

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze diplomové práce

Zhodnocení mezinárodního obchodu s vínem

Tomáš Holoubek

© 2017 ČZU v Praze

Souhrn:

Diplomová práce je zaměřena na mezinárodní obchod s vínem a zjištění pozice českého vinařství v mezinárodním srovnání. Práce je rozdělena na dvě hlavní části – teoretickou a praktickou.

V první části je popsána historie vína a jeho role ve společnosti. V této části je dále objasněn pojem réva vinna, je zde vysvětlena výroba vína a popsány hlavní způsoby dělení vína. Na základě sekundárních dat je zhodnocen vývoj produkce, spotřeby a především mezinárodní obchod s vínem.

Praktická část je zaměřena na zhodnocení pozice České republiky v mezinárodním obchodě s vínem. Důraz je kladen na možnost uplatnění českých vín na zahraničních trzích, vlivy pozitivního vnímání českých vín tuzemskými i zahraničními spotřebiteli a faktory ovlivňující preference spotřebitelů. Zvláštní pozornost je věnována problematice mladých vín, zejména Beaujolais Nouveau a Svatomartinských vín, včetně posouzení souvisejících marketingových kampaní.

Závěr práce je věnován zhodnocení možných způsobů pro uplatnění českých vín jak při uspokojování domácí spotřeby, tak jejich vývozu na zahraniční trhy.

Klíčová slova:

víno, réva vinná, spotřebitel, producent, nabídka, poptávka, cena, produkce, spotřeba, dovoz, vývoz, česká vína, mladá vína, hodnocení vína, kvalita vína

Cíl a metodika:

Hlavním cílem této diplomové práce je zhodnocení mezinárodního obchodu s vínem na světových trzích se zaměřením na produkci, spotřebu, export a import. Tato problematika je posuzována v kontextu obchodu s vínem v České republice. Zvláštní pozornost je věnována zjištění pozice České republiky v mezinárodním srovnání a uplatnění českých vín na zahraničních trzích. Dílčími cíli této práce je posouzení vlivů na pozitivní vnímání českých vín tuzemskými i zahraničními spotřebiteli, zjištění determinantů trhu s mladými víny a zjištění konkurenceschopnosti Svatomartinských vín v rámci domácího trhu.

V rámci práce byla využita metoda analýzy, komparace a syntézy. Diplomová práce se skládá ze dvou základních částí, z teoretické a praktické. V teoretické části byl analyzován historický vývoj a rozšiřování mezinárodního obchodu s vínem. Na základě studia odborné literatury a internetových zdrojů byla definována teoretická východiska a vysvětleny základní pojmy, související zejména s révou vinnou, mezinárodním obchodem s vínem a regulačními opatřeními na trhu s vínem. Dále byly porovnány objemy vyrobeného, obchodovaného a spotřebovaného vína.

V praktické části se diplomová práce zaměřuje na zhodnocení pozice České republiky v mezinárodním obchodu s vínem na základě vyhodnocení sekundárních dat o produkci, spotřebě a obchodu. Pro zhodnocení pozice českých vín na mezinárodním trhu byl použit primární sběr dat ve formě kvalitativního výzkumu. Tento průzkum byl zaměřen na několik tematických okruhů, především uplatnění českých vín na zahraničních trzích, preference spotřebitelů a vývoj segmentu "mladá vína". Primární data byla pořízena prostřednictvím řízených rozhovorů s vybranými odborníky v oblasti vinařství, zjištěné údaje byly analyzovány a komparovány, následně byly vyvozeny závěry a možné důsledky.

Pro rozhovory byli vybráni odborníci napříč vinařským spektrem, aby byla zajištěna různorodost a plastičnost různých pohledů na tuto problematiku. Reprezentativnost a komplexnost celkového pohledu na analyzovanou problematiku byla zajištěna oslovením odborníků tohoto zaměření: vinaři, prodejci, sommeliéři a organizátoři vinařských akcí.

Osobní dotazování probíhalo v období od 3. 3. 2017 do 18. 3. 2017. Dále byly výsledky konzultovány a potvrzeny dalšími specialisty. Významná část rozhovorů a konzultací dané problematiky proběhla na Festivalu vína v Táboře. Na základě upoutávky na tuto akci a rozhovoru s organizátorem festivalu, který jsem vyslechl v rozhlasovém vysílání Českého rozhlasu Plus, jsem kontaktoval ředitele festivalu a domluvil si osobní účast na této akci. Zde jsem měl nejen příležitost pořídít rozhovor s organizátorem této akce, ale zároveň se zúčastnit odborného programu, v rámci kterého se prezentovala vítězná vinařství celonárodní soutěže Vinař roku 2016. Během této odborné diskuse jsem získal řadu argumentů, vedoucích k objasnění specifík českého vinařství. Tyto informace a zjištěné souvislosti měly významný vliv pro zpracovávání závěrů diplomové práce.

Závěr:

Víno má velice dlouhou historii a zaujímalo významnou roli při obchodování mezi ranými civilizacemi. Jeho historie sahá několik tisíc let před náš letopočet a s postupným rozšiřováním osídlení planety bylo rozšiřováno i pěstování révy vinné. Výrazný vliv na pěstování révy vinné mají klimatické podmínky, které jsou pro tuto plodinu ideální v jižní Evropě, zejména v Itálii, Francii a ve Španělsku. Tyto země jsou logicky největšími pěstiteli révy vinné a největšími producenty vína. Ročně vyprodukují tyto tři země skoro polovinu celosvětové produkce vína, která se v posledních letech ustálila na hodnotě 270 mil. hl.

Objem produkce má významný vliv i na obchod. Státy, které vyprodukují více vína, než kolik jejich obyvatelé spotřebují, se stávají významnými exportéry. Naopak je tomu je při nižším objemu domácí produkce oproti spotřebě. Tyto státy pak pokrývají vzniklý rozdíl importem. Mezi největší vývozce vína komodity patří právě Španělsko, které vyvezlo v roce 2015 24 mil. hl vína, následováno je Itálií s vývozem ve výši 20 mil. hl a Francií s objemem vývozu 14 mil. hl. Největšími dovozci jsou Německo, které v roce 2015 dovezlo 15 mil. hl vína, Velká Británie s dovozem ve výši 13,6 mil. hl a USA s 11 mil. hl.

Česká republika je také dovozní zemí, jelikož domácí produkce uspokojuje spotřebu pouze z 20 - 40 % v závislosti na kolísavé výši produkce, která je ovlivňována výkyvy klimatických podmínek. V posledních šesti letech dosahuje produkce českých vín průměrné hodnoty 554 tis. hl, spotřeba dosahuje průměrné hodnoty 2 000 tis. hl.

České vinařství si buduje v zahraničí dobré jméno a to především díky kvalitě, kterou čeští producenti nabízejí, ale také díky dobré prezentaci a umístění na mezinárodních soutěžích. Tyto akce mají pozitivní vliv jak na zlepšování pozice vinařů v mezinárodním srovnání, ale také na edukaci zahraničních spotřebitelů a zájemců a česká vína, která vynikají druhovou a kvalitativní odlišností, která je u nich velice ceněná.

S rostoucí kvalitou českých vín stoupá i zahraniční poptávka po nich a vytváří se tlak na producenty, aby uspokojili poptávku jak na domácím trhu tak i v zahraničí. Dle mého názoru se tedy jedná o převis poptávky nad nabídkou na trhu s kvalitními víny, které Česká republika ve stále větší míře produkuje. Pro vinaře se tedy otevírá příležitost k pokrytí

tohoto prostoru rozšířením své produkce. Vzhledem k omezeným možnostem zakládání nových vinic díky regulaci viničních ploch spatřuji určitý potenciál pro zvýšení produkce kvalitních vín v útlumu zpracování hroznů k produkci méně kvalitních sudových vín a jejich využití k produkci kvalitních lahvových vín.

V oblasti mladých vín se setkáváme s jedním z největších marketingových tahů na světě, kterým je fenomén Beaujolais Nouveau. Tato značka byla založena v 80. letech 20. století a vybudovala si celosvětové renomé. Objemy produkce stoupaly rok od roku a tato vína si budovala pozici i v České republice. V roce 2005 ale vstoupil na český trh s mladými víny koncept Svatomartinských vín, který využil lokální specializace na bílá vína. S podporou dobré marketingové kampaně a využitím zákaznické orientace na domácí, tedy české a moravské produkty, se značka Svatomartinská vína uchytila a vybudovala si silnou zákaznickou základnu. V České republice již v současné době nezbývá prostor pro další druh mladého vína a Beaujolais Nouveau je na našem trhu zastoupeno jen ve velice omezené míře.

Použitá literatura:

ANDERSON, Kym. *The world's wine markets: globalization at work*. Northampton, MA: Edward Elgar Pub., c2004. ISBN 18-437-6439-3.

BUBLÍKOVÁ, Lenka. *Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno 2016*. Praha: Rezortní portál Ministerstva zemědělství, 2016. ISBN 978-80-7434-316-2.

KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. [4. vyd.]. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4150-5.

KRAUS, Vilém a a kol. *Nová encyklopedie českého a moravského vína 1. díl*. Praha: Praga Mystica, 2005. ISBN 80-86767-00-0.

O'BYRNE, Paul. *Red wine and health*. New York: Nova Science Publishers, c2009. Food and beverage consumption and health series. ISBN 978-160-6927-182.

PAVLOUŠEK, Pavel. *Pěstování révy vinné: moderní vinohradnictví. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, c2011. Česká zahrada. ISBN 978-80-247-3314-2.

UNWIN, Tim. *Wine and the vine: An Historical Geography of Viticulture and The Wine trade*. [New ed.]. London: Routledge, 1996. ISBN 04-151-4416-7.