

**Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta**

PIVO JAKO EXPORTNÍ KOMODITA

Magisterská diplomová práce

Studijní program: Odborná francouzština pro hospodářskou praxi

Vedoucí práce: PhDr. Jiří Řezník, Ph.D.

Autor: Bc. Tomáš Krpata

Olomouc 2010

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma: „Pivo jako exportní komodita“ vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího diplomové práce a uvedl jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne 30. března 2010

Podpis:

Chtěl bych poděkovat vedoucímu práce PhDr. Jiřímu Řezníkovi, Ph.D. za věcné připomínky a poznámky, které mi pomohly zpracovat dané téma. Dále děkuji Ing. Petru Hostašovi, řediteli Pivovaru Vratislavice, Ing. Pavlíně Krejčové, marketingové manažerce Pivovaru Nová Paka a Ing. Lence Matoulkové, manažerce exportu společnosti Primátor a.s. za poskytnutí cenných informací, které byly využity pro zpracování této magisterské práce.

Obsah

Obsah	5
1. Úvod.....	6
2. Produkce piva ve světě	8
2.1 Pivo v České republice	9
2.1.1 Stručná historie pivovarnictví v českých zemích	9
2.1.2 Vývoj pivovarnictví v Československu mezi lety 1945-1989	9
2.1.3 Vývoj pivovarnictví v České republice po roce 1989.....	11
2.1.4 Současnost českého pivovarnictví	11
3. Současný český export piva.....	15
3.1 Největší exportéři podle objemu vývozu	16
3.2 Pivovary s významnou exportní strategií.....	17
3.3 Objemy vývozu podle konkrétních zemí	19
3.4 Formy zahraniční spolupráce.....	23
3.4.1 Výhradní prodej (distribuce).....	24
3.4.2 Nevýhradní prodej	25
3.4.3 Licenční výroba	25
3.4.4 Mezinárodní výrobní kooperace	26
3.4.5 Vývoz know-how	27
4. Zahraniční obchod vybraných pivovarů	28
4.1 Malé pivovary	28
4.1.1 Pivovar Nová Paka.....	29
4.1.2 Pivovar Rohozec	30
4.2 Střední pivovary.....	32
4.2.1 Hols, a.s. Pivovar Vratislavice nad Nisou	33
4.2.2 Primátor, a.s. Náchod.....	34
4.3 Velké pivovary.....	36
4.3.1 Budějovický Budvar	37
4.3.2 Královský pivovar Krušovice	39
5. Srovnání vývoje exportu vybraných pivovarů.....	41
5.1 Vliv vlastníka na vývoz pivovaru	42
5.2 Vliv vstupu České republiky do Evropské unie.....	45
5.2.1 Označení České pivo	46
5.3 Vliv výběru odbytíště na úspěšnost exportu	47
5.4 Vliv typu produkce na export piva	50
5.5 Dopady hospodářské krize na vybrané pivovary	51
5.6 Úspěšnost vybraných pivovarů v exportu.....	54
6. Možnosti dalšího rozvoje exportu českého piva.....	56
6.1 Teritoriální diverzifikace	56
6.2 Nová odbytíště	57
6.3 Produkce na zakázku pro zahraniční společnosti	60
6.4 Připojení České republiky k Eurozóně	61
7. Závěr	63
Resumé.....	65
Anotace	66
Annotation	67
Seznam pramenů a použité literatury.....	68

1. Úvod

Pivo je tekutý chléb. Tento zlatavý nápoj, jehož prvopočátky můžeme hledat již v dávné Mezopotámii a v Egyptě se dokázal stát celosvětovým fenoménem mezi nápoji. Česká republika se přitom řadí k zemím, kde význam piva přesahuje rozměr obyčejného nápoje. Vždyť jeho spotřeba okolo sto šedesáti litrů na osobu na rok nemá ve světě konkurenci. Úzké spojení s českou kulturou a dlouholetá tradice výroby piva skvělé chuti v naší zemi posunulo pivo na jeden z nejznámějších artefaktů, jimiž se Česko proslavilo ve světě. Výraz pilsner znamenající jednoduše „pivo z Plzně“ obohatil světové slovníky jako světlý ležák českého typu a stal se vzorem pro mnoho napodobenin produkovaných pod značkami podobného znění v mnoha zemích světa. Budweiser, v překladu budějovický, další mezinárodně vyhlášená značka piva z Česka, se rovněž dočkal své zahraniční obměny. České pivo je už po téměř sto sedmdesát let od vzniku Plzeňského Prazdroje vnímáno jako měřítko kvality a hrdost obyvatelstva středoevropské republiky na produkci domácích pivovarů se stala automatickou a nezpochybnitelnou. Export piva z naší země každoročně stoupá zatímco domácí spotřeba se pozvolna snižuje. Vstup České republiky do Evropské unie pomohl dalšímu růstu vývozu a dá se předpokládat, že po překonání hospodářské krize bude tento trend pokračovat. V současnosti se Česká republika řadí na devátou pozici v žebříčku největších světových exportérů piva a podle odhadů analytiků je na nejlepší cestě vyšplhat až na sedmou příčku. Popularita dovozových piv zůstává stále nízká, což jen podtrhuje kvalitu v tuzemsku vařených výrobků.

Tato práce si klade za cíl poukázat na proměny exportu českého piva od roku 2000 do současnosti, nastiňuje hlavní používané metody zahraničního obchodu vybraných českých výrobců, představuje nejdůležitější odbytová teritoria a vlivy na úspěšný vývoz piva. Dále se zaměřuje na vyhodnocení úspěšnosti konkrétních producentů ve vztahu k pivu jako exportní komoditě a potenciálu pro další rozvoj jeho zahraničního prodeje.

V první části práce čtenář získá přehled o momentální situaci ve světovém pivovarnictví, posléze se dozví o historii a současnosti českého pivovarnictví s důrazem na představení nejvýznamnějších firem na trhu. Druhá část práce je věnována číselným údajům o vývoji českého exportu piva a představení největších exportérů. Zároveň popisuje stěžejní odbytiště pro české výrobce a uvádí nejpoužívanější formy zahraniční spolupráce s přihlédnutím k jejich použití ze strany vybraných producentů. Další část práce se zabývá zpracováním údajů o mezinárodním obchodu konkrétních podniků, které jsou z hlediska přehlednosti rozděleny podle své velikosti do tří skupin. Klíčovou úlohu v celé

práci hraje čtvrtá kapitola, ve které dochází ke srovnání exportních údajů těchto pivovarů. Analyzuje externí a interní vlivy na jejich mezinárodní obchod, zejména pak projevy vstupu zahraničního kapitálu a začlenění Česka do Evropské unie, přičemž se soustředí na vývoj produkčních a exportních ukazatelů. Částečně odkrývá dopady světové ekonomické krize, které se projevily na vývozu v loňském roce. Přihlíží k rizikům, jimž pivovary musí v mezinárodním obchodu čelit a rovněž posuzuje, jestli podniky využívají svůj plný exportní potenciál. Výstup celé práce pak tvoří vyhodnocení všech nabytých faktů a jejich aplikace na možnosti dalšího růstu prodejů českého piva v zahraničí. Navíc práce ukazuje pozitivní vlivy vývozu na pivovarnické odvětví jako celek.

Do této chvíle byly na téma pivovarnictví v České republice vydány následující publikace. O výrobě piva v českých zemích byla publikována Velká pivní kniha od autora Zdeňka Susy, která zpracovává faktografické údaje o všech českých funkčních průmyslových pivovarech, které doplňuje o zajímavosti z historie i současnosti. O exportu piva byla sepsána práce na téma Export plzeňského piva do Francie v 19. a 20. století od Evy Cironisové. M.Strnad z FTK UP vypracoval v roce 2000 diplomovou práci na téma Tržně-geografické faktory distribuce průmyslových komodit (na příkladu trhu s pivem v modelových územích).

Téma této diplomové práce “Pivo jako exportní komodita” nebylo doposud v takovém rozsahu obsaženo. Tato práce doplňuje předchozí publikace o informace o konkrétních exportních podnicích, přidává stručný přehled o vývoji exportu piva a vyhodnocuje současnost českého pivovarnictví se silnou orientací na export.

2. Produkce piva ve světě

Pivo se vyrábí ve 169 zemích světa a odhadovaný počet pivovarů na světě se pohybuje okolo čísla 7500, z nichž okolo 3800 najdeme v Evropě. Celková produkce piva za rok 2008 dosáhla téměř 1,8 miliardy hektolitřů, přičemž největším výrobcem byla Čína následovaná USA, Ruskem a Brazílií.¹ Česká republika v roce 2008 vyrobila 19,8 milionů hektolitřů piva², čímž se zařadila na šestnáctou příčku v žebříčku zemí podle objemu vyrobeného piva.³ Světová spotřeba piva trvale roste, ačkoli ne ve všech regionech. Zatímco v Evropě stagnuje, v Asii, Jižní Americe (dá se říci, že v celé Latinské Americe) a Africe se neustále zvyšuje.

V posledních zhruba dvaceti letech dochází ke konsolidaci pivovarnických trhů ve světě. V současné době totiž pět nejsilnějších pivovarnických skupin světa ovládá cca 50 % světové produkce piva. Největší pivovarnickou skupinou současnosti je od minulého roku belgicko-americká skupina Anheuser-Busch InBev, jejíž podíl na světovém trhu dosahoval v roce 2007 21 %. Dovolím si jmenovat i druhou nejvýznamnější skupinu SAB Miller, která až do roku 2007 ovládala největší část světového trhu a která je dlouhodobě nejdůležitějším rivalem AB InBevu (před rokem 2008 pouze InBev). Třetí největší uskupení tvoří nizozemský Heineken, za nímž na čtvrtém místě figuruje dánský Carlsberg. Velkou pětku uzavírá čínský koncern China Resource Brewery Ltd.

Světoví pivovarničtí giganti se sice stále úspěšně snaží o rozšiřování tržních podílů a zvyšování zisků, na druhé straně ale právě díky tomu daly vznik zajímavému trendu, který doslova zaplavuje svět. Tím je vznik minipivovarů. Pohlédneme-li do statistik o produkci piva ve světě za posledních 100 let, zjistíme, že počet pivovarů dramaticky klesal ve všech průmyslově se rozvíjejících zemích (jako příklad uvádím statistiky USA⁴, Velké Británie⁵ a Německa⁶). Vznikaly obrovská uskupení, která koncentrovala výrobu do méně míst za cenu snižování nákladů a růstu produkce. Zlom nastal v druhé polovině sedmdesátých let, kdy konzumenti začali pociťovat nespokojenost s unifikací chuti spojenou s moderními technologiemi velkovýrobců a této nové díry na trhu začali využívat první průkopníci, kteří odstartovali budování nových malých provozů. Tento fenomén se z místa svého zrodu Spojených států Amerických postupně dostal do dalších zemí –

¹ http://www.globalmalt.de/joomla1011/index.php?option=com_content&task=view&id=2442&Itemid=64

² <http://www.cspas.cz/pivo.asp?lang=1>

³ http://m.ihned.cz/c4-10000125-26118520-700000_mamdetail-cr-byla-loni-16-nejvetsim-producentem-piva-na-svete

⁴ <http://www.beerinfo.com/index.php/pages/beerhistory.html>

⁵ <http://www.xs4all.nl/~pattro1ro/ukstatsn.htm>

⁶ <http://www.europeanbeerguide.net/gerstats.htm>

Kanady, Velké Británie, Německa a pokračoval dále. Proto můžeme být v posledních letech svědky nebyvalého rozmachu malých pivovarů a jejich popularity po celém světě. Česká republika není rozhodně výjimkou, spíše naopak. V současnosti působí na českém trhu zhruba 75 minipivovarů a okolo desítky dalších je ve výstavbě.

2.1 Pivo v České republice

Česká republika je zemí, která se může pochlubit ideálními podmínkami pro produkci piva. Suroviny z domácí produkce, tj. chmel z regionu Žatecka, moravský ječmen, kvasnice a výborná voda zapříčinili, že se v našich končinách odjakživa vyrábělo i konzumovalo hodně piva. Nyní drží Česká republika jeden zajímavý, avšak ne zcela lichotivý primát, kterým je největší spotřeba piva na hlavu na světě. Podle statistik převzatých ze serveru wikipedia.com vypije průměrný Čech ročně okolo 157 litrů piva na hlavu. Více piva na jednoho obyvatele se vypije pouze v německé spolkové zemi Bavorsko a to cca 180. Z průzkumů české agentury cestovního ruchu ale vyplývá, že až 12 % vypijí návštěvníci ze zahraničí.

2.1.1 Stručná historie pivovarnictví v českých zemích

Pivovarnická tradice v Českých zemích se píše od 11. století, ze kterého pochází první zmínka o vaření piva v klášteře na Vyšehradě. Vaření piva se všeobecně věnovaly nejprve kláštery a poté šlechta. Později však začalo být udělováno králem právo várečné měštům, čímž si královský dvůr chtěl kromě moci politické uchovat i moc ekonomickou. V městech tedy od té doby vždy existoval určitý počet právo várečných domů. Postupem času se právo váreční měšťané spojovali a budovali společně větší pivovary. Doslova boom v růstu počtu pivovarů však přišel až v 19. století. Ačkoli spousta pivovarů uvádí svůj vznik již ve stoletích dřívějších, drtivá většina současných českých pivovarů byla vystavěna právě v tomto století, mezi nimi i některé z největších pivovarů v zemi Plzeňský Prazdroj, Gambrinus (dříve samostatné subjekty), Velké Popovice, Staropramen, Budějovický Budvar, Starobrno či Ostravar. V 19. století si zároveň české pivovarnictví začalo vytvářet ve světě skvělé jméno, což napomohlo pivovarům v exportu.⁷

2.1.2 Vývoj pivovarnictví v Československu mezi lety 1945-1989

V následující kapitole bych chtěl okrajově nastínit dění v českém pivovarnictví v poválečném období a zejména v době vlády komunistické strany. Válku přežilo na území dnešní České republiky 260 pivovarů. Centrálně plánovaná hospodářská politika země

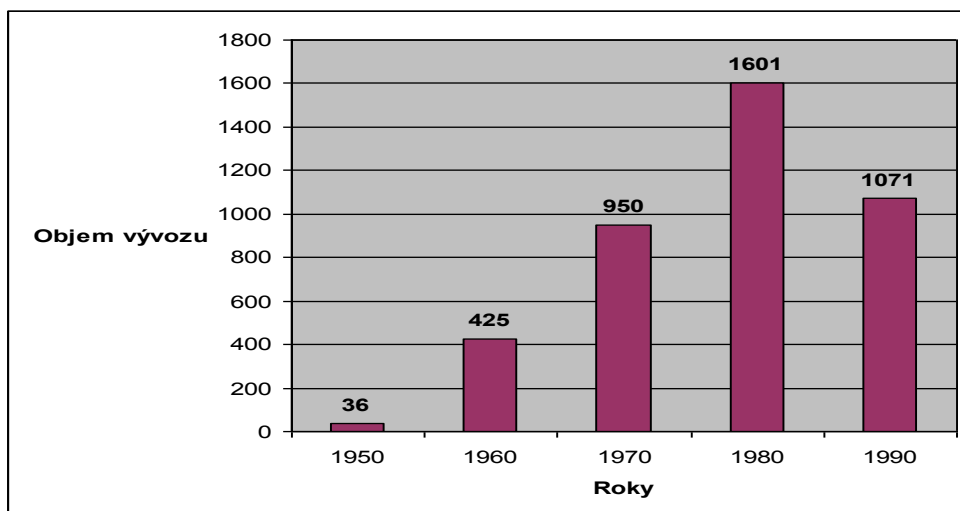
⁷ Mapa českého pivovarnictví. PAF Art, Brno 1994

v době komunismu však příliš nesvědčila rozvoji pivovarnického průmyslu, naopak ho spíše likvidovala. Bylo vytvořeno 8 státních podniků sdružujících pivovary do geografických zón a zastaralé závody byly pozavírány. Až do roku 1970, kdy byly postaveny pivovary v Mostě a Nošovicích, nevznikl na našem území žádný nový pivovar. Česká část federace vstupovala do demokratické éry se 71 fungujícími pivovarnickými závody. V polovině osmdesátých let Československu patřilo osmé až deváté místo mezi největšími světovými výrobci piva.

V této době však došlo i k významnému nárůstu exportu. Zatímco v roce 1950 bylo prodáno za hranice pouhých 36 000 hektolitrů piva, v roce 1980 to bylo už 1,6 milionů hektolitrů. Do roku 1990 export ale klesal a to až na úroveň 1,071 milionu hektolitrů.⁸

Co se týče exportních teritorií, mezi lety 1984-86 československé pivovary vyvážely nejvíce do Maďarska (přibližně jeden milion hektolitrů). Do takzvané „kapitalistické ciziny“ se dodávaly poze tři značky, Budějovický Budvar, Plzeňský Prazdroj a Gambrinus.⁹ Vyvážely se například do Velké Británie, Německa, Francie, Rakouska, Švýcarska či Itálie. Samotný Budvar byl v době komunistického Československa podpultovým zbožím na příděl, naprostá většina produkce směřovala na export, v Československu pak do interhotelů. Severomoravské pivovary, n.p. oproti tomu dodávaly celou exportní produkci, která činila 202 000 hektolitrů, do spřátelených zemí RVHP (Sovětský svaz, Maďarsko, Polsko).¹⁰ Stejně tomu bylo v případě dalších uskupení.

Graf č.1: Vývoz piva mezi roky 1950-1990 (v tisících hektolitrů)



⁸ <http://www.cspas.cz/pivo.asp?lang=1>

⁹ Susa, Zdeněk. *Velká česká pivní kniha*. Středkluky, Vlastním nákladem 2008.

¹⁰ <http://www.pivniobzor.cz/clanky/2008-02-07-pivni-deni-v-letech-1984-1986/>

2.1.3 Vývoj pivovarnictví v České republice po roce 1989

Po roce 1989 došlo na českém trhu s pivem k obrovským změnám. Rozpadli se státem vytvořená uskupení, pivovary až na výjimky převzali noví majitelé a začalo fungovat konkurenční prostředí. Některé podniky přecenili své možnosti a postupně se utopily v dlužích, nikdo se nemohl spoléhat na dobrou pověst z minulosti. Krach se nevyhnul ani velkým pivovarům, jaké jsme mohli nalézt například v Hradci Králové, Děčíně, Břeclavi nebo ve Vsetíně.¹¹ Do největších a v zahraničí nejznámějších pivovarů vstoupili strategičtí partneři a začaly vznikat nové skupiny. Domácí spotřeba klesala, zatímco se rok od roku zvyšoval podíl exportu na celkové produkci. Navíc se začaly postupně stavět minipivovary.

2.1.4 Současnost českého pivovarnictví

Dění v českém pivovarnictví se od zhruba poloviny 90. let 20. století příliš neliší od vývoje v postkomunistických zemích. Pivovary mění vlastníky, sdružují se do větších celků, závody se modernizují a výroba se zefektivňuje, zavírají se zastaralé provozy a naopak se objevují malí výrobci. Domnívám se, že Česká republika ale přeci jen vykazuje v určitých ohledech odlišný vývoj od jiných zemí s komunistickou minulostí. Troufám si tvrdit, že je to způsobeno dvěma fakty. Jednak jsou Češi, co se týče piva, velcí patrioti a jen zřídka jsou ochotni kupovat zahraniční značky, jednak v naší zemi dochází k rychlejší osvětě v pivní kultuře než v jiných zemích. V naší zemi totiž v současné době dochází k poměrně značnému návratu k pivu vyráběnému tradičním způsobem. Ačkoli zájemců o piva z velkopivovarů existuje nadále většina, začíná se objevovat početná skupina obyvatel, která vyhledává speciality a různé značky a nespokojí se s malou nabídkou značek z velkých pivovarů. Pokud nahlédneme na pivovarnické trhy v jiných postkomunistických státech, většinou zjistíme, že z tradičních výrobců nepřežil dobu změn takřka žádný. Jako příklad těchto událostí bych uvedl Polsko a Slovensko. V současné době funguje v České republice přes 120 pivovarů. Pivovary můžeme rozdělit na průmyslové závody, kterých na českém území najdeme 47, a minipivovary, kterých má Česká republika již okolo osmdesáti a další jsou ve výstavbě. Minipivovary tvoří sice zlomek výroby v celkovém objemu, ale jejich vzrůstající počet naznačuje, kam se české pivovarnictví ubírá. Ačkoliv došlo v době porevoluční k uzavření více než dvou desítek průmyslových pivovarů, celkový počet výrobců na českém území se zvýšil. K zavírání pivovarů docházelo ze dvou hlavních důvodů. Prvním z nich byl bankrot, kdy společnost

¹¹ <http://www.pivovary.info>

neustála tlak konkurenčního prostředí a často s vysokými dluhy byla nucena ukončit činnost. Takového uzavření se dočkala většina pivovarů uzavřených po roce 1989. Nejvýznamnějším pivovarem, který tímto způsobem přestal vyrábět, byl Právovárečný pivovar, a.s. v Hradci Králové, který ještě několik let před uzavřením patřil k největším pivovarům v zemi a úspěšně vyvážel do deseti zemí světa včetně USA. Druhou příčinou zavírání pivovarů byl vstup strategického, většinou zahraničního investora, který v rámci zefektivnění výroby vybral nejperspektivnější provozy a v ostatních zastavil výrobní činnost. Takový osud potkal pivovary v Chebu, Domažlicích a Karlových Varech (členové skupiny Plzeňský Prazdroj), dále ve Vratislavicích nad Nisou, v Praze-Holešovicích a v Praze-Braníku (skupina Pivovary Staropramen, dříve Pražské pivovary) a v minulém roce pivovary ve Znojmě a v Kutné Hoře, letos následované závodem v Lounech (skupina Heineken Czech).

V roce 2008 ovládaly 86,2 % českého trhu s pivem 4 uskupení a 1 velkopivovar.¹² V roce 2009 však došlo k výrazným změnám na trhu, a tak se tato data změnila. V tuto chvíli nejsou ještě souhrnně k dispozici. Jako jednoznačně největší česká pivovarnická skupina vystupuje již více než deset let skupina Plzeňský Prazdroj, a.s., která vlastní sloučené pivovary v Plzni (Plzeňský Prazdroj, Gambrinus), pivovar ve Velkých Popovicích (Kozel) a v Nošovicích (Radegast). Sto procent akcií společnosti má v držení jihoafricko-americký koncern SABMiller plc, který byl již výše představen jako druhý největší výrobce piva na světě. Prostřednictvím skupiny Plzeňský Prazdroj se této společnosti daří ovládat 45 % českého trhu. Samotná značka Plzeňský Prazdroj patří suverénně k nejznámějším značkám českého původu ve světě vůbec. Pivovar v Plzni je zároveň nejmodernějším a největším pivovarem ve střední Evropě a také největším českým exportérem piva.

Druhou nejdůležitější skupinou na českém trhu jsou Pivovary Staropramen, a.s. sdružující Pivovar Staropramen v Praze na Smíchově a ostravského výrobce Ostravar. Až do minulého roku společnost náležela světové jedničce mezi výrobci piva, společnosti AB InBev, která však veškeré své aktivity ve střední a východní Evropě prodala britskému investorovi CVC Capital Partners¹³, který vytvořil novou skupinu pod názvem StarBev. Tato skupina drží přibližně šestnáctiprocentní podíl na českém trhu. Třetím největším subjektem na trhu se v minulém roce stal nizozemský Heineken, který převzal Královský pivovar Krušovice a český koncern Drinks Union, který spojoval 4 domácí výrobce piva a

¹² <http://www.cspas.cz/pivo.asp?lang=1>

¹³ <http://prazsky.denik.cz/podnikani/staropramen-meni-majitele20091015.html>

to v Ústí nad Labem, Velkém Březně, Lounech a Kutné Hoře. Již před akvizicemi zmíněných společností Heineken vlastnil brněnský pivovar Starobrno a znojemského výrobce Hostan. Po vyhodnocení perspektivy jednotlivých závodů skupina zastavila výrobu v pivovarech Znojmo a Kutná Hora a v lednu tohoto roku i v pivovaru v Lounech. Na čtvrtou příčku dosáhlo v minulém roce nové uskupení K Brewery, které sdružuje menší pivovary vyrábějící pivo tradiční technologií a které má pouze český kapitál. Tato společnost vznikla před dvěma lety skoupením pivovarů Klášter Hradiště, Jihlava, Protivín, Uherský Brod, Hlinsko v Čechách a Vysoký Chlumeč. V březnu tohoto roku se stala navíc vlastníkem Pivovaru Černá Hora, čímž její podíl na trhu opět narostl. Dalším významným uskupením jsou Pivovary PMS, a.s. sdružující pivovary v Hanušovicích, Litovli a Přerově. Mezi posledními dvěma skupinami si drží svoji pozici Budějovický Budvar, který je ještě s pivovarem ve Vyškově posledním státním pivovarem v zemi. Budvar patří k nejznámějším a nejoblíbenějším českým značkám v zahraničí a významně exportuje. Jeho výraznější rozmach v zahraničí však brzdí zejména spor o značku Budweiser s americkým Anheuserem-Busch. Od března letošního roku jsme svědky vzniku nového uskupení LIF Holding, které se po koupi podílu akcií od K Brewery stalo stoprocentním akcionářem pivovarů Svijany a Rohozec.¹⁴ Do této chvíle vlastnil LIF i Pivovar Náchod.

Objem produkce českých pivovarů dosahoval nevyšších hodnot v letech 2007 a 2008, kdy se výroba piva v České republice vyšplhala téměř na dvacet milionů hektolitřů. Předběžné odhady pro rok 2009 naznačují, že došlo k všeobecnému poklesu produkce a to o cca 10%. Vyvezlo se o 12 % piva méně než v roce 2008 a domácí spotřeba se snížila o 7 %.

Stále ale platí, že české pivo se ve velkém exportuje, zatímco objem importu tohoto nápoje do České republiky je mizivý a dosahuje pouze dvou procent spotřeby.¹⁵ To dokazuje jak konzervativní přístup českého konzumenta, tak výjimečnou kvalitu českého piva, na něž jsou Češi náležitě hrdí.

Výrobní údaje za rok 2009 ještě nebyly souhrnně zveřejněny. Pivovary je až do loňského roku posílaly Českému svazu pivovarů a sladoven (dále jen ČSPAS), který je zpracovával s pomocí Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského. Nicméně na námítky velkých pivovarů vybral v tendru ČSPAS nezávislou společnost (Ernst & Young),

¹⁴ <http://www.kbrewery.cz/media/>

¹⁵ http://www.euromonitor.com/Beer_in_the_Czech_Republic

které budou pivovary zasílat informace, které budou zpracovány a zveřejněny pouze souhrnně za celé odvětví.

3. Současný český export piva

Česká republika se řadí mezi země, které se v zahraničí proslavili svým pivem. Pivo z naší země si udržuje pověst nápoje výborné chuti a neméně skvělé kvality. Pils, pilsner nebo pilsener patří ve světě piva k světoznámým pojmům a bylo to právě v české Plzni, kde toto označení vzniklo. Plzeňský originál se snaží po celém světě napodobit, ale budějovické pivo se rovněž těší známosti a oblibě, ačkoliv může být zaměňováno s americkým Budweiserem, který se s naším Budvarem o ochrannou známku po desetiletí soudí. Zejména tyto dvě značky se zasloužily o dobrou pověst českého piva v zahraničí, což samozřejmě napomáhá exportu.

Na trhu můžeme pozorovat 2 zajímavé úkazy. Zatímco domácí spotřeba piva dlouhodobě klesá, produkce pivovarů rok od roku vzrůstá, což má na svědomí rostoucí vývoz. (viz Tabulka č.1)

Pivo patří ve světě k nejznámějším českým komoditám. Ve světových statistikách objemu vývozu piva náleží České republice deváté místo. Prakticky každý český průmyslový pivovar v dnešní době část své produkce vyváží, přičemž můžeme na trhu najít ryze exportní firmy, které by bez rozsáhlého vývozu mohli mít existenční problémy.

Pivovary exportovaly již v dobách komunismu. První dostupný údaj pochází z roku 1950, kdy objem exportu dosáhl pouze 36 000 hektolitřů. Vývoz však postupně rostl a na nejvyšší úroveň se dostal v roce 1980, kdy bylo vyvezeno 1 601 000 hektolitřů. Já se ale ve své práci zaměřím na vývoz po rozpadu Československa v roce 1993, s důrazem na export po roce 2000.

To, že se ve světě českému pivu v posledních letech nebývale daří, dokládá každoroční zvyšování vývozu. Porovnáme-li hodnotu vývozu z roku 2000 s rokem 2008, kdy bylo exportováno nejvíce piva v historii, zjistíme, že došlo k nárůstu 134 %. K největšímu zlomu však došlo po vstupu naší země do EU, kdy rozdíl mezi lety 2003 a 2004 činil 23,8 %, přičemž v dalších dvou letech stoupal o dalších 17,5, respektive 14 % za rok.

Přestože v důsledku světové hospodářské krize loňský vývoz podle předběžných odhadů klesl o cca 12 %, předpokládám, že v dalších letech opět poroste. Prosazování se v zahraničí napomáhá českým pivovarům i chráněné zeměpisné označení Evropské unie České pivo, které bylo získáno v roce 2008.

Exportní bilance je zatím souhrnně k dispozici pouze za první pololetí roku 2009. Podle těchto údajů bylo vyvezeno nejvíce piva opět do Německa, celkem 620 tisíc

hektolitrů, ale celkově export do této země poklesl o 11 %. Na Slovensku skončilo 305 tisíc hektolitrů piva, propadl činil osm procent oproti roku 2008. Do Velké Británie se export snížil o čtrnáct procent a vyvezeno tam bylo 129 tisíc hektolitrů. Čtvrtým největším odbytištěm se tak stalo Švédsko, kde se český export o jedno procento zvýšil a prodáno tam bylo 119 tisíc hektolitrů piva. Rusko se propadlo ze třetího nejvýznamnějšího odbytiště českého piva až na pátou příčku, když zde dovezly o celých 43 % méně českého piva (pouze 92 tisíc hektolitrů).

Tabulka č.1: Objemy české produkce piva a podílu exportu na ní (mezi lety 2000 a 2008).¹⁶

Rok	Celková produkce	Domácí spotřeba	Export	Změna za rok	Podíl exportu
2008	19 806 107	16 100 154	3 705 953	+ 3,2 %	18,7 %
2007	19 897 330	16 305 527	3 591 803	+ 1,6 %	18,05 %
2006	19 787 405	16 251 705	3 535 700	+ 14,08 %	17,87 %
2005	19 069 451	15 970 000	3 099 399	+ 17,48 %	16,25 %
2004	18 753 268	16 115 041	2 638 227	+ 23,8 %	14 %
2003	18 548 300	16 418 000	2 129 848	+ 7,82 %	11,48 %
2002	18 177 821	16 202 458	1 975 363	+ 6,5 %	10,87 %
2001	17 880 865	16 025 785	1 855 080	+ 16,67 %	10,37 %
2000	17 924 584	16 334 522	1 590 062	+ 8,87 %	8,87 %
1999	17 862 842	16 461 879	1 400 963	- 19,88 %	7,84 %
1998	18 291 535	16 543 005	1 748 530	- 10,5 %	9,56 %
1997	18 649 122	16 695 579	1 953 543	+ 9,06 %	10,48 %
1996	18 241 959	16 450 759	1 791 200	+ 27,67 %	9,81 %
1995	17 838 090	16 435 070	1 403 020	- 4,69 %	7,87 %
1994	18 041 315	16 569 344	1 417 971	- 16,9 %	8,16 %
1993	17 803 695	16 032 371	1 771 324		9,95 %

3.1 Největší exportéři podle objemu vývozu

V této podkapitole bych chtěl představit největší exportéry na českém trhu podle objemů jejich vývozu z údajů za rok 2008. Chtěl bych zdůraznit, že do těchto čísel nejsou zahrnuty fakta o licenční výrobě českých značek v zahraničí. Pokud bychom totiž hodnotili objem prodaného českého piva v zahraničí, čísla by se podstatně lišila.

Jelikož pivovarská uskupení zveřejňují svá čísla souhrnně za celou skupinu a ne za jednotlivé pivovary, drží se na první příčce Plzeňský Prazdroj s podílem na exportu 23,8 %. České pivovary skupiny Heineken se dostaly na druhou příčku s hodnotou 23,2 %.

¹⁶ Údaje převzaty z <http://www.svet-piva.cz/clanky/ceske-pivovarnictvi-v-cislech.php>

Nutno podotknout, že této hodnotě hodně napomohl zejména Královský pivovar Krušovice, který je nejoblíbenější českou značkou na ruském trhu, který až do loňska patřil k nejrychleji rostoucím na světě a také Březňák a Zlatopramen, jež ještě v uskupení Drinks Union vládly českému vývozu do Německa. Navíc Heineken vlastní v České republice větší množství pivovarů. Třetí příčka patřila Pivovarům Staropramen. Na čtvrté pozici s podílem 15,7 % byl za rok 2008 Budějovický Budvar, který patří k pivovarům zaměřujícím se na export, když zhruba polovina jeho produkce směřuje do zahraničí. Ostatní subjekty třímaly dohromady necelých 18 % exportních pozic.

Ačkoliv se zdá, že bez vývozu může mít pivovar problémy s odbytem a růstem výroby, jako důkaz, že tomu tak není, může posloužit Pivovar Svijany, který se řadí objemem produkce na 10. místo v republice. Tento pivovar vyváží minimálně a pouze příležitostně a to i díky tomu, že produkuje nepasterované pivo, které se rychleji kazí.

3.2 Pivovary s významnou exportní strategií

V naší zemi stále existuje poměrně velké množství malých pivovarů, které vaří pivo tradičním způsobem. Takové pivo po varném procesu nejprve kvasí v otevřených kádích, tzv. spilkách a posléze dokvašuje šest týdnů až tři měsíce za nízkých teplot v ležáckých tancích. Zatímco pivo z velkopivovarů kvasí a dokvaší v cylindrokonickém tanku a je hotové za cca 2 týdny. O tradičně vyráběné pivo roste v posledních letech zájem v České republice. Tento zájem však často nestačí k tomu, aby pivovary v silné konkurenci na trhu obstály. Proto velká většina z nich hledá prodejní cesty v zahraničí, pro některé malé pivovary se dokonce export stal životně důležitým. Často tomu napomáhá i zahraniční vlastník, který má dobré kontakty v zahraničí. Z největších hráčů na trhu se výraznou exportní strategií netají Budějovický Budvar, n.p. Tento pivovar prodává za hranice polovinu své produkce, což například v roce 2008 činilo téměř šest set tisíc hektolitřů. Vývoz je realizován do více než padesáti zemí celého světa. Tento pivovar nevyrábí nikde pivo licenčně na rozdíl od jiných společností operujících na českém trhu, tudíž musí celosvětovou poptávku pokrýt ze svého výrobního závodu v Českých Budějovicích.

Menších a středních pivovarů, u nichž export funguje jako hnací motor celé produkce, je v České republice celá řada.

Jako první z nich bych jmenoval Pivovar Hols Vratislavice nad Nisou, kterému se podařilo ze znovuotevřeného pivovaru vybudovat prosperující podnik díky exportní politice. Výstav pivovaru se od roku 2000, kdy se dočkal obnovení výroby, zvýšil dva a půl krát z 60 000 hl na 148 000 hl v roce 2009. Obrovský skok zaznamenal podnik mezi

roky 2005 a 2006, kdy se produkce díky vývozu zdvojnásobila, přičemž tržní podíl v Česku zůstal beze změny. Export se od té doby podílí šedesáti až sedmdesáti % na celkovém výstavu. Nutno podotknout, že velkou část exportu tvoří produkce piva pro zahraniční obchodní řetězce.

Další menší pivovar, kterému export pomohl k návratu na výsluní, sídlí v podkrkonošské Nové Pace. Tento pivovar proslul jako jeden z prvních v České republice výrobou piva v plastových lahvích. Právě pomocí těchto obalů se pivovar dobře etabloval na východních trzích, a to zejména v Rusku a Polsku, kam směřovala mezi lety 2000 a 2005 značná část tohoto typu produkce. Pivovar se uchytil i v USA, následovaly země EU v čele s Německem. V produktovém portfoliu firmy můžeme nalézt též speciální pivo Hemp Valley Beer, které je vyráběno na základě licence švýcarské společnosti, která zajišťuje i jeho prodej v zahraničí. Díky výše zmíněným úspěšným krokům zahrnoval export pravidelně 40 až 50 % produkce, přičemž v roce 2009 to bylo právě padesát procent z celkového výstavu pivovaru, který tvořil necelých 35 000 hektolitrů piva. V letech 2008 a 2009 ale pivovar zasáhla světová hospodářská recese, která se odrazila v exportních výsledcích firmy. Do horších výsledků se promítly zejména silná koruna a oslabující dolar a euro.

Pivovar Herold Březnice zařazují jako typickou ukázkou pivovaru, který vyvážel více než polovinu své produkce. Pivovar trpěl od poloviny 90. let častým střídáním vlastníků, přičemž byl 10 let v americkém držení. Díky tomu si vybudoval dobrou pozici na americkém trhu. Zároveň úspěšně vyvážel do Velké Británie a dalších evropských zemí. Nakonec ale paradoxně kvůli velkému podílu exportu na produkci bojoval o přežití, protože se potýkal s posilující korunou a oslabujícím dolarem a librou, stejně jako novopacký pivovar. V současnosti je znovu v českých rukou a export radikálně klesl na úkor výroby pro domácí trh.

Mezi malé pivovary, které dlouhodobě úspěšně vyvážejí velkou část své produkce, dále patří Žatecký pivovar a Czech-Brewery Rakovník, které se mohou rovněž pochlubit zahraničními vlastníky. Rovněž Lobkowiczský pivovar Vysoký Chlumeč exportoval zhruba 60 % své produkce, ale v současnosti se snaží upevnit pozici na českém trhu hlavně díky členství v nové skupině K Brewery.

3.3 Objemy vývozu podle konkrétních zemí

Pivo s označením Czech beer je nyní možné zakoupit již ve více než 60i zemích celého světa. V této kapitole bych chtěl vyhodnotit export z pohledu zemí, do kterých české pivovary vyvážejí nejvíce.

Členství naší republiky v Evropské unii umožňuje českým podnikům snáze a levněji exportovat. V roce našeho začlenění do EU vylétl export nebývalou rychlostí a ještě po dva následující roky dost rapidně vzrůstal. Přestože možnost prodávat své pivo v jiných státech EU se otevřel všem zemím, s kterými se Česko k EU připojilo, patří naše podniky k zdaleka nejúspěšnějším.

Největší odbytiště pro české pivovary představuje Německo, kam v roce 2008 směřovalo 38 % produkce. Druhým nejvýznamnějším exportním trhem zůstalo Slovensko s 15,5 % z celkového exportu a na třetí příčce vystřídal Anglii Rusko, kam zamířilo 8 % z vývozního objemu. Mezi důležité vývozní lokality se řadí i Švédsko, USA, Rakousko, Maďarsko a Itálie. Podíl exportu do každé z těchto zemí činí však maximálně 5 %.

Zároveň bych chtěl podotknout, že uvedené údaje zahrnují pouze přímý export. Prodeje licenčně vyráběných piv započítány nejsou. Nyní bych chtěl přiblížit nejdůležitější odbytiště v roce 2008.

Německo

S Německem pojí naši zemi nejedna událost v historii. A právě jedna taková událost měla nebývalý vliv na novodobou éru českého pivovarnictví. Bavorský sládek Josef Groll se totiž paradoxně zasloužil o věhlas českého piva ve světě. Byl to právě on, kdo uvařil světlý ležák Pilsner Urquell, který se krok po kroku díky obchodní strategii koncernu SABMiller stává jednou z nejznámějších českých značek v zahraničí a jež je zároveň dlouhodobě českou pivní exportní jedničkou. Navíc v Německu Pilsner Urquell drží v prodeji první místo mezi všemi importovanými pivy, následován další českou prémiovou značkou, Budějovickým Budvarem. U našich západních sousedů se všeobecně těší velké oblibě piva typu pils a proto se české pivovary na německém trhu tak dobře prosazují. Zároveň však platí, že pivovar, který zvažuje dodávat pivo na trh této země, musí produkovat pivo podle zákona o čistotě piva, tzv. Reinheitsgebot 1516. V tomto zákoně je psáno, že na výrobu spodně kvašeného piva smí být použita pouze voda, chmel, kvasnice a slad.

Do Německa se dlouhodobě vyváží více než třetina exportovaného českého piva. V roce 2008 bylo k našim západním sousedům prodáno třicet osm procent celkového objemu vývozu, což představovalo 1,408 milionu hektolitrů piva.

Slovensko

Slovensko je velice specifickým trhem pro české producenty piva. Již před rozpadem Československa v roce 1993 dodávalo velké množství pivovarů své výrobky do slovenské části federace. Hned po rozpadu společného státu se totiž celkový vývoz českého piva hlavně díky ztrátě sloveských odbytišť propadl o téměř půl milionu hektolitrů, což v roce 1993 představovalo dvacet sedm procent exportu. Poté došlo k dohodě o celní unii mezi Českem i Slovenskem, ale později slovenská vláda zavedla kvóty na dovoz piva a české pivo se tak dováželo méně.¹⁷ Ustanovení o omezení dovozu ovlivnila i některé podniky, zejména břeclavský pivovar Podlužan, který na Slovensko dodával většinu produkce, což se mu stalo osudným. Od roku 2002 byly dovozní kvóty opět zrušeny, protože došlo k liberalizaci trhu mezi Českou republikou a Slovenskem.¹⁸ Přestože spotřeba piva u našich východních sousedů od roku 2003 klesá v souvislosti se zvýšením spotřební daně u piva o 66 %¹⁹, čeští výrobci jsou schopni navyšovat své vývozy do této země.²⁰ České značky piv se rovněž na Slovensku licenčně vyrábějí. Východoslovenský Pivovar Šariš má stejného vlastníka jako skupina Plzeňský Prazdroj a pro slovenský trh produkuje značky Gambrinus a Velkopopovický Kozel. Velkopopovický Kozel je zároveň nejprodávanějším zahraničním pivem na slovenském trhu.

V roce 2008 podle Českého svazu pivovarů a sladoven slovenský trh vykazoval s více než pěti set sedmdesáti čtyřmi tisíci hektolitrů patnáct a půl procenta českého exportu piva.

Rusko

Rusko představuje obrovský trh pro české pivovary. Až do roku 2009 spotřeba piva v Rusku rostla ročně o 8-10 %. Rusové totiž ustupují od konzumace tradiční vodky a postupně přecházejí na pivo. Troufám si tvrdit, že nebýt celních bariér a vysokého daňového břemene, české pivovary by vyvezli do Ruska více piva než do Německa. Rusko by tedy bylo exportní zemí číslo jedna. V současnosti totiž import piva do Ruska činí pouhé

¹⁷ <http://archiv.radio.cz/cesky/poznamka/24-4-98.html>

¹⁸ http://beers.cz/chmelar/2000/ch11_20akt17.html

¹⁹ <http://www.kamnapivo.sk/webtron/page486sk.html>

²⁰ <http://www.kamnapivo.sk/webtron/vyvoz-ceskeho-piva-rastie.html>

0,7 procenta, více se vyrábějí zahraniční značky licenčně. České pivo se v Rusku těší velké oblibě. Dodávalo se již do tehdejšího Sovětského svazu, kde patřilo k lepším produktům. Pověst lepšího a dražšího produktu si uchovalo dodnes. V loňském roce spotřeba importovaného piva v Rusku ale výrazně poklesla. České pivovary tam prodaly o polovinu méně než v roce 2008 (za první pololetí roku 2009 devadesát dva tisíc hektolitrů, za stejné období v předchozím roce sto šedesát jedna tisíc) a Rusko se tak propadlo na páté místo mezi nejdůležitějšími vývozními trhy pro české pivovary.²¹

Existují dvě cesty, jakými se české značky na ruský trh dostávají. První z nich, přímý export, patří k těm dražším, protože Rusko se řadí k zemím s nejvyšším daňovým a celním zatížením v Evropě. Jelikož jsou však česká piva vnímána jako luxusnější, čemuž odpovídá i jejich cena, některé pivovary dodávají na ruský trh piva vyrobená přímo v Česku. Takovým způsobem se na ruský trh dodává většina piv z malých pivovarů, za velké jmenují pivovar Krušovice. Mnohem častěji se pivovary uchylují k levnější licenční výrobě. Značky českého piva se vyrábějí buď v pivovarech, které jsou s těmi českými majetkově propojeny nebo licenci prodají jinému subjektu, který tím získá i výhradní právo na distribuci značky na ruském trhu. Případů, kdy ruský i český pivovar spadají pod jeden koncern, je několik. Největší český výrobce Plzeňský Prazdroj vyrábí své značky v pivovaru skupiny SABMiller v Kaluze poblíž Sankt-Petěrburgu. Staropramen vzniká v pivovaru ve městě Klin poblíž Moskvy. Tyto dva pivovary již sice od loňského roku nemají společného vlastníka, protože AB InBev prodal své továrny v České republice britské skupině investorů CVC Capital Partners, ale licenční výroba zůstala zachována. Dalšími značkami vyráběnými v Rusku jsou například Zlatopramen, Březňák a Lobkowicz. Lobkowicz uvádím jako případ prodeje licence na výrobu v jiném pivovaru. Tento pivovar se stal vůbec prvním nezávislým českým pivovarem, který licenci poskytl jinému subjektu v Rusku. Učinil tak v roce 2004 a Lobkowicz se od té doby vaří v Sibiřském pivovaru v Ust'-Kaminsku. Poslední tři zmíněné značky změnilы během posledních dvou let své vlastníky.

Značka Velkopopovický Kozel představuje nejúspěšnější zahraniční pivo na ruském trhu, což je způsobeno zejména licenční výrobou. Značkou, které patří první příčka mezi ryze dováženými pivy, jsou české Krušovice.

USA

²¹ <http://hn.ihned.cz/c1-38376110-export-piva-do-ruska-klesl-na-polovinu>

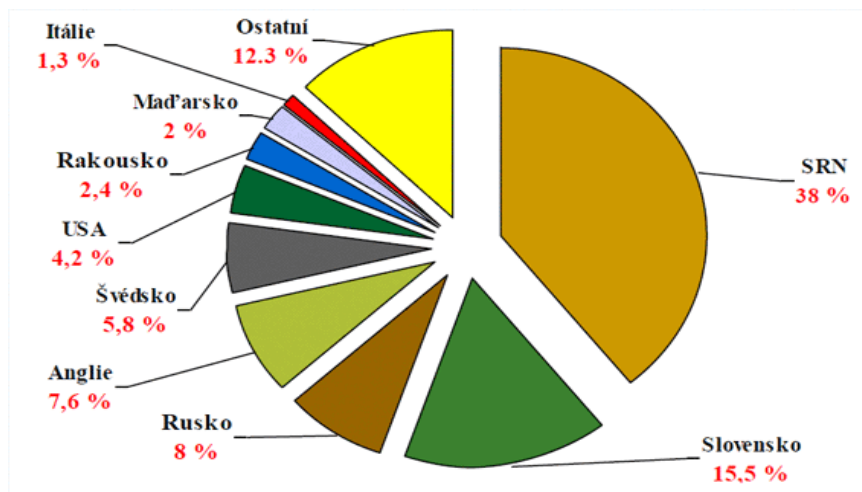
Spojené státy americké se dají vymezit jako obrovský trh, na němž existuje široký prostor pro potenciální exportéry piva. Alkohol se ve Spojených státech prodává na základě přísných pravidel, které si stanovuje každý stát jinak. Mohlo by se zdát, že přístup na tento trh bude kvůli tomu těžší, ale opak je pravdou. Specifikem amerického trhu je bezesporu jeho rozmanitost. Prodejci se snaží stále obměňovat svoji nabídku a klienti poptávají stále nové produkty. Proto se i českým pivovarům daří úspěšně na tento trh exportovat. Koncern SABMiller se pomocí své americké divize snaží prosadit Pilsner Urquell mezi nejvýznamnější dovážená piva. Z vlastní zkušenosti mohu potvrdit, že tuto značku si zákazník může v některých státech zakoupit ve většině obchodů s alkoholem. Pilsner Urquell navíc založil exportní tradici do Spojených států již v roce 1873 a před 1. světovou válkou, kdy plzeňský pivovar byl největším v Evropě, dosahoval export 40 000 hektolitřů. Export na tento trh se podařilo ve velkém obnovit až fúzí společností South African Breweries (SAB) a Miller Brewing Co. v roce 2002. Pilsner Urquell je v současnosti nejexportovanější českou značkou na tento trh, kam dodává okolo 20 % své produkce určenou pro zahraničí.²² Export do této destinace od roku 2002 neustále roste, zejména díky distribuční síti Milleru. Budějovický Budvar kvůli známkoprávním sporům s výrobcem amerického Budweiseru Anheuserem-Busch vyváží svou prémiovou značku jako Czechvar. Před dvěma lety uzavřely tyto dva pivovary překvapivou, nicméně zajímavou spolupráci, ve které se Anheuser-Busch stal výhradním dovozcem Czechvaru do USA.

Velká Británie

Nabídka druhů piv je ve Spojeném království nepoměrně širší než v České republice. Navíc pivo, které se ve Velké Británii tradičně po staletí vyrábí, se vyznačuje odlišností od českých ležáků. Britské ale, bitter a stout se vyrábějí metodou svrchního kvašení a i jejich chuť se českým pivům dosti vzdaluje. Přesto se však české ležáky na britském trhu prosazují. Z českých piv se na britském trhu nejlépe daří Budějovickému Budvaru, který v roce 2006 zlomil hranici 100 000 hektolitřů vyvážených na britský trh. Budvar se v této zemi zaměřuje na mladší zákazníky a jeho světlý ležák si získal v zemi velké renomé. V současnosti patří Budvaru pátá příčka mezi importovanými pivy na tomto náročném trhu.

²² <http://www.khs-till.cz/index.php?pid=7&un=9&zag=innofill-dmd-76>

Graf – Podíly exportu piva podle jednotlivých států (údaje za rok 2008)²³



Podle údajů za první pololetí roku 2009, popsaných blíže v kapitole číslo 3 se situace v českém exportu piva změnila. Rusko se propadlo na pátou příčku, Švédsko poskočilo na čtvrté místo. Kromě Švédska došlo k výraznějším propadům na všech nejvýznamnějších exportních trzích.

Tabulka č.2 – Export z ČR v prvním pololetí roku 2009²⁴

Bilance exportu piv

VÝVOZ Z ČR ZA LETOŠNÍ POLOLETÍ

Země - Vývoz (tis. hl)	pokles (v %)
1. Německo 620	-11
2. Slovensko 305	-8
3. V. Británie 129	-14
4. Švédsko 119	+1
5. Rusko 92	-43

3.4 Formy zahraniční spolupráce

V této podkapitole nastiňuji způsoby mezinárodní spolupráce, které využívají české pivovary. Zároveň jsem na základě komunikace s několika pivovary analyzoval zahraniční obchod pivovarů, který podrobněji rozeberu v další kapitole.

Považuji za velice důležité, když se pivovary účastní různých degustačních soutěží s mezinárodním publikem. Mnoho českých pivovarů na základě předních umístění v těchto soutěžích získalo zahraniční partnery a dokázalo se prosadit na zahraničních trzích.

²³ Převzato z <http://www.cspas.cz/pivo.asp?lang=1>

²⁴ Převzato z <http://pivniobzor.cz/aktuality/1299-export-piva-do-ruska-klesl-na-polovinu/>

3.4.1 Výhradní prodej (distribuce)

Tato forma spolupráce je v Česku využívána velkým množstvím pivovarů. Vlastní distribuční sítě se mohou chlubit zejména velké pivovary, protože většina velkých výrobců patří v současnosti do nadnárodních koncernů. V takovém případě distribuci zajišťuje jiný velký pivovar skupiny v zahraničí nebo dceřinná distribuční společnost.

SABMiller stanovil v roce 2002 cíl vybudovat ze značky Pilsner Urquell jednu z pěti nejsilnějších, nejznámějších a nejkonsumovanějších značek světa. Nejprve společnost Plzeňský Prazdroj využívala pouze distribuční síť pivovarů ve stejném koncernu. V posledních letech ale na dva z pěti nejdůležitějších trhů, konkrétně v Německu a v USA založil plzeňský pivovarnický koncern dceřinné distribuční společnosti. Na méně důležitých trzích zajišťují distribuci značek Plzeňského Prazdroje dceřinné společnosti SABMilleru nebo pivovary patřící tomuto koncernu.²⁵

Budějovický Budvar jako největší státní pivovar utvořil partnerství se dvěma světovými pivovary, americkým Anheuserem-Busch a dánským Carlsbergem. Anheuser-Busch se stal v roce 2007 výhradním distributorem Budvaru (v USA pod značkou Czechvar) pro Spojené státy. Z důvodu sporů o značku s touto společností nemůže Budvar používat na těchto trzích označení Budweiser. Díky rozsáhlé distribuční síti pivovaru ze St.Louis, který ovládá 48 % severoamerického trhu se ale Budvaru úspěšně daří rozvíjet export na tomto trhu. Na menších trzích se o distribuci stará distribuční společnost dánského koncernu Carlsberg. Naopak Budvar zastupuje tuto společnost a její značky v České republice. Ve Velké Británii a v Německu, v zemích, které pro Budvar představují největší odbytiště, podnik otevřel dceřinné distribuční společnosti Budweiser Budvar UK Ltd. v Londýně a Budweiser Budvar Importges.mbH v Erfurtu.²⁶

Druhý největší český výrobce Pivovary Staropramen, a.s. změnil v roce 2009 vlastníka, což zatím nepostihlo jeho distribuční kanály. Staropramen má dceřinnou distribuční společnost na Slovensku. Na německém trhu, stejně jako v menších odbytištích dováží jeho produkty bývalý vlastník InBev. Kromě licenční výroby v Ruské federaci Staropramen prodává pivo za hranice i prostřednictvím soukromých nezávislých importních společností. Staropramen navíc na český trh výhradně dováží řadu značek InBevu.

²⁵ <http://www.prazdroj.cz/cz/obchod/export-a-mezinar-znacky>

²⁶ <http://budweiser-budvar.cz/obchod/prodej-v-zahranici.html>

3.4.2 Nevýhradní prodej

Pivovary udělují exkluzivitu na takových trzích, kde by pro ně samostatný vstup vyžadoval relativně vysoké investice a řadu administrativních úkonů. V zemích, kde vstup nepředstavuje problémy podobného rázu mají pivovary většinou stále obchodní partnery, pomocí nichž své produkty prodávají. Podle vyjádření Pavliny Krejčové z Pivovaru Nová Paka prodává tento podnik na čtyřech trzích exkluzivním partnerům, na ostatních trzích však v případě poptávky dodává pivo více subjektům, přičemž partnery informuje o možné konkurenci. Pivovar Vratislavice využívá formu nevýhradního prodeje na všech trzích. Náchodský Primátor udělil exkluzivitu rovněž pouze na některé trhy. Menší a střední pivovary často poskytují exkluzivitu pouze na některé trhy, na jiné prodávají nevýhradně.

3.4.3 Licenční výroba

Velké nadnárodní koncerny se snaží výrobu zefektivňovat a snižovat náklady. Zavírají starší pivovary a výrobu značek z těchto míst převádějí do jiných závodů společnosti. Běžnou cestou velkých průmyslových pivovarů se stává i licenční výroba v zahraničí. K licenční výrobě dochází ve většině případů v pivovaru, který je ve stejném vlastnictví jako podnik poskytující licenci. Zároveň k licenční výrobě často dochází v zemích, kde existují legislativní opatření omezující dovoz (např. Rusko).

Jako nejviditelnější případ si dovoluji uvést Plzeňský Prazdroj, jehož produkty se v současnosti na základě licence vyrábějí v Rusku, na Slovensku, v Polsku a v Maďarsku, uvažuje se o Jihoafrické republice. Pivovar se nebrání nárůstu zemí, kde by pivo vařili v licenci, ale strategie stanovená za předchozího ředitele Mika Shorta určuje, že nejprve musí značka dosáhnout určité úrovně prodeje, aby se o licenční výrobě uvažovalo. Licenčně se vyrábějí značky, jež se těší velkému zájmu a pivovar chce ušetřit nemalé náklady na dopravu. Pilsner Urquell jako nejprestižnější značka v portfoliu se nyní vaří v Polsku, v Rusku a v Jihoafrické republice. Velkopopovický Kozel jako druhá nejdůležitější značka skupiny je produkována na Slovensku, v Maďarsku a v Rusku. Gambrinus, v Česku nejprodávanější značka, v licenci nikde vyráběna není, ačkoli v minulosti se vařila například v Litvě. Tato značka totiž existuje v několika zemích Evropy, kde zároveň drží její výrobci výhradní právo na prodej. Zajímavé je, že Birell, nealkoholické pivo koncernu Plzeňský Prazdroj, je licenčně vařená značka vzniklá ve Švýcarsku a představuje nejvýznamnější licenční výrobu zahraničního piva v Česku.

Druhý největší český výrobce Pivovary Staropramen i po změně vlastníka pokračuje v licenční výrobě prémiové značky Staropramen v Rusku. U tohoto subjektu

můžeme být navíc svědky licenční výroby zahraničního piva, což je všeobecně v Česku výjimka. V pražském Staropramenu produkují belgické pivo Stella Artois pro český a slovenský trh a japonské pivo Asahi pro západoevropské trhy.²⁷

Heineken jako třetí největší subjekt má jasně stanovenou strategii pro každou značku. Jelikož ze svých českých značek vybral jako prémiovou Krušovice, nevyrábí se tato značka v licenci nikde. Podle vedení Heinekenu chtějí uchovat unikátní původ značky. O třídu níže zařadil Heineken značky Starobrno a Zlatopramen, jejichž licenční výroba probíhá v ruských pivovarech skupiny. Regionální značka Březňák se od akvizice pivovaru ve Velkém Březně stala značkou celonárodní a Heineken s ní má ambice i v zahraničí. Tomu nasvědčuje i start produkce Březňáka v Rusku v roce 2009.²⁸

Další významné pivovarnické skupiny v republice, K Brewery, PMS Přerov a státní podnik Budějovický Budvar svoje značky licenčně nevaří. Jedinou výjimkou je značka Lobkowicz ze skupiny K Brewery, která se již od roku 2004 vaří v Rusku.

Jako další z menších značek, která se v zahraničí vyrábí podle licenční smlouvy, jmenuji západočeský Chodovar. Ten je produkován v litevském pivovaru Ponoras.²⁹

3.4.4 Mezinárodní výrobní kooperace

Podle Hany Machkové mezinárodní výrobní kooperace je i: „*kromě čistě výrobní kooperace může být spolupráce zaměřena i do oblasti výzkumu a vývoje, distribuce a poskytování různých služeb.*“³⁰

Touto cestou se ve dvou případech vydal Pivovar Broumov-Olivětín, který se řadí k menším podnikům.

V prvním případě společnost investovala v Moldavsku, kde založila v roce 2000 distribuční společnost Opat Dubossary a poté pivo Opat v Moldavsku i stáčela.

V druhém případě se broumovský výrobce pokoušel obnovit s polským partnerem výrobu v uzavřeném pivovaru v polském Radkowě. Prvotní plán počítal se stáčením piva Opat v Polsku a později i s vařením piva na základě české receptury v polském závodě. Pivovar Broumov však nakonec tyto plány neuskutečnil.³¹

²⁷ http://www.pivovary.info/prehled/pp/pp_h.htm

²⁸ <http://www.kamnapivo.sk/webtron/licencne-vareny-breznak.html>

²⁹ <http://www.ponoras.com/cz/general>

³⁰ Machková, H. *Mezinárodní obchodní operace*. Grada, Praha 2007

³¹ <http://www.naszesusdety.pl/?p=artykulyShow&iArtykul=4277>

3.4.5 Vývoz know-how

Vývoz know-how považují za neopomenutelnou skutečnost, kterou se české pivovarnictví může pochlubit. Dovolím si tvrdit, že vývoz českého umění vaření piva má již více než stoletou tradici. V několika zemích Evropy můžeme dodnes najít pivovary založené Čechy. Jako příklad jmenuji pivovary Zagorka a Šumen v Bulharsku nebo Daruvar v Chorvatsku. Za existence RVHP byli čeští odborníci zváni do spřátelených zemí, aby pomohli s výstavbou pivovarů a poskytli cenné know-how. Tímto způsobem vzniklo několik desítek pivovarů v současném Rusku, Kazachstánu či na Ukrajině. V minulosti však pracovali i v dalších exotických zemích, jako například v Tunisu, v Mongolsku, na Velikonočním ostrově, v Mexiku či v Jihoafrické republice nebo na Filipínách.³²

Díky dobrému renomé českého piva ve světě jsou čeští sládkové často zváni k výstavbě minipivovarů, sestavení receptur a učení vaření piva do různých zemí i dnes. V současnosti čeští sládci působí v sedmi zemích světa, jmenovitě Rusku, Rakousku, Vietnamu, Uzbekistánu, Kanadě, Japonsku a Slovinsku. Několik minipivovarů postavili Češi například ve Vietnamu, kde se české pivo těší velké oblibě zejména díky studijním pobytům Vietnamců v socialistickém Československu. První minipivovar ve Vietnamu vznikl v roce 2001, poslední za pomoci společnosti Pivo Praha v roce 2008. Vendelín Krkoška, který provozuje minipivovar v Liberci, postavil v roce 2003 na zakázku minipivovar Bay Island Brewery v Hondurasu³³, kde zároveň produkují pivo podle jeho receptury. Další minipivovary, které mají na svědomí Češi existují v Jihoafrické republice, Mexiku, Řecku či Rusku.

Zároveň bych chtěl zmínit venezuelský pivovar Polar, který se řadí k největším jihoamerickým výrobcům piva. O jeho rozvoj se zasloužil český sládek Karel Roubíček³⁴, který v pivovaru krátce po jeho otevření pracoval jako sládek a později pivovar i vedl.

³² <http://www.pivnidnik.cz/clanek/3602-Cesky-sladek/index.htm>

³³ <http://pivni.info/news/deni-pivovary/vendelin-liberec/>

³⁴ http://cs.wikipedia.org/wiki/Karel_Roub%C3%AD%C4%8Dek

4. Zahraniční obchod vybraných pivovarů

V této kapitole se budu zabývat zpracováním údajů z mezinárodního obchodu konkrétních českých pivovarů. Pivovary jsem rozdělil do třech skupin podle jejich velikosti na základě výrobní kapacity. První skupinu tvoří malé podniky s produkčními možnostmi do dvou set tisíc hektolitrů. Do druhé skupiny zařazuji podniky střední velikosti s kapacitou od dvou set tisíc hektolitrů do pěti set tisíc hektolitrů. V poslední skupině hodnotím velkopivovary, které mohou vyrobit ročně více než čtyři sta tisíc hektolitrů. Zaměřuji se především na vyhodnocení údajů získaných od zaměstnanců jednotlivých pivovarů, z výročních zpráv uveřejněných v obchodním rejstříku a ze zpráv v tisku. Chtěl bych zdůraznit, že jsem se často setkával se skutečností, že údaje získané od samotného pivovaru se někdy odlišovaly od údajů uvedených ve výročních zprávách. V takovém případě jsem se přiklonil k údajům z výročních zpráv. Některé pivovary navíc uvádějí výstav a exportní výsledky zaokrouhleně nebo dokonce v procentech. Pokud jsem natrefil na takovou situaci, použil jsem procentuální přepočet, čímž jsem dosáhl některých údajů v tabulkách.

4.1 Malé pivovary

Malé pivovary jsou většinou nezávislé subjekty, které působí v rámci regionů. Tyto podniky musí i ve svém okolí často čelit velké konkurenci jak ze strany jiných malých pivovarů, tak zejména velkých pivovarů s celostátní působností. Některé pivovary se vydali cestou odlišení se od běžné produkce, což využívají ke svému zatraktivnění pro konečné konzumenty, které neuspokojuje jednotvárná nabídka velkých koncernů. Některé malé pivovary se vyprofilovaly na exportně orientované podniky, které vyvážejí více než čtyřicet procent produkce. Mezi takové výrobce na českém trhu se řadí například Pivovar Nová Paka, Pivovar Herold Březnice nebo Czech-Brewery Rakovník. Nutno podotknout, že tito tři výrobci se celkovým výstavem pohybují pod padesáti tisíci hektolitry ročně.

V souvislosti s malými pivovary považuji za nezbytné zmínit působnost nově vzniklé skupiny K Brewery. V roce 2008 skupina českých investorů začala skupovat malé a střední pivovary, čímž vznikla v Praze sídlící nová pivovarnická skupina K Brewery. K ní v současné době z malých pivovarů patří pivovary ve Vysokém Chlumci, v Hradišti nad Jizerou, v Hlinsku v Čechách a v Uherském Brodě. Tato skupina uplatňuje společnou obchodní politiku, kdy vyzdvihuje tyto regionální značky na prakticky celostátní úroveň. Navíc aplikuje společnou exportní politiku. Některé pivovary skupiny patří k exportně zaměřeným pivovarům (viz Pivovar Vysoký Chlumeč).

Řada malých českých producentů piva je životně závislá na exportu, ale existují stále společnosti, které nevyvážejí vůbec a nebo s vývozem teprve začínají, jako například trutnovský výrobce Krakonoš, pelhřimovský Poutník, Pivovar Polička a Pivovar Kácov nad Sázavou. Produkci malých pivovarů můžeme na českém trhu najít nejčastěji takzvaně „kolem komína“, tzn. v blízkém okolí pivovaru. O to více pak překvapí, když produkty takového podniku nalezneme na druhém konci světa.

Podle zmapování českého pivovarnického trhu jsem mezi malé pivovary, které budu hodnotit, vybral Pivovar Nová Paka a Pivovar Rohozec. Na těchto dvou společnostech bych rád poukázal na odlišné trendy v jejich produkci a chtěl bych zároveň porovnat export z hlediska jejich potenciálu. Hodnocené údaje pocházejí od Ing. Pavlíný Krejčové, marketingové manažerky Pivovaru Nová Paka a dále z výročních zpráv obou pivovarů a tiskových zpráv.

4.1.1 Pivovar Nová Paka

Pivovar Nová Paka patří mezi nezávislé podniky a nenáleží k žádnému většímu uskupení. Sídli v Podkrkonoší a založen byl roku 1872. Tento pivovar bych zařadil mezi exportně orientované. Výrobní kapacita tohoto podkrkonošského podniku se pohybuje okolo 90 000 hektolitrů, což představuje při plném vytížení méně než 0,1 % českého trhu. Co se týče vývozu, pivovar svými objemy exportu předstihuje řadu českých středně velkých pivovarů s daleko vyššími výrobními možnostmi. Novopacký pivovar prodá za hranice každoročně mezi čtyřiceti a padesáti procenty z celkového objemu výroby. Značka Novopacké pivo je pro vývoz nahrazována jinými názvy podle konkrétního cílového trhu. Nejvíce společnost vyvezla v roce 2001, konkrétně 41 000 hektolitrů, přičemž vystavila 87 000 hektolitrů piva. Hned rok poté ale export výrazně poklesl z důvodu posilující koruny na devizových trzích. Pivovar se opírá zejména o zavedené trhy, kam dodává stabilně a úspěšně již několik let. V současnosti patří k nejdůležitějším zahraničním odbytištím USA, Izrael, Čína a Německo. V roce 2009 ale odbyt v některých zemích klesal kvůli kurzu koruny k dolaru a euru. Největší pokles prodeje novopackého piva byl zaznamenán na americkém trhu. Kromě výše zmíněných zemí se pivovaru daří vyvážet do Pobaltí, Polska a jiných zemí EU. Pivovar se snaží proniknout i na jiné vzdálenější trhy jako je například Jižní Korea.

Novopacký pivovar udělil v některých zemích exkluzivitu na prodej svých výrobků. Východního dovozce má nyní ve Spojených státech, v Jižní Korei a v Izraeli. Díky těmto obchodním stykům pivovar ušetří nemalé náklady na distribuci v daných

teritoriích. V Německu má pivovar uzavřenu smlouvu o výhradním prodeji pouze na část produktového portfolia, a to na pivo v plastových obalech. V ostatních zemích pivovar prodává více partnerům.

Co se týče druhů vyvážených piv, novopacký podnik vyváží zejména světlý a tmavý ležák, následuje světlé výčepní pivo. Exportuje se sudové pivo do zemí EU, do ostatních odbytíšť pivo míří ve třech druzích skleněných obalů a v plastových lahvích 1,5 litru.

Pivovar se setkává s riziky plynoucími z pohybu měnových kurzů. Zároveň ale používá opatření, které má podnik ochránit před případným nekorektním jednáním obchodního partnera. Novému zákazníkovi není dovolen odběr jinak, než na předem zaplacenou pro forma fakturu a k delším lhůtám splatnosti se přechází až po několikaleté bezproblémové spolupráci.

Nová zahraniční odbytíšť pivovar získává na základě doporučení stávajících obchodních partnerů, dále využívá služeb velvyslanectví v potenciálních zemích a je oslovován prodejci, kteří mají o Novopacké pivo sami zájem.

Tabulka č.2: Export pivovaru Nová Paka

Rok	Výstav (v hl)	Export	Podíl exportu	Změna v exportu
2009	34 713	50 %	50 %	
2008	36 796	40 – 50 %	40 – 50 %	
2007	45 294	40 – 50 %	40 – 50 %	
2006	55 380	27 000	49 %	- 547
2005	57 158	27 547	48 %	+ 12 797
2004	45 966	14 750	32 %	+ 750
2003	47 730	14 000	29 %	- 11 000
2002	71 537	25 000	35 %	- 16 000
2001	91 000	41 000	45 %	+ 29 000
2000	66 700	12 000	18 %	

4.1.2 Pivovar Rohozec

Jako protipól Pivovaru Nová Paka jsem zvolil Pivovar Rohozec, který sídlí na okraji Českého ráje, v Malém Rohozci u Turnova. Tento podnik jsem zařadil do srovnání z několika důvodů. Jednak se jedná o pivovar srovnatelné velikosti s tím novopackým a navíc se Pivovar Rohozec začíná stále více prosazovat v zahraničí, ačkoliv podle vyjádření ředitele Františka Jungmanna je pro něj prioritou domácí trh. Tento pivovar byl v roce

2004 zachráněn před uzavřením, kdy ho koupil Pivovar Svijany. V té době rohozecký pivovar produkoval pouze 10 000 hektolitrů piva, což bylo značně neefektivní vzhledem k tomu, že výrobní kapacita je desetinásobně vyšší. Po akvizici se ale podařilo podnik stabilizovat tak, že jeho produkce a vývoz každoročně stoupají. Poprvé dodal tento pivovar pivo za hranice v roce 2005. Jednalo se o zanedbatelných třináct hektolitrů. V roce 2006 se export podílel už sedmnácti procenty a mezi lety 2007 a 2009 se vyváželo mezi dvanácti a patnácti procent produkce, která narostla až na loňských 62 500 hektolitrů. Nejvýznamnější odbytiště co do objemu prodaného piva představují pro pivovar Německo a Polsko. Kvůli posilující koruně byl v roce 2008 pivovar nucen na čas přerušit dodávky do Německa, které se ukázaly jako nevýhodné. Rohozecké pivo také putuje do skandinávských zemí a prodáno bylo již i do Austrálie. V roce 2007 pivovar odstartoval export do Ruska.

Tabulka č.3 – Export Pivovaru Rohozec

Rok	Výstav (v hl)	Export (v hl)	Podíl exportu	Změna v exportu
2009	62 500	7 500	12 %	+ 1 100
2008	53 700	6 400	12 %	+ 1 480
2007	41 000	4 920	12 %	- 520
2006	32 000	5 440	17 %	+ 5 440
2005	28 794	13 hl	0,05 %	+ 13
2004	31 000	0	0	0
2003	12 500	0	0	0
2002	10 233	0	0	0
2001	9 819	0	0	0
2000	9 190	0	0	0

4.2 Střední pivovary

Mezi střední pivovary jsem zařadil podniky, jejichž výrobní možnosti dosahují minimálně dvou set tisíc hektolitrů a zároveň nepřesahují půl milionu hektolitrů. Takových pivovarů najdeme v České republice okolo dvaceti, přičemž některé z nich patří do větších uskupení. K Brewery jako ryze česká pivovarnická skupina vlastní ze středně velkých pivovarů Pivovar Černá Hora, Pivovar Jihlava a Pivovar Platan v Protivíně. Pivovary PMS se sídlem v Přerově sdružují středně velké pivovary Olomouckého kraje v Hanušovicích, Litovli a Přerově. Obě skupiny mají exportní oddělení, které zajišťuje vývoz pro všechny pivovary skupiny.

U středně velkých pivovarů se dají vyzorovat tři odlišné trendy. Prvním z nich je raketový nárůst produkce podložený významným podílem exportu na produkci (Pivovar Vratislavice). Druhý z nich, kterému dává přednost většina středně velkých podniků, je budování sítě zahraničních obchodních partnerů a kontinuální nárůst prodeje do zahraničí (Pivovar Náchod, Pivovar Litovel). Třetí skupinu tvoří pivovary, které svojí produkcí pro domácí trh převyšují ostatní výrobce často až dvakrát a kteří se soustřeďují hlavně na Česko. Pivovar Svijany a Pivovar Holba Hanušovice se orientují přesně tímto směrem. Pivovar Svijany při téměř žádném vývozu vystavil za loňský rok 385 000 hektolitrů piva, čímž dokázal za posledních deset let svoji produkci zečtyřnásobit a rozšířit se prakticky celostátně. Pivovar Holba vyrobil v roce 2009 okolo 450 000 hektolitrů, ale exportoval pouze okolo pěti tisíc hektolitrů.

Zajímavým podnikem mezi středně velkými pivovary je bezesporu Pivovar Jihlava vařící pivo pod značkou Ježek. Tento pivovar měl až do roku 2007 belgického majitele, díky němuž vyvážel velkou část produkce, v roce 2005 například až 158 000 hektolitrů. Byl ale převzat společností K Brewery, která ho přeorientovala na český trh a jak samotná produkce, tak export byly výrazně utlumeny.

K hodnocení jsem vybral dva pivovary, jejichž obchodní a exportní strategie se viditelně odlišují. Prvním z nich je vratislavický pivovar Hols, druhým pak náchodský pivovar Primátor. Co se týče použitých informací, čerpal jsem z výročních zpráv pivovarů a z uveřejněných tiskových zpráv. Detailnější informace mi poskytl Ing. Petr Hostaš, ředitel a sládek Pivovaru Vratislavice a Ing. Lenka Matoulková, exportní manažerka Pivovaru Primátor.

4.2.1 Hols, a.s. Pivovar Vratislavice nad Nisou

Pivovar Vratislavice leží na předměstí Liberce a před rokem 1998 náležel k uskupení Pražské pivovary, a.s., které tento výrobní závod uzavřelo. Produkována zde byla značka Vratislav, kterou v roce 2000, kdy byla výroba obnovena společností Hols, nahradila značka Konrad. Nejprve se pivovar koncentroval na regionální trh, kde prodával okolo šedesáti tisíc hektolitrů piva ročně. S exportem začal již rok po svém znovuootevření, kdy dodal do zahraničí devět set hektolitrů. V roce 2006 už pivovar vyvážel polovinu produkce, která se zvedla na devadesát pět tisíc hektolitrů. V letech 2007 a 2008 exportoval vratislavický pivovar šedesát procent výroby. V loňském roce se podařilo vyrobit sto padesát tisíc hektolitrů piva a export dosáhl sedmdesáti procent. K radikální změně obchodní strategie pivovaru došlo po vstupu České republiky do Evropské unie a pivovar byl schopen rozvinout se v silně exportující podnik. Nicméně pivovaru pomáhají i různá zahraniční ocenění, mimo jinými prestižní cena Evropská pivní hvězda, zlatá pro dvanáctku a stříbrná pro jedenáctku. Dá se očekávat další růst pivovaru, který disponuje ročním výrobním potenciálem 240 000 hektolitrů. Pivovar vyrábí část produkce pod privátními značkami zahraničních obchodních řetězců, čímž může efektivněji využívat svou produkční kapacitu. Hlavním zahraničním odbytištěm vratislavického piva je Německo. Dlouhodobě si pivovar udržuje pozici také na italském a španělském trhu. Vyvážejí se jak výčepní piva, tak ležáky, v poměru padesát na padesát. Společnost se účastní prezentací v zahraničí, kde hledá nové zahraniční odběratele. Zároveň pivovar provozuje dvě restaurace v Německu. V minulosti dodával pivo do turistických vláčků v Sasku. Dokonce v Itálii uspořádal pivní slavnosti pod názvem Slavnosti Konráda.

Pivovar nemá v žádné zemi výhradního dovozce, pivo dodává v souladu s mezinárodními obchodními podmínkami Incoterms a to různým subjektům. Podle vyjádření ředitele společnosti Ing. Petra Hostaše čelí podnik omezením způsobeným zvýšenou daní pro import piva do některých evropských zemí, bez ohledu na nařízení EU o volném pohybu zboží. Jmenovitě se tento problém týká Polska a Dánska.

Vratislavický pivovar se velice dobře vyrovnává s ekonomickou krizí. Přestože většina pivovarů hlásí pokles své produkce a hlavně exportu, výrobce piva Konrad se tento problém v podstatě netýká, když za rok 2009 zvedl produkci o jedenáct a export dokonce o dvacet tři procent.

Tabulka č.4 – Export Pivovaru Vratislavice

Rok	Výstav (v hl)	Export (v hl)	Podíl exportu	Změna v exportu
2009	149 700	104 800	70 %	+ 24 400
2008	134 000	80 400	60 %	+ 14 400
2007	110 000	66 000	60 %	+ 19 000
2006	95 000	47 000	50 %	+ 46 100
2005	48 800	900	2 %	- 600
2004	56 200	1 500	3 %	- 1500
2003	62 200	Cca 3 000	5 %	0
2002	63 800	Cca 3 000	4,5 %	0
2001	60 000	3 000	5 %	+ 3000
2000	14 856	0	0	

4.2.2 Primátor, a.s. Náchod

Akciová společnost Pivovar Náchod přešla v roce 2009 z vlastnictví města do rukou společnosti LIF (Liberecký investiční fond) a název byl změněn na Primátor, a.s. Společnost LIF je od března letošního roku stoprocentním akcionářem ještě v Pivovaru Svijany a v Pivovaru Rohozec. Primátor se řadí mezi středně velké pivovary, protože jeho maximální roční výrobní kapacita se pohybuje okolo dvou set tisíc hektolitřů. Náchodský pivovar patří k podnikům, které svůj vývoz zvyšují postupně, ne skokově. Export pivovaru se stabilně zvyšuje stejně jako koncová odbytíště. Náchodský pivovar vyváží úspěšně do mnoha zemí Evropské unie, ale exportuje také do USA, do Brazílie a do Jižní Koreje, narázově dokonce do Afriky, jako tomu bylo minulý rok Togo. Nejvíce se pivovar uchýlil ve Švédsku, na Slovensku, ve Velké Británii, v Polsku a v Rusku. K důležitým odbytíštím se dále řadilo Německo a Francie. Primátor má ve většině zemí výhradní dovozce. Většinu piva vyváží v lahvích a nejvíce se na exportu podílí světlý ležák Premium, který dominuje exportu pivovaru se čtyřiceti sedmi procenty, následuje tmavý ležák Premium Dark se čtrnáctiprocentním podílem a nealkoholické pivo rovněž se čtrnácti procenty. Významněji se vyváží rovněž Primátor Světlé, polotmavá 13% a Weizenbier. Vyvážený druh piva závisí na konkrétním trhu. Do Polska se daří prodávat šestnáctistupňové pivo v sudech, protože v této zemi se všeobecně konzumuje silnější pivo. Náchodský pivovar patří v České republice ke specifickým podnikům, protože si zakládá na široké nabídce piv, z nichž některé patří k dominantním typům v jiných zemích. Pivovar vyrábí pšeničné pivo, jehož doménou je Německo a dále English Pale Ale a Stout, které mají tradiční základnu na britských ostrovech. Všechno pivo značky Primátor se vyrábí v Náchodě, licence na výrobu nebyla nikomu poskytnuta. Primátor využívá své kapacity i pro produkci pro zahraniční obchodní řetězce. Pivovar se při hledání nových obchodních partnerů opírá o

studie od agentur a účasti na veletrzích. Rovněž získává kontakty od zprostředkovatelů a na základě vlastní inzerce. Stává se i, že do pivovaru přicházejí poptávky od potenciálních zájemců. Primátor může pozitivně využít i významné úspěchy v mezinárodních degustačních soutěžích. Pivovar byl v posledních letech oceněn v zahraničí hned několikrát. V soutěži The World Beer Award 2008 v Londýně získal dokonce zlatou medaili za nejlepší světový ležák. Naposledy pivovaru pomohlo ocenění magazínu Beers of the World. V roce 2008 vyšplhal export pivovaru až na 27 000 hektolitrů při vyrobených sto třiceti tisících hektolitrech. Vývoz pivovaru se od roku 2004, kdy naše země vstoupila do EU, zvýšil téměř třikrát. Zároveň však může být pozorován opačný trend, kdy domácí spotřeba piva klesá stejně jako samotná produkce pivovaru, ačkoli u náhodského výrobce nedošlo k příliš výraznému propadu výstavu. V roce 2000 bylo vyrobeno 148 433 hektolitrů piva, ale od té doby produkce dosahuje vždy mezi sto třiceti a sto čtyřiceti tisíci hektolitrů, výjimkou byl loňský rok. Stejně jako jiné podniky trpí pivovar výkyvy v kurzu české měny k euru a k dolaru. Další riziko plyne z nevrácení zálohovaných obalů. Navíc je náročně kontrolovat investice do vybavení restaurací v zahraničí. V minulém roce pivovar utrpěl v důsledku krize a produkce poklesla o přibližně sedm tisíc hektolitrů. Export se propadl o téměř 2400 hektolitrů. Srovnáme-li ale tato čísla s celkovým propadem odvětví, zjistíme, že pivovar ztratil méně, než ukazují průměrné ukazatele za loňský rok, kdy došlo k propadu výroby o přibližně deset procent.

Pivovar také limitují omezení vstupu na některé trhy. V Evropské unii tyto bariéry nejvíce pociťuje ve Švédsku a ve Finsku, v zámoří pak v Kanadě. Jak doslova uvedla vedoucí exportu Primátora: „S ostatními omezeními si většinou místní dodavatel poradí.“

Tabulka č.5 – Export Pivovaru Primátor Náhod

Rok	Výstav (v hl)	Export (v hl)	Podíl exportu	Změna v exportu
2009	122 906	24 623	20,03 %	- 2377 hl
2008	130 000	27 000	20,77 %	+ 4 340 hl
2007	133 110	22 660	17,02 %	+ 1 418 hl
2006	136 044	21 242	15,61 %	+ 6 900 hl
2005	133 420	14 342	10,75 %	+ 4 804
2004	143 915	9 538	6,63 %	+ 755 hl
2003	140 577	8 783	6,25 %	+ 2 765 hl
2002	134 810	6 018	4,46 %	- 433 hl
2001	143 801	6 451	4,49 %	- 3 335 hl
2000	148 433	9 786	6,59 %	

4.3 Velké pivovary

Na území České republiky nalezneme v současné době osm pivovarů, které mohou být označeny jako velké na základě kritéria výrobní kapacity nad půl milionu hektolitrů ročně. Jediný z nich stále zůstává v českém vlastnictví, a to Budějovický Budvar, který nadále spravuje Ministerstvo zemědělství ČR. Další tři, pivovary v Plzni, Velkých Popovicích a Nošovicích patří do skupiny Plzeňský Prazdroj, která ovládá přes čtyřicet procent českého trhu. Pivovary Staropramen s výrobními závody v Praze a Ostravě a Heineken Česká republika s pivovary Krušovice a Starobrno dotvářejí velkou trojku výrobců v naší zemi. Jak vyplývá ze součtu údajů získaných z výročních zpráv společností, dohromady vyrobí těchto osm závodů téměř šestnáct a půl milionu hektolitrů. To znamená, že osm největších českých pivovarů se na celkové produkci piva v Česku podílí bezmála osmdesáti pěti procenty. Podle údajů z roku 2008 tvořil export osmi největších podniků v zemi více než osmdesát dva procent. Podle odhadů však v roce 2009 došlo k celkovému poklesu české výroby piva o deset procent, pro domácí trh o sedm procent a export se snížil dokonce o dvanáct procent.

Díky příslušnosti k velkým nadnárodním koncernům mohou tyto pivovary využívat rozsáhlou distribuční síť svých vlastníků. Mají možnost se opřít o dobře fungující marketing mezinárodních společností a lépe se tak prosadit na zahraničních trzích. Koncerny uplatňují strategii diverzifikace značek ve svém produktovém portfoliu. SABMiller vybral ze své dceřinné společnosti Plzeňský Prazdroj značku Pilsner Urquell jako jednu ze čtyřech globálních v rámci celého koncernu a zahájil její propagaci a distribuci v celosvětovém měřítku. To předurčuje tuto značku k velkým prodejm, protože SABMiller jako druhý největší světový výrobce piva vyrábí na čtyřiceti trzích a dodává své výrobky do téměř dvojnásobného počtu států. Jelikož varny v plzeňském pivovaru jsou dlouhodobě plně vytíženy, vyrábí se pivo značky Pilsner Urquell v několika zemích v licenci. V Rusku má licenční výroba své opodstatnění kvůli vysokému celnímu a daňovému zatížení a Polsko patří mezi trvale rostoucí trhy a licenční produkce může být dobrým řešením. Pivovary Staropramen sice formálně přešly z koncernu Anheuser-Busch InBev k nově vzniklé skupině StarBev, prakticky se ale v jejich distribuci v zahraničí zatím nic nezměnilo. Staropramen vytáhla společnost AB-InBev mezi značky s rozsáhlou mezinárodní podporou a v současné době je tak tato značka k dostání ve třiceti zemích. Samotná marketingová propagace značky v zahraničí byla ale ze strany AB-InBev ukončena.

Skupina Heineken prosazuje odlišnou strategii, kdy jako hlavní globální značka koncernu vystupuje samotný Heineken. V Česku skupině patří sedm značek, z nichž jako nejdůležitější exportní a zároveň prémiová značka byly vybrány Krušovice. Krušovice se na rozdíl od velkých značek jiných uskupení se zahraničním kapitálem nevaří v žádném zahraničním pivovaru v licenci.

Právě pivovar Krušovice jsem si vybral jako zástupce exportního pivovaru, jehož údaje zpracovávám z velkých pivovarů náležících k nadnárodnímu koncernu. Jako druhý velkopivovar pro hodnocení jsem zvolil národní podnik Budějovický Budvar.

4.3.1 Budějovický Budvar

Budějovický Budvar patří dlouhodobě k vedoucím českým exportérům piva. Hned po značce Pilsner Urquell se řadí na druhou příčku v žebříčku nejvyváženějších a ve světě nejznámějších českých značek. Tento českobudějovický pivovar zastává pozici jednoho z nejziskovějších českých potravinářských podniků a zatím zůstává ve vlastnictví státu. Návrhy na převedení národního podniku na akciovou společnost a následná privatizace zatím nebyly uskutečněny. Je ale zřejmé, že o poslední velký pivovar v českých rukou bude v případě prodeje evidentní zájem ze strany snad všech nadnárodních koncernů. Za prvé dojde prodejem tohoto podniku ke konečnému rozdělení velkých pivovarů na českém pivním trhu a za druhé je v sázce velice úspěšná exportní značka, která skýtá obrovský potenciál pro další expanzi do světa. Jako jasného zájemce v okamžiku privatizace si dovoluji jmenovat společnost Anheuser-Busch InBev, jehož americká část Anheuser-Busch se s Budějovickým Budvarem soudí o používání značky Budweiser a Bud. Anheuser-Busch by po získání Budvaru mohl rozšířit svoje působení do zemí, kde dosud nemohl vůbec působit. Druhým potenciálním zájemcem by byl pravděpodobně Heineken, který se na všech trzích, kde operuje, snaží o získání prvního nebo druhého místa na trhu. SABMiller jako další v Česku důležitý koncern se pravděpodobně ucházet o Budvar nebude moci, protože by případnou akvizici zamítl antimonopolní úřad. Jak se k Budvaru postaví nové skupiny v Česku, britský StarBev a české K Brewery, si netroufám odhadnout.

Budějovický Budvar drží v celkovém českém exportu piva osmnácti až dvacetiprocentní podíl. Export se na produkci pivovaru podílí čtyřiceti až čtyřiceti pěti procenty. U pivovaru takové velikosti bych označil toto číslo za unikátní. Budvar disponuje výrobní kapacitou 1,35 milionu hektolitrů a je téměř neuvěřitelné, že jako poslední z velkopivovarů si udržuje tradiční způsob kvašení piva ve spilkách bez použití

cylikrokonických tanků. Značky Budweiser, Budvar, Budweiser Budvar, Czechvar a Bud, všechny používané na export, jsou registrovány ve sto jedna zemích světa.

V minulém roce bylo pivo z Českých Budějovic prodáno do padesáti osmi států a objem vyvezeného piva vyrostl na 580 000 hektolitrů. Získána byla nová odbytíště, jmenovitě Kosovo, Mexiko a Spojené Arabské Emiráty. Ačkoli objem českého vývozu piva poklesl podle předběžných odhadů o deset procent, Budvar vyvezl prakticky stejné množství piva jako v roce 2008. Na většině trhů dokázal loni zvýšit prodeje, výjimkou byla kvůli devalvaci rublu Ruská federace, kde prodeje o čtyřicet procent klesly.

Nejvíce se exportuje světlý ležák, kterého se vyváží více než osmdesát procent. V posledních letech se v zahraničí ujal i tmavý ležák, který se nejvíce prodává v Rusku a Chorvatsku. Budvar exportuje jak v lahvích, tak v sudech. Jedna třetina celkového vývozu (loni 204 755 hektolitrů) je určena již po několik let pro německý trh, kde se Budvar s Pilsnerem Urquell přetahují o první příčku nejimportovanějšího piva. Budvar do Německa pivo prodává prostřednictvím své dceřinné společnosti, kterou otevřel v roce 2004 v Erfurtu. Budweiser Budvar se vyprofiloval na jednu z nejžádanějších importovaných značek také ve Velké Británii. Z českých piv mu patří na tomto trhu první místo. Od roku 2001 Budvar provozuje v Londýně také dceřinnou importní společnost. V Rakousku má Budvar výhradního dovozce, s nímž spolupracuje od roku 1926 a jež dokázal z Budvaru v této zemi vytvořit nejprodávanější české pivo.

Pro Budvar měl velký význam vstup naší země do EU zejména z toho důvodu, že budějovické a českobudějovické pivo se staly chráněnými zeměpisnými označeními, což pivovar posunulo v boji o značku s Anheuserem-Busch o něco dále.

Zajímavé je zmínit, že Anheuser-Busch jako letitý konkurent budějovického výrobce a pivovar, který s Budvarem vede letité soudní spory o značky Bud a Budweiser uzavřel v roce 2007 s Budějovickým Budvarem smlouvu o výhradní distribuci na americkém trhu. Český výrobce však musí na americký trh dodávat pivo pod značkou Czechvar, což vyplývá opět ze sporů o duševní vlastnictví. Ve stejném roce začal Budvar úzce spolupracovat i s dánským koncernem Carlsberg. Budějovický pivovar se stal výhradním distributorem značky Carlsberg v Česku a na Slovensku. Pivovary Carlsberg naopak mají exkluzivitu pro distribuci Budvaru v sedmi zemích, ve kterých v Kodani sídlící společnost vlastní pivovary. Z výrobních ukazatelů pivovaru vyplývá, že nejvíce piva ve své historii vyexpedoval Budvar do zahraničí v roce 2007, kdy export dosáhl 587 tisíc hektolitrů piva. Rok poté pivovar rozšířil působnost i na českém trhu, kdy se svým

výstavem přes milion tři sta tisíc hektolitrů přiblížil svému kapacitnímu maximu a na český trh dodal o šedesát pět tisíc hektolitrů piva více.

Tabulka č.6 – Export pivovaru Budějovický Budvar

Rok	Výstav (v hl)	Export (v hl)	Podíl exportu	Změna v exportu
2009	1 290 000	580 000	44,96 %	- 1 522 hl
2008	1 312 580	581 522	44,3 %	- 5 478 hl
2007	1 253 159	587 000	46,84 %	+ 31 000 hl
2006	1 151 000	556 000	48,31 %	+ 42 278 hl
2005	1 091 303	513 722	47,1 %	+ 4 722 hl
2004	1 112 360	509 000	45,76 %	- 29 000 hl
2003	1 170 653	538 000	45,96 %	+ 24 000 hl
2002	1 213 121	514 000	42,37 %	- 14 000 hl
2001	1 350 000	528 000	39,11 %	+ 23 777 hl
2000	1 347 272	504 223	37,43 %	

4.3.2 Královský pivovar Krušovice

Pivovar ve středočeských Krušovicích byl jedním z prvních českých výrobců piva, který se dočkal privatizace a následné rozsáhlé modernizace. Krušovice jsou ukázkou velkopivovaru, který se v zahraničí z prakticky neznámé značky v relativně krátké době stal jednou z nejrozpoznavatelnějších českých značek piva. Dle mého názoru však podniku na počátku pomohla výhodná geografická poloha v kombinaci s dobrou pověstí této značky v regionu Středních Čech. Lokalita v malé vesnici s rozlehlými pozemky pro expanzi pivovaru, blízkost hlavního města a dobrá dopravní dostupnost předznamenaly pivovar k výhodné akvizici ze strany zahraničního investora.

V roce 1994 koupil společnost německý Binding Brauerei. V té době se Krušovice řadili ke středně velkým pivovarům spíše regionálního charakteru a téměř nevyvážely do zahraničí. V roce 1993 pivovar produkoval přibližně 270 000 hektolitrů piva, v roce 1998 se výstav vyšplhal až na 864 tisíc hektolitrů. Důležitým rokem v historii pivovaru byly roky 1996 a 1997, kdy Krušovice začaly zásobovat i zahraniční trhy. Za první rok dosáhl objem exportu něco málo přes patnáct tisíc hektolitrů. V roce 1998 pivovar vyrobil méně piva, protože se rozhodl opustit nerentabilní odbytiště. Export začal na dva nejdůležitější zahraniční trhy pro české pivovary, do Německa a na Slovensko. V Německu se starala o prodeje krušovického piva společnost Radeberger Gruppe, která změnila své jméno z Binding Brauerei a byla vlastníkem středočeského pivovaru. I díky ní export stoupal diametrálně. Do roku 2000 se pivovar dostal mezi pět největších českých vývozců piva a

v roce 2001 dosáhl vývoz padesát šest tisíc hektolitrů. O dva roky později již vyvážel sto tisíc hektolitrů, což představovalo necelých patnáct procent produkce. V roce 2005 již pivovar zaujal pozici jednoho z předních českých exportérů piva, kdy exportoval téměř 375 tisíc hektolitrů a prodával již ve dvaceti pěti zemích. Takový raketový nárůst exportu a rozmach pivovaru v průběhu pouze osmi let považují v českých podmínkách za skutečně jedinečný. V tomto roce pro pivovar představovaly nejvýznamnější trhy Německo, Slovensko a Rusko. Rekordní exportní období v historii pivovaru byl rok 2006, kdy Krušovice prodaly do dvaceti devíti zemí více než půl milionu hektolitrů piva.

V roce 2007 došlo ke změně vlastnických poměrů. Německá Radeberger Gruppe prodala krušovický pivovar nizozemské společnosti Heineken. Krušovický výrobce do té doby produkoval pro německý trh i pivo značky Sternburg, která patřila do portfolia Radeberger Gruppe a vývoz tohoto piva se výrazně promítal do celkových exportních výsledků. V tomto roce bylo vyrobeno sto šedesát tisíc hektolitrů Sternburgu.

Heineken určil značce Krušovice jasnou strategii, která z ní dělá prémiovou značku koncernu. Krušovickým se dostává velké marketingové podpory a díky příslušnosti k velké nadnárodní skupině se jí dále rozšířily exportní příležitosti. Heineken rozhodl, že bude využívat kapacity pivovaru pro výrobu značek koncernu, a proto produkce piva značky Sternburg skončila. Tento krok se výrazně projevil v exportních výsledcích firmy v roce 2008.

Nejvíce se pivovar etabloval v Rusku, které pro něj představuje největší zahraniční odbytiště. Z dovážených značek si Krušovice v této zemi udržují první místo z českých pivovarů, vnímány jsou zde jako luxusnější pivo. Do Ruska pivovar dodává nejvíce ležák Imperial a tmavé pivo Krušovice Černé. Krušovice se zároveň rozhodly jako jeden z mála českých velkopivovarů pivo v Rusku nevyrábět licenčně. Do Ruska pivo z Krušovic importuje velká společnost Russian Tradition Group, která se zabývá dovozem českých a německých piv. Také v Německu si Krušovice budují image lepší prémiové značky.

Po změně vlastníka pivovar začal využívat distribuční cesty společnosti Heineken. Troufám si tvrdit, že vývozní náklady se pivovaru díky dceřinným distribučním společnostem Heinekenu v jednotlivých zemích snížily.

Řada ocenění krušovických piv na mezinárodních degustačních soutěžích ve světě v posledních letech napomáhají export nadále zvyšovat a exportní trhy rozšiřovat. Podle údajů Heinekenu Česká republika, jak se krušovický pivovar od letošního roku nazývá, se pivo z Krušovic prodává již na třiceti pěti trzích po celém světě.

Co se týče druhů vyvážených piv, světlý ležák a tmavá desítka tvoří stěžejní vývozní část portfolia. V exportu tmavého piva navíc krušovickému pivovaru patří z českých pivovarů první příčka.

Krušovický pivovar dokonce získal za svoje úspěšné exportní počiny ocenění v soutěži Exportér roku, když v roce 2005 jako vůbec první pivovar obsadil páté místo v této soutěži v kategorii Střední exportér.³⁵

Za rok 2009 pivovar zveřejnil výsledky již jako Heineken Česká republika. Údaje však představují souhrn výsledků všech pivovarů skupiny Heineken v České republice. Heinekenu loni klesla v Česku produkce o 5,2 procent, vyvezeno bylo osm set padesát devět tisíc hektolitřů piva, o 4,9 procenta méně než v roce 2008. Předpokládám, že vinu na poklesu exportu nese z velké míry právě krušovický pivovar, a to z důvodu důležitosti ruského trhu, kam dodávky piva z Česka loni citelně klesly, pro tento podnik.

Tabulka č.7 – Export Královského pivovaru Krušovice

Rok	Výstav (v hl)	Export (v hl)	Podíl exportu	Změna v exportu
2009	Údaje jsou dostupné pouze souhrnně za pivovary Heineken Česká republika			
2008	689 765	260 000	37,69 %	- 160 000 hl
2007	850 000	420 000	49,41 %	- 88 675 hl
2006	968 207	508 675	52,54 %	+ 134 491 hl
2005	872 000	374 184	42,91 %	+ 220 372 hl
2004	690 386	153 812	22,28 %	+ 54 000 hl
2003	675 061	100 000	14,81 %	+ 25 000 hl
2002	678 399	75 000	11,06 %	+ 19 000 hl
2001	710 588	56 000	7,88 %	+ 13 804 hl
2000	790 091	42 196	5,34 %	

5. Srovnání vývoje exportu vybraných pivovarů

V této kapitole se věnuji vyhodnocení exportu pivovarů, o nichž pojednává předchozí kapitola. Pivovary srovnávám podle několika faktorů, které mají vliv na úspěšný mezinárodní obchod. Exportní výsledky posuzuji podle toho, jestli pivovar patří k nadnárodnímu koncernu, případně je sdružen s dalšími subjekty ve větším uskupení nebo je samostatný. Poté vybírám zahraniční odbytíště, která patří k nejperspektivnějším pro české pivovary a pokusím se vysvětlit proč. Dále se zaměřuji na vliv vstupu České republiky do Evropské unie na vývoz piva. Také uvádím druhy piva, která převládají ve vývozu.

³⁵ http://www.marketingovenoviny.cz/index.php3?Action=View&ARTICLE_ID=6207

5.1 Vliv vlastníka na vývoz pivovaru

Jak již jsem zmínil v předchozích kapitolách, v České republice se nacházejí nezávislé malé pivovary, větší uskupení s českými vlastníky, nadnárodní koncerny se zahraničním kapitálem a státem vlastněné pivovary. Podle posledních dostupných údajů za rok 2008 představoval export tří největších skupin pivovarů dvě třetiny celkového objemu. Všechny tyto uskupení patří k celosvětově působícím koncernům. Co se týče zahraničního obchodu, příslušnost k většímu a silnějšímu předurčuje pivovary k dobrým exportním výsledkům. Nutno podotknout, že největší české pivovary slavily úspěchy za hranicemi již před příchodem velkých zahraničních skupin. Díky této historii se mohou koncerny opřít o známost značky a využít její potenciál pro další rozvoj. Každá skupina má ve svém produktovém portfoliu více značek, z nichž každá má za cíl oslovit jinou část trhu. Prémiové značky se těší podpoře v exportu.

SABMiller vyzdvihl značku Pilsner Urquell mezi své globální značky a pomocí své rozsáhlé distribuční sítě dodává plzeňské pivo do více než padesáti zemí. Globální rozšíření však jde ruku v ruce se zvyšováním výroby. Proto se v některých zemích namísto dovozu používá licenční výroba. Z posledních dostupných údajů Plzeňského Prazdroje za rok 2008 vyvezla skupina 881 tisíc hektolitrů piva, z nichž 680 tisíc byla značka Pilsner Urquell. Tato značka se tak drží na první pozici mezi českými pivy. Jelikož ale patří v zahraničí, stejně jako u nás, k dražším pivům, podle předběžných zpráv loňský export značek Prazdroje pravděpodobně vlivem světové hospodářské krize poklesl. Druhou nejvíce vyváženou značkou skupiny byl Gambrinus, následován Velkopopovickým Kozlem. Přestože ve většině zemí zastupují a dovážejí tyto značky partnerské pivovary vlastníka SABMiller, Pilsner Urquell je natolik důležitou a hodnotnou značkou, že v některých zemích otevřel dceřinné společnosti.

Bývalý vlastník Pivovarů Staropramen AB InBev zařadil značku Staropramen mezi značky s mezinárodní podporou rovněž, ačkoli ji nezvolil jako jednu z celosvětových vlajkových lodí. I přesto se v současnosti vyváží do třiceti dvou zemí světa. Od roku 2000 do roku 2009, kdy tato skupina patřila společnosti Interbrew (přejmenované v roce 2008 na AB InBev), zvýšil se export piv Pivovarů Staropramen z 261 tisíc hektolitrů (11 % celkového výstavu) na 690 tisíc hektolitrů (21 %). Nejnovější údaje pocházejí z roku 2008.³⁶

Královský pivovar Krušovice, který jsem popsal výše, dokazuje, že vstup zahraničního investora do středně velkého pivovaru může znamenat dynamický rozvoj

³⁶ Výroční zprávy Pivovarů Staropramen za rok 2000 a 2008 www.pivovarystaropramen.cz

v prodeích za hranicemi. Z pivovaru, který neexportoval prakticky vůbec, se Krušovice díky předchozímu vlastníkovi vypracovali v jednoho z předních českých exportérů piva. Od roku 1994, kdy firma prakticky nevyvážela, se díky akcionáři Binding Brauerei (později pod názvem Radeberger Gruppe) dostaly Krušovice až k metě půl milionu hektolitrů v roce 2006. Po akvizici společností Heineken se celkový export snížil kvůli ztrátě trhů spojených s působností Radebergeru, pivovaru se ale díky novému nizozemskému vlastníkovi rozšířenému po celém světě otevřely daleko větší možnosti. Podnik nyní může využívat distribuční kanály Heinekenu.

Z předchozích odstavců je patrné, že zahraniční investor je schopen díky své přítomnosti v mnoha zemích pokrýt prodeje značek s rostoucím potenciálem a postarat se tak o kontinuální růst exportu.

Státem vlastněný Budějovický Budvar se může opřít o svou dlouhou vývozní historii a o práci dceřinných společností, které v nejdůležitějších odbytích postupně otevírá. Aniž by patřil nějakému silnému zahraničnímu investorovi, udržuje si Budvar osmnáct až dvacet procent českého exportu piva. Budvar se pohybuje již tři roky na úrovni pět set osmdesáti vyvezených hektolitrů piva. Od roku 2000 se jeho export zvýšil o necelých sedmdesát pět tisíc hektolitrů, ačkoli se nejednalo o postupný nárůst, ale o fluktuaci. Největší nárůst ve vývozu byl patrný mezi lety 2005 a 2007, kdy se zvedl o sedmdesát tisíc hektolitrů. To souvisí jak se vstupem České republiky do Evropské unie, tak s uzavřením distribuční smlouvy se silnou společností Anheuser-Busch na území Spojených států. Další vliv mělo otevření dceřinné společnosti v Německu. Na rakouském trhu, který patří pro Budvar mezi pět nejdůležitějších, pak majetkový vstup velkého rakouského pivovaru Ottakringer do výhradního dovozce Budvaru, čímž mohly být využity distribuční cesty tohoto pivovaru. V Británii Budvaru pomohlo dvojnásobné zařazení do sledovaného žebříčku tzv. CoolBrands, neboli módních značek. Stejně jako jiné pivovary, i Budvar se snaží hledat stále nová odbytí a snažit se růst v těch stávajících. V minulém roce se podařilo i přes celkový pokles českého exportu piva dosáhnout významného nárůstu prodejů Budvaru v Kanadě (38 %) a v Rakousku (40 %). V případě Rakouska tomu napomohl již výše zmíněný důvod. V případě Kanady rostoucí popularita u zákazníků. Pouze v Rusku zaznamenal pivovar výrazný pokles, což ovlivnilo i celkové exportní výsledky. Ruský rubl totiž devalvoval a protože české pivo je v Rusku vnímáno všeobecně jako lepší a dražší produkt, v době krize si jeho nákup lidé více rozmýšlejí.

Co se týče pivovarnických skupin s českými vlastníky, v současnosti figurují na našem trhu tři, K Brewery a Pivovary PMS (LIF Holding se zatím nechová jako skupina v pravém slova smyslu). Tyto pivovary uplatňují společné exportní politiky a na základě zkoumání trhu jsem došel k závěru, že i zde můžeme pozorovat diverzifikaci značek. Pivovary PMS sdružují pivovary v Litovli, Hanušovicích a Přerově. Hanušovický pivovar Holba má za úkol pokrývat svými produkty zejména český trh, export tohoto podniku je minimální. Pivovar Zubr se ve vývozu zaměřuje především na slovenský trh, na ostatní zahraniční trhy dodává piva výrazně méně, ale stále vyniká v rámci této skupiny jako největší vývozce. U přerovského Zubra se dá vysledovat pozvolný nárůst vývozu na úkor poklesu jeho prodeje v Česku. Litovel se v rámci PMS profiluje jako značka, která je dodávána do nejvíce zemí, přičemž jeho export také každý rok mírně vzrůstá. Jeho tmavé pivo Litovel Dark je produkováno výhradně na export. O vývoz všech tří pivovarů skupiny PMS se stará exportní oddělení v sídle společnosti v Přerově.

K Brewery sdružuje sedm pivovarů, které až donedávna působili samostatně, proto není v mých silách hodnotit export celé nově vzniklé skupiny. Tato společnost zřídila exportní oddělení se sídlem v Praze, které má za úkol starat se o zahraniční styky všech členských pivovarů. Významným exportérem z pivovarů skupiny byl Pivovar Vysoký Chlumeč, který v roce 2007 vyvezl okolo 35 procent produkce. K Brewery se ale pokouší hlavně zvýšit podíl na českém trhu, což se mu v loňském roce i přes pokles celkové výroby podařilo. Pivovary skupiny uvařili 850 tisíc hektolitrů piva, čímž zvedly výrobu o sedm procent. K Brewery ale ukončil nevýhodné exportní aktivity některých pivovarů (Klášter Hradiště nad Jizerou a Jihlava), což mělo za následek celkový pokles exportu skupiny.³⁷

Další uskupení, i když ne v pravém slova smyslu, představují pivovary patřící investorům Libereckého investičního fondu (LIF). Ten je vlastníkem Primátoru Náchod a od letoška také stoprocentním akcionářem pivovarů Svijany a Rohozec. Neaplikuje ale společnou exportní politiku svých pivovarů. Pivovar Svijany se navíc řadí k výrobcům, kteří posilují svoje pozice na českém trhu, ale na export příliš nepomýšlejí. Pivovar Rohozec se úspěšně snaží o rostoucí vývoz i podíl na mateřském trhu. Primátor má vlastní exportní oddělení.

Existují i společnosti, ve kterých zahraniční akcionář drží pouze část akcií, ale poskytuje renomé většího a známějšího pivovaru při kontaktech se zahraničními partnery.

³⁷ <http://www.finance.cz/zpravy/finance/250576-k-brewery-loni-prodaly-850-000-hl-piva-o-sedm-procent-vice/>

To je případ například pivovaru Bernard v Humpolci, jehož polovinu akcií vlastní velký belgický pivovar Duvel.

Dále na českém trhu figurují podniky, které si stále udrželi samostatnost. Některé z nich ovládají zahraniční společnosti (Žatecký pivovar, Czech-Brewery Rakovník). Jiné zůstávají stále ryze v českých rukou, z nichž jedny operují prakticky výlučně na českém trhu a ostatní mají nastavenou aktivní exportní politiku. Nutno podotknout, že malé pivovary produkují pivo tradiční metodou bez použití moderních zařízení k urychlení výroby a o takové pivo z Česka je ve světě v posledních letech zájem. Stále ale platí, že si tyto pivovary nemohou dovolit založit dceřinné distribuční společnosti, nemají možnost opírat se o široké distribuční cesty a musí hledat partnery složitěji než větší pivovary se zahraničním kapitálem za zády. Vstup Česka do Evropské unie a získání ochranné známky „České pivo“ ale malým pivovarům jistě pomáhá v rozvíjení mezinárodních obchodních styků. Tyto pivovary se v exportu ubírají dvěma směry. Buď vsázejí na produkci pro obchodní řetězce v zahraničí, což může samozřejmě vyplnit volné kapacity pivovaru a výrobu zefektivnit, nebo se podniky koncentrují na výrobu kvalitních piv, které se v zahraničí prodávají za vyšší cenu.

5.2 Vliv vstupu České republiky do Evropské unie

Větší význam nabyly prodeje českého piva do zahraničí zhruba od roku 1980. České pivovary se však museli po rozpadu východního bloku přeorientovat a zajistit si nová odbytíště. Nejprve je tížily celní omezení a kvóty, ale vlivem vstupu naší země do Evropské unie se výrobcům otevřely obrovské možnosti a jednodušší vstup na trhy členských zemí. Samozřejmě narostla i konkurence v podobě zahraničních producentů, které se chtějí prosadit na českém trhu. Podle dostupných údajů serveru euromonitor³⁸ se ale cizí piva s podílem pouhých dvě procenta na našem trhu uchycují obtížněji a nejčastěji se na českém trhu objevují produkty velkých koncernů, které ovládají velké české pivovary. Vliv na nízkou spotřebu piva z dovozu má jak konzervativní přístup českého spotřebitele, tak enormní výběr mezi domácími značkami.

Přihlédneme-li k vývoji exportních výsledků českých pivovarů, zjistíme, že připojení k Evropské unii mělo opravdu nejzásadnější vliv na nárůst vývozu piva. Ještě v roce 2003, rok před vstupem ČR do EU, vyvezli české pivovary něco málo přes 2,1 milionu hektolitrů piva, zatímco rok nato se export zvýšil o půl milionu hektolitrů, což znamenalo nárůst o téměř dvacet čtyři procent. Skokově se export zvedal i v dvou

³⁸ http://www.euromonitor.com/Beer_in_the_Czech_Republic

následujících letech. Od roku 2003, kdy se export na vyrobeném pivu podílel jedenácti a půl procenty, vyrostl do roku 2008 na necelých devatenáct procent. Export se tedy v celkovém objemu zvýšil o sedmdesát čtyři procent. I celkové množství uvařeného piva se v tomto období významně navýšilo. Dynamický nárůst vývozu piva se dal vysledovat u velkého množství podniků. Mohu ale jmenovat společnosti, kterým se mimořádně povedlo prosadit se po vstupu do EU na zahraničních trzích. Z malých pivovarů se velice rychle etablovaly za hranicemi například Pivovar Nová Paka a pardubický Pivovar Pernštejn. První jmenovaný export po roce členství v EU zdvojnásobil na dvacet sedm tisíc hektolitrů, přičemž se podíl exportu na produkci vyšvihl z dvaatřiceti na čtyřicet osm procent. Pardubický výrobce vývoz mezi lety 2004 a 2005 dokonce ztrojnásobil a o rok později již byl vývoz oproti roku 2004 více než čtyřnásobný. Ze středních pivovarů se vstup do EU nejviditelněji projevil na Pivovaru Hols, jehož export ještě v roce 2005 tvořil pouhá dvě procenta výroby, od té doby se ale zvýšil o sto tisíc hektolitrů a v loňském roce již představoval sedmdesátiprocentní podíl na produkci. Od roku 2004 tak pivovar dosáhl téměř trojnásobného navýšení produkce právě díky dodávkám do zahraničí. Z velkovýrobců export od roku 2004 rapidně rozvinul Královský pivovar Krušovice. V kombinaci s distribuční sítí zahraničního vlastníka se společnosti podařilo mezi roky 2004 a 2006 zahraniční prodeje navýšit třikrát, což je při roční produkci hodně nad půl milionu hektolitrů úctyhodný počin. Rok 2004 znamenal export dvaadvacet procent výstavu (153 812 hektolitrů). O dva roky později již množství vyvezeného piva vystřelilo až na pět set devět tisíc hektolitrů. Od roku 1997 do roku 2003 navíc produkce pivovaru klesla o celou jednu třetinu, což se vstupem do EU změnilo opačným směrem.

5.2.1 Označení České pivo

Vstupem do EU také české pivovary získaly možnost mezinárodní ochrany původu svých výrobků. Chráněné zeměpisné označení České pivo mají od loňského roku možnost využít pivovary, které splní stanovená kritéria. Podle slov předsedy Českého svazu pivovarů a sladoven Jana Veselého „*Více než polovina českých pivovarů projevila zájem označovat své produkty chráněným zeměpisným označením České pivo.*“³⁹ Toto označení může českým výrobcům pomoci v dalším rozvoji exportu v zemích Evropské unie, protože zvýrazní původ piva a předejde záměnám s jinými produkty. Dva pivovary z Českých Budějovic, jmenovitě národní podnik Budějovický Budvar a akciová společnost Budějovický měšťanský pivovar preferují vlastní chráněná zeměpisná označení

³⁹ <http://ekonomika.ihned.cz/c1-36652790-ochranna-znamka-ceske-pivo-pomuze-exportu-veri-pivovary>

Českobudějovické pivo a Budějovické pivo, která jim pomáhají hlavně vůči americkému Anheuseru-Busch. Ačkoli označení České pivo má v naší zemi i spoustu kritiků⁴⁰, zejména kvůli možnosti použití výrobní metody HGB, kdy se pivo vyrobí na vyšší stupňovitost a následně rozředí podle potřeby vodou, osobně ho považuji za přínosné. Věřím, že může pomoci zejména malým pivovarům, které se v zahraničí teprve prosazují, protože se díky ochranné známce EU více zviditelní.

5.3 Vliv výběru odbytíště na úspěšnost exportu

Není náhodou, že většina českých pivovarů exportuje na podobné zahraniční trhy. Výběr odbytíště se ukazuje jako základ pro úspěšný zahraniční obchod. Podstatný vliv reprezentuje rovněž měna používaná v dané zemi a její stabilita na devizových trzích. Důležitost odbytíště v této kapitole posuzuji na základě objemu prodaného piva. Pro české pivovary představují pět nejdůležitějších odbytíšť Německo, Slovensko, Rusko, Velká Británie a Švédsko, přičemž do Německa a na Slovensko dodává drtivá většina českých exportujících pivovarů. Na základě zkoumaných údajů jsem došel k závěru, že alespoň jedna z těchto dvou zemí figuruje jako jedno ze stěžejních zahraničních odbytíšť pro prakticky každý český vyvážející pivovar. Podle posledních dostupných údajů Českého svazu pivovarů a sladoven za rok 2008 dodaly české pivovary bezmála padesát čtyři procenta produkce určené na export do těchto dvou zemí. Dá se předpokládat, že za rok 2009 došlo ke změnám, protože český vývoz se podle předběžných výsledků snížil i do těchto dvou zemí.⁴¹ Zajímavé však je, že české pivovary jsou schopny zvyšovat svůj vývoz právě do těchto států, kde spotřeba piva vykazuje dlouhodobě klesající tendence.

Co se týče Slovenska, české pivovary mohou těžit z federální minulosti, kdy zde české pivo získalo dobrou reputaci. Navíc řada českých podniků přistupuje k slovenskému trhu částečně jako k vlastnímu, věnuje se marketingové propagaci a otevírá zde dceřinné společnosti. Zároveň existuje majetkové propojení mezi některými českými a slovenskými pivovary, například Pivovary PMS drží část akcií slovenského Pivovaru Steiger, koncerny s působností na českém trhu vlastní závody i na Slovensku. To předurčuje naše výrobce k snazšímu přístupu na tento trh pomocí levnější a dostupnější distribuční sítě. Další faktor, který přispěl k úspěšnému rozšíření českého piva na Slovensku, demonstruje situaci slovenského pivovarnictví. V roce 2003 slovenská vláda zvýšila spotřební daň na pivo o

⁴⁰ http://byznys.lidovky.cz/kde-je-hranice-ceskeho-piva-varnsdorf-uz-je-v-cizine-fxz-/moje-penize.asp?c=A090528_102952_moje-penize_nev

⁴¹ <http://finweb.ihned.cz/c1-38376110-export-piva-do-ruska-klesl-na-polovinu>

šedesát šest procent, čímž přispěla k postupnému uzavření více než poloviny pivovarů.⁴² Z v té době funkčních dvanácti průmyslových pivovarů zbylo pouhých pět. Navíc slovenský trh zůstává za tím naším dost pozadu i v počtu minipivovarů. Díky těmto dvěma důvodům existuje na Slovensku stále řada exportních příležitostí pro české podniky. Přerovský Zubr jakožto významný vývozce piva na Slovensko navíc pro slovenský trh vyrábí pivo značky Stein, které se až do té doby vařilo ve stejnojmenném pivovaru v Bratislavě. Někteří čeští výrobci také produkují pivo pro obchodní řetězce na Slovensku. Výroba piva je u nás levnější. Zároveň ale v případě velkých prodejních objemů na Slovensku sahají české pivovary k licenční výrobě v sesterských pivovarech na Slovensku. Starobrno patřící koncernu Heineken se takto vyrábí ve slovenském Hurbanovu, kde nizozemský gigant vlastní pivovar Zlatý Bažant. Dále se na Slovensku vaří Velkopopovický Kozel v Pivovaru Velký Šariš, který má stejně jako Pivovar Velké Popovice za vlastníka SABMiller. Považovat slovenský trh jako důležité odbytíště je z výše uvedených důvodů více než opodstatnitelné.

Německo zastává roli největšího evropského trhu. Nejinak je tomu v rovině spotřeby piva. Při populaci více než dvaosmdesáti milionů obyvatel a spotřebě piva na hlavu přibližně stošestnácti litrů⁴³ za rok připadá na Německo postavení obrovského odbytíště, kde se snaží čeští výrobci prosadit. Nejdůležitějším zahraničním partnerem České republiky je právě tato země a i největší podíl českého vývozu piva směřuje právě tam. Pokud se pivovar zajímá o možnosti exportu, většinou jeho první kroky vedou rovněž do této země. I pro největší české výrobce představuje Německo nejdůležitější trh. Navíc nejprodávanější dovážené značky na německém trhu pocházejí právě z Česka. Obrovský rozměr trhu v kombinaci s výbornou pověstí českého piva znamenají prakticky stále rostoucí prodeje českého piva, s výjimkou loňského roku. Některé české podniky zároveň produkují pro německé obchodní řetězce pod privátními značkami. Taková forma vývozu sice neznamená vysoký finanční příjem, může ale pomoci pivovarům zefektivnit výrobu v případě nevyužívaných kapacit. Všechny pivovary, které jsem využil pro své srovnání, dokládají, že Německo pro ně patří k nejdůležitějším odbytíštím. Určitá výhoda pro české pivo v Německu plyne i z toho důvodu, že se piva z obou zemí podobají jak složením, tak způsobem výroby.

V posledních letech vzrůstá důležitost Ruska jako exportního trhu. Ruský trh s pivem totiž na rozdíl od většiny vyspělých evropských zemí každý rok roste. Ačkoli

⁴² <http://pivni.info/pivovary/zavrene-pivovary/>

⁴³ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_beer_consumption_per_capita

vloni zaznamenal výrazný propad, což dokládá pokles exportu o čtyřicet procent do této země, zmíněný již výše, stále patří k odbytistům s obrovským potenciálem. Již v dobách Sovětského svazu patřila ruská část území k významným odběratelům českého piva. Díky tomu zde má české pivo dodnes určitý punc exkluzivity a bohatnoucí Rusové za něj neváhají připlatit. Hlavně kvůli příchodu ekonomické krize proto zaznamenal vývoz do této země tak dramatického propadu. Velký potenciál ruského trhu využívá ke svým prodejům spousta českých pivovarů. Ti nejvýznamnější z nich se ale rozhodly pro licenční výrobu, která pomáhá levněji a jednodušeji proniknout do této země, která omezuje dovoz piva vysokým celním i daňovým zatížením. Z českých značek se na ruském trhu produkují Pilsner Urquell, Velkopopovický Kozel, Staropramen, Březňák, Zlatopramen a Lobkowicz. Dá se předpokládat, že po překonání ekonomické krize v Rusku prodeje piva opět porostou a možná se další české pivovary rozhodnou pro licenční výrobu v této zemi.

Pivovary Nová Paka, Náchod, Vratislavice, Rohozec, Krušovice a Budějovický Budvar, které jsem vyhodnocoval v předchozí kapitole, uvádějí jako stěžejní odbytistě Německo. Samotný Budějovický Budvar prodal do Německa v roce 2009 více než dvě stě čtyři tisíce hektolitrů (cca třicet procent produkce směřující do zahraničí). Pivovar Vratislavice zvedl svůj celkový vývoz mezi lety 2004 a 2009 tak razantně právě díky orientaci na Německo jako na jeden z hlavních exportních trhů. Pivovar Krušovice se prosazuje v Německu významně od doby, kdy ho převzal německý pivovar Binding (1994). Díky exportní politice, která se mohla opřít zejména o německou distribuční síť a rostoucí vývoz do Německa jako takový, vyrostl z regionálního pivovaru na jednoho z největších českých výrobců. Pivovar Zubr jako jediný z výše srovnávaných vyváží nejvíce své exportně orientované produkce na Slovensko, na které se hodně zaměřuje.

Výběr odbytistě představuje bezesporu jeden z hlavních atributů, ke kterému by měl pivovar zamýšlející exportovat přihlížet. Jelikož český trh v podstatě dosáhl nasycení a domácí spotřeba bude pravděpodobně nadále klesat, podniky se musí pokusit najít jiné cesty k udržení stávající výše produkce, případně výrobu i zvýšit.

Pro další rozvoj exportu piva se rýsují další teritoria, kam by české pivovary mohly zkusit proniknout. Zajímavým trhem se stala Čína, kde spotřeba piva každoročně roste. Čínské pivovary jsou skupovány nadnárodními společnostmi a chrlí každoročně obrovské množství uvařeného piva. Kromě toho ale roste i samotný dovoz piva. Na tomto perspektivním trhu se snaží uchytit již i některé české pivovary. Za menší jmenuji Pivovar Nová Paka. Jak ale přiznala Pavlína Krejčová z tohoto pivovaru, administrativa spojená se vstupem na čínský trh představuje poměrně dlouhou, náročnou a vysilující cestu. Do

budoucná by se ale českým podnikům mohlo úsilí vynaložené na čínském trhu dobře vyplatit. Spotřeba piva roste i v jiných asijských zemích. Některé české pivovary dodávají úspěšně pivo do Jižní Koreje (Nová Paka, Náchod). Jako poměrně zajímavé odbytiště by se mohla nabízet Indie. Bohatnoucí populace a rostoucí počet obyvatel zapříčiňují i zvyšování spotřeby piva. To je však v Indii zatížené vysokou spotřební daní a jeho cena je podobná nebo vyšší než cena obědu v restauraci. Indie navíc chrání svůj trh a dovážená piva patří mezi skutečně velmi drahé produkty. Nenašel jsem žádné znaky toho, že by některý český pivovar vyvíjel snahy na trhu této země. Mezi perspektivní odbytiště se dají zařadit i země Latinské Ameriky a Afriky, kde postupně roste kupní síla a nejinak je tomu i se spotřebou piva. Do Mexika začal v loňském roce vyvážet Budějovický Budvar, do Brazílie dodal pivo náchodský Primátor. Náchodský pivovar loni prodal pivo i do afrického Toga. Ačkoli prodeje piva do zemí Latinské Ameriky a Afriky představují zatím pouze mizivou část českého exportu piva, mohla by se v příštích letech situace obrátit.

5.4 Vliv typu produkce na export piva

Většina piva, které se ve světě vypije, je světlý ležák. Pivo typu ležák se produkuje v naprosté většině zemí, kde stojí nějaký pivovar. Tento holý fakt v podstatě způsobuje, že české pivo se může prodávat kdekoli ve světě, aniž by se výrazně odlišovalo od představ obyvatel dané lokality o pivu jako takovém. Tradiční pivo produkované v Česku tvoří totiž světlé výčepní a světlý ležák. Většinu vyvezného piva z republiky činí tedy světlý ležák, což mi doložily i pivovary, které jsem zkoumal v kapitole číslo 4. U Pivovaru Náchod reprezentuje čtyřicet sedm procent exportu právě světlý ležák, u Pivovaru Hols Vratislavice zhruba polovinu, Budějovický Budvar vyváží zejména světlý a tmavý ležák. Z ostatních pivovarů jsem nezískal procentuální údaje, nicméně podle jimi uvedených informací vyvážejí nejvíce světlý ležák a světlé výčepní pivo.

České pivovary se však prosazují i s méně tradičními pivy. Královský pivovar Krušovice se řadí na první místo co do exportu tmavého piva. Díky tomu se mu daří export do Ruska, kde spotřeba tmavého piva roste. Podobně je na tom vývoz tmavého ležáku z produkce Budvaru, který se uchytil v Rusku a v Chorvatsku. Pro Primátor je tmavé pivo v exportu hned druhé nejdůležitější, když ho náchodský výrobce vyveze ročně mezi třemi a třemi a půl tisíci hektolitry.

Hned po světlém ležáku se vyváží nejvíce světlé výčepní pivo. Pro vratislavický pivovar tvoří výčepní světlé pivo zhruba polovinu celkového vývozu. Jinak světlé výčepní pivo exportují pivovary Náchod, Nová Paka, Krušovice a Rohozec.

Z Česka putují do zahraničí i speciální piva. Ze zkoumaných pivovarů se nejvíce věnuje produkci speciálních piv pivovar Primátor. Vyváží polotmavou třinátku, weizenbier, nealko pivo, daří se mu v Polsku se šestnáctistupňovým pivem, které dodává v sudech. V Polsku se totiž konzumuje všeobecně silnější pivo než v naší zemi. Z ostatních zkoumaných pivovarů taková speciální piva nikdo nevyváží. Na výrobu a vývoz speciálních piv (třešnové, medovinové) se zaměřuje jediný ryze klášterní pivovar v republice, Klášterní pivovar Želiv, které svá speciální piva prodává hodně do Belgie. V této zemi se produkuje nejvíce druhů speciálních piv na světě a Belgičané dávají přednost zvláštním pivům před ležáky. Navíc produkce klášterního piva má v Belgii dlouhou tradici a zároveň patří k oblíbeným pivům.

5.5 Dopady hospodářské krize na vybrané pivovary

Podle předběžných odhadů došlo v roce 2009 poprvé od roku 1999 k propadu exportu českého piva. Jednalo se navíc o propad výraznějšího rázu, konkrétně se odhaduje, že vývoz piva poklesl o téměř 450 tisíc hektolitřů, což představuje meziroční snížení zhruba o dvanáct procent. Nejrazantnější propad byl zaznamenán na ruském trhu, ale klesl i odbyt v dalších stěžejních zemích, v Německu a na Slovensku. Způsobeno to bylo dvěma zásadními důvody. V plné síle se projevila světová hospodářská krize a koruna na devizových trzích čelila velkým výkyvům. Některé zahraniční měny, nejvíce ruský rubl, ztratili značně na své hodnotě a kupní síla obyvatel se snížila. Hospodářská krize českému pivu v zahraničí nepomohla a to zejména z toho důvodu, že české pivo se za hranicemi řadí k těm lepším, respektive dražším. Konzumenti byli nuceni šetřit a tato úspora se nevyhnula ani produktům mnoha českých pivovarů. Krize se navíc projevila v některých zemích výrazněji.

Budějovický Budvar odolal krizi velice dobře. Ačkoli v loňském roce vyprodukoval celkově o více než dvacet dva tisíc hektolitřů méně (cca dvouprocentní pokles oproti roku 2008), vyvezl prakticky stejné množství piva jako v roce předchozím. (pět set osmdesát milionů hektolitřů). Velkou zásluhu na tom mají dceřinné distribuční společnosti v Německu a ve Velké Británii a výhradní dovozce v Rakousku. Ve všech těchto zemích export Budvaru i v loňském roce, kdy pivovary bojovaly s krizí, rostl. Do Německa bylo vyvezeno o 9,3 procent více, do Rakouska o 5,8 procent více. Budvaru se dále podařilo zvýšit export ve Švýcarsku (3,2 %), v Kanadě (38 %) a v Polsku (12 %) Export tohoto pivovaru se opírá kromě dceřinných společností o partnerství s velkými světovými pivovary Anheuser-Busch a Carlsberg, které produkty Budvaru distribuují

v zemích zmíněných v kapitole 4.3.1. Budvar rovněž úspěšně využívá chráněná zeměpisná označení EU Budějovické pivo a Českobudějovické pivo. Vývoz Budvaru byl výrazněji postižen pouze v Rusku, kam budějovický pivovar dodal o čtyřicet procent méně piva.

Královský pivovar Krušovice vystupuje od ledna 2010 jako Heineken Česká republika. Heineken vlastní v Česku čtyři fungující pivovary a výsledky publikuje již za minulý rok za všechny sumárně. Za loňský rok v nich informuje o poklesu své produkce v České republice o 5,2 procent. České pivovary skupiny Heineken vyvezli loni 859 tisíc hektolitrů, o 4,9 procenta méně než v roce 2008. Jelikož je krušovický pivovar českou exportní jedničkou v Rusku, dá se očekávat, že se ho týkal pokles exportu poměrně výrazně (podle předběžných zpráv minimálně o 19 %) ⁴⁴, přičemž i celkový vývoz pivovaru se pravděpodobně dočkal útlumu. Pivovaru klesl výstav a zároveň i export již v roce 2008, což bylo zapříčiněno změnou vlastníka a změnou distribuční sítě. Oproti předpokládaným propadům českého exportu piva o dvanáct procent v roce 2009 si ale pivovary skupiny Heineken poradily nadprůměrně.

Pivovar Náchod ve vývozu za loňský rok rovněž ztratil. Jeho výsledky se oproti předpokládaným dají považovat za lehce nadprůměrné. V tomto pivovaru je však pokles produkce způsoben i privatizací, kdy dlouhou dobu nebyla jasná budoucnost podniku. Pivovar tím ztratil podle ředitele Josefa Hlavatého deset až patnáct procent klientů v gastroprovozech. Loňské zavedení „jedenáctky“ Primátor však prodejem pomohlo, zejména v druhém pololetí. V prvním pololetí pivovar zaznamenal růst exportu, k propadu došlo až v druhé polovině roku. Významně narostl export do Polska (v prvním pololetí okolo padesáti procent).

Pivovar Vratislavice v loňském roce dokázal, že i v době ekonomické krize existuje možnost růstu. Severočeský pivovar se s krizí vyrovnává nadprůměrně, vloni zvedl export o více než dvacet čtyři tisíc hektolitrů (třiadvacetiprocentní nárůst), na čemž se podílel zejména růst exportu do Německa v segmentu levnějších piv a piv vyráběných pod značkami obchodních řetězců v zahraničí. Faktem však zůstává, že pivovar zefektivňuje výrobu (za loňský rok produkoval již na sedmdesát pět procent výrobní kapacity) a zároveň je velice flexibilní. S rostoucí poptávkou po levnějších pivech okamžitě zavedl výrobu osmistupňového piva Reichenberger, zároveň jako jeden z prvních produkoval nealkoholické pivo.

⁴⁴ <http://pivniobzor.cz/aktuality/1299-export-piva-do-ruska-klesl-na-polovinu/>

Novopacký pivovar v loňském roce vyprodukoval o zhruba dva tisíce hektolitrů méně než v roce 2008. V exportu rovněž ztratil, ačkoliv od pivovaru jsem získal pouze procentuální vyjádření podílu exportu na celkové produkci, z něhož vyplývá, že od roku 2005 pivovar exportuje mezi čtyřiceti a padesáti procenty produkce. Ředitel pivovaru Jaroslav Bulko uvedl, že pivovar vloni pod vlivem krize a kurzu dolaru prodal výrazně méně piva zejména do USA, kam se pivovaru daří dlouhodobě vyvážet. Pivovaru se ale povedlo uzavřít kontrakt v Číně, kde by měl v následujících letech dodávat ročně několik tisíc hektolitrů.

Pivovar Rohozec v loňském roce rovněž krizi citelně nepocítil. Vystaveno bylo více piva než v roce předchozím, exportováno bylo o tisíc sto hektolitrů více. Rohozecký pivovar ale vyváží výrazně méně než například Pivovar Nová Paka, který se s ním může měřit velikostí (na základě výrobní kapacity). Pivovar v Malém Rohozci u Turnova vyvezl pivo rovněž do nových zemí. Loni poslal pivo až do Austrálie. Zároveň tento pivovar pokračuje v pozvolném růstu, kdy dochází i k zefektivňování výroby. V loňském roce pivovar produkoval na šedesát tři procent maximálního výkonu.

Podle odhadů dopadla ekonomická krize nejvíce na největší české pivovarnické uskupení Plzeňský Prazdroj, který citelně ztratil jak v zahraničí, tak v tuzemsku.

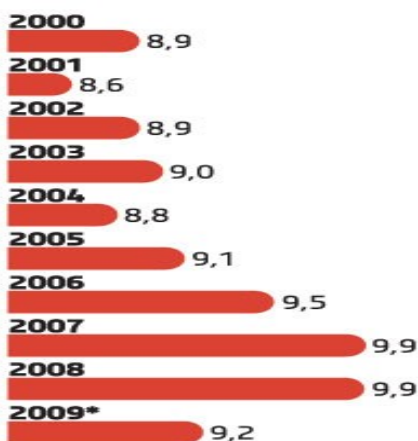
Z menších pivovarů se výraznému propadu exportu nevyhnul pardubický Pivovar Pernštejn, u něhož se pokles vývozu projevil i na celkovém snížení produkce. Pivovar loni vyrobil o třicet tři tisíce hektolitrů méně, tzn. o celou třetinu méně než v roce 2008. Zapříčinilo to mimo jiné vypršení smlouvy na dodávky do Německa, kdy si německý distributor nemohl dovolit v důsledku krize smlouvu prodloužit.

Následující tabulka ukazuje výstav vybraných pivovarů za první pololetí roku 2009 a naznačuje i pokles odvětví v porovnání s předcházejícími lety.

Tabulka č.8: Produkce piva v prvním pololetí roku 2009⁴⁵

⁴⁵ Převzato z <http://hn.ihned.cz/c1-37961100-v-cesku-se-vari-vyrazne-mene-piva>

Kolik uvařily pivovary za pololetí (milióny hektolitrů)



* Odhad

Černová produkce vybraných pivovarů

Pivovar	Produkce (tisíce hl)	Meziroční změna (%)
Pardubice	5,0	-49,7
Protivín	14,2	-44,4
Český Krumlov	0,6	-40,8
Staropramen*	199,4	-22,2
Plz. Prazdroj**	491,8	-18
Budvar	122,8	-7,3
Velké Popovice	122,1	-1,0
Jihlava	14,5	+11,7
Nymburk	13,4	+17,8
Rakovník	1,7	+38,6
Břežnice	0,8	+47,5

* Jen za hlavní závod skupiny v Praze

** Jen za hlavní závod skupiny v Plzni

ZDROJ: ČESKÝ SVAZ PIVOVARŮ A SLADOVEN, HN

5.6 Úspěšnost vybraných pivovarů v exportu

Pivovary, které jsem podrobil podrobnějšímu zkoumání v kapitole číslo 4, se vypořádávají s vývozem různě. Došel jsem ale k závěru, že v těžší situaci se v případě změn na trhu jako je například probíhající hospodářská recese, ocitají spíše menší výrobci. Jsou to ale rovněž menší pivovary, které flexibilněji reagují na změny poptávky v zahraničí. Středně velké podniky, které jsem hodnotil, čelily krizi dobře až nadprůměrně dobře. Z velkých pivovarů se krize prakticky nedotkla Budějovického Budvaru, zatímco krušovický pivovar byl kvůli problémům ruského trhu poškozen výrazněji.

Všeobecně se dá říci, že záleží vždy na konkrétním podniku, jak nastaví svou exportní politiku a jak je schopen čelit případným výpadkům v prodeji. V loňském roce došlo k celkovému poklesu pivovarnického odvětví až o milion hektolitrů. Našly se ale i podniky, jejichž produkce rostla stejně jako export. K takovým podnikům patří Pivovar Vratislavice, podrobněji popsány výše. K dalším pivovarům, jimž se i přes problémy v odvětví dařilo, byl například Pivovar Černá Hora, který vyrobil prakticky stejné množství

piva jako v roce 2008 a pro rok 2010 získal nová odbytíště, když v případě Číny se jednalo o významnou smlouvu na dodání až 44 000 hektolitrů piva (cca čtvrtina výstavu roku 2009). Pivovar Jihlava patřil rovněž do skupiny výrobců, jimž se podařil růst i v době krize, ačkoli tento subjekt se zaměřil především na domácí trh. Všechny zmíněné úspěšné pivovary se řadí mezi středně velké. Ze středně velkých podniků se nevyhnul propadu produkce například Pivovar Náchod.

Zajímavé je, že nejvíce se krize projevila na největších pivovarnických skupinách v zemi, které hlásí poklesy odbytu. Zdůvodnit se to dá jednak obrovským vyváženým množstvím, velkým rozptylem odbytíšť a také prémiovostí vyvážených piv (tzn. vysoká cena). Plzeňskému Prazdroji poklesla loni produkce o 1,9 %, přičemž export klesl o celých 10,2 %.⁴⁶ Heineken Česká republika oznámil pokles prodeje v Česku o 5,2 % a exportu o 4,9 %. Pivovary Staropramen vykázaly o 6 % nižší prodej v Česku a jedenáctiprocentní propad exportu.⁴⁷ Produkce klesla i největšímu pivovaru v českých rukou, Budějovickému Budvaru, a to řádově o 2 %. Pivovar ale dokázal vyvézt prakticky stejně piva jako v roce 2008, což představuje velice dobrý výsledek.

Skupině K Brewery se podařilo zvýšit celkové prodeje, i když některým jeho pivovarům produkce poklesla. Důvodem byla změna obchodní strategie některých závodů, kdy byly pozastaveny nevýhodné vývozy.

Z menších podniků se propadům prodeje nevyhnuly například pivovary v Pardubicích, v Českém Krumlově, z hodnocených podniků pak pivovaru v Nové Pace. Některé další menší podniky ale zaznamenaly růst. Pivovar Rohozec prodal více piva jak doma i v zahraničí, dařilo se i nově vzniklému Pivovaru Chotěboř, u něhož ale v současnosti není možné srovnávat s předchozími roky.

Jak bude nastíněno v další kapitole, mnohým pivovarům se v loňském roce dařilo rozšiřovat svoje zahraniční odbytíště. Takové kroky znamenají, že se jsou některé pivovary schopny rychle adaptovat na nové podmínky a pokoušejí se o zmírnění důsledků krize na svých prodejkách.

⁴⁶ <http://pivni.info/news/5768-plzensky-prazdroj-oznamuje-prodejni-vysledky-za-rok-2009.html>

⁴⁷ <http://finweb.ihned.cz/c1-41422230-bida-dolehla-na-pivovary-staropramenu-klesl-prodej-o-sedm-procent>

6. Možnosti dalšího rozvoje exportu českého piva

V této kapitole nastiňuji potenciální možnosti dalšího rozvoje exportu z pohledu českých pivovarů. Zároveň uvádím podniky, jež svůj potenciál využívají dobře a vyhodnocuji, jaké faktory to ovlivňují.

Každý pivovar by se měl snažit efektivně využívat svou výrobní kapacitu. Všechny podniky znají míru efektivnosti své produkce, přičemž u každého výrobce se efektivnost výroby projevuje jinak. Všeobecně se ale dá tvrdit, že přibližování se maximu výrobní kapacity výrobu zefektivňuje. Jelikož, jak samy pivovary potvrzují, český pivní trh je v současné době nasycen a spotřeba piva klesá, je třeba najít východiska, která by zabránila trvalému poklesu produkce spojenému s degradací efektivity výroby. Prodej za hranice může představovat jednu z cest, kterou se pivovary mohou vydat. Ačkoli většina českých průmyslových pivovarů vyváží část své produkce, v případě změny ekonomického vývoje v určité lokalitě jim mohou nastat problémy s odbytem. Proto by mělo dojít k diverzifikaci teritorií, kam pivovary prodávají své výrobky.

6.1 Teritoriální diverzifikace

Každý již exportující pivovar se snaží objemy prodaného piva za hranice zvyšovat. Výrobci se samozřejmě snaží rovněž o rozšiřování odbytišť. Mohlo by být krátkozraké soustředit se na jediný trh, ačkoli výjimky potvrzují pravidlo. Velice podstatné pro samotné rozhodnutí navázání kontaktů v konkrétní lokalitě je posouzení situace na daném trhu. V zemích, kde spotřeba piva vzrůstá, se pivovarům nabízejí širší možnosti než ve státech, kde stagnuje. V zemích, kde panuje jistá politická nebo ekonomická nestabilita, pivovary mohou čelit různým rizikům. Kombinace těchto dvou hledisek a jejich důsledná aplikace mohou ale pivovaru pomoci najít vhodné potenciální odbytiště.

Většina českých exportujících výrobců piva se zaměřuje na země EU, případně jiné státy Evropy (včetně Ruska). Již menší počet subjektů dodává své výrobky do zámoří. Ze zámořských teritorií české pivovary nejvíce exportují do USA. České pivo se ale prodává i v jiných zemích Severní a Jižní Ameriky, v Austrálii a v Asii. Do Afriky zatím dodávají české pivovary zřídka, například Zlatopramen do Beninu a Plzeňský Prazdroj do Republiky Jižní Afrika.

Z výrobních a exportních výsledků pivovarů, které dodávají část produkce do zemí mimo Evropu je patrné, že v případě exportu do většího počtu zemí může v případě globálních ekonomických problémů dojít i k výraznějšímu poklesu. Takovým způsobem se projevila krize například na výsledcích Prazdroje, který dodává pivo do nejvíce zemí

z českých pivovarů. Na druhou stranu ale rozmanitost zemí v exportním portfoliu může mít pozitivní důsledky, jako tomu bylo v loňském roce u Budějovického Budvaru. Jeho propad prodejů v Rusku plně vykompenzovali nárůsty prodejů v evropských zemích a v Kanadě. Nejinak tomu bylo v případě novopackého pivovaru, který klesající export v USA zachraňoval uzavřením kontraktu s čínským dovozcem.

Podle mého názoru teritoriální diverzifikace může napomoci lépe čelit případným výpadkům v některých odbytových zemích způsobených změnou devizových kurzů nebo hospodářskou krizí. To potvrdil i bývalý ředitel Pivovar Černá Hora Jiří Fusek, podle něhož tomuto pivovaru v době krize pomohly nové kontrakty.

6.2 Nová odbytíště

Hledání nových odbytíšť představuje dosti náročnou práci spojenou s jejich důkladnou analýzou a s vybíráním ideálního obchodního partnera. Velké koncerny mají usnadněnu práci v případě, že jejich majitel vlastní pivovary v mnoha zemích. Distribuční síť již existuje, prémiové značky navíc získají marketingovou podporu. U středních a menších pivovarů je situace mnohdy odlišná. Některé z nich ale dokazují, že uchytit se je možné. Pivovary navíc přiznávají, že kromě tradičních českých ležáků vznikl ve světě zájem o speciální piva.

V rámci Evropy nenajdeme mnoho zemí, kde by spotřeba piva rostla. K výjimkám patří Polsko, Ukrajina nebo Rusko. Na polský trh pronikají v poslední době začínající exportéři jako na jeden z prvních. Pivovar Rohozec začal s exportem v roce 2005 a hned do Polska. Trutnovský pivovar Krakonoš, který patří mezi jeden z mála průmyslových českých prakticky nevyvážejících pivovarů, začal v loňském roce exportovat. A to znovu do Polska. Polský trh roste ročně okolo čtyřech procent (v roce 2007 ale o 8,4 procenta)⁴⁸ a spotřebuje se tam zhruba třicet pět milionů hektolitrů piva ročně. Tento trh považují proto perspektivní pro české pivovary, které tam ještě pivo neprodávají. Ruský pivní trh označují někteří výrobci za vrtkavý, což je způsobeno zejména nestálostí rublu. Faktem ale zůstává, že v této zemi spotřeba piva roste a ruský trh navíc figuruje na páté pozici ve světě co do spotřeby piva. České pivovary rovněž rozšiřují prodeje tímto směrem, ačkoli některé z nich, zejména s velkými prodeji na tomto trhu, nechávají vyrábět pivo v Rusku v licenci. Ruský trh tíží vysoké celní zatížení, což činí z dovážených piv drahé zboží. Jelikož je ale české pivo v této zemi hodnoceno velmi vysoko, menší pivovary se mohou zaměřit na přímý dovoz a následný prodej.

⁴⁸ <http://www.businessinfo.cz/cz/aktuality-z-teritorii/polsko-pivni-trh/13371/?rtc=2>

Z dalších zemí Evropy, kde stále existuje možnost prosadit se, bych jmenoval balkánské státy postižené občanskou válkou a častými konflikty. Srbsko, Černá Hora a Kosovo se pomalu zvedají a rovněž jejich spotřeba piva stoupá.

Z neevropských trhů rostou možnosti v rychle se rozvíjejících zemích Asie. Troufám si tvrdit, že velká šance se naskytá výrobcům v Číně. Důkazem mohou být i významné investice velkých koncernů, které kromě skupování velkých čínských výrobců dokonce budují v této zemi nové závody. Dánský Carlsberg zatím dává přednost exportu, který plánuje do této země posílit. Země s více než miliardou obyvatel rychle bohatne a její konzumace piva roste co do objemu nejvíce na světě. Navíc se jedná o zemi s největší spotřebou piva, která přesahuje tři sta milionů hektolitrů ročně. Někteří čeští výrobci již pochopili potenciál tohoto trhu a snaží se v „Říši středu“ prosadit. Kromě Pivovaru Nová Paka zmíněného výše již do Číny vyváží humpolecký Rodinný pivovar Bernard, Pivovar Černá Hora, Budějovický Budvar, Pivovar Klášter a další. Nejvíce se daří černoorskému pivovaru, od kterého čínský partner na tento rok objednal čtyřicet čtyři tisíc hektolitrů, což představuje zhruba čtvrtinu současné produkce pivovaru. Jiří Fusek z Pivovaru Černá Hora navíc odhaduje, že se v budoucnu budou některé české značky v Číně produkovat, což významně sníží jejich cenu. Ačkoli pivovary, které již do Číny vyvázejí, přiznávají administrativní náročnost vstupu na tento trh, zároveň dokazují, že tento trh skýtá obrovské možnosti pro všechny výrobce.

S dalších asijských zemích někteří čeští výrobci již delší dobu exportují také do Jižní Koreje a do Japonska. V Japonsku existují tři hlavní dovozci českého piva. Jeden dováží značku Pilsner Urquell, druhý Budvar a třetí ostatní značky. V Japonsku je české pivo a české suroviny k výrobě velice ceněné, což dokládá i fakt, že většina japonských pivovarů používá žatecký chmel. Japonci dokonce drží první příčku v dovozu českého chmele.

V současnosti se podniky zaměřují i na rychle rostoucí trhy Indie a Vietnamu. Ve Vietnamu se snížilo dovozní clo na pivo, když ještě v roce 2004 činilo osmdesát až sto procent. Tento trh se dynamicky rozvíjí. V této osmdesátimilionové zemi roste spotřeba piva ročně zhruba o dvacet procent.⁴⁹ S exportem do této země začal loni Pivovar Černá Hora, předloni ústecký Zlatopramen. Do Indie se chystá exportovat rovněž černoorský pivovar. Tento trh roste pomaleji než vietnamský, ale obrovská zalidněnost země dává velké přísliby do budoucna. V roce 2009 vzrostly prodeje dovážených prémiových piv o dvanáct procent.

⁴⁹ <http://www.ceb.cz/content/view/885/55/>

Životní úroveň v zemích Afriky roste stále o poznání pomaleji než na jiných kontinentech, v některých lokalitách se ale postupně odkrývají příležitosti. Spotřeba piva na černém kontinentě každoročně roste. Mezi roky 2003 a 2008 se navíc podíl Afriky na světové produkci piva zvedl ze 4,4 % na 5 %.⁵⁰ Světoví pivovarničtí giganti dokonce budují v Africe nové pivovary a považují za velice perspektivní trh například Nigérii, kde se zatím spotřeba piva na osobu na rok drží pod deseti litry.⁵¹ Největším africkým trhem je Republika Jižní Afrika. V této zemi se společně s Gabonem vypije nejvíce piva na hlavu z afrických států (cca 59 litrů). Do Republiky Jižní Afrika se z Česka vyváží Pilsner Urquell díky propojení se SABMillerem. Nicméně tyto dva trhy mohou v budoucnu nabídnout další příležitosti.

Země Latinské Ameriky se mohou rovněž pochlubit rostoucí spotřebou piva. Prosazení se v těchto zemích ale skýtá řadu překážek. Za prvé se v mnoha případech jedná o politicky a ekonomicky nestabilní region, za druhé trh ovládají velkovýrobci sdružení do několika koncernů. Dalším problémem může být časté používání značky Pilsen nebo Pilsener jako název piva (Ekvádor, Peru), které se týká hlavně vývozu piva značky Pilsner Urquell. Co se týče samotné Jižní Ameriky, její nejvyspělejší země Chile a Argentina se vyvíjejí poněkud odlišně od vyspělých trhů například v Evropě. Importovaná piva tvoří pouze 0,4 % v Argentině, kde se zahraniční značky spíše vyrábějí v licenci. K významným změnám dochází v poslední době v Chile, kde v roce 2008 vzrostl prodej importovaných piv o 70 %.⁵² Jak uvedl Jiří Fusek, bývalý ředitel Pivovaru Černá Hora, jihoameričtí distributoři nápojů mají zájem zejména o speciální piva.

Z pivovarů, které jsem podrobil podrobnějšímu zkoumání, se všem podařilo v loňském roce zvýšit počet zemí, kam dodávají své pivo. Novopacký pivovar jsem v souvislosti s Čínou již zmiňoval. Budějovický Budvar pronikl na trh Mexika, Spojených arabských emirátů a Kosova. Pivovar Rohozec poprvé vyvezl pivo do Austrálie, Primátor pak do Brazílie a Toga. Krušovický pivovar zvedl počet exportních zemí z dvaatřiceti na třicet pět.

Z výše zmíněných zemí bych na základě uvedených důvodů označil za nejperspektivnější rozhodně Čínu, Indii, Vietnam, Chile a některé africké země jako Nigérii, Gabon a Republiku Jižní Afrika. Pro začínající exportéry a menší pivovary může export do tak vzdálených zemí představovat určitě vysoké počáteční náklady, které by

⁵⁰ <http://beveragemarketingco.com/reportcatalog4b.html>

⁵¹ <http://www.africagoodnews.com/economy/african-beer-keeps-head-as-other-markets-go-flat.html>

⁵² http://www.euromonitor.com/Beer_in_Chile

mohly mít i vliv na samotný chod pivovaru. Proto bych pro začínající exportéry vyzdvihl jako ideální země Polsko a i neuvedené Německo a Slovensko, které pro české pivovary vystupují jako největší odběratelé. Předseda českého svazu pivovarů a sladoven Jan Veselý „považuje za perspektivní trhy pro exportéry Německo, Slovensko, Švédsko, Velkou Británii a USA, což jsou země s velkými maržemi pro pivovarníky.“⁵³

6.3 Produkce na zakázku pro zahraniční společnosti

Další metodou, kde vzniká možnost růstu prodeje českého piva v zahraničí, představuje produkce pod privátními značkami. Do této kapitoly jsem zařadil jak produkci pro obchodní řetězce, tak pro společnosti, které si pivo nechají v Česku vyrobit a poté ho dodávají pod svými značkami do různých obchodů. Pro obchodní řetězce vyrábí v současnosti přibližně desítky českých pivovarů. Pod privátními značkami řetězců jsou v Česku k dostání piva uvařená v Pivovaru Holba (např. Albert, Kaufland), Nymburk (Kaufland, Albert), Protivín (Lidl-pouze do loňského roku, výroba ukončena), Broumov (Tesco) a další. Pro obchodní řetězce v zahraničí vyrábí v současnosti pivo méně subjektů než například před dvěma lety a to z důvodu změn devizových kurzů a malé výhodnosti těchto obchodů. Například společnost K Brewery se netají tím, že nevýhodnou produkci pro řetězce ve svých pivovarech zastavila (viz Pivovar Platan Protivín). Ještě před dvěma lety bylo možné zakoupit v zahraničních řetězcích pod privátními značkami pivo z produkce Pivovaru Ferdinand v Benešově, který ale poté změnil obchodní strategii a začal se soustředit na produkci tradičního piva v menším množství. Pro zahraniční řetězce nadále vyrábí například Primátor nebo Pivovar Vratislavice.

Na zakázku pro distribuční společnosti vaří pivo minimálně dva české pivovary. Jedním z nich je Budějovický měšťanský pivovar, který produkuje pivo pod značkami Pražčeka a Černovar pro největšího importéra českého piva v Rusku, společnost Russian Tradition Group.⁵⁴ Tato piva se dříve vařila v pivovaru v Protivíně. Další společností, která si nechává vařit pivo na zakázku je ostravský Brewer. Ačkoli se jedná o českou společnost, zařazují ji, protože většina produkce směřuje do zahraničí. Zejména pak vyváží do Maďarska, do Polska, do Itálie a do Španělska. Brewer si nechává vařit pivo v pivovaru v Jihlavě a v polském Polczyn-Zdrój.⁵⁵

Tato metoda může znamenat nárůst exportu a představuje dobrý způsob zvýšení produkce v případě nevyužitých kapacit. Výroba se tak zefektivní a výsledná výrobní cena

⁵³ <http://pivni.info/news/5966-rust-svetove-produkce-piva-loni-zpomalil.html>

⁵⁴ <http://pivni.info/news/3794-chceme-ceske-pivo-od-ceskeho-sladka.html>

⁵⁵ <http://www.brewer.cz/>

se sníží. Stavět ale zahraniční expanzi na takové exportní politice může být krátkozraké. V případě ukončení spolupráce pivovar může přijít o část prodejů, které v případě menších výrobců mohou mít neblahý vliv. Například benešovský pivovar produkoval velkou část produkce pro zahraniční řetězce a po ukončení spolupráce šla jeho produkce výrazně dolů (ze 102 000 hektolitrů v roce 2006 na necelých 23 000 hektolitrů v roce 2008).⁵⁶

Tento způsob exportu bych proto doporučil pouze v případě, že chce pivovar využít výrobní kapacity, ale zároveň si udržuje stabilní obchodní partnery a v případě výpadku produkce pro obchodní řetězce není tak výrazně postižen. Výroba na zakázku může znamenat zajímavou obchodní spolupráci, kdy pivo není nutně prodáváno za nízkou cenu (viz zmíněná spolupráce Budějovického měšťanského pivovaru a Russian Tradition Group).

6.4 Připojení České republiky k Eurozóně

Přijetí Eura může mít dle mého názoru podobné důsledky jako vstup Česka do Evropské unie. Export se po začlenění Česka do Eurozóny může opět zvýšit, protože odpadnou problémy plynoucí z nestability české koruny na měnových trzích. Exportující pivovary trpí výkyvy kurzu české měny k společné evropské měně poměrně pravidelně. Euro by pivovarům zajistilo větší jistotu a pravidelnou spolupráci s obchodními partnery, nepostiženou kurzovním vývojem.

Pivovary, které jsem v kapitole číslo 4 podrobil podrobnějšímu rozboru, mi potvrdily, že změny kurzu české měny trápí exportující výrobce s pravidelnou přesností. Nejedná se pouze o problémy plynoucí z kurzu eura, ale navíc z kurzu dolaru. Euro patří ve světě ke stabilním a silným měnám a jeho využití v mezinárodním obchodu bude mít pro vyvázející pivovary spásný vliv a to i v dolarových teritoriích. Některé pivovary totiž musí kvůli propadům či posílením koruny vůči euru nebo dolaru dokonce rušit některé kontrakty. Dodávky do Německa musel kvůli změnám kurzu přerušit v roce 2008 například Pivovar Rohozec. Pivovaru Nová Paka klesly v minulém roce prodeje ve Spojených státech, protože české pivo posílením koruny vůči dolaru výrazně zdražilo. Pivovary produkující pivo pro obchodní řetězce v zahraničí rovněž ztratily jistotu zisku, a tak mnohé z nich tuto spolupráci ukončily. Nevýhodných exportů se vzdala například skupina K Brewery, která si dala za cíl nevyvážet za každou cenu velké objemy piva.⁵⁷ To

⁵⁶ Výroční zprávy Pivovaru Ferdinand z let 2006 a 2008

⁵⁷ <http://hn.ihned.cz/c1-37961100-v-cesku-se-vari-vyrazne-mene-piva>

se dotklo jejich závodů v Jihlavě, Protivíně i Klášteře Hradišti nad Jizerou, jejichž produkce v závislosti na tomto kroku významně klesla.

Existují však rovněž názory proti přijetí Eura. Ekonom Petr Mach uvádí několik důvodů, proč by Česká republika měla svoje připojení k eurozóně zvážit. Hovoří zejména o vlivech ekonomik všech členských zemí na kurz společné měny a o ztrátě možnosti regulace kurzu národní měny v případě recese.⁵⁸ V případě posilování kurzu Eura vůči dolaru může dojít k poklesu exportu v dolarových teritoriích apod.

V článku ČNB, kde je vyhodnocován vstup Slovenska do eurozóny, se autoři rovněž k této problematice staví kriticky. Opírají se o skutečnost, že česká a slovenská ekonomika si jsou navzájem velice podobné a po přijetí Eura na Slovensku došlo dokonce k poklesům exportu. Zároveň centrální banka ztratila možnosti cílování inflace.

Ani tyto názory a polemiky ale nic nemění na faktu, že Euro se řadí ke stabilnějším měnám než je česká koruna a celkový důsledek přijetí této měny může mít veskrze pozitivní vliv pro český export.⁵⁹

⁵⁸ <http://www.petrmach.cz/cze/prispevek.php?ID=130>

⁵⁹ http://www.cnb.cz/cs/verejnost/pro_media/clanky_rozhovory/media_2009/cl_09_090918.html

7. Závěr

České pivo si vytvořilo ve světě skvělou reputaci a za sedmnáct let existence samostatného státu se zařadilo k hnacím motorům českého potravinářského průmyslu. Produkce našich pivovarů vyráží stále častěji za hranice a v zahraničí již nejsou známé pouze dvě značky českého piva, Pilsner Urquell a Budweiser Budvar. Prakticky každý průmyslový pivovar se prosazuje i v cizině a zájem o české pivo tam stoupá. České pivo se ve světě uchytilo velkolepě. Až do roku 2009 jeho prodeje v zahraničí rostly a Česko tak dosáhlo deváté příčky na světě mezi exportéry zlatavého nápoje.

Tato práce dokazuje, že české pivo patří ve světě k žádaným komoditám. Ačkoli úspěšné tažení českých výrobců piva do světa zbrzdila světová hospodářská krize a celkový loňský export se tak poprvé od roku 1999 snížil, našly se i podniky, jež globální ekonomické problémy postihly minimálně. K nejdůležitějším odbytíšťm patřilo dlouhodobě Německo a Slovensko, což se nezměnilo ani v loňském roce. Naopak ruský trh, kam české pivovary navyšovaly pravidelně svůj vývoz, se v loňském roce propadl dosti výrazně, což ovlivnilo výsledky pivovarů prodávajících větší část produkce do této země. Ve vývoji českého exportu piva sehrál ve srovnávaných letech nejdůležitější roli rok 2004, kdy Česko vstoupilo do Evropské unie.

Jako nejčastější využívaná forma zahraniční spolupráce vystupuje výhradní a nevýhradní distribuce. Velké pivovary mají v důležitých odbytíšťích dceřinné distribuční společnosti nebo využívají prodejní síť nadnárodního vlastníka. Menší a střední pivovary poskytují exkluzivitu v zemích, ve kterých existují zajímavé možnosti, ale prosadit se bez partnera by představovalo značné úsilí. Velkopivovary nezřídka produkují některé své značky licenčně v jiných zemích, nejčastěji pak v Rusku nebo na Slovensku.

Ačkoli byl předpokládán fakt, že nadnárodní vlastník má stěžejní vliv na úspěšnost vývozu daného pivovaru, bylo zjištěno, že se jedná o mylné tvrzení. Budějovický Budvar budiž toho živým příkladem. Některé menší pivovary, jmenovitě Pivovar Černá Hora a Pivovar Vratislavice, rovněž mohou posloužit jako důkaz pro nesprávnost této teze. Naopak se ukázala důležitost výběru odbytíšť na úspěšnost exportu, kdy všichni významní vývozci operovali ve větší míře na území Německa, dále se prosazovali na Slovensku a v Rusku, ve Švédsku, ve Velké Británii a ve Spojených státech. Zároveň ale pronikaly na nové trhy, které skýtaly velký exportní potenciál. Diverzifikace odbytíšť a hledání nových zemí pro prodej piva pak nastiňují autorovu představu o budoucích východiscích pro úspěšný vývoz. Ve větším množství začínají pivovary vyvážet do Číny, která vedle

stávajících významných odbytí představuje enormní potenciál pro export piva v budoucích letech. Vstupu Česka do Eurozóny přikládá autor velký význam, co do dalšího růstu exportu českého piva.

Tato práce může posloužit jako přehledná příručka pro každého zájemce o hlubší seznámení se současným českým exportem piva. Navíc se v ní čtenář může blíže seznámit s některými exportními pivovary a posoudit jejich vývoj.

Resumé

Beer is a drink which has been produced for more than three thousand years. It has become a phenomenon across the globe as it is produced in 169 countries and available almost everywhere. The estimated number of breweries worldwide approaches 7 500 and nowadays, breweries can be found as far as in Greenland or in small islands in the Pacific ocean.

The Czech Republic is a country where the beer creates a part of the national culture and bears a big importancy among drinks. This country can boast of a big number of traditional breweries as well as it can be proud of a wide range of good quality beers. Global reputation of Czech lagers has developed greatly since 1842 when the unique Pilsner Urquell beer was first brewed in the city of Pilsen. Its fame soon crossed the border and spread around the world. At the end of the 19th century, a lot of breweries arose in Czech territory as the demand for Czech beer in the world kept growing. Nowadays, Czech beer is exported to more than 60 countries of the world and the number of export markets is increasing.

This thesis focuses on the export of beer from the Czech Republic. Its first part describes the world brewing industry, then concentrates on the Czech beer market, shows the historical background which influenced development of the Czech beer industry in the past as well as nowadays and it presents main producers which operate in the market. The second part targets at the current Czech export of beer and the reader can see the production and export statistics from 1993 up to 2008. The most important exporters are named and the essential export markets are introduced. The following part of the thesis aims at selected Czech breweries and processes the information obtained either from their employees or from annual reports. The other part of the work compares the international business of the chosen breweries and assesses possible influences on successful export. The last part concerns author's idea of further development of the international business of chosen breweries as well as brewing industry as a whole.

The reader of this thesis can obtain a general overview of the Czech beer market and can better figure out the development of this industry in a country where the role, which this drink plays in the society, is undoubtedly high.

ANOTACE

- Autor:** Bc. Tomáš Krpata
- Název katedry a fakulty:** Katedra aplikované ekonomie
- Název diplomové práce:** Pivo jako exportní komodita
- Vedoucí diplomové práce:** PhDr. Jiří Řezník, Ph.D.
- Počet znaků:** 134 413
- Počet příloh:** 0
- Počet titulů použité literatury:** 72
- Klíčová slova:** pivo, pivovarnictví, malý pivovar, střední pivovar, velký pivovar, export piva, chráněné zeměpisné označení EU, České pivo, licenční výroba, know-how, výhradní prodej, odbytiště
- Abstrakt:** Tato práce pojednává o exportu českého piva na zahraniční trhy. Nejprve představuje české pivovarnictví jako celek, zabývá se výrobními a exportními údaji českého pivovarnického průmyslu a poté analyzuje mezinárodní obchod vybraných výrobců. Zároveň se soustředí na využívané metody mezinárodní obchodní spolupráce a věnuje se vlivům na úspěšný export piva. Soustředí se na faktory, které mohou pozitivně ovlivnit další růst exportu českého piva v následujících letech.

ANNOTATION

- Author:** Bc. Tomáš Krpata
- Department:** Department of Applied Economics
- Title:** Beer as an export commodity
- Final paper supervisor:** PhDr. Jiří Řezník, Ph.D.
- Number of characters:** 134 413
- Number of appendices:** 0
- Number of works cited:** 72
- Keywords:** beer, brewing industry, small brewery, middle-size brewery, big brewery, export of beer, protected geographical indication of the EU, Czech beer, production under license, know-how, exclusive sale, export market
- Abstract:** This master thesis deals with the export of Czech beer on foreign markets. First, it presents the Czech brewing industry as a whole and focuses on production and export indicators of the Czech breweries with the emphasis on chosen producers. Therefore, it analyses the international business of selected breweries. Equally, it concentrates on the methods of international trade which are used in particular and it targets at factors which influence the successful exporting company. Nevertheless, it also aims at the analysis of effects which can contribute to further development of the export of the Czech beer.

Seznam pramenů a použité literatury

1. BeerInfo. *The History of Beer and Brewing in the United States* [online]. America's Best LLC, 2009 [cit. 01-03-2010] Dostupné z www: < <http://www.beerinfo.com/index.php/pages/beerhistory.html>>
2. Budějovický Budvar. *Prodej v zahraničí* [online]. České Budějovice: Budějovický Budvar, 2008 [cit. 01-13-2010] Dostupné z www: < <http://budweiser-budvar.cz/obchod/prodej-v-zahranici.html#restrictedContent>>
3. Europe remains world's biggest beer producer [online]. Bruxelles: The Parliament Magazine, 2009 [cit. 12-15-2009] Dostupné z www: < http://www.theparliament.com/no_cache/latestnews/news-article/newsarticle/europe-remains-worlds-biggest-beer-producer/>
4. Euromonitor. *Beer in Chile* [online]. London: Euromonitor International, 2009 [cit. 03-10-2010] Dostupné z www: < http://www.euromonitor.com/Beer_in_Chile>
5. Euromonitor. *Beer in the Czech Republic* [online]. London: Euromonitor International, 2009 [cit. 01-25-2010] Dostupné z www: < http://www.euromonitor.com/Beer_in_the_Czech_Republic>
6. Export krušovického piva zaznamenal další růst [online]. Praha: Marketingové noviny, 2008 [cit. 02-02-2010] Dostupné z www: < http://www.marketingovenoviny.cz/index.php3?Action=View&ARTICLE_ID=6207>
7. Fraňková, Ruth. *Czech brewers share expertise with Vietnam* [online]. Praha: Český rozhlas, 2008 [cit. 02-25-2010] Dostupné z www: < <http://www.radio.cz/en/article/105474>>
8. HBI Press. *Pivovar Černá Hora, a.s. zahájil export svého piva do Číny* [online]. Praha: HBI Press, 2009 [cit. 03-09-2010] Dostupné z www: < <http://firmy.finance.cz/zpravy/finance/220070-pivovar-cerna-hora-a-s-zahajil-export-sveho-piva-do-ciny/?MailcenDivLogin=1>>
9. Horáček, Filip. *Českého piva se vaří méně, výrobu brzdí export*. [online]. Praha: MF Dnes, 2009 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < http://ekonomika.idnes.cz/ceskeho-piva-se-vari-mene-vyrobu-brzdi-export-fas-/ekonomika.asp?c=A090908_165350_ekonomika_fih>
10. Hospodářské noviny. *ČR byla loni 16. největším producentem piva na světě* [online]. Praha: HBI Press, 2009 [cit. 01-12-2010] Dostupné z www: < http://m.ihned.cz/c4-10000125-26118520-700000_mamdetail-cr-byla-loni-16-nejvetsim-producentem-piva-na-svete>
11. Hruška, Blahoslav. *Russian think-tank proposes Czech beer boycott* [online]. Praha: Centrum holdings, 2008 [cit. 02-04-2010] Dostupné z www: < <http://aktualne.centrum.cz/czechnews/clanek.phtml?id=612053>>

12. Janda, Vojtěch. *Staropramen mění majitele. Za čtyřicet miliard.* [online]. Praha: Pražský deník, 2009 [cit. 01-03-2010] Dostupné z www: <
<http://prazsky.denik.cz/podnikani/staropramen-meni-majitele20091015.html>>
13. Kaňa, Jiří. *Ohlédnutí za rokem 2009* [online]. Praha: Svět piva, 2010 [cit. 01-19-2010] Dostupné z www: <
<http://www.pivnidenik.cz/clanek/4125-Ohlednuti-za-rokem-2009/index.htm>>
14. Korbel, Petr. *V jihovýchodní Asii na chuť českého piva nikdy nezapomněli* [online]. Praha: Ekonom, 2008 [cit. 03-04-2010] Dostupné z www: <
<http://www.ceb.cz/content/view/885/55/>>
15. Lehotský, L'uboš. *V SR pokles o 14 %, v ČR nárůst o 2,3 %!* [online]. Bratislava: KamNaPIVO, 2004 [cit. 01-16-2010] Dostupné z www: <
<http://www.kamnapivo.sk/webtron/page486sk.html>>
16. Mach, Tomáš. *Pivní dění v letech 1984-1986* [online]. Praha: Pivní obzor, 2008 [cit. 02-26-2010] Dostupné z www: <
<http://www.pivniobzor.cz/clanky/2008-02-07-pivni-deni-v-letech-1984-1986/>>
17. Machková, Hana, Sato, Alexej, Černohlávková, Eva. *Mezinárodní obchodní operace.* Praha: Grada Publishing, 2006
18. Machková, Hana, Sato, Alexej, Zamykalová, Miroslava. *Mezinárodní obchod a marketing.* Praha, Grada Publishing, 2002
19. Mareček, Jiří. *Plzeňský Prazdroj vyvezl nejvíce piva za dobu své existence* [online]. Praha: SABMiller, 2009 [02-17-2010] Dostupné z www: <
<http://www.prazdroj.cz/cz/index.php?print=true&&page=pro-media/aktualne/400>>
20. MF Dnes Severní Čechy. *Licenčně vařený Březňák* [online]. Ústí nad Labem: MF Dnes Severní Čechy, 2009 [cit. 02-12-2010] Dostupné z www: <
<http://www.kamnapivo.sk/webtron/licencne-vareny-breznak.html>>
21. Olšer, Břetislav. *Česi v zemi zlata, platiny a diamantů.* [online]. Český Těšín: Agave 2001 [cit. 02-26-2010] Dostupné z www: <
<http://bretislav-olser.enface.cz/?s=africke-pivo-z-ostravy>>
22. Pattinson, Ron. *European Beer Guide: German Beer Statistics* [online]. [cit. 03-20-2010] Dostupné z www: <
<http://www.europeanbeerguide.net/gerstats.htm>>
23. Pattinson, Ron. *European Beer Guide: UK Beer Statistics* [online]. [cit. 03-20-2010] Dostupné z www: <
<http://www.europeanbeerguide.net/index.htm>>
24. Petr, Miroslav. *Bída dolehla na pivovary. Export Staropramenu klesl o 7 procent* [online]. Praha: Hospodářské noviny, 2010 [cit. 03-18-2010] Dostupné z www: <
<http://finweb.ihned.cz/c1-41422230-bida-dolehla-na-pivovary-staropramenu-klesl-prodej-o-sedm-procent>>

25. Petr, Miroslav. *Export piva do Ruska klesl na polovinu* [online]. Praha: Hospodářské noviny, 2009 [cit. 01-16-2010] Dostupné z www: < <http://hn.ihned.cz/c1-38376110-export-piva-do-ruska-klesl-na-polovinu>>
26. Petr, Miroslav. *Heineken loni v Česku vyrobil 2,8 milionu hektolitrů piva* [online]. [cit. 03-07-2010] Dostupné z www: < <http://www.svet-piva.cz/novinky/heineken-loni-v-cesku-vyrobil-28-milionu.html>>
27. Petr, Miroslav. *V Česku se vaří výrazně méně piva* [online]. Praha: Hospodářské noviny, 2009 [cit. 01-25-2010] Dostupné z www: < <http://hn.ihned.cz/c1-37961100-v-cesku-se-vari-vyrazne-mene-piva>>
28. Piel, Romuald. *Wrocławianin i szefowie czeskiego browaru chcą w Radkowie produkować Górską Perłę* [online]. Wrocław: Gazeta Wroclawska, 2008 [cit. 02-10-2010] Dostupné z www: < <http://www.naszesudety.pl/?p=artykulyShow&iArtykul=4277>>
29. Pivní.info. *Zavřené pivovary* [online]. Vrčeň: Pivní.info, 2010 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < <http://pivni.info/pivovary/zavrene-pivovary/>>
30. Pivovarství a sladařství v českých zemích [online]. Praha: Český svaz pivovarů a sladoven, 2009 [cit. 01-21-2010] Dostupné z www: < <http://www.cspas.cz/pivo.asp?lang=1>>
31. Pivovary.info. *Historie pivovaru Benešov* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-12-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/benesov/benesov_h.htm>
32. Pivovary.info. *Historie pivovaru Broumov* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/broumov/broumov_h.htm>
33. Pivovary.info. *Historie pivovaru Březnice* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-12-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/breznice/breznice_h.htm>
34. Pivovary.info. *Historie pivovaru Budvar* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 01-16-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/budvar/budvar_h.htm>
35. Pivovary.info. *Historie pivovaru Hanušovice* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-14-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/hanusovice/hanusovice_h.htm>
36. Pivovary.info. *Historie pivovaru Krušovice* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-14-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/krusovice/krusovice_h.htm>
37. Pivovary.info. *Historie pivovaru Litovel* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-12-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/litovel/litovel_h.htm>
38. Pivovary.info. *Historie pivovaru Malý Rohozec* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-06-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/korbel/korbel_h.htm>

39. Pivovary.info. *Historie pivovaru Náchod* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-12-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/nachod/nachod_h.htm>
40. Pivovary.info. *Historie pivovaru Nová Paka* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-16-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/novapaka/novapaka_h.htm>
41. Pivovary.info. *Historie pivovaru Svijany* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-21-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/svijany/svijany_h.htm>
42. Pivovary.info. *Historie pivovaru Vratislavice* [online]. Praha: Pivovary.info, 2009 [cit. 02-24-2010] Dostupné z www: < http://www.pivovary.info/prehled/konrad/konrad_h.htm>
43. Plzeňský Prazdroj. *Export a mezinárodní značky* [online]. Plzeň: Plzeňský Prazdroj, 2009 [cit. 02-17-2010] Dostupné z www: < <http://www.prazdroj.cz/cz/obchod/export-a-mezinar-znacky>>
44. Popela, Libor. *Export ČR do Číny* [online]. Bratislava: KamNaPIVO, 2009 [cit. 03-09-2010] Dostupné z www: < <http://www.kamnapivo.sk/webtron/export-ch-do-ciny.html>>
45. Rekordní produkce i export českého piva v roce 2007 [online]. Praha: Internet info, 2008 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < <http://www.mesec.cz/aktuality/rekordni-produkce-i-export-ceskeho-piva-v-roce/>>
46. Reuters. *African beer keeps head as other markets go flat* [online]. London: Reuters, 2009 [cit. 03-04-2010] Dostupné z www: < <http://www.africagoodnews.com/economy/african-beer-keeps-head-as-other-markets-go-flat.html>>
47. Rosenauer, Jan. *S vývozem českého piva na Slovensko už nebudou potíže* [online]. Praha: Český rozhlas, 2000 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < http://zpravy.rozhlas.cz/zpravy/ekonomika/_print/1197>
48. Tisková zpráva ČTK. *České pivovary loni více vyvážely, ale méně vyrobily* [online]. Praha: České noviny, 2009 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < http://magazin.ceskenoviny.cz/tema/index_view.php?id=366686&id_seznam=421>
49. Tisková zpráva ČTK. *Export českého piva 2008* [online]. Bratislava: KamNaPIVO, 2009 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < <http://www.kamnapivo.sk/webtron/export-ceskeho-piva-2008.html>>
50. Tisková zpráva ČTK. *K Brewery loni prodaly 850.000 hektolitřů piva, o sedm procent více* [online] Praha: Finanční noviny, 2010 [cit. 02-05-2010] Dostupné z www: < <http://www.finance.cz/zpravy/finance/250576-k-brewery-loni-prodaly-850-000-hl-piva-o-sedm-procent-vice/>>
51. Tisková zpráva ČTK. *Ochranná známka České pivo pomůže exportu, věří pivovary* [online] Praha: Hospodářské noviny, 2009 [cit. 03-05-2010] Dostupné z www: <

<http://ekonomika.ihned.cz/c1-36652790-ochranna-znamka-ceske-pivo-pomuze-exportu-veri-pivovary>>

52. Tisková zpráva ČTK. *Růst světové produkce piva loni zpomalil* [online]. Praha: Hospodářské noviny, 2010 [cit. 03-11-2010] Dostupné z www: < <http://mam.ihned.cz/c1-41231060-rust-svetove-produkce-piva-loni-zpomalil>>

53. Tisková zpráva K Brewery. *K Brewery prodává svůj podíl ve svijanském pivovaru*. [online]. Praha: K Brewery Trade, 2010 [cit. 03-15-2010] Dostupné z www: < <http://www.kbrewery.cz/media/>>

54. Tisková zpráva K Brewery. *Skupina K Brewery rozšiřuje portfolio svých pivovarů o Černou Horu*. [online]. Praha: K Brewery Trade, 2010 [cit. 03-15-2010] Dostupné z www: < <http://www.kbrewery.cz/media/>>

55. Tisková zpráva Královského pivovaru Krušovice. *Heineken ČR úspěšně exportuje* [online]. Krušovice: Královský pivovar Krušovice, 2009 [cit. 01-22-2010] Dostupné z www: < <http://www.kamnapivo.sk/webtron/heineken-cr-uspesne-exportuje.html>>

56. Tisková zpráva Plzeňského Prazdroje. *Plzeňský Prazdroj oznamuje prodejní výsledky za rok 2009* [online]. Plzeň: Plzeňský Prazdroj, 2010 [cit. 02-10-2010] Dostupné z www: < <http://pivni.info/news/5768-plzensky-prazdroj-oznamuje-prodejni-vysledky-za-rok-2009.html>>

57. Vacl, Josef. *České pivovarství a sladařství v roce 2004* [online]. Praha: Svět piva, 2005 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < <http://www.pivnidenik.cz/clanek/834-Ceske-pivovarstvi-a-sladarstvi-v-roce-2004-fakta-a-cisla/index.htm>>

58. Vacl, Josef. *České pivovarství a sladařství v roce 2005* [online]. Praha: Svět piva, 2006 [cit. 01-15-2010] Dostupné z www: < <http://www.pivnidenik.cz/clanek/1077-Ceske-pivovarstvi-a-sladarstvi-v-roce-2005-fakta-a-trendy/index.htm>>

59. Vacl, Josef. *Český sládek* [online]. Praha: Svět piva, 2008 [cit. 02-03-2010] Dostupné z www: < <http://www.pivnidenik.cz/clanek/3602-Cesky-sladek/index.htm>>

60. Vacl, Josef. *Pivovarnictví je významný činitel v české ekonomice*. [online]. Praha: Svět piva, 2009 [cit. 02-10-2010] Dostupné z www: < <http://www.pivnidenik.cz/clanek/4046-Pivovarnictvi-je-vyznamny-cinitel-v-ceske-ekonomice/index.htm>>

61. Vacl, Josef. *Připravovaná daňová opatření chápou tuzemské pivovary jako jednoznačně diskriminační* [online]. Praha: Svět piva, 2009 [cit. 01-18-2010] Dostupné z www: < <http://www.pivnidenik.cz/clanek/4011-Pripravovana-danova-opatreni-chapou-tuzemske-pivovary-jako-jednoznacne-diskriminacni/index.htm>>

62. Vališ, Zdeněk. *Problémy s unií* [online]. Praha: Český rozhlas 7, 1998 [cit. 02-11-2010] Dostupné z www: < <http://archiv.radio.cz/cesky/poznamka/24-4-98.html>>

63. Výroční zpráva Pivovarů Staropramen 2005 [online] Praha: Pivovary Staropramen, 2006 [cit. 02-01-2010] Dostupné z www: <

<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentDetail&vypisListiny.@slCis=100453026&vypisListin.@cEkSub=2085>>

64. Výroční zpráva Pivovarů Staropramen 2007 [online] Praha: Pivovary Staropramen, 2008 [cit. 02-01-2010] Dostupné z www: <
<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentDetail&vypisListiny.@slCis=100748728&vypisListin.@cEkSub=20859>>

65. Výroční zpráva Pivovarů Staropramen 2008 [online] Praha: Pivovary Staropramen, 2009 [cit. 02-01-2010] Dostupné z www: <
<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentDetail&vypisListiny.@slCis=100910285&vypisListin.@cEkSub=20859>>

66. Výroční zprávy Pivovaru Ferdinand 2007 a 2008 [online]. Benešov: Pivovar Ferdinand, 2009 [cit. 02-12-2010] Dostupné z www: <
<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentList&vypisListin.@cEkSub=100012511>>

67. Výroční zprávy Pivovaru Náchod 2003, 2004, 2006, 2007 a 2008 [online]. Náchod: Primátor, 2004 -2009 [cit. 01-12-2010] Dostupné z www: <
<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/index?sysinf.@typ=sbirka&sysinf.@strana=documentList&vypisListin.@cEkSub=132263>>

68. Výroční zpráva světového pivovarnictví 2008 [online]. New York: Beverage Marketing Corp., 2009 [cit. 01-10-2010] Dostupné z www: <
<http://www.beveragemarketing.com/reportcatalog4b.html>>

69. Wagner, Michal. *Vývoz českého piva rychle rastie* [online] Bratislava: KamNaPivo, 2005 [cit. 02-10-2010] Dostupné z www: < <http://www.kamnapivo.sk/webtron/vyvoz-ceskeho-piva-rastie.html>>

70. Wikipedia. *Karel Roubíček* [online]. Wikipedia, 2009 [cit. 02-25-2010] Dostupné z www: < http://cs.wikipedia.org/wiki/Karel_Roub%C3%AD%C4%8Dek>

71. World production in 2008 up by 1.6 % to 1.8 billion hectolitres. [online]. Osthofen: Global Malt, 2009 [cit. 12-05-2009] Dostupné z www: <
http://www.globalmalt.de/joomla1011/index.php?option=com_content&task=view&id=2442&Itemid=64>

72. ZK Czech Trade Warszawa. *Aktuality z teritorií – Polsko: pivní trh* [online]. Praha: Czech Trade, 2008 [cit. 03-05-2010] Dostupné z www: <
<http://www.businessinfo.cz/cz/aktuality-z-teritorii/polsko-pivni-trh/13371/?rtc=2>>