hodnoty ukazatele vlastnického rizika vykázala společnost Budějovický Budvar. Tato společnost dosáhla nejvyšší hodnoty v roce 2013, jenž činila více než 90 %. Společnost tedy kryla svá aktiva převážně vlastním kapitálem, což bylo ostatně možné vyzorovat již v předchozího ukazatele vlastnického rizika. Naopak u ostatních společností panuje rozdílná situace. Je také nutno podotknout, že Budějovický Budvar nečerpá žádné bankovní úvěry a případný dluh je tvořen převážně závazky z obchodních vztahů.

Druhé nejvyšší průměrné hodnoty koeficientu samofinancování ve výši 37,99 % dosáhla společnost Staropramen. Krytí vlastním kapitálem dané společnosti se za sledované období zvýšilo o více než 4 % na hodnotu 36,77 %.

Třetích nejlepších výsledků dosáhla společnost Plzeňský Prazdroj. Ta zvýšila během analyzovaného období koeficient samofinancování o více než 10 % na téměř 45 %. Společnost tak do určité míry změnila strukturu financování a snažila se omezit svůj dosud poměrně agresivní přístup, kdy využívala ve velké míře cizích zdrojů financování.

Nejhoršího výsledku dosáhla společnost Heineken ČR. U té sice ukazatel vlastnického rizika vykázal během sledovaných pěti let progresivní růst, ovšem i tak zůstala společnost hluboce pod doporučenými hodnotami. Krytí vlastním kapitálem dané společnosti se zvýšilo od roku 2013 o téměř 6 % na hodnotu 28,99 % v roce 2018. Ovšem i přes toto navýšení daného ukazatele, je evidentní zaměření Heinekenu ČR na cizí zdroje.

8. Ukazatel finanční samostatnosti (Equity/Debt ratio)

Ukazatel finanční samostatnosti nebo také míra finanční samostatnosti vyjadřuje poměr vlastního kapitálu k cizímu kapitálu společnosti. Tento ukazatel tedy udává, kolik Kč vlastního kapitálu připadá na 1 Kč cizího kapitálu. Doporučené hodnoty pro tento ukazatel se pohybují okolo jedné.

Tabulka 23: Ukazatel finanční samostatnosti v letech 2013 – 2018

Ukazatel finanční samostatnosti							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	0,52	0,60	0,56	0,50	0,60	0,82	0,60
Pivovary Staropramen	0,49	0,41	0,79	0,76	0,74	0,58	0,63
Heineken ČR	0,30	0,32	0,41	0,37	0,41	-	0,36
Budějovický Budvar	9,35	8,62	8,08	7,47	8,27	7,74	8,25

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Nejvyšších hodnot ukazatele finanční samostatnosti dosahoval Budějovický Budvar, u něhož byla zcela evidentní většinová převaha vlastního kapitálu (Tabulka 23). Jedná se také o jedinou společnost, která překročila doporučenou hodnotu pro tento ukazatel. Ovšem z tabulky je patrné, že se hodnota tohoto ukazatele za sledované období snížila o 1,62. V roce 2018 byl vlastní kapitál Budějovického Budvaru 7,74x větší než cizí kapitál.

Druhou nejvyšší průměrnou hodnotu ukazatele finanční samostatnosti vykázala společnost Pivovary Staropramen. U této společnosti lze vyzorovat opačný trend než u Budějovického Budvaru. Pivovary Staropramen naopak za sledované období zvýšily podíl vlastního kapitálu na celkových pasivech. V roce 2015 došlo k výraznému skoku, který byl způsoben výrazným snížením hodnoty cizího kapitálu (úhrada krátkodobé půjčky).

U společnosti Plzeňský Prazdroj došlo za sledované období k výraznému navýšení vlastního kapitálu při klesajícím podílu cizích zdrojů. Ovšem i přes toto navýšení po celé analyzované období měly cizí zdroje větší podíl na pasivech. Od roku 2013 vzrostl podíl vlastního kapitálu ku cizímu o hodnotu 0,3 na celkový podíl 0,82 v roce 2018. Po celé sledované období se u Plzeňského Prazdroje ukazatel finanční samostatnosti zvyšuje.

Nejnižších hodnot pak dosáhla společnost Heineken ČR, u které byl v posledním sledovaném roce 2017 podíl vlastního kapitálu ku cizímu 0,41. Ačkoliv se po celé sledované období ukazatel finanční samostatnosti zvyšoval, cizí zdroje ve struktuře pasiv Heinekenu nadstandardně převažovaly, což vedlo k jeho neobyčejně nízkým hodnotám.

9. Obrat oběžných aktiv (Current assets turnover ratio)

Obrat oběžných aktiv nebo také rychlost obratu oběžných aktiv uvádí počet obrátek oběžných aktiv za hospodářský rok, tedy celkovou efektivnost oběžných aktiv. Rychlost obratu oběžných aktiv vyjadřuje jejich relativní vázanost. Pro podniky je žádoucí, aby tento ukazatel nabýval co nejvyšších hodnot.

Tabulka 24: Obrat oběžných aktiv v letech 2013 – 2018

Obrat oběžných aktiv							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	4,61	5,48	5,09	5,62	3,74	5,41	4,99
Pivovary Staropramen	3,71	3,95	4,07	3,62	3,37	2,98	3,62
Heineken ČR	3,96	4,78	5,11	4,33	4,18	-	4,47
Budějovický Budvar	0,69	0,84	0,95	0,92	0,98	1,25	0,94

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

V oblasti obratu oběžných aktiv dosáhl nejlepších výsledků Plzeňský Prazdroj, kde se průměrný počet obrátek pohyboval okolo 5 (Tabulka 24). Dalším pozitivním indikátorem je fakt, že se hodnota ukazatele oběžných aktiv za sledované období zvýšila o 0,80, což byl vůbec nejvyšší nárůst oproti ostatním společnostem. Tato společnost tedy nakládala se svými oběžnými aktivy nejefektivněji ze všech srovnávaných konkurentů. Ke skokovému poklesu došlo pouze v roce 2017, kdy byla výrazně navýšena hodnota oběžných aktiv z důvodu nárůstu krátkodobých pohledávek, konkrétně pohledávek k ovládané nebo ovládající osobě.

Druhých nejlepších výsledků dosahoval Heineken ČR. Průměrná hodnota obratu oběžných aktiv u tohoto podniku činila přibližně 4,5 obrátek za rok, což lze považovat za velmi dobrý výsledek. Od roku 2016 lze pozorovat u daného podniku klesající tendenci tohoto ukazatele, což bylo způsobeno také růstem hodnoty aktiv, a to především pohledávek.

U podniku Staropramen se obrat oběžných aktiv za sledované období snížil celkem o hodnotu 0,73. Přesto tento podnik dosáhl třetích nejlepších výsledků. V roce 2018 dokázal Staropramen obrátit svá oběžná aktiva téměř 3x.

Nejméně efektivně nakládal se svými oběžnými aktivy podnik Budějovický Budvar. Ačkoliv obrat oběžných aktiv během analyzovaného období vzrostl o 0,56 obrátek, podnik nedokázal po dobu pěti let svá oběžná aktiva obrátit ani jedenkrát za rok. To se Budějovickému Budvaru podařilo až v roce 2018, kdy mu narostly tržby a oběžná aktiva se snížila díky poklesu krátkodobého finančního majetku.

10. Obrat pohledávek (Receivables turnover ratio)

Obrat pohledávek je jedním z ukazatelů aktivity, který vyjadřuje, kolikrát je za období jednoho roku jedna jednotka pohledávek přeměněna v tržby. Opět platí pravidlo, že čím vyšší hodnoty obratu pohledávek podnik dosahuje, tím lépe.

Tabulka 25: Obrat pohledávek v letech 2013 – 2018

Obrat pohledávek							
Rok	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Ø
Plzeňský Prazdroj	10,66	15,64	8,53	10,26	5,90	8,69	9,95
Pivovary Staropramen	5,83	5,52	6,42	5,65	4,55	6,44	5,73
Heineken ČR	6,29	7,16	8,82	8,72	7,50	-	7,70
Budějovický Budvar	4,58	5,99	6,12	6,41	5,56	6,04	5,79

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Nejlepších hodnot obratu pohledávek dosáhl podnik Plzeňský Prazdroj, který byl schopen své pohledávky v tržbách obrátit téměř 16x (Tabulka 25). Právě tento skokový nárůst v roce 2014 byl způsoben poklesem hodnoty pohledávek. V průměru byl Plzeňský Prazdroj během analyzovaných let schopen své pohledávky obrátit každoročně téměř 10x, což jej činí v této oblasti nejefektivnějším ze všech jeho sledovaných konkurentů.

Druhých nejlepších hodnot dosáhl Heineken ČR, jenž dokázal obrátit své pohledávky v tržbách v průměru téměř 8x. Tento podnik si udržoval poměrně stabilní hodnoty obratu pohledávek v intervalu 6,29 – 8,82 obrátek za rok. Od počátečního roku 2013 se celková hodnota obratu pohledávek Heinekenu ČR zvýšila během pěti analyzovaných let o 1,21 obrátky v roce 2017, ačkoliv od roku 2016 měl tento ukazatel klesající tendenci.

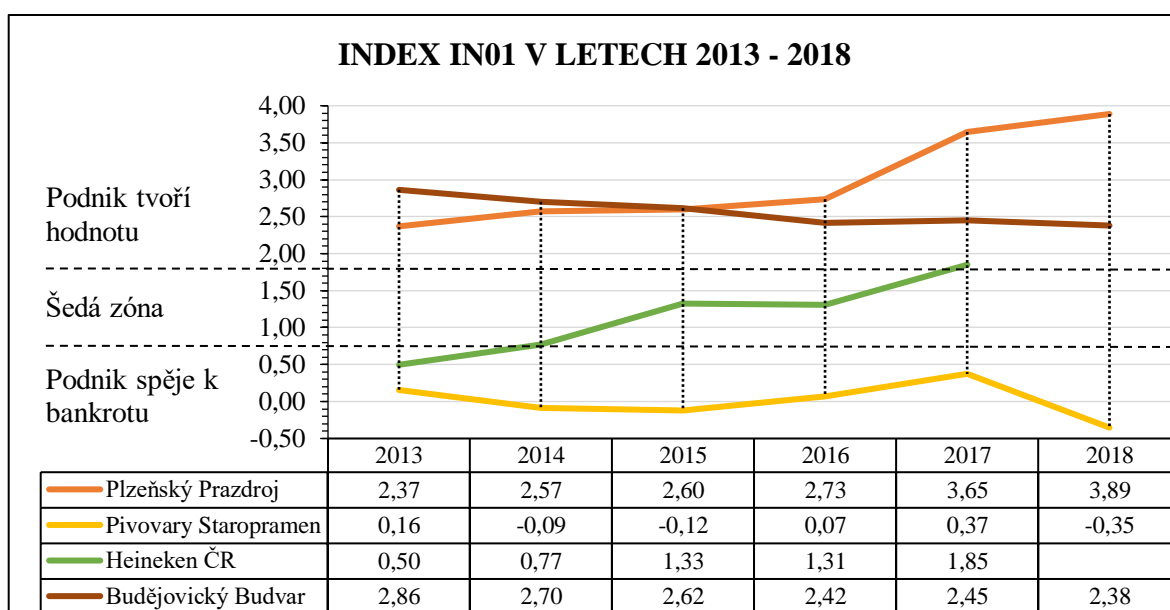
Ukazatel obratu pohledávek společnosti Budějovický Budvar během analyzovaného období každoročně kolísala. Přesto došlo od roku 2013 k jeho celkovému zvýšení, a tak byla tato společnost schopna své pohledávky v tržbách obrátit v roce 2018 více než 6x. Společnost také dosáhla třetích nejlepších výsledků ve výši průměrného obratu pohledávek.

Naopak podnik Staropramen dosáhl nejnižšího průměrného obratu pohledávek ze všech posuzovaných podniků. Z tabulky výše je dobře patrné, že hodnota obratu pohledávek Staropramenu každoročně značně kolísala. Nejnižší hodnoty obratu pohledávek dosáhl tento podnik v roce 2017. Tehdy dokázal své pohledávky v tržbách obrátit pouze 4,5x, což bylo způsobeno zejména skokovým zvýšením krátkodobých pohledávek a současně mírným poklesem tržeb podniku.

b) Index IN01

Hodnoty vícerozměrného modelu index IN01 udávají, zda podnik tvoří, či netvoří hodnotu neboli zda dosahuje kladného ekonomického zisku. Hodnocení indexu IN01 tedy vyjadřuje, zda podnik spěje, či nespěje k bankrotu. Jelikož společnost Budějovický Budvar nevykázala za analyzované období žádné nákladové úroky a hodnotu EBIT nelze dělit nulou, byl podíl EBIT/nákladové úroky nahrazen doporučenou hodnotou 9, která se při řešení těchto případů osvědčila a je běžně v těchto situacích používána.

Graf 20: Index IN01 v letech 2013 - 2018



Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Podle výsledků uvedených v grafu výše (Graf 20), je patrné, že nejvyšších hodnot indexu IN01 dosáhl podnik Plzeňský Prazdroj. Po celou dobu udržoval své hodnoty vysoce nad horní hranicí šedé zóny, což znamená, že podnik tvořil hodnotu. U tohoto podniku navíc po celé analyzované období vykazoval index IN01 rostoucí tendenci. Prudký nárůst hodnoty v letech 2017 a 2018 byl dán zejména vysokým výsledkem ukazatele EBIT/nákladové úroky. V posledních sledovaných letech měl vzrůstající tendenci také ukazatel aktiva/cizí zdroje. Největší váhu měla v indexu IN01 poměrová hodnota EBIT/aktiva, která se u Plzeňského Prazdroje pohybovala v rozmezí 0,21 (2013) až 0,38 (2018). Ukazatel výnosy/aktiva za sledované období také významně vzrostl, a to z hodnoty 0,84 v roce 2013 na hodnotu 1,18 v roce 2018. Podobně vzrostl i ukazatel oběžná aktiva/krátkodobé dluhy.

Podnikem s druhými nejlepšími hodnotami indexu IN01, které se také po celé analyzované období pohybovaly v oblasti nad hodnotou 1,77, byl Budějovický Budvar. Tudíž tento podnik v rozmezí let 2013 – 2018 také tvořil hodnotu. Ovšem na rozdíl od Plzeňského Prazdroje vykázala jeho křivka indexu IN01 po většinu analyzovaného období klesající tendenci. K největšímu poklesu za sledované období došlo u ukazatele oběžná aktiva/krátkodobé dluhy, který od roku 2013 klesl o hodnotu více než 3,5, což bylo způsobeno zejména výrazným poklesem hodnot oběžných aktiv. Také ukazatel aktiva/cizí kapitál během analyzovaného období výrazně poklesl, což mělo na celkový pokles hodnoty indexu IN01 jistě nemalý vliv.

Třetích nejlepších výsledků dosáhla společnost Heineken ČR. Hodnoty indexu IN01 se u společnosti Heineken ČR zdržovaly v letech 2014 – 2016 v tzv. šedé zóně. To znamená, že společnost sice byla v tomto časovém rozmezí dostatečně bonitní, ovšem prozatím nebyla schopna tvořit hodnoty. Až v roce 2017 přišel zlom a index IN01 vzrostl na hodnotu 1,85, čímž se společnost dostala do oblasti, ve které již hodnoty tvořila. Tento růst byl dán zejména nárůstem výsledku poměru EBIT/nákladové úroky. Ovšem také ostatní ukazatele vykázaly během sledovaných pěti let kontinuální nárůst a napomohly tak ke zvýšení hodnoty daného indexu.

Diametrálně odlišná situace však postihla společnost Pivovary Staropramen, která se po celé analyzované období pohybovala pod spodní hodnotou šedé zóny. To znamená, že index IN01 již indikoval, že by daná společnost mohla spět k bankrotu. Ve třech letech dokonce vykázaly hodnoty indexu IN01 dané společnosti až záporné hodnoty, což se ve sledovaném období nepovedlo žádnému z jejích analyzovaných konkurentů. Bohužel na výsledcích indexu IN01 se opět podepsaly nelichotivé hospodářské výsledky společnosti.

4.2.3 SWOT analýza

SWOT analýza představuje hodnocení silných a slabých stránek podniku Plzeňský Prazdroj, ale také popis případných příležitostí pro zlepšení, a naopak vymezení oblasti největších možných hrozeb, které by mohly podnik postihnout. Tato analýza byla vypracována na základě analýz předchozích, tedy z výstupů obecné analýzy trhu s pivem v ČR, a dále z výsledků analýzy hospodářských ukazatelů a finanční analýzy vybraných konkurentů. SWOT analýza tak poskytuje přehledný souhrn důležitých skutečností zjištěných v praktické části diplomové práce.

Tabulka 26: SWOT analýza Plzeňského Prazdroje

Silné stránky – Strengths	Slabé stránky – Weaknesses
1. Nejvyšší podíl na celkovém výstavu ČR (40 %)	1. Nejnižší hodnota relativního exportu (20 %)
2. Nejvyšší podíl na spotřebě piva v ČR (42 %)	2. Nízká hodnota běžné likvidity (0,59)
3. Nejvyšší podíl na exportu piva z ČR (34 %)	3. Vyšší využití cizích zdrojů (55 %)
4. Nejvyšší tržby (16,4 mld. Kč)	
5. Nejvyšší výsledek hospodaření (4,45 mld. Kč)	
6. Nejvyšší ziskovost na půllitr piva (2,57 Kč)	
7. Nejnižší náročnost na zaměstnance (10,6 %)	
8. Nejefektivnější rentabilita: ROA (38 %), ROS (33 %), ROE (69 %), ROC (67 %)	
9. Nejvyšší obrátkovost oběžných aktiv (5,41) a pohledávek (8,69)	
10. Nejvyšší hodnota indexu IN01 (3,89)	
11. Silné pивní portfolio zahrnující ikonický brand Pilsner Urquell	
12. Vlastní sladovna (produkce 116 tis. t sladu)	
13. Propracovaný marketing – rozsáhlé reklamní kampaně, propagační akce (Pilsner Fest apod.)	
14. Velká vyjednávací síla	
Příležitosti – Opportunities	Hrozby – Threats
1. Zvýšení objemu exportu (vysoký potenciál asijských zemí – Jižní Korea, Japonsko)	1. Klesající podíl na celkovém výstavu piva v ČR (za sledované období pokles o 0,28 %)
2. Zvýšení ROS – pokračující strategie vyšších cen	2. Legislativa – protikuřácký zákon, EET
3. Rozšíření pivního portfolio o pивní speciály (IPA, ALE, Weizen apod.)	3. Vysoký relativní export Budějovického Budvaru (více než 67 %)
4. Rozšíření počtu značkových restaurací typu Kolkovna, Radegastovna či Kozlovna	4. Rostoucí konkurence – počet činných pivovarů na území ČR: 475
5. Rozšíření spolupráce s minipivovary	
6. Omezení PET lahví – ekologický a zároveň marketingový tah	

Zdroj: vlastní zpracování na základě výstupů praktické části práce

Tabulka výše představuje vypracovanou SWOT analýzu pro podnik Plzeňský Prazdroj (Tabulka 26). Jak je na první pohled patrné, silné stránky podniku viditelně převažují nad ostatními hodnocenými oblastmi. Plzeňský Prazdroj je považován za lídra českého trhu s pivem, přičemž zjištěné silné stránky podniku toto tvrzení jen potvrzují. Podnik si dlouhodobě udržuje nejvyšší podíl na výstavu piva v ČR, ale také nejvyšší podíl na celkovém exportu piva z ČR. Oproti konkurentům dosáhl také nejvyšších hodnot rentability a ziskovosti na jeden půllitr piva. Plzeňský Prazdroj nabízí spotřebitelům široké pивní portfolio, které obsahuje silné a tradiční brandy, jako je například již ikonický brand Pilsner Urquell. Díky svým silným stránkám disponuje tato pivovarská skupina velkou vyjednávací silou a udržuje si oproti konkurentům vysoce dominantní pozici.

Slabou stránkou podniku je především nízká běžná likvidita, která je výsledkem poněkud agresivnější strategie financování podniku. S nižší běžnou likviditou je samozřejmě

spojeno vyšší využívání cizích zdrojů. Ovšem nejedná se o faktor, který by mohl například ohrozit existenci podniku. Dle údajů výročních zpráv společnosti a jejich strategických východisek si Plzeňský Prazdroj nízkou hodnotu tohoto ukazatele uvědomuje a snaží se tuto slabou stránku postupně eliminovat.

Příležitostí k budoucímu rozvoji a směřování podniku se vyskytlo poměrně mnoho. Největší příležitostí pro Plzeňský Prazdroj je navýšení exportu a proniknutí jeho produktů na nové zahraniční trhy. Dále se nabízí možnost rozšíření stávajícího produktového portfolia společnosti například o pивní speciály typu ALE, IPA či Weizen. Pokračující boom minipivovarů a současný zvýšený zájem spotřebitelů o rozličné pивní styly pak přímo vybízí k tomu, aby Plzeňský Prazdroj navázal s určitými minipivovary v budoucnu spolupráci. Trendem moderní doby je také minimalizování dopadu obalových materiálů na životní prostředí, a proto by měla společnost omezit prodej svých produktů v PET lahvích.

Za hrozby se dá jednoznačně považovat rostoucí počet pivovarů na území ČR, a tím pádem i nárůst množství konkurentů na trhu. Dále by mohl být určitou hrozbou klesající podíl Plzeňského Prazdroje na celkovém výstavu piva v ČR. Společnost by také měla brát ohled na vysokou exportní výkonnost Budějovického Budvaru, která dlouhodobě roste. V poslední řadě podnik ohrožují neustálé legislativní změny, přičemž v posledních letech měl například velký vliv na vývoj on-trade spotřeby piva v ČR tzv. protikuřácký zákon nebo zavedení EET.

5 Zhodnocení výsledků a doporučení

Následující část diplomové práce reprezentuje výsledky, kterých bylo dosaženo v praktické části, a případná doporučení z nich vycházející. V praktické části došlo k posouzení postavení Plzeňského Prazdroje na trhu s pomocí vybraných komparačních kritérií a analýz. Tržní síla tohoto ústředního podniku diplomové práce byla komparována se čtyřmi přímými konkurenčními podniky. Uvedené zanalyzované výsledky vybraných pivovarských společností byly souhrnně komparovány a spojeny do vzájemných souvislostí. Pro větší přehlednost a uniformitu textu byly výsledky každého analyzovaného ukazatele popsány vždy v rámci jednoho odstavce společně s jeho rozbohem.

Z analýzy produkce bylo zjištěno, že Plzeňský Prazdroj zaujímá bezkonkurenčně největší procentuální podíl na celkovém výstavu piva v ČR. Výše tohoto podílu v roce 2018 přesahovala 40 %. Od roku 2011 vzrostla produkce Prazdroje o více než 1 mil. hl. na hodnotu 8,68 mil. hl. Celkový výstav ČR se od roku 2011 zvýšil o téměř 14,5 %, zatímco produkce Prazdroje se zvýšila o 13,5 %. Díky nižšímu tempu růstu produkce vybrané společnosti oproti tempu růstu celkové produkce na území ČR došlo k mírnému snížení jejího podílu na celkové produkci piva v ČR. Ovšem i přes toto snížení si Plzeňský Prazdroj udržel výrazný odstup od svých konkurentů. Druhým podnikem s největším výstavem piva v ČR v roce 2018 byl Staropramen, jenž vyprodukoval téměř 3 mil. hl piva a podílel se na celkovém výstavu téměř 14 %. Následovala společnost Heineken s úrovní výstavu téměř 2,5 mil. hl, a dále Budějovický Budvar, jehož výstav v roce 2018 činil 1,6 mil. hl. Bylo zjištěno, že výše uvedené společnosti se podílely na výstavu piva ČR neuvěřitelnými 73,6 %, tudíž na ostatní společnosti připadalo pouze zbylých 26,4 %.

Dále byl hodnocen podíl pivovarů na celkové hodnotě spotřeby piva v ČR. Největším podílem na tuzemské spotřebě piva v roce 2018 se mohl chlubit opět Plzeňský Prazdroj z více než 42 %. Ten byl následován skupinou Pivovary Staropramen, jež se na tuzemské spotřebě podílela 13,3 %. Třetím podnikem s největším podílem na tuzemské spotřebě piva byl Heineken ČR s 10,4 %, jenž byl následován Budějovickým Budvarem, jehož podíl byl ve výši 3,2 %. Dohromady tak tyto podniky pokryly okolo 70 % spotřeby piva v ČR.

V rámci komparace obecných hospodářských ukazatelů vybraných pivovarnických společností byla dále posuzována jejich výkonnost na zahraničních trzích. Ze zjištěných údajů vyplynulo, že se na exportu piva z ČR v roce 2018 v absolutních hodnotách nejvíce podílela společnost Plzeňský Prazdroj s více než 33 %. Tuto společnost následoval

Budějovický Budvar s podílem téměř 21 %, a dále Heineken ČR s hodnotou podílu 14,5 %. Poslední hodnocená společnost Staropramen se podílela na exportu piva téměř 14 %.

Zajímavé byly ovšem také hodnoty relativního exportu jednotlivých společností. Ukázalo se, že Budějovický Budvar vyprodukoval za poslední analyzovaný rok téměř 70 % svého celkového výstupu pro export, čímž dal jasně najevo svou vysokou exportní výkonnost. Naopak Plzeňský Prazdroj, jenž měl největší podíl na celkovém exportu ČR, vykázal nejnižší hodnotu relativního exportu ze všech společností. Pouze necelých 20 % výstupu této společnosti bylo v roce 2018 produkováno pro zahraniční trh.

V oblasti analýzy ekonomické efektivnosti pivovarů dosáhl nejlepších výsledků opět Plzeňský Prazdroj. Tržby z prodeje vlastních výrobků a služeb této společnosti dosáhly v roce 2018 více než 16,4 mld. Kč, což byla jejich absolutně nejvyšší hodnota za sledované období. Celkově od roku 2013 vzrostly tržby Prazdroje o více než 3 mld. Kč. Plzeňský Prazdroj tak po celou dobu udržoval oproti ostatním společnostem veliký náskok. Nejvíce se vysokým hodnotám jeho tržeb přiblížila společnost Staropramen, jejíž tržby v roce 2018 činily 7,6 mld. Kč.

Velkého rozdílu oproti ostatním společnostem dosáhl Plzeňský Prazdroj také v oblasti výsledku hospodaření za účetní období. Jeho zisk dosáhl v roce 2018 hodnoty téměř 4,5 mld. Kč. Tato hodnota byla téměř 16x vyšší než zisk, který vytvořil Budějovický Budvar. Třetí společností s nejlepším výsledkem hospodaření byl Heineken ČR, jenž v roce 2017 vygeneroval 206 mil. Kč čistého zisku. Hodnoty výsledku hospodaření Staropramenu se pohybovaly v záporných hodnotách.

Objektivnější srovnání ekonomické efektivnosti jednotlivých společností poskytly dva poměrové ukazatele, přičemž prvním ukazatelem byla ziskovost na půllitr piva a druhým byla náročnost na zaměstnance. Nejlepších výsledků v oblasti zisku vyjádřeného na jednotku produkce dosahoval po všechna analyzovaná období Plzeňský Prazdroj, jenž vygeneroval nejvyšší ziskovost na půllitr piva v roce 2018, kdy byl schopný na jednom prodaném pivu vydělat 2,57 Kč. Tento podnik potvrdil svou pozici jednoznačného cenového lídra na tuzemském trhu s pivem, který se dlouhodobě drží strategie vysokých cen. Nejvíce se vysokým hodnotám ziskovosti Plzeňského Prazdroje přiblížil národní podnik Budějovický Budvar. V roce 2018 činil jeho zisk na půllitru piva až 0,84 Kč. Společnost Heineken dosáhla třetích nejlepších výsledků, přičemž v roce 2017 vydělala na jednom

prodaném pivu 0,46 Kč. Společnost Pivovary Staropramen vykázala nejhorší výsledky, jelikož se její ziskovost na půllitr pohybovala každoročně v záporných hodnotách.

Dalším poměrovým vyjádřením byl ukazatel náročnosti na zaměstnance. Nejnižšího, a tudíž i nejlepšího podílu dosáhl Plzeňský Prazdroj, kde se během sledovaného období podíl osobních nákladů na tržbách pohyboval v intervalu 9,9 % – 11 %. Tento podíl byl navíc poměrně stabilní, tedy dané společnosti rostly jak osobní náklady, tak tržby. Druhých nejlepších hodnot dosahoval podnik Budějovický Budvar, jehož průměrná náročnost na zaměstnance za sledované období byla ve výši 12,6 %. Následoval Staropramen s průměrnou náročností na zaměstnance ve výši 13,1 %. U společnosti Heineken ČR se podíl osobních nákladů na celkových tržbách pohyboval na průměrné hodnotě 13,9 %, tudíž výsledek této společnosti byl vyhodnocen jako nejméně výhodný. Ovšem v případě Heinekenu je nutné přihlížet ke skutečnosti, že dosud neuveřejnil účetní výkazy za rok 2018.

Druhou důležitou součástí celkové analýzy postavení Plzeňského Prazdroje na trhu byla finanční analýza, která byla rozdělena na analýzu deseti vybraných poměrových ukazatelů a na analýzu bankrotně - bonitního modelu Index IN01. V rámci analýzy poměrových ukazatelů byla nejdříve hodnocena běžná likvidita podniků. Ukázalo se, že nejlepších výsledků dosahoval Budějovický Budvar s průměrnou hodnotou běžné likvidity ve výši 7,23. Jako třetí nejlepší se umístil Plzeňský Prazdroj, jenž udržoval hodnoty běžné likvidity silně pod minimální doporučenou hranicí 1,5, tedy aplikoval agresivnější strategii financování. Nejnižší průměrná hodnota likvidity byla zaznamenána u Heinekenu ČR.

Oproti ukazateli likvidity se všechny čtyři vybrané ukazatele výnosnosti (rentability) Plzeňského Prazdroje pohybovaly ve vysoce nadprůměrných hodnotách. Rentabilita celkových aktiv Plzeňského Prazdroje vzrostla od roku 2013 z hodnoty 21 % na hodnotu téměř 39 % v roce 2018. Z toho vyplývá, že daná společnost dokázala velmi efektivně přeměňovat vložený kapitál na zisk. Druhé nejlepší výsledky vykazoval Heineken ČR, u něhož dosáhl ukazatel ROA nejvyšší hodnoty 8,4 % v roce 2017.

Stejně tak u ukazatele rentability tržeb si nejlépe vedl Plzeňský Prazdroj, jenž v posledním roce sledovaného období dokázal z 1 Kč tržeb vyprodukovat více než 0,3 Kč zisku. To znamená, že podnik měl přiměřeně vysoké náklady na výrobu a jeho výrobky byly dobře naceněny. Druhých nejlepších výsledků v roce 2018 dosáhl podnik Budějovický Budvar, kdy činila hodnota jeho ukazatele ROS více než 12 %.

Z vypočtených hodnot rentability vlastního kapitálu je možno konstatovat, že nejlepší výsledky vykázal opět Plzeňský Prazdroj, který v roce 2018 dosáhl maxima, kdy na 1 Kč vlastního kapitálu generoval téměř 0,7 Kč čistého zisku. Na druhé nejlepší pozici se s velkým odstupem umístil Heineken ČR.

Posledním ukazatelem rentability, byl ukazatel nákladovosti tržeb. Přičemž nejlepších a nejstabilnějších hodnot ukazatele ROC dosáhla společnost Plzeňský Prazdroj. U této společnosti připadalo na 1 Kč tržeb v průměru 0,72 Kč nákladů. Druhých nejlepších výsledků dosáhl Budějovický Budvar, jehož průměrná hodnota ROC činila 0,87 Kč. Obecně nejhorsích výsledků rentability dosahoval Staropramen, jelikož po celé všechna období byly jeho náklady vyšší než tržby.

V rámci analýzy poměrových ukazatelů byly zpracovány tři ukazatele zadluženosti. Rozdíly v zadluženosti jednotlivých podniků byly poměrně veliké. Z hlediska celkové zadluženosti se Plzeňský Prazdroj pohyboval průměrně okolo maximální doporučené hodnoty 60 %, ovšem oproti ostatním podnikům dosáhl nejstabilnějších výsledků. Hodnoty celkové zadluženosti Staropramenu a Heinekenu ČR překročily hranici 70 %, tudíž lze jejich způsob financování označit za agresivní. Naopak Budějovický Budvar vykazoval nejnižší zadluženost, tudíž dosahoval nejvyšších hodnot ukazatelů vlastnického rizika a finanční samostatnosti.

V oblasti obratu oběžných aktiv dosáhl nejlepších výsledků Plzeňský Prazdroj, kde se průměrný počet obrátek pohyboval okolo 5. Hodnota tohoto ukazatele se u této společnosti za sledované období zvýšila o 0,80, což byl vůbec nejvyšší nárůst oproti konkurentům.

Plzeňský Prazdroj také dosáhl nejlepších hodnot ukazatele obratu pohledávek, což poukazuje na fakt, že má tato společnost příznivé vztahy s obchodními partnery. V roce 2014 byl Plzeňský Prazdroj schopen obrátit své pohledávky v tržbách téměř 16x.

Poslední část finanční analýzy byla tvořena hodnocením pomocí bankrotně - bonitního modelu index IN01, přičemž opět nejlepších výsledků dosáhl Plzeňský Prazdroj. Po celou dobu udržoval hodnoty indexu nad horní hranici šedé zóny, tudíž tvořil hodnotu. U tohoto podniku navíc po celé analyzované období vykazoval index IN01 rostoucí tendenci.

Na základě výstupů vypracovaných dílčích analýz byla zpracována souhrnná SWOT analýza, ze které byla jasně patrná převaha silných stránek podniku. Jako silná stránka podniku byla hodnocena například vysoká rentabilita, největší podíl na trhu s pivem, největší ziskovost na püllitr či silné produktové portfolio. Slabou stránkou podniku byla

především nízká běžná likvidita, která byla výsledkem agresivnějšího způsobu financování. Jako příležitost bylo pro Plzeňský Prazdroj navrženo navýšení exportu a proniknutí jeho produktů na nové zahraniční trhy. Neméně důležité je udržení silného portfolia, které by bylo dobré obohatit o případné inovace. Současná strategie společnosti vychází z moderních trendů v odvětví a ze sledování potřeb jejích zákazníků. Společnost si udržuje svou klientelu díky kvalitním produktům, ale i díky rozsáhlé reklamní kampani. Je důležité, aby se společnost držela této strategie i v budoucnu, jelikož je pivovarský trh velmi konkurenční prostředí, a proto musí společnost pracovat na průběžných inovacích a obměnách svých produktů. Tuzemský trh je orientován zejména na ležáky plzeňského typu, ale také na nové pivní speciály, proto by se měl pivovar zaměřit především na tyto produkty. Nabízí se například možnost rozšíření stávajícího produktového portfolia společnosti o piva typu ALE, IPA či Weizen. Určitou hrozbu pak představuje klesající podíl Plzeňského Prazdroje na celkovém výstavu piva v ČR. Společnost by se také měla mít na pozoru před vysokou exportní výkonností Budějovického Budvaru.

Závěr

Cílem předložené diplomové práce bylo zhodnocení postavení společnosti Plzeňský Prazdroj na trhu s pivem v ČR v rozmezí let 2013 až 2018. K identifikaci konkrétního tržního postavení Plzeňského Prazdroje bylo využito rozličných hledisek a analýz pro dosažení maximálně komplexního hodnocení, přičemž ke komparaci s touto společností byly vybrány tři konkurenční pivovarnické subjekty, které též působí na území ČR a jsou velmi významnými producenty a exportéry piva. Jednalo se o společnosti Pivovary Staropramen s. r. o., Heineken ČR, a. s. a Budějovický Budvar, n. p.

Před zahájením všech analýz bylo nutné v rámci literární rešerše nastínit obecná východiska nezbytná k vypracování části praktické. V první části literární rešerše byla představena historie výroby piva ve světě, základní suroviny pro výrobu piva, a dále byl stručně popsán technologický postup výroby piva. Druhá část literární rešerše si dala za úkol vymezit historii pivovarnického oboru na území ČR a charakterizovat pivo českého typu včetně způsobu označování piva a výše výměru spotřební daně. Následovalo hodnocení současné situace českého trhu s pivem a okrajové vymezení jeho vývojových tendencí.

Pivovarství je v tuzemsku z hlediska potravinářského sektoru jedním z nejziskovějších odvětví. Trh s pivem v ČR lze vystihnout charakteristickou oligopolní strukturou. Bylo zjištěno, že počet činných pivovarů v ČR neustále roste, a to zvláště díky pokračujícímu boomu minipivovarů. Spotřebitelé začali objevovat nové a neotřelé pivní styly, které jim právě minipivovary začaly nabízet. Není divu, že některé velké pivovarnické skupiny zahájily úzkou spolupráci s minipivovary, jelikož tímto krokem mohly rozšířit své stávající produktové portfolio o atypické pivní styly, a zároveň tím podpořily své marketingové aktivity. V roce 2018 bylo v ČR celkem zaznamenáno již 475 činných pivovarů. Podle předpokladů odborníků má český trh kapacitu na uživení až 1000 pivovarů. Také výstav piva v ČR byl v roce 2018 rekordní a dosáhl celkem na 21,3 mil. hl. V posledním sledovaném roce byl zaznamenán nárůst ve výši spotřeby piva na jednoho obyvatele za kalendářní rok. ČR si ve výši tohoto ukazatele udržuje dlouhodobý světový primát a v roce 2018 jej se svými 141 litry piva na obyvatele opět úspěšně obhájila. Export piva z ČR nadále roste a velkým pivovarům se v tomto ohledu velmi daří. Nejvíce piva v roce 2018 bylo z ČR vyvezeno do Slovenska, Německa a Polska. Import piva do ČR byl v posledních letech téměř zanedbatelný. Nejvíce piva v roce 2018 do ČR dovezlo Polsko.

Další částí literární rešerše byla charakteristika pivovarnické skupiny Plzeňský Prazdroj včetně popisu jejího vzniku a stručné historie. Charakterizovány byly též jednotlivé pivovary společnosti, tedy pivovar Plzeňský Prazdroj, Gambrinus, Velké Popovice a nejmladší Radegast. Ke každému pivovaru bylo přiřazeno pivní portfolio, ve kterém byly představeny jeho aktuální produkty a jejich stručné charakteristiky.

V úvodu praktické části diplomové práce byly elementárně představeny vybrané konkurenční pivovarnické skupiny, jejich historie a produktová portfolia. Poté již mohla být provedena samotná analýza postavení Plzeňského Prazdroje na trhu. Tato komplexní analýza byla rozdělena na tři bloky, a to na analýzu obecných hospodářských ukazatelů, finanční analýzu a SWOT analýzu. Podklady pro zpracování analýz byly získány zejména z účetních výkazů společností, které jsou veřejně dostupné na portálu obchodního rejstříku (justice.cz). Dále bylo hojně využito dat a statistik pocházejících z Českého svazu pivovarů a sladoven.

V analytické části práce byla nejprve vypracována analýza obecných hospodářských ukazatelů, jež sestávala ze čtyř dílčích analýz. Bylo zjištěno, že Plzeňský Prazdroj zaujímá bezkonkurenčně největší procentuální podíl na celkovém výstavu piva v ČR, a také na celkové spotřebě piva v ČR. Na exportu piva z ČR se v roce 2018 v absolutních hodnotách opět nejvíce podílel tento lídr trhu, a to z více než 33 %. V oblasti analýzy ekonomické efektivnosti dosáhl nejlepších výsledků opět Plzeňský Prazdroj s rekordní výší tržeb v roce 2018, kdy přesáhly více než 16,4 mld. Kč. Také, co se výše výsledku hospodaření týče, dosáhl nejlepšího výsledku podnik Plzeňský Prazdroj. V roce 2018 dosáhl jeho výsledek hospodaření hodnoty téměř 4,5 mld. Kč, tedy byl až 16x vyšší než zisk, který vytvořil konkurenční Budějovický Budvar. Objektivnější srovnání ekonomické efektivnosti jednotlivých společností poskytly dva poměrové ukazatele, přičemž prvním ukazatelem byla ziskovost na půllitr piva a druhým byla náročnost na zaměstnance. Plzeňský Prazdroj obzvláště dokázal svou převahu nad konkurencí tím, že v roce 2018 vygeneroval nejvyšší ziskovost na půllitr piva, kdy na jednom prodaném pivu vydělal až 2,57 Kč. Tím potvrdil svou pozici cenového lídra na tuzemském trhu s pivem, jenž se dlouhodobě drží své úspěšné strategie vysokých cen. Nejnižší, a tudíž i nejlepší hodnoty dosáhl Plzeňský Prazdroj v ukazateli náročnosti na zaměstnance, jelikož se během sledovaného období podíl osobních nákladů na tržbách této společnosti pohyboval v intervalu 9,9 % – 11 %.

Za stěžejní nástroj, jenž byl v praktické části práce využit, je nutno označit finanční analýzu, která byla rozdělena na analýzu deseti poměrových ukazatelů a na analýzu

bankrotně - bonitního modelu index IN01. První poměrový ukazatel představovala běžná likvidita, přičemž Plzeňský Prazdroj udržoval její hodnoty silně pod minimální doporučenou hranicí 1,5, tedy aplikoval agresivnější strategii financování. Nejnižší průměrná hodnota likvidity byla zaznamenána u Heinekenu ČR. Naopak oproti ukazateli likvidity se všechny čtyři analyzované ukazatele rentability Plzeňského Prazdroje pohybovaly ve vysoce nadprůměrných hodnotách, tudíž dosahoval oproti komparovaným podnikům nejlepších výsledků. Nejhorších výsledků rentability dosahoval Staropramen, jelikož po celé všechna období byly jeho náklady vyšší než tržby. Z hlediska celkové zadluženosti se Plzeňský Prazdroj pohyboval průměrně okolo maximální doporučené hodnoty 60 %, ovšem oproti ostatním podnikům dosáhl nejstabilnějších výsledků. V oblasti ukazatelů aktivity dosahoval nejlepších výsledků opět lídr trhu Plzeňský Prazdroj. V roce 2014 byl schopen obrátit své pohledávky v tržbách téměř 16x, což představuje oproti jeho konkurentům rekordní výsledek. Závěr finanční analýzy představoval vícekriteriální souhrnný model index IN01. Plzeňský Prazdroj udržoval hodnoty indexu nad horní hranicí šedé zóny, tudíž po celé hodnocené období tvořil hodnotu. Navíc oproti jeho konkurentům vykazoval index IN01 rostoucí tendenci.

Závěrem vypracovaná SWOT analýza Plzeňského Prazdroje pak poskytla přehledný souhrn významných skutečností zjištěných na základě zpracovaných analýz společně s identifikací případných budoucích příležitostí a hrozeb. Z provedené analýzy byla jasně patrná převaha silných stránek vybraného podniku. Díky těmto silným stránkám disponuje podnik velkou vyjednávací silou a udržuje si oproti konkurentům vysoce dominantní pozici.

Dle předpokladů autorky práce došlo na základě všech vypracovaných analýz k potvrzení nejlepších výsledků hospodaření u jedničky na trhu, kterou je Plzeňský Prazdroj. Plzeňský Prazdroj je dominantní tuzemskou pivovarnickou společností s největším podílem na českém pivním trhu, a také na celkovém exportu piva z ČR. Tato společnost nabízí spotřebitelům široké pivní portfolio, které obsahuje silné a tradiční brandy, jako je například ikonický Pilsner Urquell. Plzeňský Prazdroj lze považovat za ekonomicky špičkově fungující. Efektivita vynaložených nákladů této společnosti je více než nadprůměrná. Oproti konkurentům udržuje Prazdroj značně vyšší hodnoty rentability, a také celkový vývoj jeho hospodaření je stabilnější. Díky úspěšné strategii vysokých cen si udržuje dlouhodobě rostoucí zisky. Na českém pivním trhu má Plzeňský Prazdroj své nezastupitelné místo a je vysoce pravděpodobné, že si své silné postavení udrží i v budoucnu.

Seznam použitých zdrojů

BASAŘOVÁ, Gabriela, 1967. Analytické hodnoty pív plzeňského typu a jejich vztah k technologii. *Kvasný průmysl*. 13. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **13**(12), 282-286. DOI: 10.18832/kp1967036. ISSN 2571-3868.

BASAŘOVÁ, Gabriela, 2010. *Pivovarství: teorie a praxe výroby piva*. Vyd. 1. Praha: Vydavatelství VŠCHT, 863 s. ISBN 978-80-7080-734-7.

BASAŘOVÁ, Gabriela a Karel KOSAŘ, 2000. Nejslavnější éra českého pivovarnictví. *Kvasný průmysl*. 46. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **46**(4), 99-101. DOI: 10.18832/kp2000007. ISSN 2571-3868.

BASAŘOVÁ, Gabriela a Josef VACL, 2019. Tradice a budoucnost nejen českého pivovarství. *Kvasný průmysl*. 65. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **65**(3), 2-5. ISSN 2571-3868.

BERKA, Václav, Jaroslav ROUS a Jiří FAMĚRA, 1994. Modernizace pivovaru Prazdroj. *Kvasný průmysl*. 40. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **40**(10), 305-308. ISSN 2571-3868.

BERKOWITZ, Eric, Roger KERIN a William RUDELIUS, 1989. *Marketing - Second Edition: International Student Edition*. Boston: IRWIN, 752 s. ISBN 08016-0399-4.

BÍLÝ, Vojtěch, 2018. *Nová vyhláška zřehlední orientaci v širokém sortimentu pív* [online]. Ministerstvo zemědělství [cit. 2020-02-08]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2018_nova-vyhlaska-zprehledni-orientaci-v.html

BREJČÁK, Peter, 2019. Jdeme cestou zdravého rozumu, hlásí Gambrinus. Od ledna přestane stáčet pivo do PET lahví. *CzechCrunch* [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2019/11/jdeme-cestou-zdraveho-rozumu-hlasi-gambrinus-od-ledna-prestane-stacet-pivo-do-pet-lahvi/>

BUDĚJOVICKÝ BUDVAR, N. P., , 2020. O Budějovickém Budvaru. *Budějovický Budvar, n. p.* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <https://www.budejovickybudvar.cz/pivovar/o-budejovickem-budvaru>

CELNÍ SPRÁVA ČR, , 2019. Daň z piva a daň z vína a meziproductů. *BussinesInfo.cz* [online]. [cit. 2020-02-10]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/dan-z-piva-a-dan-z-vina-a-meziproductu/>

ČEJKA, Pavel, Vladimíra KELLNER, Jiří ČULÍK, Tomáš HORÁK a Marie JURKOVÁ, 2004. Charakterizace piva českého typu. *Kvasný průmysl*. 50. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **50**(1), 3-11. DOI: 10.18832/kp2004001. ISSN 2571-3868.

Československá Pivovarsko-sladařská ročenka 2019, b.r. 2019. Olomouc: Agriprint, s.r.o., 191 s. ISBN 978-80-87091-81-4.

ČSPS, , 2019. *Produkce českého piva loni rostla, ve světě chutná stále více* [online]. In: . Praha: Český svaz pivovarů a sladoven [cit. 2020-02-05].

ČSPS, , 2019. *Produkce českého piva se i letos udrží na solidní úrovni* [online]. Praha: Český svaz pivovarů a sladoven [cit. 2020-02-09]. Dostupné z: <http://ceske-pivo.cz/tz2019/produkce-ceskeho-piva-se-i-letos-udrzi-na-solidni-urovni>

ČUŘÍN, Jiří, 1987. Charakteristika piva českého typu. *Kvasný průmysl*. 33. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **33**(8-9), 233-236. DOI: 10.18832/kp1987045. ISSN 2571-3868.

DUPAL, Libor, 2018. *PIVO a nová vyhláška o požadavcích na nápoje, kvasný ocet a droždí* [online]. Sdružení českých spotřebitelů, z. ú. [cit. 2020-02-08]. Dostupné z: <https://www.konzument.cz/users/news/2-novinky/attach/469-web-tema-pivo-xii-18.pdf>

FIALOVÁ, Zuzana, 2019. Pěstitelé čekají průměrnou úrodu. *Zemědělec*. 50. **50**(37), 5. ISSN 1211-3816.

GRÜNWARD, Rolf a Jaroslava HOLEČKOVÁ, 2007. *Finanční analýza a plánování podniku*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 318 s. ISBN 978-80-86929-26-2.

HASÍK, Tomáš, 2013. *Svět piva a piva světa*. 1. vyd. Praha: Grada, 128 s. ISBN 978-80-247-4648-7.

HEINEKEN ČR, A. S., , 2020. Kdo jsme. *Heineken ČR, a. s.* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <http://www.heinekenceskarepublika.cz/kdo-jsme>

HLAVÁČEK, Ivo, 1967. K historii pivovaru a vývoji technologie v plzeňském Prazdroji. *Kvasný průmysl*. 13. Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **13**(12), 267-272. DOI: 10.18832/kp1967033. ISSN 2571-3868.

HORÁČEK, Michal, 2016. Technický a vědecký pokrok českého pivovarství v evropských souvislostech 19. století. *Kvasný průmysl*. 62. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **62**(1), 9-14. DOI: 10.18832/kp2016002. ISSN 2571-3868.

CHLÁDEK, Ladislav, 2007. *Pivovarnictví*. 1. vyd. Praha: Grada, 207 s. Řemesla, tradice, technika. ISBN 978-80-247-1616-9.

JACKSON, Michael, 1994. *Encyklopedie piva*. 1. vyd. Praha: Volvox Globator, 544 s. ISBN 80-85769-37-9.

KISLINGEROVÁ, Eva a Jiří HNILICA, 2005. *Finanční analýza: krok za krokem*. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 137 s. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-321-3.

KNÁPKOVÁ, Adriana, Drahomíra PAVELKOVÁ a Karel ŠTEKER, 2013. *Finanční analýza: komplexní průvodce s příklady*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 236 s. Prosperita firmy. ISBN 978-80-247-4456-8.

KOLLÁR, Anton, 2012. *Pivo: zdraví, souvislosti, žízeň, obezita, alkoholismus, kuriozity*. Vyd. 1. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 154 s. ISBN 978-80-7204-795-6.

KRÁSOVÁ, Kateřina, 2015. Plzeňský Prazdroj oznámil finanční výsledky. *Plzeňský Prazdroj, a. s.* [online]. Plzeň [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/1520-plze-sks-prazdroj-ozn-mil-finan-n-vssledky>

KRATOCHVÍLE, Antonín, 1994. Perspektiva českého sladařství a pivovarství. *Kvasný průmysl*. 40. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **40**(4), 102-106. DOI: 10.18832/kp1994007. ISSN 2571-3868.

KRŠKOVÁ, Ivana, 2019. *Chmelu se dařilo, letošní sklizeň je jednou z nejvyšších za poslední roky* [online]. ÚKZÚZ [cit. 2020-02-02]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/ukzuz/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2019_chmelu-se-darilo-letosni-sklizen-je.html

KRŠŇÁKOVÁ, Eva, 2017. *Velkopopovická legenda: 200. výročí narození zakladatele pivovaru barona Františka Ringhoffera*. Velké Popovice: Plzeňský prazdroj, a.s., Pivovar Velké Popovice, 61 s. ISBN 978-80-270-5374-2.

MAIER, Tomáš, 2017. Maier: Zaklínadlo jménem stupňovitost. *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/relax/pivo-a-pivovary/maier-zaklinadlo-jmenem-stupnovitost.A170213_160833_In-pivo_mpt

MAIER, Tomáš a Josef SLABOCH, 2011. Vybrané aspekty finanční analýzy společností Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen a Rodinný pivovar Bernard - část I: Metodika. *Kvasný průmysl*. 57. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., **57**(10), 377-380. DOI: 10.18832/kp2011041. ISSN 2571-3868.

MARK, Joshua, 2018. Beer. *Ancient history Encyclopedia* [online]. Ancient History Encyclopedia [cit. 2020-01-26]. Dostupné z: <https://www.ancient.eu/Beer/>

MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ, 2019. *Situační a výhledová zpráva CHMEL, PIVO 2019* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství [cit. 2020-01-31]. ISBN 978-80-7434-258-9. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/publikace-a-dokumenty/situacni-a-vyhledove-zpravy/roslinne-komodity/chmel-a-pivo/>

NĚMEC, Jan, 2019. Zachráněné pivovary. *Ekonom* [online]. 63. Praha: Economia, a.s., **63**(26-27), 10-37 [cit. 2020-02-05]. ISSN 1210-0714. Dostupné z: <https://ekonom.ihned.cz/c1-66597580-zachranene-pivovary>

NĚMEC, Jan, 2019. Minipivovary stále rostou a velcí hráči je nepodceňují. Bezstarostné časy ale končí. *Ekonom* [online]. Economia [cit. 2020-02-09]. ISSN 1210-0714. Dostupné z: <https://ekonom.ihned.cz/c1-66680720-minipivovary-stale-rostou-velci-vyrobci-uz-je-nepodcenuji>

NEUMAIEROVÁ, Inka a Ivan NEUMAIER, 2002. *Výkonnost a tržní hodnota firmy*. 1. vyd. Praha: GRADA Publishing, 216 s. Finance pro praxi. ISBN 80-247-0125-1.

NOVÁK, Jan A., 2014. *Utajené osobnosti českých dějin: vědci, vynálezci a podnikatelé, na které se mělo zapomenout*. Vyd. 1. Frýdek-Místek: Alpress, 336 s. Knihy záhad. ISBN 978-80-7466-534-9.

NOVOTNÝ, Petr, 2017. *Pivařka: tajemství domácího pivovarství*. Vydání první. V Brně: Jota, 328 s. Populárně naučná. ISBN 978-80-7565-108-2.

OBŮRKOVÁ, Eva a Milan PLCH, 2016. *Kam za pivem v Čechách a na Moravě*. 2. vydání. Brno: CPress, 144 s. ISBN 978-80-264-1137-6.

Pivovarský kalendář 2020, 2019. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, 360 s. ISBN 978-80-86576-88-6.

PIVOVARY STAROPRAMEN S. R. O., , 2020. Naše značky. *Pivovary Staropramen s. r. o.* [online]. [cit. 2020-03-04]. Dostupné z: <https://pivovary-staropramen.cz/cs/o-nas/nase-znacky/>

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A. S., , 2016. Gambrinus: Patron zabodoval, pokračuje zlepšováním piva v hospodách. *Plzeňský Prazdroj, a. s.* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/gambrinus-patron-zabodoval-pokracuje-zlepsovanim-piva-hospodach>

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A. S., , 2018. Plzeňský Prazdroj zvyšuje kapacitu výroby prémiového ležáku Pilsner Urquell. *Plzeňský Prazdroj, a. s.* [online]. [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/plzensky-prazdroj-zvysuje-kapacitu-vyroby-premioveho-lezaku-pilsner-urquell>

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A. S., , 2018. Boj proti suchu. *Plzeňský Prazdroj, a. s.* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://www.radegast.cz/bojprotisuchu/>

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A. S., , 2020. Historie české legendy. *Plzeňský Prazdroj, a.s.* [online]. [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/nas-pribeh/historie>

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ, A. S., , 2020. Naše pivo. *Plzeňský Prazdroj, a. s.* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/nase-pivo>

POTRAVINÁŘSKÁ KOMORA, , 2011. Výstav tuzemského pivovarství vykazuje za prvních sedm měsíců letošního roku pokračující stagnaci. *Potravinářská komora* [online]. [cit. 2020-02-12]. Dostupné z: <http://www.agris.cz/clanek/172775>

PRAŽSKÁ, Lenka a Jiří JINDRA, 2002. *Obchodní podnikání*. 2. přeprac. vyd. Praha: Management Press, 880 s. ISBN 80-7261-059-7.

PTÁČNÍK, Stanislav, 2009. Českých pivovarů se krize příliš nedotkla. *Právo* [online]. [cit. 2020-02-09]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/ceskych-pivovaru-se-krize-prilis-nedotkla-40222580>

RÉBLOVÁ, Martina, 2019. *Věčný odkaz Louise Pasteura: Kde rostou kvasinky a jak probíhá alkoholové kvašení* [online]. [cit. 2020-01-27]. Dostupné z: <https://mojelahve.cz/clanek/vecny-odkaz-louise-pasteura-kde-rostou-kvasinky-a-jak-probiha-alkoholove-kvaseni-867>

RICHTER, Jan, 2018. Z Plzeňského Prazdroje uděláme globální značku, říká šéf východoevropské divize Asahi Paolo Lanzarotti. *Ekonom* [online]. [cit. 2020-02-14]. Dostupné z: <https://ekonom.ihted.cz/c1-66320080-na-nealko-plzen-se-radeji-neptejte>

RŮČKOVÁ, Petra, 2015. *Finanční analýza: metody, ukazatele, využití v praxi*. 5., aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 160 s. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-5534-2.

RŮČKOVÁ, Petra a Michaela ROUBÍČKOVÁ, 2012. *Finanční management*. 1. vyd. Praha: Grada, 290 s. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-4047-8.

SEDLÁČEK, Jaroslav, 2011. *Finanční analýza podniku*. 2., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, 160 s. ISBN 978-80-251-3386-6.

STELLNER, František a Lukáš POLANECKÝ, 2016. Vývoj jihočeského pivovarství na přelomu 20. a 21. století. *Kvasný průmysl*. 62. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., 62(2), 67-70. DOI: 10.18832/kp2016011. ISSN 2571-3868.

STRATILÍK, Ondřej, 2019. *KONEC PIVNÍHO ROMANTISMU V ČESKU: NADŠENCI UVOLŇUJÍ MÍSTO TRADIČNÍM ZNAČKÁM*. *Euro* [online]. Mladá fronta a.s. [cit. 2020-02-08]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/byznys/konec-pivniho-romantismu-v-cesku-nadsenci-uvolnuji-misto-tradicnim-znackam-1468987>

ŠENK, Michal, 2018. Češi vypili nejméně piva v historii, ležák poprvé porazil výčepní. Projděte si nová čísla. *Česká tisková kancelář* [online]. [cit. 2020-02-11]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/finance/nakupovani/cesi-piji-mene-piva-lezak-poprve-porazil-vycepni-podivejte-s/r~ce225bca422611e8ac3d0cc47ab5f122/>

ŠTĚDRŮ, Bohumír, 2012. *Prognostické metody a jejich aplikace*. Vyd. 1. V Praze: C.H. Beck, 224 s. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7179-174-4.

ŠTOLLEOVÁ, Barbora, 2016. Pivovary v českých zemích pod tlakem okupace: institucionální a majetkoprávní změna. *Kvasný průmysl*. 62. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., 62(2), 63-66. DOI: 10.18832/kp2016010. ISSN 2571-3868.

VACL, Josef, 2013. Netradiční formy komunikace v pivovarství a hledání jejich potenciálu. *Kvasný průmysl*. 59. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., 59(10-11), 275-283. DOI: 10.18832/kp2013027. ISSN 2571-3868.

VACL, Josef, 2018. Vliv minipivovarů na cestovní ruch v České republice. *Kvasný průmysl*. 64. Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., 64(2), 76-87. ISSN 2571-3868.

VEČERNÍČEK, Jaroslav, 2015. *Dějiny piva: od zrození až po konec středověku*. 2. vydání. V Brně: CPress, 144 s. ISBN 978-80-264-0879-6.

VOCHOZKA, Marek, 2011. *Metody komplexního hodnocení podniku / Marek Vochozka*. 2011. Praha: Grada, 246 s. ISBN 9788024736471.

VRÁNA, Filip, 2018. Právovárečná měšťanstva - část 1: Historie a právní vývoj. *Kvasný průmysl*. 64. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., 64(1), 29-34. DOI: 10.18832/kp201806. ISSN 2571-3868.

ZAMAZALOVÁ, Marcela, 2010. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 240 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-115-4.

Přílohy

Příloha 1: Vybrané položky účetních výkazů Plzeňského Prazdroje v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Příloha 2: Vybrané položky účetních výkazů Staropramenu v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Příloha 3: Vybrané položky účetních výkazů Heinekenu ČR v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Příloha 4: Vybrané položky účetních výkazů Budějovického Budvaru v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Příloha 1: Vybrané položky účetních výkazů Plzeňského Prazdroje v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Plzeňský Prazdroj, a. s.						
Rozvaha	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Aktiva celkem	16350	15115	15312	14850	15766	14259
Dlouhodobý majetek	12387	11743	11590	11297	10778	10277
<i>Dlouhodobý nehmotný majetek</i>	1007	920	1168	1227	1087	599
<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	11369	10812	10411	10059	9680	9668
<i>Dlouhodobý finanční majetek</i>	11	11	11	11	11	10
Oběžná aktiva	2934	2417	2740	2572	3982	3051
<i>Zásoby</i>	1621	1538	1047	1115	1134	1117
<i>Pohledávky</i>	1269	847	1634	1408	2522	1901
<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	44	32	59	49	326	33
Časové rozlišení	1029	955	982	981	1006	931
Pasiva celkem	16350	15115	15312	14850	15766	14259
Vlastní kapitál	5575	5692	5503	4959	5881	6397
<i>Základní kapitál</i>	2000	2000	2000	2000	2000	2000
<i>Ážio a kapitálové fondy</i>	312	308	402	-8	3	-61
<i>Fondy ze zisku</i>	411	411	0	0	0	0
<i>Výsledek hospodaření minulých let</i>	37	12	237	10	11	2
<i>Výsledek hospodaření běžného účetního období</i>	2815	2961	2864	2957	3867	4456
Cizí zdroje	10770	9422	9808	9889	9884	7828
<i>Rezervy</i>	260	402	301	256	515	409
<i>Dlouhodobé závazky</i>	1219	5135	4939	4866	4802	2254
<i>Krátkodobé závazky</i>	9291	3885	4568	4767	4567	5165
Časové rozlišení	5	1	1	2	1	34
Výkaz zisků a ztrát	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tržby z prodeje výrobků a služeb	13060	12924	13869	14338	14592	16408
Tržby za prodej zboží	468	325	69	105	298	109
Výkonová spotřeba	7280	7128	7653	7942	7636	7831
Změna stavu zásob vlastní činnosti	13	-14	-24	-45	-43	-13
Aktivace	-356	-314	-138	-98	-74	-54
Osobní náklady	1392	1317	1487	1592	1623	1748
Úpravy hodnot v provozní oblasti	1382	1475	1495	1507	1675	1378
Ostatní provozní výnosy	163	251	377	383	1065	249
Ostatní provozní náklady	390	223	300	234	221	228
Provozní výsledek hospodaření	3590	3685	3542	3694	4917	5648
Výnosové úroky a podobné výnosy	0	0	0	2	0	0
Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	-16	-2	-92	-1	0	1
Nákladové úroky a podobné náklady	123	121	113	113	99	120
Ostatní finanční výnosy	64	65	48	113	7	3
Ostatní finanční náklady	66	43	52	8	1	20
Finanční výsledek hospodaření	-109	-97	-25	-5	-93	-138
Výsledek hospodaření před zdaněním	3481	3588	3517	3689	4824	5510
Daň z příjmů za běžnou činnost	666	682	653	732	957	1054
Výsledek hospodaření za účetní období	2815	2906	2864	2957	3867	4456

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Příloha 2: Vybrané položky účetních výkazů Staropramenu v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Pivovary Staropramen s. r. o.						
Rozvaha	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Aktiva celkem	38173	35181	32331	30404	29773	26081
Dlouhodobý majetek	35065	32597	29753	27439	26634	22455
<i>Dlouhodobý nehmotný majetek</i>	28137	25541	22725	20469	19863	15740
<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	5157	5379	5445	5481	5376	5414
<i>Dlouhodobý finanční majetek</i>	1,14	0,705	0	0	0	0
Oběžná aktiva	2627	2003	2070	2469	2647	3099
<i>Zásoby</i>	275	253	261	283	314	328
<i>Pohledávky</i>	1672	1431	1313	1583	1961	1436
<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	680	319	496	603	372	1335
Časové rozlišení	480	581	508	496	492	527
Pasiva celkem	38173	35181	32331	30404	29773	26081
Vlastní kapitál	12446	10187	14272	13076	12650	9590
<i>Základní kapitál</i>	1000	1000	1000	1000	1000	1000
<i>Ážio a kapitálové fondy</i>	12488	12551	18663	18758	18414	12919
<i>Fondy ze zisku</i>	100	100	100	0	0	0
<i>Výsledek hospodaření minulých let</i>	0	-1143	-2751	-5391	-6682	-1181
<i>Výsledek hospodaření běžného účetního období</i>	-1143	-2322	-2740	-1291	-82	-3148
Cizí zdroje	25655	24917	18009	17277	17078	16418
<i>Rezervy</i>	66	74	75	54	56	51
<i>Dlouhodobé závazky</i>	21661	21146	14877	14208	14062	13248
<i>Krátkodobé závazky</i>	3928	3696	3057	3015	2960	3119
Časové rozlišení	72	77	50	51	45	73
Výkaz zisků a ztrát	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tržby z prodeje výrobků a služeb	9442	7619	7816	7587	7465	7618
Tržby za prodej zboží	310	285	608	1353	1465	1624
Výkonová spotřeba	5350	4605	4930	5480	5460	5848
Změna stavu zásob vlastní činnosti	17	18	-17	-26	-2	-11
Aktivace	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osobní náklady	1219	1063	1167	1105	1148	1234
Úpravy hodnot v provozní oblasti	1447	1189	3413	3193	1348	4967
Ostatní provozní výnosy	352	158	186	241	232	202
Ostatní provozní náklady	1401	2546	915	197	191	204
Provozní výsledek hospodaření	811	-1230	-1795	-768	1017	-2798
Výnosové úroky a podobné výnosy	2,8	7,4	3,0	1,0	6,0	2,0
Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	0	0	0	0	0	0
Nákladové úroky a podobné náklady	2097	1475	1271	954	959	950
Ostatní finanční výnosy	20,4	0,1	1,0	6,0	0,0	0,0
Ostatní finanční náklady	22,3	15,0	36,0	16,0	46,0	21,0
Finanční výsledek hospodaření	-2096	-1483	-1303	-963	-999	-969
Výsledek hospodaření před zdaněním	-1232,3	-2654,7	-3098	-1731	18	-3767
Daň z příjmů za běžnou činnost	-89,6	-333	-358	-440	100	-619
Výsledek hospodaření za účetní období	-1143	-2322	-2740	-1291	-82	-3148

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Příloha 3: Vybrané položky účetních výkazů Heinekenu ČR v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Heineken ČR, a. s.						
Rozvaha	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Aktiva celkem	3190	2998	2933	3037	2986	-
Dlouhodobý majetek	2007	1997	1994	2011	1948	-
<i>Dlouhodobý nehmotný majetek</i>	37	36	32	34	33	-
<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	1934	1923	1928	1942	1882	-
<i>Dlouhodobý finanční majetek</i>	35,7	37,7	34,9	35,0	34,0	-
Oběžná aktiva	814	661	620	737	750	-
<i>Zásoby</i>	205	182	213	219	191	-
<i>Pohledávky</i>	512	442	359	366	418	-
<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	96	37	47	152	142	-
Časové rozlišení	369	340	319	289	287	-
Pasiva celkem	3190	2998	2933	3037	2986	-
Vlastní kapitál	734	729	852	827	866	-
Základní kapitál	659	659	659	659	659	-
<i>Ážio a kapitálové fondy</i>	0	0	0	0	0	-
<i>Fondy ze zisku</i>	63,56	0	0	0	0	-
<i>Výsledek hospodaření minulých let</i>	-3,2	-3,2	0,0	0,0	0,0	-
<i>Výsledek hospodaření běžného účetního období</i>	14,0	73,5	193,0	167,9	206,4	-
Cizí zdroje	2452	2265	2079	2207	2117	-
<i>Rezervy</i>	72	142	133	141	140	-
<i>Dlouhodobé závazky</i>	318	463	312	632	828	-
<i>Krátkodobé závazky</i>	2062	1660	1634	1434	1150	-
Časové rozlišení	4,3	3,7	2,6	3,3	3,0	-
Výkaz zisků a ztrát	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tržby z prodeje výrobků a služeb	3085	3014	2923	2878	2808	-
Tržby za prodej zboží	136	148	246	317	327	-
Výkonová spotřeba	2368	2267	2290	2257	2204	-
Změna stavu zásob vlastní činnosti	-8,1	7,0	-12,7	10,9	5,6	-
Aktivace	0,3	0,8	0	0	-37,0	-
Osobní náklady	463	415	455	439	442	-
Úpravy hodnot v provozní oblasti	306	296	255	318	267	-
Ostatní provozní výnosy	180	159	133	178	183	-
Ostatní provozní náklady	204	197	69	121	134	-
Provozní výsledek hospodaření	53	126	246	224	263	-
Výnosové úroky a podobné výnosy	0,1	0,4	0,6	0,4	0,5	-
Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	-1,51	-0,18	-22,91	-4,41	-1,17	-
Nákladové úroky a podobné náklady	17	21	17	15	10	-
Ostatní finanční výnosy	17,6	14,2	5,6	3,3	27,4	-
Ostatní finanční náklady	36,5	15,2	8,8	1,9	30,7	-
Finanční výsledek hospodaření	-34	-22	-13	-9	-11	-
Výsledek hospodaření před zdaněním	18,8	104,2	233,4	215,5	251,4	-
Daň z příjmů za běžnou činnost	4,8	30,7	40,4	47,7	45,0	-
Výsledek hospodaření za účetní období	14	74	193	168	206	-

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování

Příloha 4: Vybrané položky účetních výkazů Budějovického Budvaru v letech 2013 - 2018 (mil. Kč)

Budějovický Budvar, n. p.						
Rozvaha	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Aktiva celkem	5557,5	4979,5	4772,2	5095,3	5327,8	5075,3
Dlouhodobý majetek	2089,9	1950,1	1934,9	2095,8	2591,2	2768,3
<i>Dlouhodobý nehmotný majetek</i>	13,4	22,3	22,0	36,7	31,9	29,1
<i>Dlouhodobý hmotný majetek</i>	2049	1908	1887	2049	2549	2729
<i>Dlouhodobý finanční majetek</i>	27,0	19,6	20,0	10,5	10,0	10,1
Oběžná aktiva	3265	2861	2681	2845	2595	2169
<i>Zásoby</i>	259	285	297	333	300	345
<i>Pohledávky</i>	491	399	416	407	458	447
<i>Krátkodobý finanční majetek</i>	2514,8	2176,8	1968,0	2104,9	1837,3	1376,6
Časové rozlišení	202,7	168,5	156	154,8	142	138,5
Pasiva celkem	5557,5	4979,5	4772,2	5095,3	5327,8	5075,3
Vlastní kapitál	5020,7	4461,9	4239,2	4493,5	4753,1	4494,4
<i>Základní kapitál</i>	3100,0	3100,0	3100,0	3100,0	3100,0	3100,0
<i>Ážio a kapitálové fondy</i>	-3,1	-3,9	-3,5	-9,6	-0,3	-21,0
<i>Fondy ze zisku</i>	622,4	622,5	622,2	622,9	623,0	627,5
<i>Výsledek hospodaření minulých let</i>	1008,3	497,4	238,9	515,8	775,4	520,9
<i>Výsledek hospodaření běžného účetního období</i>	293,1	245,8	281,5	264,4	254,9	267,1
Cizí zdroje	536,8	517,6	524,9	601,7	574,7	580,9
<i>Rezervy</i>	60,2	42,4	39,2	42,3	33,3	95,6
<i>Dlouhodobé závazky</i>	125,2	129,5	126,5	122,3	118,6	105,8
<i>Krátkodobé závazky</i>	351,5	345,7	359,3	437,1	422,8	379,5
Časové rozlišení	0,001	0	8,044	0,091	0,001	0
Výkaz zisků a ztrát	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tržby z prodeje výrobků a služeb	2187	2319	2470	2537	2471	2633
Tržby za prodej zboží	61,9	74,3	80,4	74,6	72,0	69,4
Výkonová spotřeba	1616,3	1667,2	1740,3	1734,1	1725,8	1744,3
Změna stavu zásob vlastní činnosti	11,7	20,1	-4,4	8,7	-18,5	-45,5
Aktivace	0	0	0	0	0	0
Osobní náklady	277,3	286,2	300,6	313,7	336,7	382,3
Úpravy hodnot v provozní oblasti	261,2	249,3	194,0	236,1	187,9	255,5
Ostatní provozní výnosy	122,1	131,7	103,8	93,5	63,6	96,6
Ostatní provozní náklady	-57,4	48,9	81,1	65,3	54,0	144,3
Provozní výsledek hospodaření	285,2	293,6	338,1	347,5	321,0	318,3
Výnosové úroky a podobné výnosy	0	3,7	0,9	1,3	0,8	3,5
Úpravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	0	8,90	0,00	6,90	-1,40	-0,01
Nákladové úroky a podobné náklady	0	0	0	0	0	0
Ostatní finanční výnosy	28,3	12,1	11,8	7,8	6,3	9,0
Ostatní finanční náklady	0,5	0,5	0,5	12,3	14,7	2,8
Finanční výsledek hospodaření	40,7	13,8	11,8	-10,2	-6,3	9,6
Výsledek hospodaření před zdaněním	325,8	307,4	349,8	337,3	314,7	327,9
Daň z příjmů za běžnou činnost	32,7	61,6	68,4	72,9	59,8	60,8
Výsledek hospodaření za účetní období	293,1	245,8	281,5	264,4	254,9	267,1

Zdroj: Účetní výkazy (justice.cz); vlastní zpracování