

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

**Vyhodnocení importu a exportu komodity piva
v České republice**

Simona Primasová

© 2023 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Simona Primasová

Světová ekonomika

Název práce

Vyhodnocení importu a exportu komodity piva v České republice

Název anglicky

Evaluation of import and export of beer commodity in the Czech Republic

Cíle práce

Pivo patří mezi nejrozšířenější alkoholické nápoje, především v České republice, kde se vyrobí nejvíce piva v přepočtu na jednoho obyvatele z celé Evropy. Není tak proto překvapením, že Česká republika drží prvenství ve spotřebě piva na jednoho obyvatele z celé Evropské unie. Hlavním cílem práce proto bude zhodnocení trhu s pivem v České republice s orientací na velké pivovarské skupiny, které mají na trhu dominantní vliv a se zaměřením na vyhodnocení importu a exportu piva v České republice. Dílčím cílem práce bude detailní komparace získaných výsledků s ukazateli vybraných zemí za posledních patnáct let.

Metodika

Hlavním metodickým rámcem práce bude strukturovaná analýza trhu s pivem v České republice se zaměřením na import a export piva. Literární přehled bude zpracován pomocí deskripce odborného a vědeckého textu a proveden do formy teoretických východisek. Budou využity statistické sekundární údaje, které budou vyhodnoceny jednoduchými komparačními a statistickými metodami. Data budou čerpána ze Zpráv o českém stavu pivovarství a sladařství, vydávané Českým svazem pivovarů a sladoven, a to zejména data o produkci piva, exportu, importu a spotřebě. Získané výsledky budou vhodně uspořádány do tabulek a grafů s cílem zpracovat jejich podrobnou interpretaci a budou vyhodnocena prostřednictvím vývojové a komparativní analýzy. Dále budou použity metody syntetické, dedukční, logické, statistické.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Mezinárodní obchod, pivo, trh, spotřebitel, import, export, Česká republika

Doporučené zdroje informací

- BASAŘOVÁ, Gabriela a kol. Pivovarnictví: Teorie a praxe výroby piva. Jan Šavel; Petr Basař; Tomáš Lejsek. 1. vyd. Praha: Vydavatelství VŠCHT, 2010. 904 s. ISBN 978-80-7080-734-7
- HASÍK, T., 2013. Svět piva a piva světa. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-8613-1.
- HES, A. – ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. KATEDRA OBCHODU A FINANČÍ. *Základy mezinárodního obchodu*. V Praze: Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, 2005. ISBN 978-80-213-1406-1.
- HOLMAN, Robert. Makroekonomie. 1. vydání. Praha: C. H. Beck. 2004. 242 s. ISBN 80-7179-764-2
- CHLÁDEK, Ladislav. Pivovarnictví. Praha: Grada, 2007. 218 s. ISBN 978-80-247-1616-9
- JANKŮ, M. – ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE. PROVOZNĚ EKONOMICKÁ FAKULTA. *Mezinárodní obchodní právo*. Praha: Česká zemědělská univerzita, 2022. ISBN 978-80-213-3152-5.
- MACHKOVÁ, H. – ČERNOHLÁVKOVÁ, E. – SATO, A. *Mezinárodní obchodní operace*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4874-0.
- MACHKOVÁ, H. – ZAMYKALOVÁ, M. – SATO, A. *Mezinárodní obchod a marketing*. Praha: Grada, 2002. ISBN 80-247-0364-5.
- SOUKUP, A. *Mezinárodní ekonomie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2012. ISBN 978-80-7380-392-6.
- ŠTĚRBOVÁ, L. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4694-4.

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

doc. Ing. Aleš Hes, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 13. 7. 2022

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 2. 11. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 18. 03. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Vyhodnocení importu a exportu komodity piva v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2023

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala doc. Ing. Aleši Hesovi, CSc., vedoucímu mé diplomové práce, za vedení, ochotu a cenné rady, kterými přispěl k vypracování této práce.

Vyhodnocení importu a exportu komodity piva v České republice

Abstrakt

Tato diplomová práce se soustředí na pивní trh v České republice, kde několik velkých pivovarů ovládá většinu trhu. Tyto pivovary se potýkají s konkurencí na domácím i zahraničním trhu, a také s rostoucími náklady na suroviny, energii a pracovní sílu.

Hlavní část práce se zaměřuje na analýzu pivního trhu, věnuje se spotřebě piva v tuzemsku i v zahraničí, celkovému výstavu a importu a exportu piva za poslední roky. Poskytuje také přehled o celkovém objemu a trendech obchodování s pivem a analyzuje faktory, které to ovlivňují. Také hodnotí největší pivovary a porovnává výsledky pivního trhu v České republice s výsledky v jiných evropských zemích pomocí komparativní metody. K tomuto účelu vychází z relevantní literatury a statistických dat.

Cílem této práce je provedení detailního rozboru trhu s pivem v České republice a zhodnocení jeho dynamiky. Práce poskytuje analýzu trhu s pivem v České republice a cenné informace o jeho vývoji, včetně obchodování s pivem v zahraničí. Srovnání výsledků s ostatními evropskými zeměmi umožňuje získat komplexní pohled na vývoj trhu s pivem v České republice a jeho pozici v evropském kontextu. Diplomová práce vychází z veřejně dostupných dat – zdrojem jsou především stránky Českého svazu pivovarů a sladoven, kromě toho jsou data doplněna o aktuální analýzy a výzkumy dalších autorů.

Klíčová slova: Zahraniční obchod, pivo, pivní styly, trh, spotřeba, import, export, Česká republika, výstav piva, konkurence, analýza, komparace, Evropa, pivovary

Evaluation of import and export of beer commodity in the Czech Republic

Abstract

This thesis focuses on the beer market in the Czech Republic, where several large breweries dominate the majority of the market. These breweries face competition in both the domestic and international markets, as well as increasing costs for raw materials, energy, and labor.

The main part of the thesis is focused on analyzing the beer market, examining beer consumption both domestically and internationally, overall production and import and export of beer in recent years. It provides an overview of the overall volume and trends in beer trading and analyzes the factors that influence it. The comparative approach is used to assess the beer market in the Czech Republic by evaluating the performance of the major breweries and comparing it to other European countries. Relevant literature and statistical data are used for this purpose.

The aim of this thesis is to conduct a detailed analysis of the beer market in the Czech Republic and evaluate its dynamics. The thesis provides an analysis of the beer market in the Czech Republic and valuable information about its development, including beer trading abroad. Comparing the results with other European countries allows for a comprehensive view of the development of the beer market in the Czech Republic and its position in the European context. The thesis is based on publicly available data, primarily from the Czech Brewers and Maltsters Association website, and supplemented with current analyses and research from other authors.

Keywords: Foreign trade, beer, beer styles, market, consumption, import, export, Czech Republic, competition, analysis, comparison, Europe, breweries

Obsah

1 Úvod	11
2 Cíl práce a metodika	12
2.1 Cíl práce.....	12
2.2 Metodika.....	12
3 Teoretická východiska	13
3.1 Historický vývoj pivovarnictví	13
3.2 Charakteristika piva.....	14
3.3 Suroviny nezbytné pro výrobu piva	14
3.4 Fáze výroby piva	17
3.5 Dělení piv	21
3.6 Pivní styly	22
3.6.1 Spodně kvašená piva	22
3.6.2 Svrchně kvašená piva	25
3.6.3 Spontánně kvašená piva	28
3.6.4 Hybridní piva	29
3.7 Zahraněční obchod.....	30
3.7.1 Význam zahraničného obchodu	30
3.8 Světová organizace WTO	32
3.8.1 Základní zásady práva WTO	32
3.9 Nástroje obchodní politiky	34
3.9.1 Autonomní nástroje	34
3.9.2 Smluvní nástroje obchodní politiky	37
3.9.3 Celní řízení	38
3.10 Daňová politika státu.....	38
3.10.1 Spotřební daň	39
3.10.2 DPH.....	40
3.10.3 Daň z příjmu právnické osoby	41
3.11 Vývoz a dovoz zboží a služeb.....	41
3.11.1 Zahraněční obchod v České republice	42
Vlastní práce.....	43
3.12 Největší pivovarnické skupiny v České republice	43
3.12.1 Plzeňský Prazdroj a.s.....	43
3.12.2 Budějovický Budvar.....	49
3.12.3 Staropramen	53
3.12.4 Heineken.....	56
3.13 Spotřeba piva v ČR	59

3.13.1	Spotřeba piva na 1 obyvatele.....	59
3.13.2	Spotřeba piva v ČR podle druhů.....	62
3.14	Výstav piva v ČR v milionech hl.....	64
3.15	Export a Import piva v ČR	66
3.16	Export a Import piva v ČR dle zemí	70
3.17	Světová produkce piva	76
4	Výsledky a diskuse.....	83
5	Závěr	87
6	Seznam použitých zdrojů	88
6.1	Seznam obrázků.....	91
6.2	Seznam tabulek.....	91
6.3	Seznam grafů	91
6.4	Seznam použitých zkratek.....	92

1 Úvod

Pivo má v České republice dlouhou tradici a je považováno za jedno z národních symbolů. České pivo je známé pro svou kvalitu a chuť a je exportováno do mnoha zemí po celém světě. Pivovarnictví v České republice má bohatou historii, sahající až do středověku, a pivovary jsou významnou součástí ekonomiky země.

V České republice existuje mnoho malých, středních a velkých pivovarů, ale velká část trhu s pivem je ovládána několika největšími pivovary. Existuje zde také více než půl tisíce pivovarů, které produkují mnoho různých typů piva, jako jsou typické ležáky, či speciální a originální druhy. Pivovary jako Plzeňský Prazdroj, Budějovický Budvar a Staropramen jsou největšími hráči na trhu s pivem v zemi a dohromady ovládají více než 70% podílu. V dnešní době jsou české pivovary vystaveny obtížným podmínkám na trhu s pivem. Konkurence v oblasti domácího i mezinárodního trhu roste neustále, kromě toho se zvyšují ceny surovin, energie a pracovních sil, což má za následek růst nákladů na výrobu piva. Tyto faktory mohou mít významný vliv na výsledky trhu s pivem v České republice. V dnešní době je obchod a mezinárodní výměna zboží stále více důležitou součástí ekonomiky zemí po celém světě a mezi klíčové obchodní komodity patří i pivo.

Tato diplomová práce se zaměřuje na podrobný rozbor trhu s pivem v České republice a hodnocení jeho dynamiky. Věnuje zvláštní pozornost největším pivovarům, kteří ovládají velkou část trhu v zemi. Dále se práce snaží porovnat výsledky trhu s pivem v České republice s výsledky v jiných zemích Evropy. Práce zahrnuje analýzu a vyhodnocení importu a exportu piva v posledních letech, s cílem poskytnout přehled o celkovém objemu a trendech obchodování s pivem a analyzovat faktory, které to ovlivňují. Vychází z rešerše relevantní literatury a statistických dat. Výsledky této práce mohou být užitečné pro pivovary, obchodníky s pivem, vládní úřady a vědecké instituce zabývající se obchodem a ekonomikou.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem této práce je provedení detailního rozboru trhu s pivem v České republice a zhodnocení jeho dynamiky. Zvláštní pozornost se věnuje největším pivovarům, které ovládají velkou část trhu s pivem v České republice. Dílčím cílem této práce je také srovnání výsledků trhu s pivem v České republice s výsledky v jiných zemích v Evropě. Ukazatele jsou využity k získání co nejpřesnějšího představení o vývoji trhu s pivem v České republice v porovnání s jinými zeměmi v Evropě. Celkově tedy tato diplomová práce představuje komplexní analýzu trhu s pivem v České republice a poskytuje cenné informace o jeho vývoji, včetně importu a exportu piva. Srovnání výsledků s výsledky v jiných zemích v Evropě umožňuje získat komplexní pohled na vývoj trhu s pivem v České republice a jeho pozici v evropském kontextu.

2.2 Metodika

Hlavním metodickým rámcem práce bude strukturovaná analýza, která umožní důkladnou a systematickou analýzu relevantních faktorů ovlivňujících trh s pivem, a to se zaměřením na import a export piva v České republice. Literární přehled bude zpracován pomocí deskripce odborného a vědeckého textu a proveden do formy teoretických východisek. Tento přehled bude sloužit k zajištění důkladného teoretického základu pro analýzu trhu s pivem a umožní tak porovnání a interpretaci výsledků s relevantními vědeckými a odbornými poznatky. Budou použity sekundární statistická data, která budou vyhodnocena pomocí jednoduchých komparačních a statistických metod. Tyto údaje budou získány z publikací o stavu českého pivovarství a sladařství, jež vydává Český svaz pivovarů a sladoven, ale taktéž z výročních zpráv konkrétních pivovarů. Informace o vývozu a dovozu, produkci, spotřebě piva budou hlavním podkladem dat pro analýzu. Výsledky analýzy budou vhodně uspořádány do grafů a tabulek, aby umožnily prezentaci v přehledné formě a detailní interpretaci. Výsledky budou také vyhodnoceny za pomoci vývojové a komparativní analýzy, což umožní porovnání výsledků v čase a s relevantními ukazateli. Kromě toho budou v rámci práce využity i metody syntetické, dedukční, logické a statistické. Tyto metody umožní zpracování a interpretaci výsledků z různých úhlů pohledu a umožní tak získání co nejuplnějši obrazu trhu s pivem v České republice.

3 Teoretická východiska

3.1 Historický vývoj pivovarnictví

Pivo se považuje za jedno z nejstarších nápojů vyrobených lidmi. Jeho výroba je zaznamenána již od počátku civilizace a jako doposud nejstarší celistvé důkazy pochází ze Sumeru a z Mezopotámie. Přesnou dobu ale nelze určit, jelikož k jeho výrobě došli lidé postupně a tehdejší složení piva se velmi odlišovalo od toho dnešního. Zhruba deset tisíc až patnáct tisíc let před naším letopočtem přestali naši předkové být kočovníky, a začali se usazovat a pěstovat obilí, což se dá považovat za dobu vzniku piva. (Chládek, 2007)

Způsob, jakým se pivo vařilo v jednotlivých částech světa, byl velmi rozdílný. První, o nichž je známo, že vařili skutečné pivo z obilného sladu, jsou právě Sumerové. V Asii vyráběli pivo z rýže a v Jižní a Střední Americe si domorodí obyvatelé vyráběli pivo kvašením kukuřičných zrn, hotový nápoj nazývali Čiča. Některá piva se z kukuřice vaří dodnes, jako například velmi známá Corona, pocházející z Mexika. Pivo se užívalo zejména během různých rituálů a stav opilosti byl stav mysli mnohdy brán jako přiblížení se k bohům. (Chládek, 2007)

Do Evropy se pivo rozšířilo z Egypta a první zmínky o něm byly objeveny na území Bavorska až 800 let př.n.l. Řadu let se pivo vařilo jen v menším množství, povětšinou v každé domácnosti. První pivovary vznikaly ve středověku od 11. století, ale kvůli nedostatečné hygieně a absenci technologie se často stávalo, že lidé do nápojů přidávali omamné látky pro zvýšení účinku, což mnohdy vedlo k otravě či smrti.

V roce 1516 v Německu vznikl zákon o složení piva Reinheitsgebot. Podle něj se pivo smělo vařit jen z ječmenného sladu, chmelu a vody. Do roku 1842 byla většina piv kvašená svrchně, velkou změnou bylo postavení Plzeňského pivovaru. (Hasík, 2013)

Objem výroby stále rostl a vyvíjely se nové pivní styly. Byly ovlivněny nejen výskytem plodin z daného území, ale i klimatickými podmínkami a dovednostmi sládků. (Kozák, 2013)

3.2 Charakteristika piva

Po celém světě se nachází mnoho různých stylů piva. Pivo je okouzující nápoj, který může být neuvěřitelně rozmanitým, i když je vyroben ze stejných surovin. Základní ingredience jsou voda, slad, chmel a kvasnice, ale konečné produkty mohou mít mnoho odlišností. Barva piva se může pohybovat od odstínu sluneční záře, až po temné odstíny. Stejně tak, pivo může být buď průzračné, nebo kalné. Kromě toho se pivo může lišit v textuře, od šumivého šampaňského až po krémovou pěnu. I přesto, že jsou ingredience stejné, každý druh piva může být jedinečný. (Larson, 2015)

Anglický spisovatel a kritik Michael Jackson ve své knize “The World Guide to Beer” definuje pivo jako nápoj, který se vyrábí kvašením sladu a chmele. Může mít mnoho příchutí a stupňů sladkosti, a může být tmavé nebo světlé, pěnlivé nebo nepěnlivé. Má mírně kyselou chuť a obvykle obsah alkoholu mezi 4 a 6 procenty. (Jackson, 1994)

3.3 Suroviny nezbytné pro výrobu piva

Jak již bylo řečeno v předchozí kapitole, na výrobu piva se dříve používaly mnohé, často nevhodné suroviny, ovlivněny podnebím či geografickým umístěním. Dnes se pivo vyrábí ze čtyř základních surovin - sladu, vody, chmelu a kvasnic.

Slad

Jako první a zároveň nejdůležitější surovinou je slad. Slad je podstatou piva, jelikož udává chuť, plnost a barvu. Nejčastěji se slad vyrábí z ječmene, jehož zrna mají na sobě slupky, které jsou vhodné pro filtraci. Kromě sladů z ječmene mohou být dále používány i slady z pšenice, z nichž potom vznikají piva jako je weizenbier. (Webb, Beaumont, 2015)

Na rozdíl od Německa lze v České republice nahrazovat slad jinými látkami. Mezi jednu skupinu patří kukuřice, rýže, anebo cukr. Mezi piva s vysokým podílem kukuřice patří například Stella Artois z Belgie nebo mexická Corona. Ve druhé skupině jsou sirupy a tekuté cukry, které byly vyrobeny z rýže, cukrové třtiny nebo cukrové řepy. V celosvětovém měřítku zaujímá výroba pomocí náhražek až 90% celkové produkce piva.

(Borowiec, Titzlová, 2020)

Slad je obilná kultura, jenž se používá k výrobě cukru, který se pak použije ke kvašení piva. U samotného procesu výroby piva se slad rozemele, poté smíchá s vodou a přivede k varu. To, co dodává pivu chuť, jsou nezkvašené zbytky cukrů a ostatních látek. Mimo jiné se někdy využívá i oves či žito. Oves zakalí barvu piva, zjemní jeho chuť a zvýší pěnivost. Žito se využívá pro zvýraznění chuti. Pivní slad je velmi bohatým zdrojem živin, včetně bílkovin, vlákniny, vitamínů a minerálů, jenž jsou pro tělo důležité. (Webb, Beaumont, 2015)

Česká republika patří mezi jedny z posledních, kteří využívají svůj vlastní humnový slad na výrobu piva. V dnešní době je to poměrně vzácná technologie, která se kromě České republiky udržela pouze v Anglii a Skotsku. Humnový slad znamená, že mnoho pivovarů se stále spoléhá na vlastní slad, který si sami vypěstují a použijí při vaření piva. V zemích, kde se tento způsob již neuplatňuje, je slad kupován od dodavatelů a je již připraven na vaření piva. Česká republika je tedy nejen významným výrobcem sladu, ale i jeho exportérem. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Chmel

Při vaření piva se používá chmel, který dodává nápoji typickou hořkou chuť a vůni. Velmi podstatnými prvky obsahující chmel jsou silice. Chmel obsahuje důležité složky jako pryskyřice, chmelové polyfenoly a silice, které mají vliv na chuť piva. Množství chmelu a doba jeho vaření jsou také klíčovými faktory pro hořkost piva. Silná, kvašená a hořká piva se někdy vyrábí metodou studeného chmelení, kde se aromatický chmel v průběhu výroby přidá do piva, které je už zkvašené a zralé. Tato surovina je nezbytná pro výrobu piva a důležitá pro jeho chuť a aroma. Plodem chmelové rostliny je hlávka, ale pro vaření piva jsou důležitá pouze neoplozená samičí květenství, která obsahují klíčové látky. (Hasík, 2013)

Existují tři základní typy chmele: zelený, který má zelenou révu, červený, jenž má červenou révu a poločervený, který má zelenou révu a načervenalé řapíky listů. Chmel lze také klasifikovat podle regionu a země původu. V České republice se nejčastěji pěstuje odrůda červená. Kromě toho jsou odrůdy chmele děleny na rané, středně rané a pozdní. (Hasík, 2013)

Dnešní forma chmele je ve většině případů granulovaná, protože se lépe skladuje a snadněji dávkuje. Také se lépe uchovává a neztrácí své aroma a hořkost tak rychle jako forma sušených slisovaných hlávek. Sušené slisované hlávky chmele se využívají převážně kvůli své praktičnosti a snadné manipulaci. Avšak tato podoba má své nevýhody, jako například ztrátu aromatu a hořkosti během skladování. V této podobě se používají již jen vzácně a mezi velkými pivovary v Česku ji využívá pouze Budvar. Obě formy jsou chuťově stejné. Někdy se do piva přidávají i chmelové extrakty. Je to tekutá forma chmele, která se vytváří rozpouštěním látek z chmelových šištic ve výluhu. (Kosař, Procházka, 2000)

Voda

Voda je hlavní surovinou pro výrobu piva. Tvoří nejvýraznější podíl pivního objemu, což je 80 – 90 procent. Voda také zároveň spojuje pivovar s místem jeho působení, zejména pokud pivovar čerpá spodní vodu z vlastních vrtů. Spodní voda je totiž odlišná od vody povrchové a její vlastnosti předpovídají, jaký styl piva se bude vařit pro daný region či oblast. Je to klíčová složka, která hraje důležitou roli při výrobních procesech a má taktéž vliv na chuť nápoje. (Basařová, 2011)

Kvalita vody je důležitým faktorem při určování sensorického profilu piva. Což znamená, že pivo by mělo mít příjemnou a charakteristickou vůni, také plnost a vyváženou hořkost. Tvrdost vody neboli obsah solí rozpuštěných ve vodě je jedna z nejdůležitějších vlastností. Můžeme ji rozdělit do pěti kategorií od velmi měkké až po velmi tvrdou. Vysoká tvrdost vody se velmi výrazně projevuje v chuti i barvě, proto je více vhodná voda měkká, která vlastnost piva nijak neovlivní. Pokud má voda nevhodné složení minerálů, může to způsobit problémy s kvašením a změny v již zmíněném sensorickém charakteru piva. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Kvasnice

Při výrobě piva jsou nezbytnou součástí živé mikroorganismy zvané kvasinky nebo kvasnice. Tyto mikroby hrají klíčovou roli v procesu vaření piva tím, že přeměňují sladovou mladinu na pivo. Během procesu vaření piva kvasnice spotřebovávají cukr, což způsobuje tvorbu různých chutí a také alkoholu. Při výrobě piva se používají dva typy kvasnic - svrchní a spodní kvašení. (Larson, 2014)

Svrchní kvašení vykazuje vyšší teplotní toleranci, a proto je jim umožněno kvasit při vyšších teplotách, cca 20 °C. Po konci kvašení se zvedají na hladinu, proto získaly název svrchní kvašení. Tento způsob kvašení se využívá k výrobě piva Ale. (Larson, 2014)

Při kvašení spodními kvasinkami dochází k fermentaci při teplotách mezi 5 a 10 °C a kvasinky se během procesu usazují ke dnu. Tento typ kvašení je nezbytný pro výrobu ležáku, jelikož umožňuje dlouhodobé zrání piva v nízkých teplotách. Po dokončení kvašení se usazené kvasinky oddělí od piva. Každý pivovar má svůj vlastní kmen kvasnic, který používá při výrobě piva a zajišťuje si tím tak specifickou chuť a aroma piva.

(Charlie Papazian, 2014)

3.4 Fáze výroby piva

Samotný proces vaření piva zahrnuje několik klíčových faktorů, které ovlivňují jeho kvalitu a chuť. Prvním z těchto faktorů je výběr vhodných surovin a důkladná kontrola jejich kvality. Kromě standardní laboratorní analýzy se provádí také sensorické posouzení vůně, chuti a celkového dojmu.

Dalším důležitým faktorem je role sládky, který tvoří styl piva a určuje způsob jeho přípravy. Podle předepsané receptury se potom různé druhy sladů procentuálně smíchají, čímž vznikne tzv. sypání. Tento proces je velmi důležitý, protože právě správný poměr jednotlivých surovin a kvalita sypání ovlivňuje finální chuť a vůni piva.

Celkově lze říci, že vaření kvalitního piva vyžaduje pečlivé plánování a precizní dodržování postupů. Aby bylo možné dosáhnout požadovaného výsledku, je nutné se řídit nejen pevnou recepturou, ale také mít dostatek zkušeností a znalostí o procesech vaření piva. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Šrotování

Šrotování je první fází výroby piva, při které se slad zčásti rozdrtí na speciálním stroji, který se nazývá šrotovník neboli mačkadlo. Správné nastavení tohoto přístroje je velmi důležité,

protože pokud je zrna příliš hrubě nebo nedostatečně rozdrčené, může to způsobit komplikace v průběhu vaření. Během šrotování je důležité, aby byl zachován obal zrna, který slouží jako filtr během procesu scezování. Tento obal zrna pomáhá oddělit pevné částice od tekutiny a je nezbytný pro správné scezování piva. Šrotování je jedním z nejdůležitějších procesů výroby piva a kvalita tohoto procesu má velký vliv na konečnou chuť a kvalitu výsledného piva. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Vystírání a rmutování

Výrobní proces piva začíná vystírkou, což je směs rozdrčeného sladu a vody. Tento způsob se může lišit podle druhu sladu a může být proveden s teplou, studenou nebo horkou vodou ve vystírací kádi.

Pokud se vystírá do studené vody, po několika minutách následuje přidání teplé vody a následné zapaření. Tento proces je klíčový pro získání cukrů ze sladu a jejich přeměnu na fermentovanou formu, což je nezbytné pro výrobu piva. Během tohoto procesu dochází k rozkladu sladového škrobu na cukry a enzymy obsažené ve sladu. Proces výroby piva začíná smísením vody a mletého sladu, což se označuje jako dílo. Tato hmota se poté vaří a připravuje na další fázi, které se říká rmutování. (Hasík, 2013)

Rmutování je proces, který trvá tři hodiny, a teploty jsou již přesně definované. Infuzní rmutování je proces, při kterém se celé dílo zahřívá postupně s prodlevami pro působení enzymů. Tento proces se často používá při výrobě svrchně kvašených piv a v některých zemích i pro výrobu ležáků, a to z důvodu, aby se ušetřily náklady na energii a čas. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Výroba piva může být zahájena procesem nazývaným dekokční rmutování, který se stále používá hlavně v České republice, a v některých pivovarech v Německu a Rakousku. Tento proces spočívá v odčerpání části díla - jednoho rmutu - do vyhřívané nádoby, tam se ohřeje až k bodu varu, poté se přečerpá nazpět. Celý tento cyklus může být opakován několikrát, což určuje, o jaký druh dekokčního rmutování se bude jednat. Při dekokci je třeba dodržovat určitou dobu, rozmezí teplot a množství rmutu. Ležák v České republice se většinou vaří na dva rmuty. (Hasík, 2013)

Scezování, vaření, chlazení

Po skončení rmutování vznikla směs zkalené tekutiny a pevných látek, nazývajících se mláto. Je nutné odstranit pevné částice ze směsi a k tomu lze použít různé filtrační metody. K rozdělení směsi se obvykle používá různých prostředků, jako například syta nebo rmutovací nádoba s dvojitým dnem. Tímto postupem se tekutina separuje od pevných zbytků, které se následně dostanou na dno a vytvoří vrstvu. Sladina se čistí tím, že protéká přes tuto vrstvu. První část sladiny je stále zakalená, takže se musí vrátit a protéct znovu přes mláto. Tím vznikne tekutina, která se od tohoto okamžiku nazývá sladina. (Hasík, 2013)

Do varné nádoby se vloží sladina a společně s ní se uvaří chmel, což se nazývá proces chmelování. V průběhu dvou hodin se vaří směs, do které se opakovaně přidává chmel. Po skončení varu vznikne horká mladina, která se musí separovat od chmele a rychle ochladit na teplotu vhodnou pro kvašení, mezi 7 a 12 °C. Dále se do ní přidají pivní kvasinky a celá směs se přemístí do kvasných nádob, kde začne fermentace. (Kozák, 2013)

Pivo lze také označit jako vysokostupňové nebo nízkostupňové. Stupně určují sílu piva, která je odvozena z množství cukrů v mladině. Před začátkem kvašení se měří hustota mladiny, což se nazývá "počáteční hustota". Po dokončení kvašení se opět měří hustota, která se nazývá "koncová hustota". Pomocí těchto dvou hodnot se vypočítá procentuální obsah alkoholu v pivu. Jednoduše se tedy dá říci, že vysokostupňové pivo bude mít vyšší obsah alkoholu než pivo nízkostupňové. (Larson, 2014)

Hlavní kvašení

Kvašení piva začíná přidáním kvasnic do mladiny. Hlavní kvašení obvykle probíhá ve zvláštním prostoru s kvasnými káděmi, zvaném spilka. V Čechách se toto odděluje od dokvašování. Dříve se pro kvašení používaly dubové kvasné kádě ve tvaru komolého kužele, které byly chlazeny ve spilkách. Ty ale vyžadovaly hodně údržby, protože se musely každoročně čistit, odstraňovat pivní kámen a nanášet nový lak. Proto se nyní nahrazují betonovými nebo kovovými káděmi, které nevyžadují tak častou údržbu a mají delší životnost. V některých případech průmyslové pivovary používají uzavřené nerezové cylindrokonické tanky místo otevřených kádí pro kvašení piva. Tyto uzavřené tanky

umožňují rychlejší kvašení piva, jelikož používají odlišné tlaky a teploty. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Teplota hlavního kvašení závisí na druhu kvasnic použitých pro daný typ piva, a jeho cílem je přeměna cukrů na CO₂ a alkohol. Při kvašení vzniká pěna na povrchu, která obsahuje látky ovlivňující kvalitu piva. U pšeničných piv se obvykle sbírají kvasnice z povrchu piva pro další použití. Hlavní kvašení je jednou z rizikových fází výroby piva a má významný vliv na jeho chuť. Doba kvašení se liší podle druhu piva, výčepní piva mají obvykle 10 dní kvašení, zatímco speciální piva mají 10 až 14 dní kvašení. Když je kvašení dovršeno, výsledným produktem je tzv. zelené pivo, které je poté ochlazeno a od usazenin kvasnic odděleno. Spodně kvašené pivo je následně převedeno do ležáckých tanků, kde probíhá dokončovací proces. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Dozrávání

Proces zrání piva se odehrává v uzavřených nádobách, kde je udržována nízká teplota kolem 3 °C. Výčepní piva jsou v této fázi po dobu kolem 18 dnů, zatímco ležáky zrají až 50 dnů. Pokud se jedná o spodně kvašené pivo, je naplněno do ležáckých tanků, kde začíná proces dokvašování. Cílem tohoto procesu je odstranit látky, které mohou mít negativní vliv na vůni a chuť piva během doby, kdy pivo zraje. Celkový dojem z piva závisí na řadě faktorů, z nichž délka doby dozrávání je jedním z nejdůležitějších. Weizen nebo belgická piva se mohou plnit do láhví ihned po výrobě, ale to neznamená, že opouštějí pivovar okamžitě. Tyto lahve jsou skladovány v místnostech s řízenou teplotou, kde probíhá dokvašování. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Před stočením piva stylu Ale se přidávají živé kvasnice a cukr, aby mohlo dále fermentovat. Mladý Ale může být stáčen do sudů, aby mohl dokončit kvašení ve sklepě pudu. U ležáků byla tato metoda používána při exportu do vzdálených destinací, takže pivo dozrávalo během cesty. Tato metoda však byla nákladná a riskantní. Chmelení za studena může být provedeno kdykoliv během studené fáze výroby piva, až po naplnění do obalů. Tímto způsobem můžeme získat chuťové a aromatické látky a potlačit nežádoucí zápach. Tato technologie byla v minulosti používána na mnoha rostlinách, ale ne vždy prospěla chuti piva. Chuť lze také ovlivnit macerováním ovoce, ale použitím sirupu, by se pivo mohlo stát velmi

nekvalitní. Výroba piva zahrnuje také míchání, což může být prováděno v různých fázích výroby a u jakéhokoliv stylu piva, včetně ležáku. Cílem je udržet konzistentní chuťový profil piva, u spontánně kvašených piv nastavit finální chuťový profil. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Filtrace, stáčení

Aby pivo bylo trvanlivé, probíhá proces filtrace, při kterém jsou z piva odstraněny zbytkové kvasinky a další mikročástice. Nejčastěji se k tomu používají křemelinové filtry, díky kterým se pivo stane průzračné. Po dokončení kvašení je pivo stočeno do čistých a sterilizovaných lahví, plechovek a sudů, které jsou naplněny oxidem uhličitým. Někdy se při procesu filtrování přidávají další druhy kvasinek, aby se umožnilo druhé kvašení piva v lahvích a podpořila se tak tvorba dalších chutí a oxidu uhličitého. Po dokončení tohoto procesu je pivo plně připraveno k balení a odeslání do celého světa. (Larson, 2014)

3.5 Dělení piv

Pivo je oblíbeným nápojem lidí po celém světě již po mnoho staletí. Jeho variabilita a množství druhů přitahuje pozornost pivních nadšenců z celého světa. Výroba piva je rozšířená po celém světě a existuje nespočet druhů tohoto oblíbeného nápoje. Při kategorizaci piv se ovšem mohou jednotliví autoři lišit ve svém přístupu. Základní rozdělení piv se dělí na piva typu Ale a piva typu Ležák, což odpovídá rozdílnému způsobu kvašení. Piva typu Ale jsou kvašena svrchně, zatímco piva typu Ležák jsou kvašena spodně. Další kategorizace piv může být založena například na obsahu alkoholu, barvě, sladové chuti nebo použití určitých přísad. Přestože existuje mnoho různých druhů piv, každý z nich má své pevné místo v pivním světě a mnoho z nich má své vlastní fanoušky. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Mezi nejvýznamnější faktory, které ovlivňují chuť a vzhled piva, patří jeho barva a stupňovitost. Existuje několik druhů piv, která se liší v závislosti na použitých surovinách a technologiích výroby. Světlá piva jsou vyráběna z jasných sladů a mají charakteristickou hořkost a čerstvou chuť. Piva s tmavým odstínem, jako jsou bavorská, jsou vytvořena z pražených, karamelových nebo mnichovských sladů a jejich znakem je lahodná a sladká chuť. Polotmavá piva jsou spojením světlého a tmavého, jsou však naprosto jiné, než pivo řezané, které sestává z dvou různých druhů sudů. Bílé pivo je obvykle vyráběno z pšeničného

sladu a má světlejší barvu než pivo z ječmene. Toto pivo má mírně nakyslou chuť a ovocnou vůni. Pšeničné pivo se běžně připravuje z pšeničného sladu a má jasnější odstín než pivo vyrobené z ječmene. Jeho chuť je mírně kyselá a má ovocnou vůni. (Borowiec, Titzlová, 2020)

Pivo se nerozlišuje pouze podle barvy, ale také podle jeho stupňovitosti, která je určena množstvím extraktu původní mladiny během vaření. Tento faktor je zodpovědný za sílu piva, ale neovlivňuje obsah alkoholu. Dříve byly stupně EPM často používány k označení piva, ale dnes jsou spíše používána slovní označení jako "výčepní pivo" nebo "ležák", nebo procentuální hodnoty EPM v hmotnosti. Čím více látek získaných z obilovin se uvolní při vaření, tím vyšší bude EPM a tím větší bude síla a plnost piva. To ovlivňuje i výši alkoholu. (Borowiec, Titzlová, 2020)

3.6 Pivní styly

Piva jsou rozdělena podle různých systémů, některé se zaměřují na původ, jiné na historii nebo příbuznost. Nejčastějším klasifikačním způsobem je rozdělení podle způsobu kvašení (spodně, svrchně a spontánně kvašená piva). Je důležité upozornit, že existují i jiné přístupy k dělení piv a v mnoha případech se může lišit názor na to, zda určité pivo představuje samostatný typ nebo pouze styl.

Pivní styly si od přelomu tohoto tisíciletí prošly velmi dynamickým vývojem. Některé byly více rozdělené, nebo bylo jejich dělení upřesněno. V rozdělení pivních stylů hraje důležitou roli místo původu. Jako základní dělení piv můžeme uvést podle způsobu kvašení: svrchní, spodní, spontánní a hybridní. (Olšovská, Čejka, 2017)

3.6.1 Spodně kvašená piva

Mezi nejprodávanější druhy ležáků jsou ležáky světlé. Mezi nejznámější spodně kvašená piva se řadí náš ležák plzeňského typu. Kromě něj pak také například Bock, Dortmunder nebo ležák vídeňského typu. (Larson, 2014)

Spodně kvašeným pivům se říká ležák, v zahraničí lager. Jsou často nedocenenou kategorií piv, která mají bohatý odkaz. Právě ležáky jsou na prvním místě v množství světové konzumace. Ten v poslední době poněkud zastínily obří nadnárodní pivovary a jejich produkty, které jsou sice konzistentní, ale poněkud nudné a standardizované. V kategorii ležáků se skrývá široká škála chutných, čistých a lákavých piv, která stojí za objevení. (Larson, 2014)

Původně německý termín "lager" znamenal "sklad" a ilustruje jeden z klíčových rysů varného procesu, kterým se liší od kategorie aleů. Tento proces zahrnuje delší fázi studeného zrání a použití kvasinek, které kvasí na dně, což fakticky eliminuje některé charakteristické ovocné tóny aleu a zabljuje ty drsnější chutě. Výsledkem jsou čisté chutě, které nemohou skrýt žádné nedokonalosti. Světlé ležáky jsou nejprodávanějším stylem ležáků na světě. Ačkoli je tento styl dnes dominantní hlavně v Americe, jeho kořeny lze najít na území Německa. Během 15. století si bavorští sládci uvědomili, že skladování piva ve studených jeskyních má pozitivní vliv na jeho kvalitu, a to zejména v období teplého počasí. Postupem času začali piva skladovat a dozrávat v jeskyních, což vedlo k vydání zákona v roce 1553, který zakazoval vaření piva během letních měsíců. Ležáky plzeňského typu a helles se brzy staly oblíbenou volbou pivních gurmánů. Tyto piva se vyznačují čistou a vyváženou chutí, založenou na kvalitním sladovém základu, doplněné pikantní a ostrou hořkostí a osvěžujícím charakterem. (Larson, 2014)

Evropský ležák - Ležák českého typu

Nejpopulárnějším stylem piva v České republice je tzv. český ležák, což je naprostá klasika ze skupiny ležáků. Toto pivo má zlatavou barvu a střední chlebovité aroma. Při výrobě se používá dekokční rmutování namísto infuzní technologie, kterou používají mnohá světová piva. Chutí piva dominuje jemná sladová chuť s mírnými praženými tóny a výraznou chmelovou a esterovou vůní. Charakteristická hořkost je střední intenzity a je dobře vyvážená. Hustá a bohatá pěna je také typická pro tento styl piva. Mezi zástupce českých ležáků patří Plzeňský Prazdroj, Budějovický Budvar, Zubr, Svijany, Bernard, Holba a Radegast. (Olšovská, Čejka, 2017)

Vídeňský ležák

Pivo vídeňský ležák pochází z Rakouska a vyniká svojí výraznou karamelovou chutí a mírnou až střední hořkostí. Jeho barva je zlatavá až měděná, což mu propůjčuje jedinečný vizuální vzhled. Oproti jiným ležákům se vaří při vyšší teplotě, což způsobuje karamelizaci sladu a přispívá k jeho charakteristické chuti. Vídeňský ležák má také střední plnost a nižší obsah alkoholu, který se obvykle pohybuje mezi 4,5 a 5 procenty. Díky své sladké a karamelové chuti se tento pivní styl často řadí mezi tzv. "amber ležáky". Vídeňský ležák je oblíbeným pivem nejen v Rakousku, ale i v jiných zemích, kde se vyrábí jako specialita. Mezi zástupce Vídeňského ležáku patří například Märzen neboli Březňák. (Larson, 2014)

Mnichovský ležák

Mnichovská značka Augustiner patří dnes k nejpoblíbenějším německým značkám a nabízí skvěle vyvážený jemně chmelený ležák. Pivo je plné sladové chuti a nezanechává v ústech žádnou hořkou chuť. Přestože má vyšší obsah alkoholu - 5,2%, celkovou chuť to neovlivňuje. Díky dlouhému dozrávání je zbaveno jakýchkoliv rušivých příchutí a má velmi vysokou pitelnost. V pivovaru se podává z dřevěných sudů. V současnosti je světlý ležák, známý jako helles, nejrozšířenějším a nejoblíbenějším pivním stylem v Bavorsku. Od českého ležáku se liší nízkou až velmi nízkou hořkostí a absencí jakýchkoliv cizích vůní a chutí. Klade důraz zejména na harmonickou a lahodnou chuť bez karamelových příchutí. Pivo je filtrované a má jemnou vůni, díky použití německých aromatických chmelů. Mezi zástupce Mnichovského ležáku patří například Rauchbier. (Borowiec, (Titzlová, 2020)

Americký ležák

I když mnoho pivovarů a minipivovarů tento styl piva opomíjí, své místo na trhu má, protože se jedná o nejprodávanější pivní styl na světě. Tento styl je velmi lehký a jeho lehkost se projevuje v barvě, vůni, alkoholu i kaloriích. Tradiční pivovarský svět se na toto pivo dívá s pohrdáním, kvůli absenci chuti typického "amerického ležáku". Nicméně vše má svůj čas. Toto lehké a osvěžující pivo je světle slámové barvy, s bílou, jemnou pěnou, která rychle zmizí. Je snadno pitelné, má mírnou perlivost a málo výraznou chuť. Ucítíte lehkou květinovou chuť chmele. (Olšovská, Čejka, 2017)

Bock

Bock je silný ležák s německými kořeny, který historicky patří k náboženským svátkům jako Vánoce a Velikonoce. Bock znamená kozel, s českým Velkopopovickým kozlem to ale nemá nic společného. Chuť piva obsahuje silně sladové tóny s chmelovou hořkostí. V chuti dominuje slad, zatímco chmel se přidává pouze pro vyvážení sladkosti. Tento proces vytváří příjemnou praženou chuť s lehkými karamelovými tóny a chlebovým charakterem. Při výrobě se použila speciální rmutovací technologie třířmutu, kterou známe díky Plzeňskému Prazdroji. Bock se vyrábí pouze z karamelových sladů, bez použití pražených sladů. Chmelová chuť a vůně jsou minimální, stejně jako přítomnost ovocných esterů. Doppelbock je jedním z mnoha stylů bocků, které se v současné době vyrábějí po celém světě. (Olšovská, Čejka, 2017)

3.6.2 Svrchně kvašená piva

V období středověku byla svrchní kvašení nejrozšířenější metodou výroby piva v Čechách, ale její popularita v poslední době znovu roste. Piva s tímto typem kvašení se obvykle vyrábí při teplotách od 15°C do 22°C s použitím kvasinek *Saccharomyces cerevisiae*, které jsou schopny lépe odolávat vysokým teplotám. (Olšovská, Čejka, 2017)

Kvasný proces trvá obvykle jen několik dní a je charakterizován tím, že kvasnice vynášené produkovaným CO₂ tvoří na hladině mladiny "čepici". Když je pivo hotové, kvasnice se oddělují, aby nedošlo k dalšímu kvašení v lahvích nebo sudech. Některé druhy ležáků se však vyrábějí velmi dlouhou dobu, což umožňuje další kvašení a výraznější chuť. V minulosti bývalo běžné, že fermentující sladová směs byla ukládána do podzemních sklepů určených pro dokvašení piva na krátkou dobu při pokojové teplotě. Nicméně v ročním období, kdy venku začínalo být tepleji a v ovzduší bylo velké množství mikroorganismů, se do piva dostávaly nešlechtěné kvasinky a bakterie, což znemožňovalo používání tohoto způsobu výroby piva. Díky technologickému pokroku je toto riziko dnes minulostí. Prvním řízeným procesem kvašení piva bylo původně svrchní kvašení, při němž byly používány speciální pivovarské kvasinky. Tato metoda byla používána až do 19. století jako jediný řízený proces kvašení, dokud nebyla vyvinuta chladicí technologie, která

umožnila stabilní spodní kvašení při nízkých teplotách. Svrchně kvašená piva jsou nejvíce populární zejména v Německu, Belgii a Anglii. Mezi ně patří piva typu Ale, Porter, Stout či Altbier. (Olšovská, Čejka, 2017)

Pšeničná piva

Lehké pšeničné pivo nazývané "bílé pivo" je často vařeno v Německu, ale také v Belgii, známé jako Weizen nebo Weisse. Bílé pivo má světlou slámovou až velmi tmavě zlatou barvu s vysokou nasyceností a bohatou pěnou a obvykle není filtrováno. Obsahuje vysoké množství bílkovin a kvasnic, což vytváří zákal. Pšeničné pivo obsahuje minimálně 50% pšeničného sladu a oproti anglosaským a belgickým Ale pivům má osvěžující chuť. Aroma tohoto piva evokuje citrusy, banány a někdy i koření jako je hřebíček a vanilka. Je ideální na léto a někdy bývá označováno jako německý Ale. Do rodiny těchto piv patří i kyselý Berliner Weisse a lehce osolený Gose, který má svůj domov v Lipsku. (Larson, 2014)

Stout a Porter

Pivo tohoto stylu je vyrobeno ze svrchně kvašených ingrediencí, jako je pražený ječmen a někdy i ovesný slad, chmel, voda a kvasnice. Hustá a plná chuť stoutu se okamžitě projeví díky jeho neprostupně tmavé barvě a husté krémové pěně. Stouty mají obvykle vyšší obsah alkoholu, který se pohybuje mezi 7-8%. Charakteristickým znakem stoutu je také jeho luxusní tmavá barva a hustá krémová pěna, která láká k ochutnání. Podobně jako u většiny pivních stylů, i u stoutu lze rozlišit několik variant, které se navzájem mírně liší. Mezi ně patří například: Dry stout, Imperial stout či Milk stout.

Stout už nemusí být vždy silnější než Porter, ale zpravidla má tmavší barvu a je plnější s výraznější praženou chutí, ale s méně výraznou ovocnou složkou. Obecně platí, že anglický Porter je lehčí než Stout. V minulosti byl Stout považován za silnější a luxusnější verzi Porteru. (Larson, 2014)

Ječná piva (Ale)

Pivní nápoje typu Ale jsou vyrobeny z ječného sladu a podléhají vrchnímu kvašení. Historicky byl výraz "Ale" používán pro kvašené nápoje s přidáním bylinným kořením zvaným gruit, které sloužilo k vyvážení sladkosti a posílení hořkosti. V 15. století byl do výroby piva zaveden chmel, který se stal nezbytnou součástí procesu. Pivovary produkují pivo typu Ale s různými vlastnostmi, jako je středně silné až silné tělo, hluboké kvašení a velmi nápadná hořkost. V pivu může být cítit i ovocný odér a může mít mírně trpkou a suchou chuť. Tento druh piva je oblíbený v zemích, kde se hovoří anglicky, má tam tradiční kořeny a stal se populárním i v USA jako součást trendu tzv. "craft beer". V zemích původu se Ale čepuje do nízkých pohárů bez pěnového kraje. (Larson, 2014)

Pale Ale, což znamená „světlý Ale“, je tradiční pivní styl pocházející z Britských ostrovů. Vznikl v době průmyslové revoluce v 18. století, kdy bylo možné sušit slad na uhlí, což dodalo pivu charakteristickou světlou barvu. Pale Ale se dodnes vyskytuje jako nejrozšířenější pivní styl v Británii a severní Americe. (Larson, 2014)

EPA je anglický Pale Ale, který se zpravidla vaří pouze z anglických chmelů. V Anglii je tento styl často označován jako „bitter“ a je oblíbený mezi běžnými konzumenty.

APA je americkou obdobou anglického Pale Ale a vyznačuje se použitím speciálních kmenů kvasnic a vysokými dávkami amerických chmelů.

IPA neboli India Pale Ale je pivo, které bylo původně určeno pro vývoz z Anglie do Indie v 90. letech 18. století. Pokusy o export klasického Pale Ale totiž selhávaly, protože pivo bylo cestou poznamenáno a v indických přístavech dorazilo kyselé. Proto byl ve 20. letech 19. století objeven úspěšný způsob, jak využít konzervační účinky chmele a vytvořit nový styl piva - India Pale Ale. Pivo bylo vytvořeno tak, aby vydrželo dlouhý transport na lodích za tepla a to vedlo k silnému a hořkému pivu s vyšším obsahem alkoholu. IPA je světlé svrchně kvašené pivo, podobné Pale Ale. Jeho chuť je zpočátku ovocná a později výrazně hořká díky chmelu. Tyto dvě polohy se výborně doplňují. Aroma piva je převážně chmelové. Současné verze IPA mají obvykle vyšší obsah alkoholu než dříve. V České republice jsou často vyráběny plnější verze IPA, mají obvykle vyšší obsah alkoholu než dříve a jsou známé

jako "CZIPA". Podobně jako u mnoha jiných pivních stylů, existuje i u India Pale Ale několik druhů, které se obvykle vážou k určitému regionu. Mezi ně patří například American IPA, Imperial IPA, English IPA nebo Belgian IPA. (Olšovská, Čejka, 2017)

3.6.3 Spontánně kvašená piva

Pivo vyrobené spontánním kvašením tvoří menší skupinu oproti předchozímu typu. Nicméně stále si udržuje popularitu v některých zemích, především v Belgii, Nizozemí a severní Francii. Dnes se spontánní kvašení piva provádí použitím mikroorganismů, které se vyskytují v ovzduší a také pomocí kvasnic, které zůstanou v sudu po předchozím vaření. Tento způsob výroby piva byl dříve jedinou používanou metodou před průmyslovou revolucí. V dnešní době vyžaduje tato technologie správnou mikroflóru a vytvoření příhodného prostředí pro spontánní kvašení. To může být záležitost dlouhá po mnoho let a proto je zde možnost, že výsledné pivo bude různé. V rámci procesu vaření se uplatňuje jednoduché infuzní rmutování. Piva vyráběná tímto způsobem mají obvykle výrazně kyselou chuť (proces mléčného kvašení) či ovocnou chuť (proces etanolového kvašení) a trpkou. Skupina piv spontánního kvašení je relativně malá, ale charakteristická svou neobvyklostí. Mezi Spontánně kvašená piva patří například Lambik, Geuze či Kriek. (Olšovská, Čejka, 2017)

Lambik

Lambik je historicky nejstarším pivem a má své kořeny v obci Lambeek nedaleko Bruselu. Je to spontánně kvašené pivo s příměsí pšenice. Při jeho výrobě se používá český chmel, především žatecký červeňák. Tento druh piva má nakyslou a navinulou vůni, doprovázenou ovocným aroma, v případě ovocných variant může být sladká a lehce karamelová. Lambik má nakyslou, navinulou a trpkou chuť s drsnou hořkostí, což odpovídá jeho vůni. Existuje několik stylů spontánně kvašených piv druhu Lambik, včetně Čistého lambiku, Gueuze a Ovocných lambiků, které se připravují přidávkem ovocného sirupu nebo čerstvého ovoce. (Olšovská, Čejka, 2017)

3.6.4 Hybridní piva

Mezi piva, která nelze zařadit do předchozí kategorizace, patří piva s odlišným charakterem, použitými surovinami a technologií. Některá z těchto piv mohou být vyráběna jak svrchním, tak spodním kvašením. Mezi nejznámější piva tohoto typu patří Dýňové pivo, Žitné pivo a nealkoholické pivo. (Olšovská, Čejka, 2017)

Nealkoholické pivo

Nealkoholická piva jsou dle legislativy povolena s obsahem alkoholu nižším než 0,5 % obj. alkoholu. Nicméně, neexistuje jednotná mezinárodní norma pro definici, co se považuje za alkoholické nebo nealkoholické pivo. V USA a EU mohou být nápoje s obsahem alkoholu do 0,5 % označeny jako nealkoholické, ale ve Velké Británii se takto označují pouze piva s množstvím alkoholu menším než 0,05 %. Naopak, v islámských zemích se požaduje, aby nealkoholická piva neobsahovala alkohol vůbec.

Pro výrobu nealkoholického piva je platných několik postupů, jako například použití speciálních kvasinek, jenž vytváří pouze velmi malé množství alkoholu, úplné zastavení kvašení, anebo odstranění alkoholu z již dovařeného piva pomocí selektivních membrán či destilace. Nealkoholická piva mají charakteristickou mladinou chuť i vůni, a proto se jí pivovary snaží zamaskovat za pomoci karamelových sladů nebo pozdního chmelení.

Některými z nejznámějších zástupců nealkoholických piv jsou Radegast Birell a Lobkowicz Nealko. (Olšovská, Čejka, 2017)

3.7 Zahraniční obchod

Zahraniční obchod lze chápat jako výměnu zboží, služeb a kapitálu mezi jednotlivými zeměmi. Jedním ze základních parametrů jak můžeme určit ekonomickou úspěšnost státu je obchodní bilance. Obchodní bilancí se rozumí rozdíl mezi hodnotou zboží a služeb, jenž země vyváží do jiných zemí, a hodnotou zboží a služeb, které do země dováží z jiných zemí za určité období, nejčastěji je to jeden rok. Obchodní bilance může být také důležitým ukazatelem zdraví ekonomiky a mezinárodní konkurenceschopnosti země. (Rojíček, Spěváček, 2016)

Pokud má země obchodní přebytek, znamená to, že více vyrábí a vyváží, než dováží. To může být také prospěšné pro zaměstnanost a příjmy obyvatelstva. Naopak, pokud má země deficit, tedy dováží více, než co vyrábí a vyváží, může to mít negativní dopad na domácí průmysl a zaměstnanost. Obchodní bilance není však jediným ukazatelem hospodářského výkonu země. Proto je nutné ji posuzovat ve vztahu s dalšími faktory a ukazateli, jako jsou například investice, vládní politiky, inflace a vývoj měnového kurzu.

(Rojíček, Spěváček, 2016)

Nejen zahraniční obchod, ale také internacionalizace výroby se stala významným faktorem rozvoje ekonomiky. Liberální přístup ke světovému obchodu urychlil i globalizaci výroby. To znamená, že firmy hledají nejvýhodnější místo pro výrobu produktů a služeb, a to často v zahraničí. Jejich cílem je maximalizace zisku a zlepšení konkurenceschopnosti. (Lipovská, 2017)

3.7.1 Význam zahraničního obchodu

Zahraniční obchod má obecně větší význam pro malé ekonomiky, mající pouze omezený rozsah vnitřního trhu. Trh těchto zemí nemusí být dostatečně velký pro udržení konkurenceschopného průmyslu a vývozu. Země s omezeným rozsahem vnitřního trhu bývají často charakterizovány menší populací, malým místním trhem a omezeným množstvím přírodních zdrojů. Přírodní podmínky hrají také velmi významnou roli při určování specializace jednotlivých ekonomik a úrovně zapojení do mezinárodního obchodu. Země, které nejsou soběstačné v surovinách, mají tendenci věnovat větší pozornost

zahraničnímu obchodu než země s rozsáhlými zásobami surovin. Často také hledají výhody v obchodních dohodách či spolupráci s většími ekonomikami, a to za účelem snížení bariéry pro export svých výrobků a získání přístupu na větší trh. (Rojíček, Spěváček, 2016)

Dovoz je ovlivňován několika faktory. Mezi ty nejvýznamnější patří intenzita poptávky na domácím trhu, úroveň vývozu a jeho dostupnost, cena dovážených komodit na světových trzích, kurz měny a také ochrana domácího trhu.

V případě vývozu jsou rozhodujícími faktory zahraniční poptávka, konkurenceschopnost domácích výrobců, rozdíl mezi cenami a mzdami v domácí a zahraniční ekonomice a samozřejmě měnový kurz a jeho vývoj.

(Rojíček, Spěváček, 2016)

Význam zahraničního obchodu můžeme měřit několika ukazateli, mezi ty elementární patří:

- Procentuální poměr exportu a importu na HDP
- Podíl exportu
- Výše importu a exportu (USD na 1 obyvatele)
- Podíl země na světovém obchodu

Obecně platí, že pokud se podíváme na první dva ukazatele, můžeme získat informaci o tom, jak je ekonomika otevřená. Menší ekonomiky s nedostatkem surovin často vykazují vyšší míru otevřenosti. Naopak u zemí s větším vnitřním trhem a bohatými přírodními zdroji lze pozorovat nižší míru otevřenosti. Intenzita zahraničního obchodu se měří objemem dovozu, vývozu a celkovým obratem zahraničního obchodu na jednoho obyvatele v mezinárodní měně (obvykle v USD), což usnadňuje mezinárodní srovnání. Podíl země na celkovém světovém obchodu slouží jako indikátor, který nám ukazuje, jak významnou roli daná země hraje v mezinárodním obchodu. Sledováním tohoto ukazatele v čase umožňuje posoudit úspěšnost země v prosazování se na mezinárodních trzích, a zda si udržuje či ztrácí svou pozici ve světové konkurenci. (Rojíček, Spěváček, 2016)

3.8 Světová organizace WTO

V roce 1995 byla podepsána Dohoda o WTO, jenž je doposud nejvíce ambiciózní a rozsáhlá mezinárodní dohoda v oblasti obchodu, jaká byla kdy uzavřena. Po druhé světové válce byla uzavřena Všeobecná dohoda o clech a obchodu (GATT), jejíž úlohou bylo zredukovat obchodní překážky a podporovat volný obchod mezi státy. Nicméně, GATT nebyla mezinárodní organizací a její pravidla nebyla právně platná. Po dlouhých jednáních mezi různými státy v tzv. Uruguay kolech, byla nakonec uzavřena dohoda, která nahradila předchozí Všeobecnou dohodu o clech a obchodu (GATT). Tato nová dohoda představovala vznik oficiální mezinárodní organizace, známé jako Světová obchodní organizace (WTO). Úkolem této organizace bylo regulovat mezinárodní obchod a zajistit, aby pravidla platná pro všechny země byla právně závazná. Po podepsání této dohody tak byla WTO ustanovena jako hlavní globální autorita pro řízení obchodních vztahů mezi zeměmi. WTO se skládá z šestnácti článků základní Dohody o WTO a mnoha dalších dohod a ujednání obsažených v přílohách k této dohodě. (Janků, 2019)

3.8.1 Základní zásady práva WTO

Dohody WTO dnes, stejně jako v minulosti GATT, nevyžadují povinné zavedení volného obchodu. Nejen GATT, ale i další dohody zahrnuté v Dohodě o WTO stanovují několik pravidel a zásad, které podporují a usnadňují liberalizaci obchodu. V přílohách k Dohodě o WTO se nacházejí tři základní dohody, které obsahují komplexní soubor pravidel pro obchod se zbožím a službami, stejně jako pro ochranu práv duševního vlastnictví. Pravidla WTO se týkají mnoha témat, jako jsou cla a dovozní kvóty, celní procedury a vnitrostátní bezpečnostní opatření. Nicméně, existují určitá obecná témata, která se objevují ve všech dohodách WTO, a to je pět zásad, které tvoří základ mezinárodního obchodního systému. (Janků, 2019)

Obchod bez diskriminace

Prvním principem, který tvoří základ světového obchodního systému, je nediskriminování. Aby byla zásada nediskriminace naplněna, musí být dodržována dvě základní pravidla. Prvním pravidlem je všeobecná doložka nejvyšších výhod, která vyžaduje, aby člen WTO,

který poskytuje určité výhody při obchodování s jiným členem WTO, poskytl stejné výhody všem ostatním členům. Druhým pravidlem je doložka národního zacházení, která vyžaduje, aby členové WTO zacházeli se svými domácími výrobky, službami nebo poskytovateli služeb stejně jako se zahraničními výrobky, službami či poskytovateli služeb z jiných členských zemí WTO. (Janků, 2019)

Jistota a předvídatelnost přístupu na trh

Druhým pravidlem je zajištění jistoty a předvídatelnosti přístupu na trh, což je dosahováno prostřednictvím transparentnosti a závaznosti. V právních předpisech WTO lze nalézt tři hlavní kategorie ustanovení, která se týkají vstupu na trh. První skupinou jsou pravidla týkající se tarifních překážek, jako je stanovení cel a celních sazeb. Druhou skupinou jsou pravidla omezující množství výrobků, například kvóty. Třetí skupinu tvoří pravidla o netarifních překážkách, jako jsou technické normy a standardy, sanitární a fytosanitární opatření a zadávání vládních zakázek. (Janků, 2019)

Odstranění tarifních překážek má velký význam spíše pro obchod se zbožím než pro obchod se službami, avšak netarifní překážky, jako jsou například licence nebo dovozní kvóty, jsou důležité pro obchod se zbožím i službami. (Janků, 2019)

Zvyšování zapojení rozvojových zemí

Mezi cíle WTO patří také začlenění rozvojových zemí do mezinárodního obchodního systému. Tyto země mají k dispozici mnoho výjimek a úlev, aby se podpořil jejich rozvoj a usnadnilo provádění nezbytných hospodářských reforem. V právu WTO je obecně bráno v úvahu, že rozvojové země potřebují více času na realizaci dohod než vyspělé země. WTO obsahuje mnoho pravidel a výjimek pro rozvojové země, aby se zlepšilo jejich zapojení do mezinárodního obchodu. (Janků, 2019)

Zásada poctivého obchodování

Další důležitou zásadou, která je zahrnuta v dohodě WTO, je pravidlo poctivého obchodování, které umožňuje ochranu před nekalými obchodními praktikami, jako je

například dumping nebo subvencování. Dumping je prodávání výrobků na trhu jiné země za cenu nižší, než je běžná hodnota produktu. Právní předpisy WTO sice nezakazují tuto praktiku, ale odsuzují ji. Pokud však dumping způsobí závažné poškození domácího průmyslu některé země, WTO umožňuje této zemi uvalit na dovoz zboží s dumpingovou cenou antidumpingová cla. (Janků, 2019)

Transparentnost

Posledním společným tématem, které se opakuje ve všech dohodách WTO, je transparentnost opatření, která přijímají státy. Transparentnost upravují různé dohody a to v závislosti na tom, o jaká opatření nebo cíle se jedná. Pokud je tento závazek určen státům vzhledem k jejich národnímu právu, transparentnost se týká zejména zveřejňování zákonných předpisů, soudních rozhodnutí, správních opatření a dalších dokumentů. Dalším projevem transparentnosti je požadavek, aby státy pravidelně podávaly zprávy o své obchodní politice v souladu se závazky podle práva WTO. (Janků, 2019)

3.9 Nástroje obchodní politiky

Uskutečňování obchodní politiky státu zahrnuje používání rozmanitých prostředků a opatření. Tyto kroky jsou tvořeny orgány, které jsou vyměřeny zákonem ve shodě s cíli dané politiky. Těmito orgány jsou zpravidla centrální úřady, například ministerstva, jenž mají kompetence rozhodovat o využití těchto opatření. V případě zahraniční hospodářské politiky lze identifikovat dva typy právních nástrojů, a to autonomní a smluvní. Nástroje autonomní jsou akceptovány státem na základě jeho absolutní moci. Avšak nástroje smluvní jsou platné na základě mezinárodních dohod, které jsou buď multilaterální, což znamená, že jsou uzavřené mezi více státy, nebo bilaterální, tedy uzavřené mezi dvěma státy. (Černohlávková, Plchová a kol., 2007)

3.9.1 Autonomní nástroje

Zahraněční obchod je pro státy významným faktorem a mohou využívat různé nástroje k ovlivnění jeho průběhu. Jedním z prostředků, jenž se používají pro podporu domácí

produkce a snížení konkurence ze zahraničního trhu, jsou nástroje autonomní. Ty mají za úkol restriktci importu a současně státy mohou podporovat export domácích podniků na zahraniční trhy. K těmto nástrojům patří cla tarifní a netarifní.

Cla jako tarifní omezení dovozu

Placení daně neboli cla, se může týkat produktů, které opustí určitou oblast, aniž by to byla geografická hranice. U takového zboží mohou být nutností celní poplatky, a to i přesto, že není překračován žádný fyzický hraniční přechod. Celní tarify patří mezi letité nástroje obchodu, avšak postupně se vyměňují modernějším a méně zjevným způsobům omezení dovozu. Tyto poplatky se historicky vyvozují od fiskálních původů a vznikly z poplatků za služby spojené s obchodem a dopravou, například za využití silnic, mostů, přístavů a zajištění ochrany obchodníků. Koncepce současných cel se vyvinula v Británii, zatímco v Evropě probíhala spojování cel od konce 18. století až do poloviny 19. století. (Černohlávková, Plchová a kol., 2007)

Existují různé způsoby, jak rozdělit cla do různých tříd. Můžeme je klasifikovat podle jednotlivých kritérií, například podle směru, kterým se zboží pohybuje, způsobu kalkulace nebo jejich účelu. V případě účelu, se cla rozdělují do dvou hlavních kategorií: finanční neboli fiskální a ochranná neboli protekcionistická. Tyto dvě kategorie jsou založeny na různých principech a mají odlišnou účinnost na ekonomiku a obchod.

Finanční cla jsou ukládána na importované druhy zboží, u nich je domácí výroba podrobena spotřební dani (jako příklad uveďme, že vysoká spotřební daň na místní pivo vyžaduje finanční cla na dovážené nápoje ze zahraničí.). Hlavním účelem těchto cel je získání finančního přínosu pro stát. V praxi jsou dnes většinou používána jen zřídka. Úkolem ochranných cel je zabezpečit domácí trh před importem zahraničního zboží a předejít poklesu konkurenceschopnosti výrobků v tuzemsku. V případě, kdy jsou sazby natolik vysoké, že zcela zakáží vstup zahraniční konkurence, hovoříme o prohibičních celách, které mají stejný efekt jako úplný zákaz dovozu. (Černohlávková, Plchová a kol., 2007)

Cla jako netarifní omezení dovozu

Množstevní omezení, minimální ceny, devizová omezení a normy patří mezi netarifní opatření, která slouží k omezení dovozu zboží. Jednou z nejčastějších forem netarifních bariér pro import jsou kvantitativní omezení, která stanoví maximální počet kusů zboží, které lze dovézt. Oproti cům, které zvětšují ceny a omezují obchod, mohou kvantitativní omezení způsobit na začátku omezení obchodu, což nakonec povede k nárůstu cen na domácím trhu. Pro tuzemské výrobce jsou kvantitativní omezení bezpečnějším způsobem ochrany než cla. Ve chvíli, kdy dovoz překročí stanovenou úroveň, administrativní proces se zastaví bez ohledu na to, zda zahraniční vývozci zlevní své produkty nebo nikoli. Tato opatření fungují jako efektivní bariéry pro ochranu místních trhů. (Černohlávková, Plchová a kol., 2007)

Při importu zboží jsou zavedena stanovená opatření, jako například minimální ceny, které jsou složkou antidumpingových opatření. Hodnota stanovená těmito cenami představuje minimální částku, za kterou je dovoleno dovézt zboží. Minimální ceny mohou být stanoveny na základě dovozních cen konkrétních dovozců. Již v minulosti v USA byla určena minimální sazba pro import ocele z Jižní Ameriky. Tyto sazby byly stanoveny na stejnou hodnotu jako cena japonského vývozu oceli do USA.

Jedním z opatření, která slouží k omezení dovozu, jsou intervence státu do hospodaření s vnitrostátními i zahraničními finančními prostředky. Tyto kroky jsou známé jako devizové restrikce. V některých státech s málo směnitelnou měnou nebo zápornou platební bilancí jsou restrikce na kapitálové operace často uplatňovány. Mezi nejznámější typy těchto omezení patří nutnost směnit devizy při vývozu nebo žádost o přidělení deviz při dovozu, které mohou vést až k omezení a zákazu vývozu kapitálu. Devizové restrikce jsou v současné době používány zejména v rozvojových zemích, kde se potýkají s problémy v platební bilanci. (Černohlávková, Plchová a kol., 2007)

Existují další překážky, které mohou bránit omezení dovozu, například přísné standardy v oblasti techniky, zdraví a hygieny, aniž by však zahraniční subjekty byly diskriminovány. Pokud výrobky dovážené ze zahraničí nesplňují stanovené standardy, jsou vyloučeny z odpovídajícího trhu. (Černohlávková, Plchová a kol., 2007)

Nástroje podpory vývozu

V tržních ekonomikách, které jsou vyspělé, se nacházejí organizace, které se specializují na analýzu mezinárodních trhů a poskytují informace o exportních příležitostech a rizicích. Tyto služby mohou být zdarma nebo za poplatek nabízeny firmám, které se snaží vstoupit na zahraniční trhy. Navíc téměř všechny země učinily kroky, aby podpořily export svých produktů, ale zároveň redukovaly přístup zahraniční konkurence na domácím trhu. (Černohlávková, Plchová a kol., 2007)

3.9.2 Smluvní nástroje obchodní politiky

Mezi národy, které provádějí vzájemný obchod, se používají dohodové prostředky obchodní politiky, které určují pravidla pro aplikaci autonomních obchodních nástrojů. Tyto prostředky jsou uplatňovány mezi národy s cílem řídit obchodní podmínky v rámci mezinárodní dohody.

Výhodnost dohodnutého obchodu pro každou ze zúčastněných zemí závisí na tom, jak vysoce jsou postaveni během jednání a na podmínkách úmluvy. I země, které nejsou velké, oproti tomu aby se spokojily s jednostranným určením podmínek ze strany větší země, mohou dosáhnout výhody, pokud dokážou ovlivnit obchodní a politickou sféru svého obchodování. V rámci obchodní politiky se rozlišují dvoustranné a mnohostranné nástroje. (Štěrbová, 2013)

Když se dva státy účastní vyjednávání o obchodních podmínkách, přidáváme výsledek těchto vyjednávání mezi dvoustranné nástroje obchodní politiky. Mezi tyto nástroje patří obchodní smlouvy, dohody a platební dohody. V současné době se pozoruje postupné sloučení obchodních smluv a dohod, které dříve měly odlišný charakter a délku platnosti. V prostředí obchodu se často sjednávají mezinárodní smlouvy a dohody, které mohou být ovlivněny více zeměmi. Mezi takové smluvní nástroje patří mnohostranné obchodní politiky, které jsou uzavírány mezi zúčastněnými zeměmi a organizacemi.

Tato kategorie zahrnuje Světovou obchodní organizaci a slučující seskupení, která silně ovlivňují průběh mezinárodního obchodu, stejně jako mezinárodní dohody týkající se surovin. (Štěrbová, 2013)

3.9.3 Celní řízení

Při přechodu zboží přes celní hranice se vstupuje do procesu celního řízení, které řeší to, jestli zboží může vstoupit do příslušného celního režimu a jaká opatření budou na něj uplatněna. Jsou to například obchodní a fiskální opatření. Během procesu dovozu zboží jsou vyžadovány různé poplatky, zahrnující dovozní clo, DPH a spotřební daně a poplatky v souladu se společnou zemědělskou politikou. Na druhé straně, v případě vývozu zboží, je nutné zaplatit vývozní clo a poplatky podle společné zemědělské politiky. Pokud jsou splněny podmínky, lze uplatnit právo na odpočet daně z přidané hodnoty. (Štěrbová, 2013)

K tomu, aby se zahájilo celní řízení, je nutné podat celní prohlášení. To záleží na tom, zda ho deklarant vydá celnímu úřadu. V obvyklých případech bývá tento proces zaznamenán písemně nebo prostřednictvím elektronické formy, ale existuje také možnost ústní formou. V obchodním styku v rámci zemí Evropské unie se často používá papírová verze celního prohlášení, s názvem Jednotný správní doklad. Jako verifikace informací uvedených v JSD jsou nezbytné doplňující dokumenty, například obchodní doklad obsahující údaje o platbě do zahraničí a potvrzení o zboží původu. Dále je možné, že v celním řízení bude nutné prokázat i jiné dokumenty, například veterinární certifikáty či jiná zdravotní dokumentace. (Štěrbová, 2013)

Celním deklarantem je ten, kdo se přihlašuje k celnímu řízení. Ve shodě se zákonem jsou povoleni k vykonávání této funkce jedině jednotlivci, kteří mají trvalé bydliště v Evropské unii, nebo právnické subjekty, které mají sídlo v této oblasti. Průběh celého procesu závisí na srovnání údajů, které jsou uvedeny v písemnostech s aktuálním stavem zboží. Celní orgány se zaměřují na ověření správnosti dokladů, ale také mohou náhodně prohlížet celý fyzický náklad, i když to není přísně stanoveno zákonem. Pro stanovení výše cla je v celní praxi používán integrovaný unitární celní tarif. (Štěrbová, 2013)

3.10 Daňová politika státu

V České republice je daňová soustava, která zahrnuje několik druhů daní. Cílem této soustavy je zajistit dostatečné finanční prostředky pro stát. Díky daňové soustavě jsou tyto finanční prostředky přidělovány do státního rozpočtu tak, aby byly zajištěny potřeby státu, vyšších územních celků a obcí, které usilují o svůj rozvoj.

V podstatě jde o systém daní, který je založen na řadě zákonů, jejichž účelem je zajistit příjmy pro státní rozpočet a také pro vyšší územní celky (kraje, města) a obce. Pokud fyzické nebo právnické osoby požadují určitá plnění od státu, jako je například poskytování služeb, musí za tyto aktivity platit daně. V České republice jsou daně rozděleny na dvě základní kategorie - přímé daně a nepřímé daně. Přímé daně platí poplatník ze svého vlastního příjmu, majetku nebo jiných přímých příjmů a musí je sám přímo uhradit z vlastních finančních prostředků. Na druhé straně, nepřímé daně jsou placeny prostřednictvím zprostředkovatele, jako jsou například obchodníci nebo distributoři zboží a služeb. Tyto finanční prostředky jsou následně využity na zabezpečení státní správy a veřejného sektoru v zemi. Když kupujete produkt nebo službu, daně jsou již zahrnuty v ceně a jsou placeny prostřednictvím prodejce. Tento způsob placení se nazývá nepřímá daň a poplatník ji zaplatí skrze svůj nákup. Příkladem nepřímých daní jsou DPH nebo spotřební daně. (Zákon 353/2003 Sb.)

3.10.1 Spotřební daň

V rámci regulace cen některých komodit na trhu, využívá stát tzv. spotřební daně. Zhruba 14 % celkového rozpočtu státu představuje tento specifický nástroj, který je upraven a popsán v zákoně o daních z výrobků (legislativní dokument s označením 353/2003 Sb.). Cílem tohoto nařízení je růst příjmu státního rozpočtu nebo redukce prodeje zboží, na které se vztahuje tato daň. Typicky se spotřební daň aplikuje na výrobky, které mají špatný vliv na zdraví člověka, což je tabák a alkohol, nebo na zboží, které zatěžuje životní prostředí, jako jsou vozidla poháněná naftou nebo benzínem. (Zákon 353/2003 Sb.)

Spotřební daň je druh nepřímé daně, podobně jako například daň z přidané hodnoty, a je zahrnuta v ceně zboží během prodeje. Ti, kteří kupují vybrané výrobky, jsou povinni platit spotřební daň. Od roku 2004 byla správa spotřební daně přenesena na celní úřady, zatímco dříve byla v rukou finančních úřadů. Plátcí spotřební daně jsou všechny osoby - fyzické nebo právnické - které na území ČR uvolňují zboží podléhající této dani z místa, kde se uchovává, tvoří, dováží, odebírá nebo upravuje. Toto místo se označuje jako "daňový sklad". Jedná se o lihoviny, pivo, víno, meziprodukty, minerální oleje, tabákové výrobky a surový tabák. Po opuštění daňového skladu se spotřební daň platí až na základě měsíčního přiznání daně. (Zákon 353/2003 Sb.)

Stejně jako u lihovin, plátcí musí odvádět spotřební daň z piva a vína, i když její význam pro rozpočet státu není velký. Spotřební daň u piva a vína se počítá podle objemu tekutiny v hektolitrech. Malé nezávislé pivovary mají možnost platit nižší sazby daně, za předpokladu že splní podmínky stanovené v zákoně o spotřební dani. Těmito podmínkami jsou zejména maximální roční objem vyrobeného piva, který nesmí překročit 200 tisíc hektolitrů za rok. Pokud jste plátcem daně, musíte zaplatit daň z piva, to neplatí pouze pro ty, kteří si vaří vlastní pivo doma a to v množství menším než 3 hektolitry ročně pro osobní účely. Výpočet spotřební daně je založen na tom, kolik hmotnostního procenta bude mít extrakt, základní sazba je 32 korun za sto litrů. (Zákon 353/2003 Sb.)

3.10.2 DPH

Zdanění dodatečné hodnoty v rámci podnikání je zabezpečeno prostřednictvím daně z přidané hodnoty (DPH), což je forma nepřímé daně spadající do kategorie všeobecných daní ze spotřeby. Tato daň je vypočítávána opakovaně a spravována je Finanční správou ČR. Při importu zboží může být tato daň vyřizována Celní správou ČR. Jde o nepřímou daň, která se opakuje, vyjadřuje neutralitu a patří do kategorie všeobecných daní ze spotřeby. V současné době se u

DPH aplikují tři sazby:

- Základní sazba - **21 %**.
- První snížená sazba - **15 %**, týká se například zboží, které je určené k léčbě a prevenci nemocí, zdravotnické pomůcky, sběru a přepravy komunálního odpadu a potravin a nápojů bez obsahu alkoholu.
- Druhá snížená sazba, která dosahuje výše **10 %**, uplatňuje se především na kojeneckou výživu, vybrané potraviny bez lepku, ubytovací a stravovací služby, pozemní hromadnou dopravu, úpravu a rozvod vody a na léky a knihy.

Na rozdíl od ostatních alkoholických nápojů je pivo, které se konzumuje v restauraci, zdaněno sazbou 10 %. Pokud je však zakoupeno sebou, například u stánku, podléhá sazbě daně 21 %. Nealkoholické pivo je pak zdaněno sazbou 15 %. (Zákon č. 235/2004 Sb.)

3.10.3 Daň z příjmu právnické osoby

Pivovary jako právnické osoby musí platit daň z příjmů, což je jedna z forem přímých daní. Tato daň se vypočítává z hrubého příjmu pivovaru, tedy z celkových příjmů za určité období, ze kterých jsou odečteny náklady a výdaje. Výsledný zisk se poté zdaní daní z příjmů. Velikost této daně závisí na výši zisku pivovaru.

Další přímou daní, kterou musí pivovary platit, je například daň z nemovitostí za vlastněné nemovitosti. Nicméně, výše daní, které pivovary musí platit, závisí na mnoha faktorech, včetně velikosti pivovaru, počtu prodaných litrů piva, výše zisku a dalších faktorech. Každý pivovar tak musí zohlednit specifika své situace při výpočtu výše daně z příjmů a dalších přímých daní, které musí platit. Pivovary v ČR platí z příjmu daň z příjmu právnických osob, která je v současnosti stanovena na 19 %. Výše této daně může být ovlivněna různými faktory, jako jsou daňové úlevy či slevy. Odrážení této daně v ceně piva závisí na konkrétním pivovaru a jeho výrobních nákladech. Vysoká daň z příjmu může zvýšit náklady na výrobu piva, což může mít za následek vyšší ceny pro spotřebitele. Nicméně cena piva je ovlivňována i dalšími faktory, jako jsou suroviny, energetické náklady, mzdy zaměstnanců a další. (č. 586/1992 Sb.)

3.11 Vývoz a dovoz zboží a služeb

Když se české společnosti snaží expandovat své podnikání do zahraničí, často se zaměřují na činnosti, které jsou řazeny jako ty nejlépejší při vstupu na mezinárodní trhy, a tím je import a export. Firmy mají k dispozici mnoho obchodních způsobů pro vývoz zboží a spolupráci s dalšími subjekty, například s exkluzivními prodejci, prostředníky, obchodními zástupci, komisionáři a dalšími. Právní základ pro uzavírání smluv mezi těmito subjekty vždy závisí na dohodě mezi stranami. (Machková, 2007)

Dovoz je proces, při kterém se zboží, služby nebo jiný zdroj přivážejí z jedné země do druhé. Dovožci tímto způsobem získávají přístup ke zdrojům, které v jejich zemi nejsou k dispozici. Dovoz lze provádět různými způsoby, jako například přímým dovozem od výrobce, prostřednictvím distributora nebo prostřednictvím internetových obchodů.

Vývoz znamená, že zboží, služby nebo jiné zdroje jsou prodávány z jedné země do druhé. Tímto způsobem se vývozci dostávají na nové trhy a mohou tak rozšířit své podnikání. Vývozci mohou své zboží nabízet přímo na zahraničním trhu nebo pomocí zprostředkovatelů a obchodních zástupců. (Machková, 2007)

3.11.1 Zahraniční obchod v České republice

Spolu s Maďarskem, Maltou, Slovenskem a Belgií se Česká republika řadí mezi evropské ekonomiky s největší otevřeností v Evropské unii. Pouze Lucembursko a Irsko mají v Evropě ekonomiky otevřenější. Velké ekonomiky jako Francie, Itálie a Spojené království jsou však méně otevřené. Německo se toto pravidlo netýká, protože jeho export tvoří takřka polovinu jeho HDP. Vzhledem k tomu, že Česká republika patří mezi země s volným obchodem, během období od roku 2000 do roku 2015 se podíl obrátu obchodu se zbožím na HDP zvýšil ze 100 % na 165 %. Tato skutečnost naznačuje, že ekonomika České republiky a jiných podobně otevřených zemí jsou velmi citlivé na výkyvy na zahraničních trzích, kde mohou být zaznamenány fluktuace v cenách surovin a poptávce.

Vstup do EU v roce 2004 měl podstatný vliv na český zahraniční obchod, což se projevilo i na propadu míry otevřenosti v roce 2009, avšak v roce 2010 se situace vrátila k předkrizové úrovni. Navzdory ekonomické a finanční krizi se Česká republika stala v roce 2015 jedním z třiceti nejvýznamnějších světových exportérů s téměř 1% podílem na celosvětovém exportu. (Rojíček, Spěváček, 2016)

Vlastní práce

3.12 Největší pivovarnické skupiny v České republice

Mnoho velkých českých pivovarů a značek pochází ještě z dob Rakousko-Uherska, kdy v této oblasti bylo pivovarů nejvíce. V době socialismu došlo ke znárodnování některých průmyslových odvětví, včetně pivovarnictví. Během této doby bylo založeno i mnoho nových pivovarů. Pivovarnictví se tak stalo velmi významným v průmyslovém sektoru a bylo považováno za jedno z hlavních průmyslových odvětví.

Pivovarnictví je v České republice dodnes velmi důležitou součástí průmyslového sektoru a v zemi funguje několik velkých pivovarů. Pivovarnictví je také důležitý zdroj cestovního ruchu v zemi, protože pivovary jsou často navštěvované turisty z celé země, ale i ze zahraničí. České pivo je skutečně velmi oblíbené po celém světě a mnoho turistů naši zemi navštěvuje právě proto, aby mohli ochutnat různé druhy piva a poznat českou pivní kulturu. České pivo je běžnou součástí mnoha tradičních českých jídel a to je pro mnoho lidí zajímavý způsob, jak poznat českou kulturu a gastronomii. V České republice si stále zachovává hlavní pozici několik pivovarů, jenž nabízejí majoritní velké značky. Navzdory tomu roste také obliba malých pivovarů. I přes celosvětový růst cen se Česká republika stále drží na prvních příčkách nízkých cen za pivo, které si v restauracích lze stále koupit za velmi příznivou cenu a pohybuje se ve stejné cenové úrovni jako třeba balená voda. Mezi největší pivovarské skupiny v Česku patří: Plzeňský Prazdroj, Budějovický Budvar, Pivovar Staropramen, Krušovice a Bernard a právě jim se v následujících kapitolách bude tato práce věnovat.

3.12.1 Plzeňský Prazdroj a.s.

Mezi největší pivovary v Evropě se řadí i pivovar z České republiky, tedy Plzeňský Prazdroj. Jedním z nejproslulejších piv na světě je Pilsner Urquell, které je považováno za první světové pivo typu pilsner. Voda používaná v pivovaru je jednou z nejměkčích vod na zemi a její vlastnosti jsou zásadní pro výrobu Plzeňského Prazdroje. Na domácím trhu má tento pivovar téměř 45 procentní podíl.

Historie Plzeňského Prazdroje

Počátek historie tohoto pivovaru se udává od roku 1842, kdy byl pivovar založen v Plzni. Stavby pivovaru jsou významnou kulturní památkou a svědčí o bohaté historii této pivovarské tradice.

Společnost SABMiller držela vlastnická práva nad Plzeňským Prazdrojem po řadu let. V roce 2016 byla firma odkoupena společností Anheuser-Busch InBev, což vedlo ke změně vlastníka Prazdroje. Poté, co byly značky SABMilleru východní Evropy opět odkoupeny, tentokrát od firmy Anheuser-Busch InBev za více než 7 miliard eur, došlo v roce 2017 opět ke změně majitele Plzeňského Prazdroje, a to japonskou společností Asahi Group Holdings.

Plzeňský Prazdroj se řadí mezi důležité výrobce a exportéry piva, které vyrábí ve čtyřech různých pivovarech, a to v Plzeňském Prazdroji, v Gambrinusu v Plzni, v pivovaru Velké Popovice ve středních Čechách a Radegastu v Nošovicích. Všechny tyto pivovary vyváží své zboží do více než čtyřiceti zemí na celém světě.

V roce 2016 dosáhl Plzeňský Prazdroj výroby téměř 11 milionů hektolitrů piva. Výběr z druhů v pivovaru je velice rozmanitý, mezi ty největší a nejúspěšnější značky patří samozřejmě Pilsner Urquell, což je prémiový světlý ležák s obsahem alkoholu 12°, Gambrinus, Radegast či Velkopopovický Kozel. Pro zákazníky s nižším rozpočtem jsou k dispozici značky Klasik a Primus. Kromě toho se pivovar rozhodl rozšířit svou produkci o cidery, které nesou názvy Kingswood, Koppaberg a Frisko. Tyto produkty si získávají velkou oblibu mezi mladými lidmi. Birell je také součástí nabídky výrobků pivovaru v nealkoholické verzi. V neposlední řadě pivovar také začal vyrábět cidery pod názvem Kingswood, Koppaberg a Frisko. (Prazdroj.cz)

Analýza pivovaru Plzeňský Prazdroj

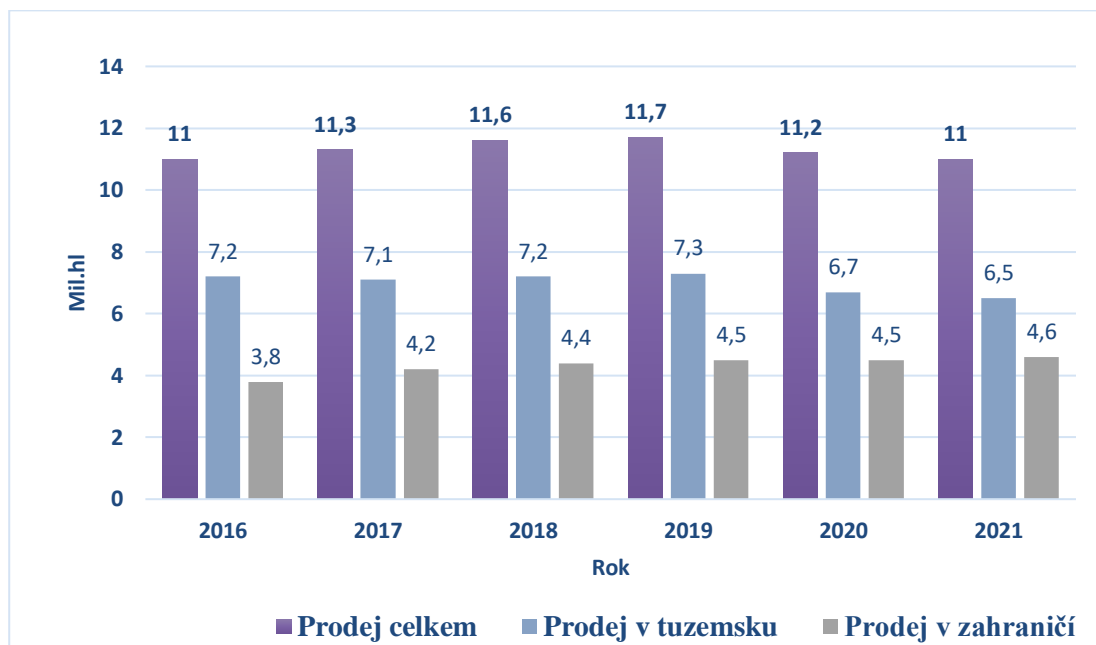
V roce 2016 měl Plzeňský Prazdroj velmi úspěšný rok, jelikož jeho celkové prodeje vzrostly v tuzemsku o téměř 3% a v zahraničí o 10%. V pivovarech Plzeňského Prazdroje bylo dohromady vyrobeno skoro 11 milionů hektolitrů piva, z toho byly dvě třetiny prodány na domácím trhu a jedna třetina, tedy 3,8 mil. hektolitrů bylo exportováno. Lidé měli velkou oblibu v prémiových ležácích, ale nestagnovaly ani značky Gambrinus nebo Radegast,

jejichž trend vzrostl o 9%. Kingswood cider také získal na popularitě mezi spotřebiteli v České republice. Jeho spotřeba se v roce 2016 zvýšila o 20 % ve srovnání s předchozím rokem. Značka Birell zaznamenala v roce 2016 růst o 11 % díky rostoucímu zájmu o aktivní životní styl. K růstu významně přispěly nové ochucené varianty, jako například Birell polotmavý citron, který se stal mezi spotřebiteli velmi oblíbeným. Ležák Pilsner Urquell zaznamenal nárůst prodeje o 7 % v porovnání s předchozím rokem a velký úspěch měly také ležáky Velkopopovického kozla, které zaznamenaly nárůst o 14 %. (Prazdroj.cz)

Během uplynulého roku Plzeňský Prazdroj zaznamenal růst prodeje v zahraničí prostřednictvím toho, že se tam patentované pivo samo vyrábělo, ale i co se týče exportu. Pokud se podíváme na souhrn hektolitrů piva, které se prodali za rok 2017, ten činí čtyři miliony hektolitrů, což se rovná sedmi procentům růstu oproti minulému roku. Nečekaně se nejvíce vyvážel prémiový ležák Pilsner Urquell, který pokořil exportní hranici 1 milionu hektolitrů. Včetně vnitrostátního trhu bylo celkem vypito 2,5 milionu hektolitrů tohoto ležáku.

Plzeňský Prazdroj si obchodně vedl nejlépe na Slovensku, také v Německu a v Jižní Koreji. Již v roce 2017 dodává pivo do Číny a v nadcházejících letech má v plánu se soustředit na trhy v Asii ještě více. S vynikajícím výsledkem proslavuje Plzeňský Prazdroj nejen své pivo, ale také českou pivní kulturu i všude za hranicemi. Kvalita jeho piva a velká pozornost a pečlivost se Pilsneru Urquell vyplatila a stal se velmi oblíbeným v zahraničí. Tentýž rok byl velice úspěšný jak na domácím trhu i v zahraničí, když prodal více než 11 milionů hektolitrů piva. (Prazdroj.cz)

Graf 1: Vývoj prodejů Plzeňského Prazdroje



Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Plzeňský Prazdroj

Rok 2018 byl pro Plzeňský Prazdroj opět velmi zdařilý. Tržeb Prazdroj dosáhl ve výši 16,6 miliard korun za výrobky, ale i zboží a služby. Společnost se neustále snaží o modernizaci svých výrobních linek, v čem mu také pomáhá a finančně podporuje jeho mateřská společnost Asahi. Prazdroj v tomtéž roce obětoval více než 500 miliónů na to, aby jeho výroba stále rostla a mohl navyšovat výrobní kapacity. Export Prazdroje byl více než 1,7 mil. hektolitrů, což činilo zhruba 12% růst oproti minulému roku. I v tuzemsku se prodeje zvýšily o 4 %, největšími posilami byla restaurační zařízení a hospody, které se účastnily různých programů na podporu. (Prazdroj.cz)

Ani dalším rokem neskončily úspěchy Plzeňského Prazdroje na obou trzích. Prazdroj v roce 2019 exportoval 1,8 milionu hektolitrů piva, tedy nárůst o více než dvě procenta v porovnání s předchozím rokem. Růst exportu byl pozorován nejen v již ověřených exportních oblastech, jako jsou Německo a Slovensko, ale také v jiných zemích, včetně USA, Japonska, Maďarska a Ruska. Tyto země se staly důležitými exportními partnery a přispěly k celkovému nárůstu exportu.

Čepovaný Pilsner Urquell se v zahraničí prodával rychleji než balený, přičemž jeho spotřeba v sudech vzrostla o 8 % a v tancích dokonce o 11 %. Licenční výroba Kozla také přispěla k

celkovému úspěchu Prazdroje ve světě, když se zvýšila o téměř 3 % na 2,7 milionu hektolitrů. V zahraničí se vyrábí v několika zemích, největší množství v Rusku.

V zahraničí byl dobře přijat nejen Pilsner Urquell, ale také Velkopopovický Kozel, jehož export se zvýšil o 12,5%. (Prazdroj.cz)

Tabulka 1: Tržby za pivo pivovaru Plzeňský Prazdroj v miliardách Kč

Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tržby	14,4	12	16,5	17	15,9	16,3

Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Plzeňský Prazdroj

Následující rok 2020 nepřinesl příliš pozitivní výsledky. Celkové prodeje mírně klesly z 11,7 na 11,2 mil. hektolitrů, avšak alespoň prodejem v zahraničí se Prazdroj mohl pochlubit, jehož nárůst byl o 1% oproti předchozímu roku. Pivo, které se vyvezlo, nebo bylo v zahraniční licenčně vyrobeno, představovala výhradně značka Velkopopovický kozel. Objem jeho prodeje, který byl 2,7 mil. hektolitrů, zůstal na stejné úrovni jako rok předtím. Problémem v tomto roce ale bylo uzavření hospod a restauračních zařízení, protože se tím snížily prodeje v tuzemsku téměř o 10%. Celkový počet klesl na 6,7 mil. hektolitrů, což představovalo pokles asi o 110 milionů pülitrů. (Prazdroj.cz)

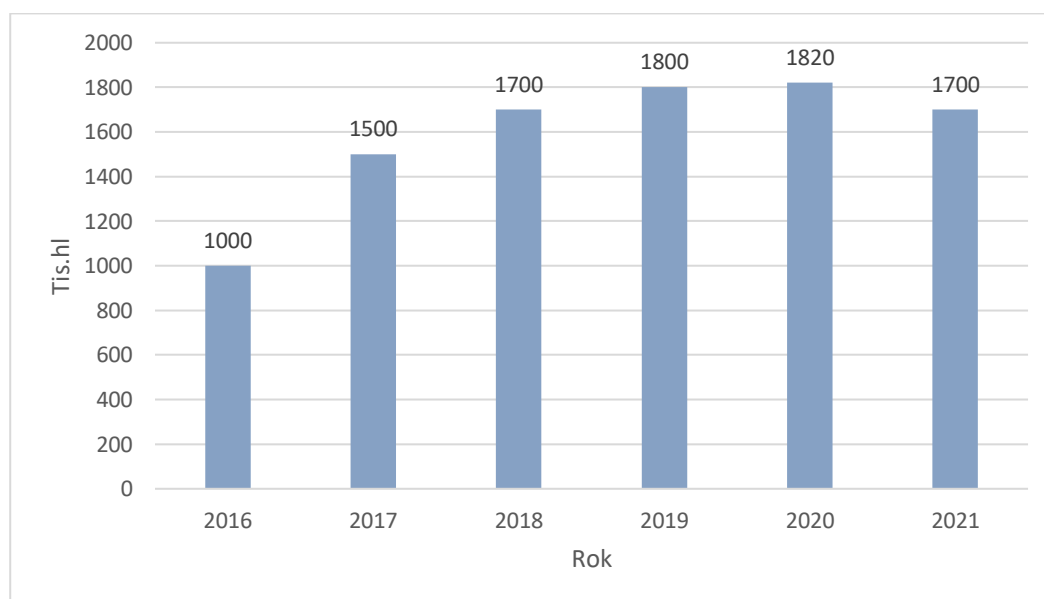
Plzeňský Prazdroj se již řadu let zabývá otázkou udržitelnosti. Společnost má za cíl snížit spotřebu vody při vaření piva, recyklaci a znovu-používání obalů, a zaměřuje se také na obnovitelné zdroje energie. Filozofií podnikání Plzeňského Prazdroje je maximální ohleduplnost k životnímu prostředí, a proto také velmi usiluje o to, aby jeho výroba byla do roku 2030 uhlíkově neutrální. Vliv pandemických opatření na prodej piva byl v roce 2021 značný. Prodej piva v tuzemsku i ve světě klesl o 0,3 % oproti předchozímu roku.

Celkové tržby Prazdroje byly v roce 2021 16,3 miliard korun. Prodej čepovaného piva na domácím trhu výrazně poklesl, protože se stále měnily restriktce týkající se toho, zda hospody mohou být otevřené, nebo ne. Tyto restriktce u nás způsobily snížení prodeje celkem o tři procentní body. I v této době se ale ukázalo, že Češi jsou skutečný národ pivařů a díky jejich podpoře a zájmu o pivo v hospodách se české hospody a pivovary dokázaly udržet na

poměrně vysoké hranici. V zahraničí byl zaznamenán pomalejší růst prodeje než v předchozích letech, a to o tři procenta na 4,6 milionu hektolitrů. Celkové prodeje pivovaru byly tedy v roce 2021 více než 11 milionů hektolitrů piva. Prazdroj zůstává největším exportérem českého piva, a to zejména ležáku Pilsner Urquell. Tento ležák se z celého světa vaří pouze v České republice v Plzni a odtud se vyváží do desítek zemí po celém světě. V roce 2021 bylo vyvezeno přes 1,7 milionu hektolitrů tohoto ležáku. Prazdroj se stále drží pozice největšího exportéra tuzemských piv, přičemž v roce 2021 vyvezl přes 1,7 milionu hektolitrů piva, především ležáku Pilsner Urquell, který se vaří pouze v Plzni a exportuje se do více než 50 zemí světa.

Navzdory obtížím v roce 2021 způsobeným pandemií, Prazdroj pokračoval v investování do svých provozů a udržitelnosti. I když je současná hospodářská situace nejistá, tyto investice přinášejí naději na lepší výsledky v budoucnosti. (Prazdroj.cz)

Graf 2: Export piva pivovaru Plzeňský Prazdroj mezi lety 2016 – 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Plzeňský Prazdroj

3.12.2 Budějovický Budvar

Budějovický Budvar je pivovar, který sídlí v Českých Budějovicích. V dnešní době je jediným velkým pivovarem v České republice, který je státním podnikem. Své pivo vyrábí pod značkami jako je Budějovický Budvar, Budweiser Budvar, Czechvar a Pardál. Budweiser Budvar je pivo, jenž se exportuje do mnoha zemí po celé Evropě, Asii, Austrálii, Jižní a Severní Americe a Africe. Czechvar je název piva pod kterým se exportuje pivo vyrobené stejným pivovarem do Spojených států amerických. Czechvar pivo se vaří stejně jako pivo pod ochrannou známkou Budweiser Budvar, ale exportuje se pod jiným jménem kvůli právnímu sporu o ochrannou známku Budweiser s tanním pivovarem Anheuser-Busch. Budvar patří mezi čtvrtého největšího výrobce piva v České republice. (Budějovický Budvar, n.p., 2022)

Historie Budějovického Budvaru

Pivovar byl založen v roce 1895 a od té doby se specializuje na výrobu tradičního českého piva typu pilsner. V České republice se pivo velmi rychle stalo populárním a od 20. století se stalo velmi oblíbeným i v zahraničí.

V roce 1930 byla zaregistrována ochranná známka Budvar pro 12° světlý ležák, který se exportoval. Díky velké úspěšnosti této známky byla později přidána do názvu pivovaru. Název Budvar – Český akciový pivovar, České Budějovice byl zaveden v roce 1936.

V roce 1967 vznikl národní podnik s názvem Budějovický Budvar, který převzal roli původního akciového pivovaru i pivovaru měšťanského. Poté se firma nadále rozvíjela a exportovala své produkty do celého světa. Pivo se stalo jedním z nejpopulárnějších českých pivních značek ve světě a pivovar se stal jedním z největších exportérů pivních surovin v Evropě.

V posledních dvaceti letech se pivovar rozšířil do více než padesáti šesti zemí a založil své dceřiné společnosti na několika trzích. Mezi nejvýznamnější patří Německo, kam se ročně vyveze 200 tis. hektolitrů piva.

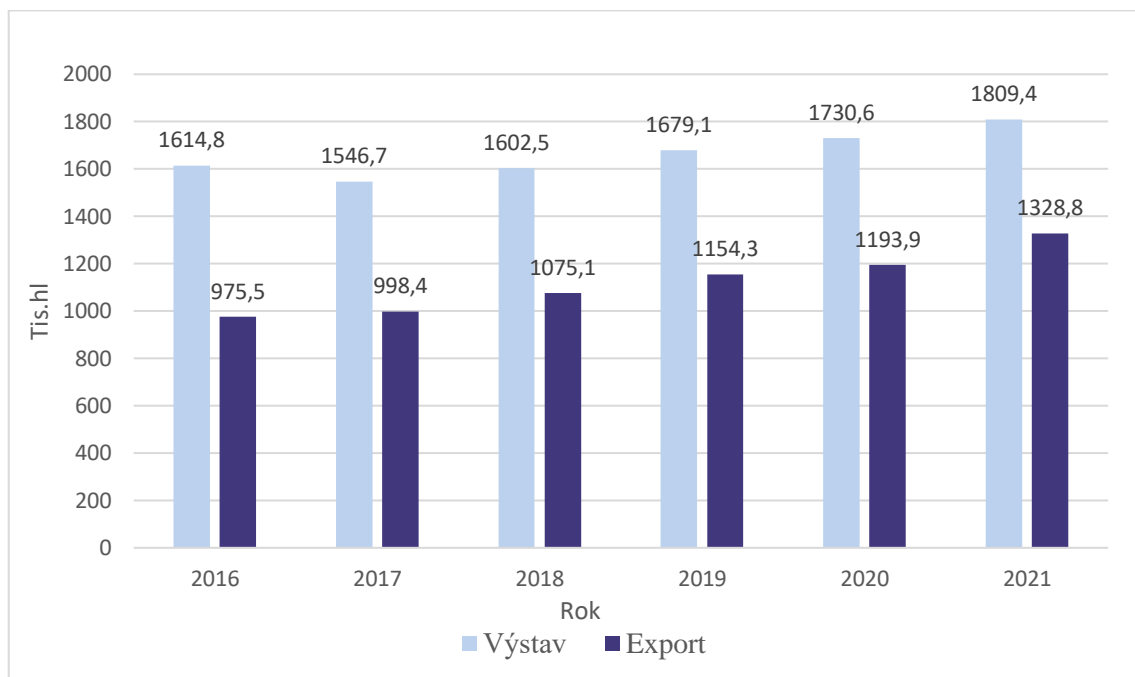
Piva značky Budweiser Budvar a Pardál tvoří největší podíl z celkové skupiny nabízené pivovarem. Kromě toho pivovar také importuje piva značky Somersby a Carlsberg. Od roku 2007 vyrábí pivovar také světlé výčepní pivo Pardál. Ten je jiný oproti ostatním tím, že má hořkou chuť a tmavé zabarvení. Každý spotřebitel si zde může najít pro sebe to pravé pivo. Ti co mají rádi tradiční česká piva je ideální prémiový světlý a tmavý ležák. Spadá do středního cenového segmentu a je tedy cenově atraktivnější pro uživatele, kteří si prémiové pivo dovolit nemohou. Přitahuje tak čím dál více zákazníků a konzumentů. (Budějovický Budvar, n.p., 2022)

Analýza pivovaru Budějovický Budvar

V roce 2016 tvořila značka Budweiser Budvar 90,4% objemu prodeje pivovaru Budějovický Budvar. V grafu číslo 3 můžeme vidět, že exportní prodej dosáhl nového rekordu 975,5 tisíc hektolitrů, což představovalo 60,4% celkového objemu. Pivovar si stále udržuje prodejní úspěšnost díky vynikající kvalitě a chuťovému profilu piva, vyráběného tradičními řemeslnickými postupy. V ostatních zemích má Budvar rozdílná pojmenování, ačkoliv se jedná o stejné pivo, a to například jako Budějovický Budvar, Budweiser Budvar, a Czechvar. Budweiser Budvar je oblíbený po celém světě a je registrován jako zeměpisné označení se 700 letou tradicí vaření v Českých Budějovicích. (Budějovický Budvar, n.p., 2022)

V dalším roce se Budvaru dařilo nejvíce v historii, kdy exportoval své pivo do více než 70 zemí v množství 999 tisíc hektolitrů. Byl to nárůst o 1,5% a největší úspěch měl Budweiser Budvar Premium Lager. Ten představoval 22% z celkového vývozu piva do zahraničí a jeho prodeje se zvýšily téměř o 3%. Německo se opět stalo největším trhem pro export, následované Rakouskem a Polskem. Mezi hlavními neevropskými obchodními partnery byly Kanada, Rusko a Srbsko. Budvar zvýšil prodejní objem v 56 zemích ve srovnání s minulým rokem. Posílení české koruny negativně ovlivnilo exportní ziskovost, což způsobilo pokles očekávaných prodeje o 49 milionů Kč. Pivovar se také potýkal s nedostatkem výrobních kapacit, kvůli čemuž nebyl schopen uspokojit všechny zákaznické objednávky. (Budějovický Budvar, n.p., 2022)

Graf 3: Srovnání výstavu a exportu pivovaru Budějovický Budvar



Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Budějovický Budvar

Budweiser Budvar prémiový ležák měl vysokou poptávku v roce 2018, což vedlo ke druhému nejlepšímu prodeji a historicky nejvyšším tržbám. Investice do logistiky a výroby umožnily uspokojit poptávku, včetně nového areálu interní logistiky a zvýšení kapacity stáčení piva do plechovek.

Budějovický Budvar vyprodukoval celkem zhruba 1,600 milionu hektolitrů piva, z čehož byla více než polovina exportována do zahraničí. V roce 2018 se objem prodeje zvýšil o 4 % v porovnání s předchozím rokem. Záslouhou byla změna sortimentu v tuzemsku a Budvar tak zažil historicky největší tržby. Firma nadále zaznamenává růst exportu, a není tak překvapením, že Budvar patří mezi druhého největšího exportéra, který má nejvyšší počet trhů, kam exportuje. Budvar nepolevoval ve svých nárocích a pili ani následující rok. To se opět vyplatilo, protože celkový objem piva se zvýšil a představoval 1,680 milionů hektolitrů.

Tabulka číslo 2 prezentuje tržby pivovaru Budvar v miliardách korun za pivo v období od roku 2016 až do roku 2020. Lze vidět, že tržby pivovaru Budvar v tomto období zaznamenaly mírný růst a tento růst byl kromě roku 2017 spíše rostoucí. V roce 2019 Vývoz činil celkem 1,154 milionů hektolitrů, což byl opakovaně nový rekord. Budvar má velmi

rozmanitou sítí, kam rozváží své pivo, a to do více než 75 zemí. Mezi nejvěrnější odběratele patří tradičně Německo a Polsko, nezaostává ale ani Rusko, Velká Británie a Slovensko. Výsledky tedy v tomto roce znamenaly pro Budvar velkou prosperitu.

V roce 2020, který byl poznamenán pandemií, se tržby zvýšily jen minimálně o 0,19 % oproti předchozímu roku. Nicméně, tržby zůstaly stabilní a neklesly jako u některých jiných společností v důsledku výzvy pandemie. (Budějovický Budvar, n.p., 2022)

Tabulka 2: Tržby za pivo pivovaru Budweiser Budvar v miliardách Kč

Roky	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tržby za pivo	2,462	2,395	2,555	2,716	2,735	3,020

Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Budějovický Budvar

I objem produkce meziročně vzrostl, a to o 3 %, což byl nejvyšší objem v historii pivovaru, 1,7 milionu hektolitrů. Tržby také vzrostly, zejména díky exportu, který činil 1,2 mil. hektolitrů, kde má největší oblibu ležák Budweiser Budvar Original.

V posledním sledovaném roce 2021 se Budvaru dařilo, přestože světová pandemie koronaviru přinesla mnoho restrikcí. Tržby totiž překročily pomyslnou hranici tří miliard korun, což je úctyhodný úspěch. Konkrétně se dostaly až na 3,02 miliardy korun. Tento skvělý výsledek byl dán částečně exportem, když pivovar vyslal do zahraničí 1,3 milionu hektolitrů piva. Díky inovativnímu přístupu se pivovaru podařilo úspěšně překonat náročnou situaci a objem rostl o 13%. Všude se prodeji ale dobře nevedlo, prodeje sudového a tankového piva se kvůli zavřeným restauračním zařízeními snížily, avšak nárůst prodeje baleného piva a zlepšení distribuční sítě to nahradil. Světová pandemie koronaviru silně ovlivnila logistické procesy, avšak Budějovický Budvar dokázal rychle zareagovat na nastalou situaci a adaptovat své protiepidemické opatření podle potřeb. Budějovický Budvar zaznamenal úspěšné výsledky na všech klíčových trzích, včetně zemí, kde působí jeho dceřiné společnosti, jako jsou Německo, UK a Slovensko. (Budějovický Budvar, n.p., 2022)

V roce 2021 byla originální receptura Budějovického Budvaru dostupná lidem po celém světě, včetně zemí jako Alžírsko, Chile, Kamerun, Ekvádor, Maledivy, Filipíny a Peru. K těmto trhům se připojily nové země, jako je Kambodža a Uzbekistán, ačkoli nejbližším trhem zůstává Austrálie. Národní pivovar exportuje do více než 70 zemí světa a všechno pivo je vyráběno v Českých Budějovicích. (Budějovický Budvar, n.p., 2022)

3.12.3 Staropramen

Historie pivovaru Staropramen

Pivovar Staropramen byl založen roku 1869 v Praze na Smíchově. Svou popularitu si získal díky Smíchovské desítce, která měla speciální recepturu a stala se pivem dostupným pro všechny Čechy. O pár let později se zájem ještě zvýšil, kdy v roce 1884 tehdejší sládek uvařil polotmavý ležák s názvem Granát. To se dokázalo vařit i přes tehdejší obtíže se surovinami a stejně lahodnou recepturu si zachoval i dodnes.

Pivovar Staropramen se zapsal do paměti všech pivařů také díky tomu, že v roce 1900 jako jedni z prvních pivovarů postavili svou vlastní stanici kvasnic a díky tomu vaří pivo z vlastního kvasničného kmene. Název Staropramen vznikl během debaty až v roce 1913, do té doby nesl název Smíchovský pivovar.

V tehdejším Československu se stal největším pivovarem v roce 1939, kdy uvařil více než 800 000 hektolitrů piva. V 50. letech se pivo začalo exportovat do Východní Evropy, čímž se popularita stále zvyšovala, když v roce 1960 byla překročena hranice 1 milion hektolitrů piva za rok a díky tomu byla také možná modernizace celého pivovaru. Od 90. let se vystřídala spousta vlastníků společnosti. Od roku 2012 patří Staropramen pod americkou pivovarskou skupinu Molson Coors Beverage Company, jenž odkoupila celý koncept StarBev, pod kterou spadá i firma Staropramen za 2,7 miliardy eur.

Co se týče velikosti, zaujímá Staropramen druhé místo největšího pivovaru v Čechách. Kromě Staropramenu produkuje také značku Ostravar či Braník. I v exportu není pozadu, protože exportuje své zboží do více než 35 zemí po celém světě. Pivovar Staropramen nabízí velké množství piv, jako jsou světlá piva, tmavá piva, ležáky a také speciály. Tím

nejznámějším a nejoblíbenějším nejen u nás, ale i v zahraničí je Staropramen, který se dnes nazývá Smíchov. Je to desetistupňové pivo ležák. Smíchovský výběr zahrnuje prémiová speciální piva, mezi čepovaná patří již zmíněný Granát, Nefiltrovaný, Velvet a Extra chmelená. Dále mezi nabídkou najdete značku Braník, která je dnes jedním z nejprodávanějších balených piv v maloobchodu. A nelze zapomenout na druhý pivovar, kterým je regionální Ostravar. Mezi další důležité produkty patří i nealkoholická piva a Sládkova limonáda. (pivovary-staropramen.cz)

Analýza pivovaru Staropramen

Pivovary Staropramen, druhý největší výrobce piva v Česku, uvařily v roce 2017 celkem 3,1 milionu hektolitřů piva. Meziročně zaznamenaly mírný nárůst produkce o 6 tisíc hektolitřů, díky čemuž se dostaly na druhé místo v pořadí největších pivovarů v Česku. Tento nárůst je přičítán zvýšení prodeje v zahraničí, který byl hlavně důsledkem desetiprocentního růstu celkového zahraničního prodeje.

Pivovary Staropramen prodávají své výrobky v 34 zemích, a to například do Ruska, Chorvatska, ale i Ukrajiny. V Chorvatsku se pivo Staropramen vyrábí licenčně. V roce 2017 se prodalo 1,9 milionu hektolitřů piva prémiové značky Staropramen, což je podle zástupců pivovaru druhá nejprodávanější česká značka v zahraničí. Export táhl výrobu, zatímco na domácím trhu firma prodala o 7000 hektolitřů piva méně, kvůli regulacím. Pivovar Staropramen hledal způsob, jak nahradit klesající prodeje na domácím pivním trhu během ekonomické krize. Jedním z řešení bylo zaměřit se na zahraniční trhy, na kterých se Staropramen vždy prezentoval velmi silně. (pivovary-staropramen.cz)

V roce 2019 dochází k náhlému nárůstu tržeb na 4,4 miliard korun, což bylo způsobeno novou strategií pivovaru. Staropramenu se podařilo exportovat do zahraničí 1,95 milionu hektolitřů piva. Největšími odbytišti se staly Německo, Slovensko, Velká Británie a Švédsko. Mimo Chorvatsko se Staropramen vyrábí také v licenčním závodu v Bulharsku, Srbsku a Maďarsku.

Tabulka 3: Tržby za pivo pivovaru Staropramen v miliardách Kč

Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tržby	3,9	3,8	3,9	4,4	4,1	4,2

Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Staropramen

V roce 2020 klesly tržby pivovaru Staropramen o 7 % na celkovou částku 4,1 miliard Kč ve srovnání s předchozím rokem. Tedy oproti předchozímu roku došlo ke snížení celkových výdělků tohoto pivovaru. Výsledky hospodaření společnosti byly výrazně ovlivněny pandemií koronaviru, která zasáhla v roce 2020. Na rozdíl od roku 2019, kdy společnost vykazovala zisk, byla v roce 2020 nucena čelit provozní ztrátě ve výši 4 milionů Kč. Tato ztráta byla především způsobena uzavřením restaurací a hospod kvůli pandemii. Tyto informace vyplývají z účetní závěrky. Celkové prodeje piva v ČR i v zahraničí dosáhly 3,2 milionů hektolitrů, což odpovídá výsledku z předloni, kdy bylo prodáno přibližně stejné množství. (pivovary-staropramen.cz)

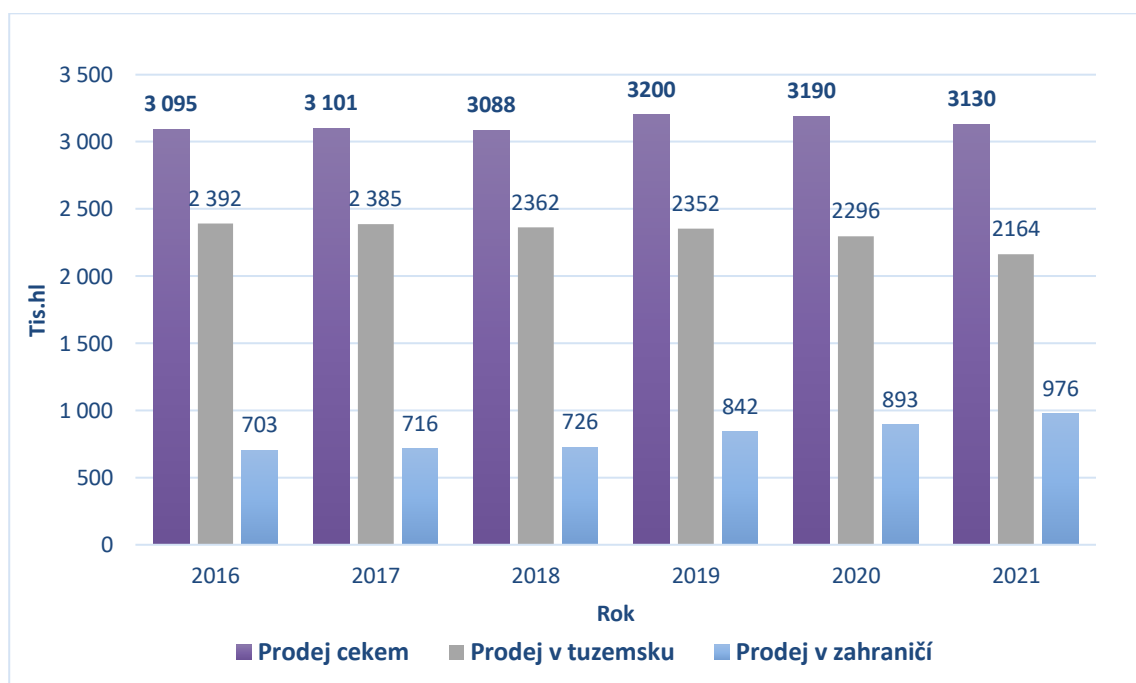
Navzdory obtížné situaci pivovary Staropramen nebyly nuceny v roce 2020 snižovat mzdy ani propouštět zaměstnance. Naopak, investice do ochrany zdraví zaměstnanců, zajištění nepřetržitého provozu pivovarů a podpora hospod a restaurací znamenaly zvýšení nákladů o desítky milionů korun.

I přes vliv pandemie covid-19 na domácí trh se podařilo společnosti Pivovary Staropramen zvýšit objemy prodeje na exportních trzích o více než 50 tisíc hektolitrů, čímž dosáhla celkového prodeje 893 tisíc hektolitrů. Mezi nejvýznamnější zahraniční trhy patří Slovensko, Švédsko, Německo, Maďarsko a Polsko. Nicméně kvůli pandemii covid-19 došlo k 10% poklesu licenční výroby Staropramenu v porovnání s rokem 2019. I přes to zůstává nejvýznamnějším licenčním trhem Ukrajina a Staropramen si udržel druhé místo mezi nejprodávanějšími českými pivními značkami v zahraničí. (pivovary-staropramen.cz)

V roce 2021 pak Pivovary Staropramen zaznamenaly mírný pokles prodeje piva na celkových 3,1 milionů hektolitrů, což je o 1,8 % méně než v předchozím roce. Tento propad prodeje lze přičíst především dlouhodobému uzavření hospod a provozoven během

epidemie, což výrazně ovlivnilo celkovou výkonnost společnosti. Naštěstí exportní část společnosti si vedla dobře a podle zástupců pivovaru tvořila zhruba 20 procent celkové produkce. Export meziročně vzrostl o 4,4 procenta, což představoval velký úspěch v obtížné době pandemie. Rusko se dlouhodobě řadí mezi největší dovozce piv Staropramen, avšak po Británii a Německu je na třetím místě. V roce 2021 se tržby zvýšily na 4,2 miliardy korun, což představuje meziroční nárůst o 4,2 procenta. Hlavní přínos k tomuto růstu přinesl prodej prémiových piv. Nicméně, tržby stále zůstávají o tři procenta nižší než v roce 2019, před vypuknutím koronavirové pandemie. (pivovary-staropramen.cz)

Graf 4 : Vývoj prodejů pivovarů Staropramen mezi lety 2016 – 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Staropramen

3.12.4 Heineken

Heineken International je nizozemská pivovarnická společnost, která vznikla v roce 1864. Patří mezi jednu z největších a nejprodávanějších pivovarnických společností na světě a také vlastní celou řadu pivních značek a pivovarů po celém světě. Příznivci piva po celém světě oceňují zlatavou barvu, osvěžující chuť a jemnou hořkost Heinekenu, což mu umožnilo získat zákazníky ve více než 170 zemích. Společnost Heineken vlastní nejen světoznámé

pivo Heineken, ale také jiné značky piva. Mezi nimi jsou například Amstel, který má původ také v Nizozemsku, Cruzcampo ze Španělska, Sagres z Portugalska a Tiger z Asie. Na českém trhu s pivem si Heineken udržuje silnou pozici, přičemž dlouhodobě drží třetí místo za Plzeňským Prazdrojem a Pivovary Staropramen. (heinekenceskarepublika.cz)

Vlastní tři pivovary: Starobrno, od roku 2003, Královský pivovar Krušovice od roku 2007 a pivovar Velké Březno od roku 2008. Krušovická piva patří mezi nejdéle existující značky v České republice a mají ochranné zeměpisné označení České pivo, které bylo schváleno Evropskou unií. Kromě Krušovice je řada dalších oblíbených značek, jako je například Zlatopramen, Starobrno či Velkobřezňák.

V roce 2014 byl na český trh uveden nový produkt, Desperados, který se rychle stal populárním díky svému exotickému nádechu. Patří do třídy ležáků, je však mírně perlivý, vyskytují se v něm lehké ovocné podtóny a to nejzajímavější je, že je s příchutí tequilly, čímž si získal spoustu příznivců. Kromě Desperada nabízí pivovary také jablečný cider Strongbow, který se vyrábí z více než desítky odrůd jablek. (heinekenceskarepublika.cz)

Analýza pivovaru Heineken

Heineken ČR, třetí největší pivovarnická skupina v České republice, zaznamenala v roce 2016 pokles zisku o 13 % na částku 168 milionů korun. Růst však Heineken zaregistroval v příjmech, které vzrostly o necelé procento a dosáhly celkové částky 3,2 miliardy korun. Dokonce i výroba v roce 2017 vzrostla zhruba o 100 tisíc hektolitrů a produkce celkem byla 2,4 milionů hektolitrů. Tato skupina pivovarů vlastní tři pivovary na českém trhu - Krušovice, Velké Březno a Starobrno. (heinekenceskarepublika.cz)

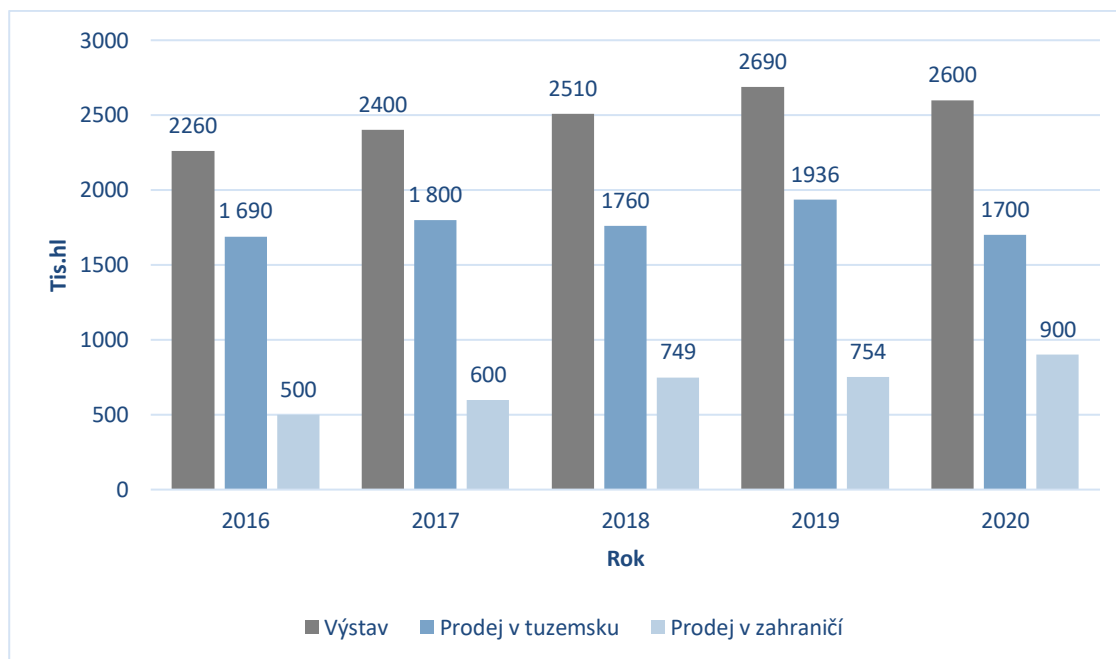
Tabulka 4 : Tržby za pivo pivovaru Heineken v miliardách Kč

Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Tržby	3,2	3,1	3,36	3,59	3,25	3,14

Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Heineken

Výsledky prodeje na domácím trhu v dalším roce byly horší než v roce 2020. Skupina pivovarů Heineken v České republice zaznamenala zisk v hodnotě 244 milionů Kč, což byl nárůst o 110 procent. Bylo toho docíleno za pomoci nového transformačního plánu a zaměření na stálé náklady. Nicméně, tržby společnosti se snížily o 3,4 procenta na 3,1 miliard Kč v porovnání s minulým rokem. (heinekenceskarepublika.cz)

Graf 5: Vývoj výstavu a prodejů piva pivovaru Heineken



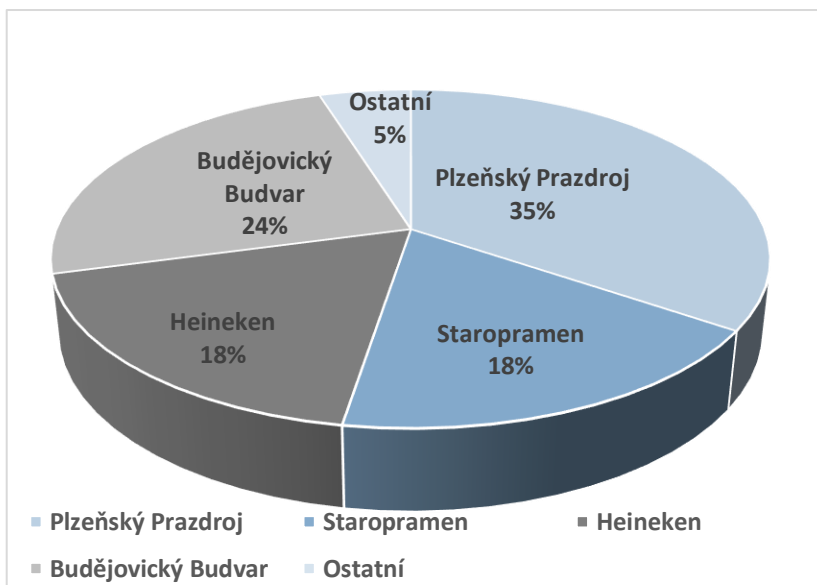
Zdroj: Vlastní zpracování dle Výroční zprávy pivovaru Heineken

Srovnání vývoje exportu vybraných pivovarů

Na 6. grafu je znázorněn vývoz piva od různých pivovarů v České republice. Česká republika je domovem velkého počtu pivovarů, které se mohou chlubit svou prosperitou a úspěšností jak v tuzemsku, tak i v ostatních státech, kam ročně vyváží obrovské množství svého zboží. Plzeňský Prazdroj zůstává největším pivovarem v ČR, a pokud jde o objem exportu, ten v roce 2021 činil 1700 tisíc hektolitrů piva. Druhý pivovar, Budějovický Budvar, je vzápětí za Prazdrojem, s exportem 1200 tisíc hektolitrů. Staropramen dosáhl třetího největšího objemu exportu s 890 tisíci hektolitry, a čtvrtým největším co to exportu je Heineken, jenž dosáhl

900 tisíc hektolitrů. Graf také znázorňuje zbylé, menší pivovary, které celkem vyvezli 240 tisíc hektolitrů. (heinekenceskarepublika.cz)

Graf 6: Srovnání Pivovarů podle exportu za rok 2020



Zdroj: Vlastní zpracování

3.13 Spotřeba piva v ČR

Mezi nejvýznamnější země v oblasti pivovarnictví patří Česká republika, která si dlouhodobě udržuje svou pozici na světovém trhu s pivem. Spotřeba piva v ČR patří mezi nejvyšší na světě a tvoří významnou součást tradiční české kultury a hospodářství. Pivo je v ČR dostupné v široké škále variant, od tradičních světlých a tmavých ležáků po speciální piva s různými příchutěmi. V posledních letech se také stále více objevují na trhu nealkoholická piva a pivní míchané nápoje. Pivo v ČR se tradičně spojuje s kulturními a společenskými událostmi, jako jsou festivaly, sportovní utkání a rodinné oslavy.

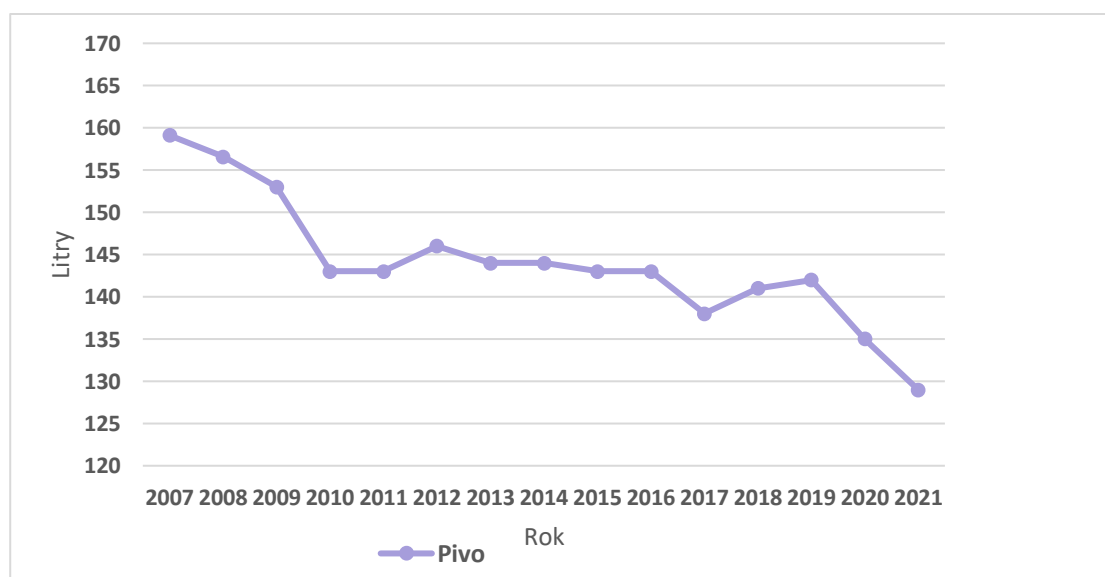
3.13.1 Spotřeba piva na 1 obyvatele

Graf číslo 7 ukazuje vývoj spotřeby piva na 1 obyvatele v letech 2007-2021. Během let 2007 až 2010 se spotřeba piva na jednoho obyvatele v České republice mírně snížila. Podle dat zveřejněných Českým statistickým úřadem spotřeba piva na obyvatele klesla ze 159 litrů v

roce 2007 na 143 litrů v roce 2010. Existuje několik faktorů, které mohly přispět k tomuto poklesu. Jedním z důvodů může být celkový ekonomický pokles v této době, který mohl vést ke snížení nákupní síly a tedy i spotřeby alkoholu. Dalším faktorem může být rostoucí povědomí o negativních dopadech nadměrné konzumace alkoholu na zdraví a celkové blaho obyvatel. Zároveň však stále platí, že Česká republika patří k zemím s nejvyšší spotřebou piva na jednoho obyvatele na světě, takže pokles spotřeby v této oblasti v rámci několika let neznamenal významnou změnu v celkových trendech. V roce 2014 každý obyvateľ vypil průměrně 144 litrů piva za rok, což je stejný počet jako v předchozím roce. (ČSPS, 2017)

V roce 2016 začal být viditelný rozdíl mezi tím, kde Češi pijí pivo, a tedy zda ho pijí v restauračních zařízeních, nebo ho kupují v obchodě. Říká se tomu poměr spotřeby on-trade a off-trade, kdy on-trade jsou již zmiňované restaurace, které činily 40 procent. Zároveň se ve stejném roce zvýšila spotřeba čepovaného piva v tuzemsku po deseti letech, a to o 0,7 procenta. Spotřeba piva v České republice se v roce 2016 po mnoha letech stabilizovala. Její úroveň na jednoho obyvatele zůstala stejná jako v minulém roce, což může být dáno zejména růstem počtu obyvatel v zemi. Co se týče PET lahví, jejich spotřeba mírně vzrostla, stejně jako u plechovek piva dle objemů. Skleněné pivní lahve měly přibližně stejnou spotřebu jako v předchozím roce. Cisterny u sudového piva zaznamenaly mírný nárůst o 2 procenta, zatímco u klasických sudů došlo k poklesu o 4 procenta. (ČSPS, 2017)

Graf 7: Vývoj spotřeby piva na 1 obyvatele v ČR

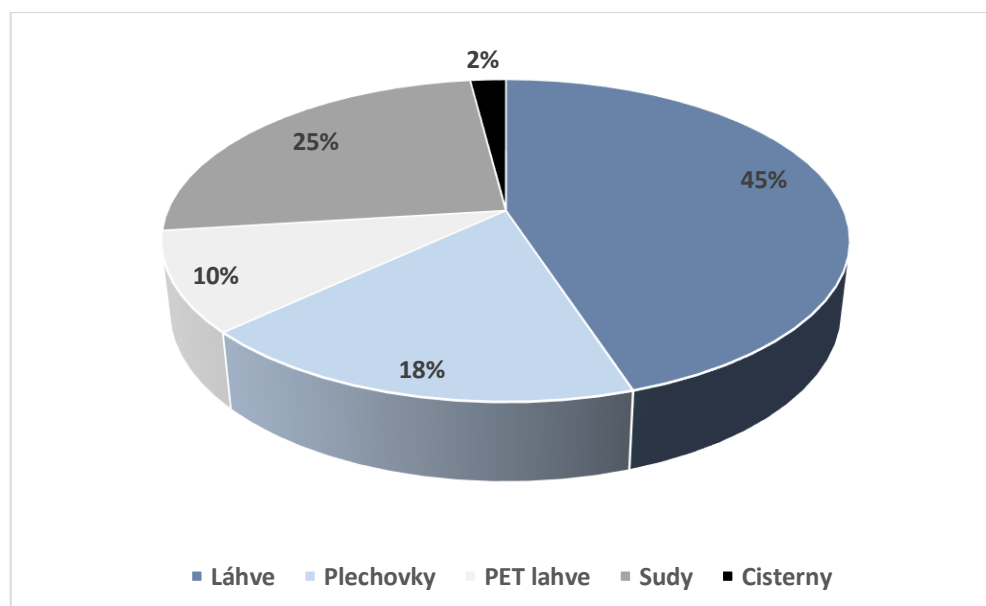


Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

V roce 2017 došlo v ČR k nárůstu spotřeby piva. Celkově bylo na jednoho obyvatele vypito 141 litrů piva, což znamená meziroční nárůst o šest velkých piv. Mezi lety 2018 a 2019 spotřeba piva na jednoho obyvatele vzrostla o jeden litr, což činí 142 litrů za rok na osobu. Pokud jde o prodej čepovaného piva, došlo k poklesu o jedno procento v porovnání s minulým rokem. Pivo ve skle mělo největší podíl, tedy 40 procent a PET lahve tvořily 11 procent podílu. Sudové pivo tvořilo 33 procent podílu.

V roce 2020 roční spotřeba nadále klesala a dostala se až na nejnižší úroveň od 60. let minulého století, kdy činila 135 litrů. Celková produkce piva také klesla, a to na úroveň 20 milionů hektolitřů, což byl pokles o 1,5 milionů hektolitřů oproti minulému roku. Restaurační zařízení a hospody byly totiž po většinu času uzavřeny či omezeny kvůli koronavirovým restrikcím. Obal, který se nejvíce prodával, byla klasická pivní lahev, což představuje 46 % podíl na celkovém výstavu. Na druhém místě byly sudy, které se staly méně oblíbeným obalem a představují 25% podíl z celkového výstavu a plechovky s 15% podílem z celkového výstavu, zatímco cisterny zaznamenaly pouze 2% podíl z celkového výstavu. Podíl PET lahví zůstal stejný, tedy 12% podíl z celkového výstavu. (ČSPS, 2022)

Graf 8: Podíl prodeje piva v závislosti na využívaném obalu za rok 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

V roce 2021 byla v České republice zaznamenána pátá nejnižší roční spotřeba piva od roku 1949, a to přesně 129 litrů na obyvatele. Navzdory poklesu výroby o 2,7 % se pivovarům podařilo úspěšně se adaptovat na nově vzniklou situaci a aktivně podporovat své odběratele. Celkový objem výroby piva se snížil o 563 tisíc hektolitrů oproti předchozímu roku, a to na hodnotu 19600 tis. hektolitrů. Hospody a restaurace spotřebovaly čtvrtinu z celkového objemu prodaného piva určeného pro český trh. Mezi prodanými druhy obalu zůstalo pivo v lahvích nejvyhledávanějším s podílem 45 %. Pivo v plechovkách ale zaznamenalo velmi vysoký nárůst, a to o 34% oproti předešlému roku. To tvořilo podíl 19% z celkového počtu prodaných piv. S pětinovým podílem si pivo v sudech udrželo svou pozici z minulého roku. Na druhé straně ale došlo k dalšímu snížení podílu piva v PET lahvích z 11 % na 10 %. Velmi malá část, pouze 2 % celkového množství piva, byla prodána ve velkých cisternách. (ČSPS, 2022)

3.13.2 Spotřeba piva v ČR podle druhů

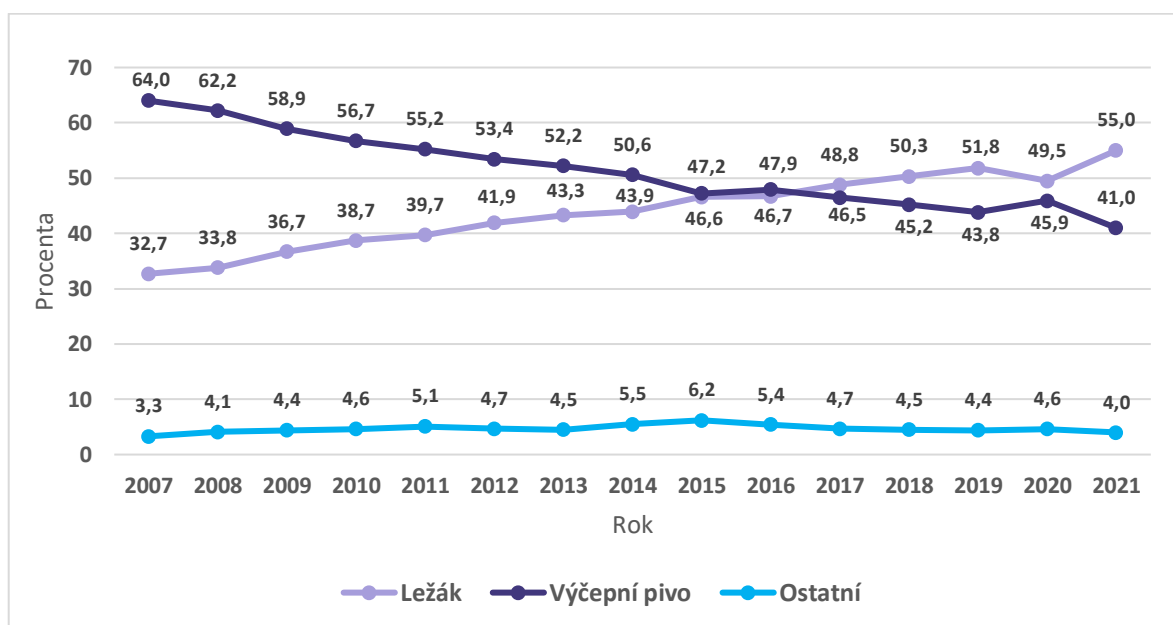
Graf číslo 9 ukazuje, že mezi lety 2007 a 2015 došlo v České republice k výrazné změně v konzumaci pivních druhů. Podíl výčepního piva se každoročně snižoval, zatímco ležáky naopak získávaly na popularitě. Ostatní druhy piva, jako pivní mixy a speciály, rostly pomaleji. V roce 2015 se poprvé setkaly křivky spotřeby výčepního piva a ležáků, které dosáhly téměř stejné úrovně (47 %). U celkové spotřeby speciálních piv bylo zaznamenáno zvýšení od roku 2010 až do roku 2015 o 1/3.

Následující rok byl velmi úspěšný, co se týče výčepního piva i ležáků. Po mnoha letech data ukazují, že na domácím trhu došlo k nárůstu výčepního piva téměř o 1%. Oba druhy piv tak zůstávají vyrovnané a představují téměř 50% domácí spotřeby.

Po několika dekádách se ležáky v roce 2017 opět zařadily mezi nejvíce prodávané druhy piva. Oproti tomu došlo u výčepních piv k poklesu na 47%. Tyto změny jsou však přirozené, protože trh balancuje a přizpůsobuje se západním evropským zemím, kde jsou ležáky tradičně více oblíbené a prodávané. Tento trend byl v České republice již před rokem 1989. V důsledku zániku hospod se sice snižovala poptávka po čepovaném pivu, ale zároveň se zvyšoval zájem o silnější ležáky a speciální piva obecně. Výroba nealkoholického piva a pivních mixů tvořila v roce 2017 téměř pět procent celkové produkce. Spotřeba výčepního

piva klesla v roce 2018 na 45,2 procenta, zatímco spotřeba ležáků stoupala a v tomtéž roce představovala 50,3 procenta trhu. Například u Gambrinusu se zvýšily prodeje jedenáctistupňového piva o 11 procent. Ležáky, tedy spodně kvašená piva s obsahem alkoholu mezi 11 % a 12 %, si v roce 2018 zlepšily svou pozici na tuzemském trhu o další jeden a půl procentního bodu. (ČSPS, 2022)

Graf 9: Vývoj podílu spotřeby piva podle druhu mezi lety 2007 - 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

Konzumace piva v České republice prochází postupnými změnami. Klasická výčepní piva ztrácejí na oblíbenosti a lidé se stále více zajímají o zajímavé speciality s vyšší stupňovitostí. V roce 2020 došlo k poklesu výčepního piva o přibližně 9 procent. Negativní dopad na prodeje čepovaného piva byla zejména otvírací doba restaurací po jejich opětovném otevření nebo zrušení velkých festivalů a sportovních událostí. Zároveň však rostly prodeje ležáků a jedenáctistupňových piv, což naznačuje trend premiumizace. Zvláště oblíbené jsou ležáky jako Pilsner Urquell, Radegast Ryze Hořká 12 a Velkopopovický Kozel 11. Dlouhodobě se také zvyšuje zájem o nealkoholická piva, jako je například Birell, a to včetně jeho ochucených variant. Spotřeba ležáků se v posledních deseti letech mírně stabilně zvyšuje a to o více než 16 %. Rostoucí trend zaznamenávají také nealkoholická piva a míchané nápoje na bázi piva. (ČSPS, 2022)

Ležák zůstává i v roce 2021 nejoblíbenějším druhem piva, což jsou piva s obsahem alkoholu mezi 11 až 12 stupni, a tvoří 55 procent celkové produkce. Výčepní pivo tvoří téměř 41 procent a kategorie ostatních piv tvoří čtyři procenta celkové produkce.

3.14 Výstav piva v ČR v milionech hl

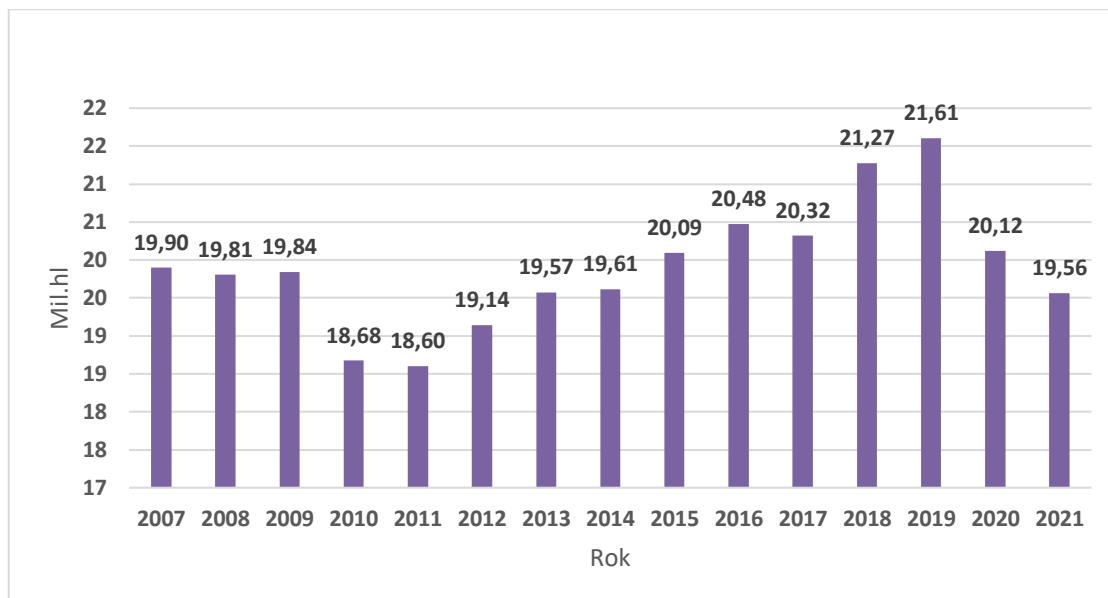
Česká republika je země, která se může pochlubit jedním z nejvyšších spotřeb piva na světě a to nejen díky své tradici a historii, ale také díky výrobě kvalitního piva. Mezi lety 2007 a 2021 se výroba piva v ČR vyvíjela velmi pozitivně. V roce 1993 se republika rozdělila a u nás se vytvořilo 17,4 mil. hl piva. Jeho produkce s malými výkyvy rostla až do roku 2006, kdy pokořila hranici 20 mil. hl. Finanční krize způsobila poměrně velký pokles objemu produkce. V roce 1993 se republika rozdělila a produkce u nás byla více než 17 mil. hl piva. Tato produkce s malými výkyvy rostla až do roku 2006, kdy přesáhla hranici 20 mil. hl. Poté přišla finanční krize, kvůli které nastal poměrně velký pokles objemu produkce. V roce 2007 dosáhla výroba piva v ČR 19,8 milionů hektolitrů, tento růst se však zastavil v roce 2009 a o rok později zažily české pivovary nejtěžší období od roku 1989. Výroba piva poklesla o 6,5 procenta v roce 2009 a o dalších 12 procent v roce 2010. Tato situace byla způsobena nejen ekonomickou recesí, ale také zvýšením spotřební daně na pivo a úbytkem turistů. (ČSPS, 2022)

Nicméně, od roku 2011 se celková produkce českých pivovarů mírně zvyšovala, i když stále nedosahovala úrovně před ekonomickou krizí v roce 2009. Po několika letech, v roce 2015 padl v České republice rekord v objemu výroby. Ten byl 20 milionů hektolitrů a oproti předchozímu roku se zvýšil o 2,2 procenta. V dalším roce došlo taktéž k nárůstu, a to o 1,3 procenta. Celková výroba piva a nealkoholických nápojů tedy dosáhla nového rekordu 20,5 milionů hektolitrů.

V roce 2018 se českým pivovarům podařilo dosáhnout doposud nejvyššího objemu výroby piva, která dosáhla 21,3 milionu hektolitrů. Bylo to způsobeno opět díky exportu, který se meziročně zvýšil o 11,8 %. Zvýšení celkového výstavu bylo zapříčiněno především poptávkou z ostatních států, kdežto zájem rostl i v tuzemsku, a to především o balené pivo. I když se české pivovary potýkaly s řadou výzev v minulosti, od roku 2015 se situace začala postupně zlepšovat a v roce 2018 se podařilo dosáhnout rekordní produkce. Výrobky

pivovarského průmyslu z České republiky si zachovávají svou vysokou kvalitu a mají významný hospodářský vliv na celou zemi. (ČSPS, 2022)

Graf 10: Výstav piva v České republice mez lety 2007 – 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

Výroba piva v České republice v roce 2019 dosáhla maximálního množství za celé sledované období. Představovala 21,6 milionu hektolitrů, tedy 2% nárůst oproti předchozímu roku. Růst byl opět podpořen exportem a to již podruhé v řadě. Export se meziročně zvýšil o 4,6 procenta, zatímco nealkoholické pivo se dokonce zvýšilo téměř o 23%. Následující rok se ale produkce propadla, a to v důsledku vládních opatření souvisejících s pandemií koronaviru. Mnoho pivovarů se ocitlo v potížích a některé musely dokonce ukončit svou činnost a propustit zaměstnance. Jedním z příkladů je skupina Pivovary Lobkowicz Group, která se rozhodla uzavřít varny v Uherském Brodě, Vysokém Chlumci a Klášteře kvůli poklesu poptávky po svých produktech na domácím trhu a snížení celkové produkce. (ČSPS, 2022)

3.15 Export a Import piva v ČR

Export piva v ČR

České pivo je jedno z našich nejvýznamnějších exportních komodit. V zahraničí je české pivo velmi ceněno a jeho značka pomáhá i při exportu pivovarských technologií a surovin používaných při jeho výrobě. Graf číslo 11 uvádí celkové množství exportovaného piva z České republiky v letech 2009 až 2021, rozdělené podle exportu do zemí Evropské unie, mimo EU a nealkoholických nápojů.

Celkový export piva se v období 2009 až 2021 zvyšoval s výjimkou roku 2011 a 2020, kdy došlo k mírnému poklesu. Z grafu číslo 11 je patrné, že většina exportu směřovala do zemí EU, které zůstávají tradičními odběrateli českého piva. Nicméně, export do zemí mimo EU rostl rychleji, a to zejména v posledních letech, kdy se téměř zdvojnásobil. Důležité je také sledovat export nealkoholického piva, který zůstává na stabilní úrovni. Z tabulky také vyplývá, že export nealkoholických nápojů se v průběhu let držel na poměrně nízké úrovni, s výjimkou nárůstu v roce 2013, kdy se zvýšil o 23 tisíc hektolitrů. (ČSPS, 2022)

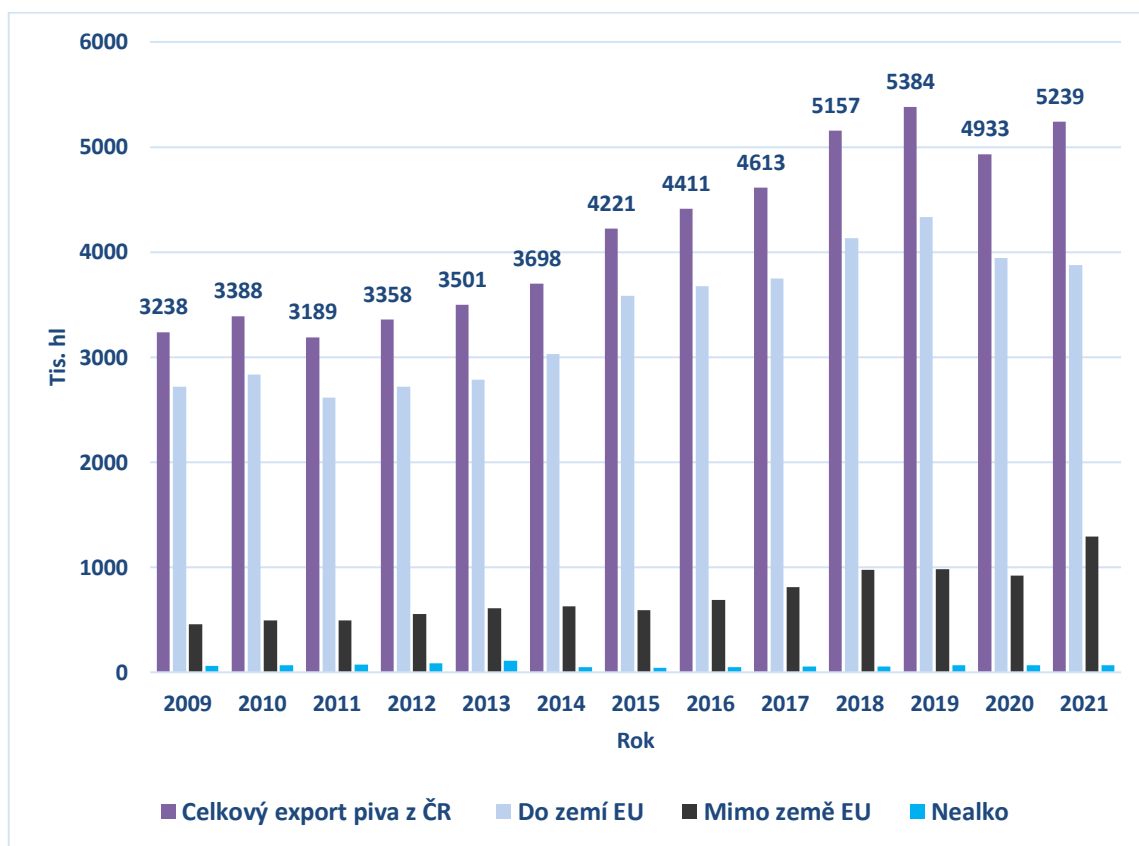
Při pohledu na vývoj exportu do zemí Evropské unie lze vidět, že v roce 2015 došlo k velkému nárůstu, kdy se export zvýšil o více než 500 tis. hl. piva. Od té doby dochází k mírnému nárůstu tohoto trendu, kromě let 2020 a 2021, kdy se export snížil. V průběhu nedávných let byl každý následující rok rekordním rokem v oblasti exportu českého piva. V roce 2018 se export českého piva do zahraničí zvýšil o 11,9 % ve srovnání s předchozím rokem. Největší podíl na objemu exportu představovala opět EU, v níž export rostl o 10%.

V roce 2019 vzrostl celkový objem exportu českého piva téměř o 5% a to 5,4 milionů hektolitrů. Export mimo země Evropské unie byl také velmi pozitivní, vzrostl o 20 %, což je obrovská progrese a tvořil téměř čtvrtinu celkového objemu exportu piva. Obzvláště nealkoholické pivo se stávalo stále populárnější a zaznamenalo meziroční nárůst exportu o 20 %. Po devíti letech došlo v roce 2020 ke snížení vývozu piva v důsledku opatření spojených s pandemií. Celkový vývoz piva v roce 2020 činil 5 milionů hektolitrů, což představuje pokles o 381 tisíc hektolitrů oproti předchozímu roku. Nicméně v roce 2021 se podařilo zvýšit objem vývozu piva a vrátit se na úroveň z roku 2019. (ČSPS, 2022)

Celkově se exportovalo 5,24 tisíc hektolitrů piva do více než 80 zemí světa. Množství exportovaného piva mělo 27% podíl na celkovém výstavu piva a zvýšilo se o 236 tisíc hektolitrů v porovnání s předchozím rokem.

Celkově lze říci, že české pivo si v zahraničí udržuje vysokou kvalitu a zájem o něj roste. Růst exportu piva do zemí mimo EU značí, že české pivo je stále více populární v zemích mimo Evropu, což může být důsledkem intenzivního propagování českého piva v různých zemích světa i jeho jedinečné chuti a složení. (ČSPS, 2022)

Graf 11: Export piva z ČR podle zemí



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

Import piva do ČR

Graf číslo 12 představuje data o dovozu piva do České republiky v letech 2009 až 2021, vyjádřených v tisících hektolitrech. Celkový dovoz piva se pohybuje od 291 tisíc hektolitrů v roce 2014 až po nejvyšší hodnotu 768 tisíc hektolitrů v roce 2010.

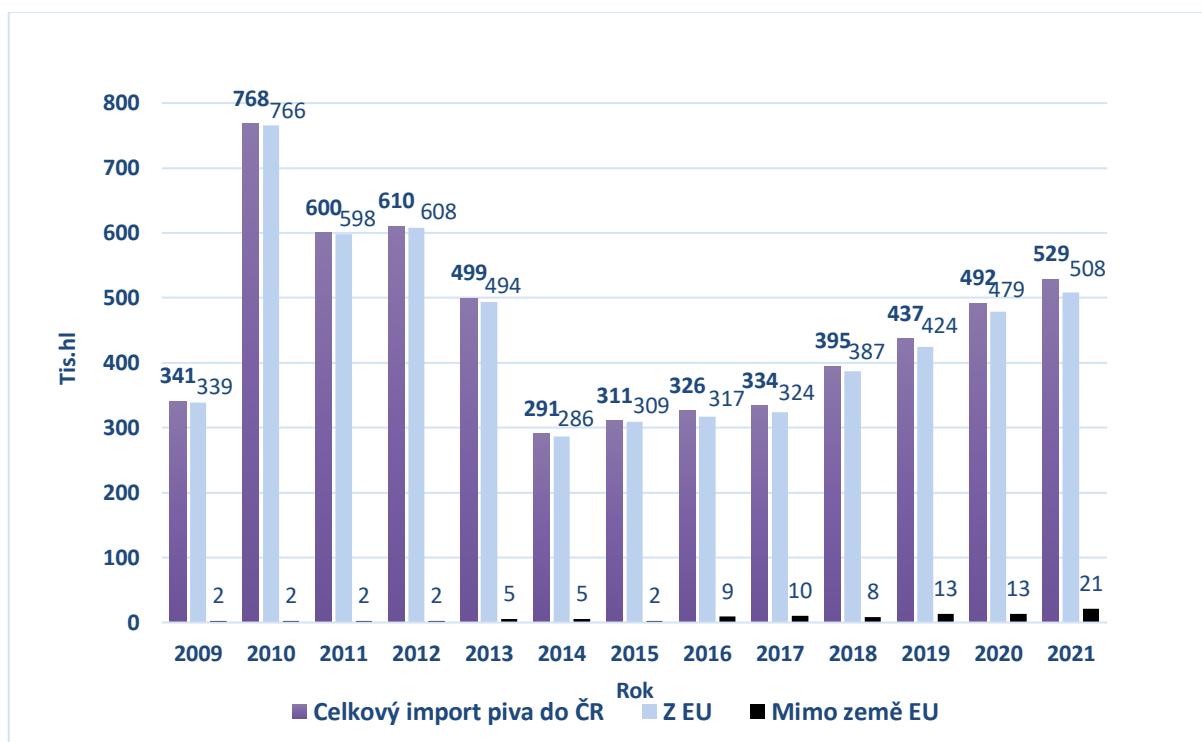
V roce 2010 byl zaznamenán největší dovoz piva v České republice za celé sledované období, a to z větší části díky Polsku. Dovoz z Evropské unie v tomto roce se zvýšil na 766 tisíc hektolitrů, což byl nárůst o dvě třetiny v porovnání s předchozím rokem. Tento skok byl jednorázový a byl způsoben zvýšenou spotřební daní, což vedlo k vyšším cenám piva. Zdražení se krátkodobé řetězce snažily řešit dovozem nejlevnějších značek za tak nízkou cenu, jakou tuzemští výrobci nebyli ochotni nabídnout.

Od roku 2010 začal import až do roku 2014 klesat, kdy dosáhl nejnižší hodnoty za celé sledované období, a to 291 tis. hl. O rok později import piva sice vzrostl o 7,3 procent, ale vzhledem k poměru domácí spotřeby a importovaného piva zůstal na nejnižší úrovni v Evropě. Hodnoty piva pocházejícího ze zemí mimo EU se pohybovaly od 2 tisíc hektolitrů v letech 2009 až 2012, až po nejvyšší hodnotu 21 tisíc hektolitrů v roce 2021.

V roce 2019 byl zaznamenán nárůst celkového dovozu piva o 11 % z 395 tisíc hektolitrů na 437 tisíc hektolitrů. Tento trend se projevil také u dovozu piva z Evropské unie, kde došlo k růstu téměř o 10 %. V případě dovozu piva převažovalo pivo v plechovce s objemem do 10 l, což tvořilo více než polovinu celkového objemu. Co se týče nealkoholického piva, tak v roce 2019 se větší podíl nacházel v dovozu než ve vývozu, a to 14,6 %.

V České republice se v roce 2021 dováželo převážně pivo z Evropské unie, a to zhruba 96% z celkového objemu dovozu piva. Naopak, import piva z ostatních zemí mimo Evropu byl minimální a zastával pouze asi 4% z celkového dovozu. V posledních letech převyšoval objem vyvezeného piva z ČR do zahraničí nad objemem dovozu. Tento exportní trend představuje pozitivní vliv na celkovou bilanci zahraničního obchodu ČR. (ČSPS, 2022)

Graf 12: Import piva do ČR podle zemí

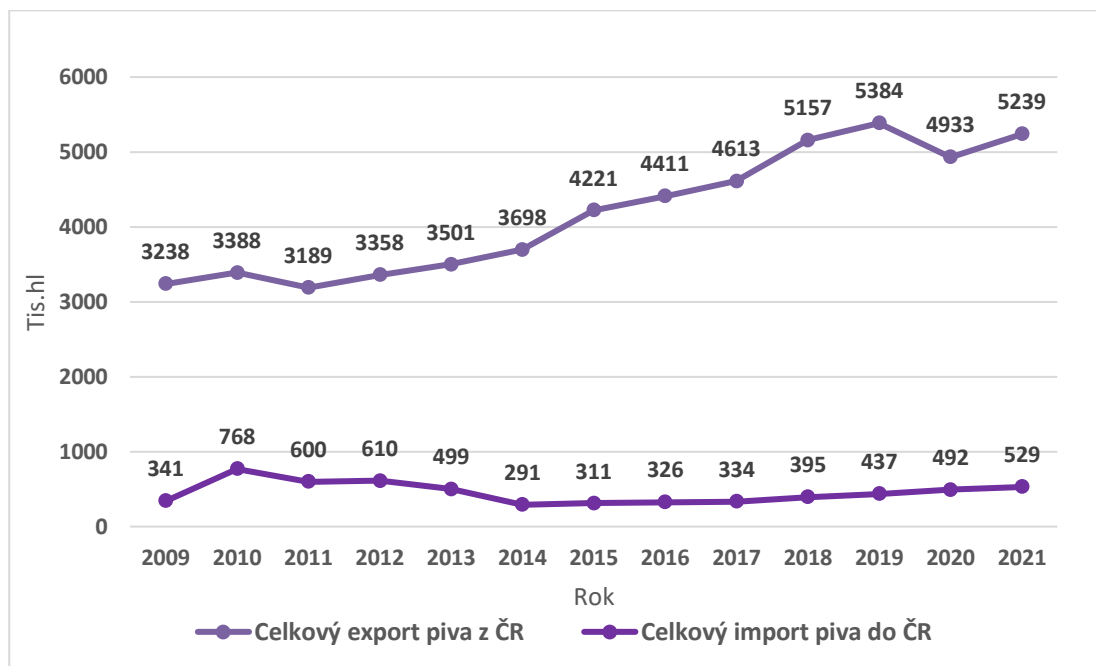


Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

V grafu číslo 13 je srovnání importu a exportu piva. Graf ukazuje, že import piva do České republiky se pohyboval v řádu několika set tisíc hektolitrů ročně, zatímco export piva z ČR byl zhruba desetkrát vyšší. To znamená, že Česká republika je významným vývozcem piva do zahraničí. Nejvyšší objem exportu byl zaznamenán v roce 2019, kdy bylo vyvezeno 5 384 tisíc hektolitrů piva. Naopak nejnižší objem exportu byl v roce 2011, kdy bylo vyvezeno pouze 3 189 tisíc hektolitrů piva. Největší nárůst importu byl zaznamenán v roce 2010, kdy se zvýšil o více než dvojnásobek. V následujících letech pak většinou klesal nebo stagnoval, od roku 2014 začal ale opět mírně růst.

Z toho vyplývá, že pivní průmysl v České republice je v současné době velmi silný a úspěšný na mezinárodních trzích. Ačkoliv dochází k importu piva do země, objem exportu je mnohonásobně vyšší než objem importu. To naznačuje, že české pivo má ve světě silnou pozici a má mezi zákazníky vysokou poptávku. (ČSPS, 2022)

Graf 13: Porovnání Exportu a Importu piva v ČR



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

3.16 Export a Import piva v ČR dle zemí

Export českého piva je jedním z nejvýznamnějších obchodních artiklů naší země, přičemž zahraničí si cení jak samotného piva, tak i pivovarských technologií a surovin potřebných k jeho výrobě. V posledních letech bylo exportováno rekordní množství piva každý následující rok, ale pandemie covid-19 způsobila mírný pokles exportu v roce 2020. Nicméně v roce 2021 se export vrátil na úroveň z roku 2019. (eAGRI, 2022)

Vývoz piva z ČR dle hlavních odběratelských zemí

Česká republika je známá svým pivem, a tak není překvapením, že pivní průmysl patří mezi klíčové odvětví v zemi. Export piva z ČR do zahraničí hraje důležitou roli v ekonomice země.

Tabulka číslo 5 ukazuje hodnoty exportu piva do sedmi různých zemí, kam se pivo vyváží nejvíce během let 2010 až 2021. V období mezi lety 2010 a 2012 se export piva z ČR snížil,

přičemž zaznamenal velký pokles i mezi lety 2011 a 2012. Avšak, od roku 2013 se opět zvyšoval a postupně se zlepšoval až do roku 2021, kdy dosáhl svého vrcholu.

Německo a Slovensko jsou největšími odběrateli českého piva, s téměř stejným objemem během sledovaného období. Oba trhy jsou důležité pro české pivo a jejich poptávka stále roste. Polsko, Švédsko a Ruská federace jsou také významnými odběrateli českého piva. V důsledku toho, že Rusko v roce 2015 zakázalo dovozu a vývozu některého zboží, se také propadla hodnota rublu a tím pádem došlo k prudkému poklesu exportu českého piva do Ruska. Přesto se Rusko i nadále řadí mezi významné odběratele českého piva mimo země EU. Stejně tak i Velká Británie patří k odběratelům českého piva, export do této země se však v průběhu let snižuje. Export do USA se drží stabilně na stejné úrovni.

Export piva z ČR do zahraničí je důležitým ekonomickým faktorem a přispívá k rozvoji pivního průmyslu v zemi. Zdrojem růstu a poklesu exportu je mnoho faktorů, jako jsou například změny v obchodních vztazích, zvýšená konkurence na trhu nebo změny v oblíbenosti českého piva v zahraničí. Export do Německa zůstal téměř po celé sledované období nejvyšší, přičemž se postupně zvyšoval z 1 129,7 tisíce hektolitrů v roce 2010 na 1 160,5 milionu litrů v roce 2021. Export na Slovensko také vzrostl a potvrdil druhé místo s 1 123,1 tisíce hektolitrů v roce 2021. Naopak, export do USA a Velké Británie poklesl na 90,1 a 132,5 tisíce hektolitrů v roce 2021. Vývoj exportu piva do Ruska byl nevyrovnaný, s výrazným propadem v roce 2015 a 2020. Pokles exportu do USA v letech 2017 až 2019 mohl být způsoben zvýšenými tarify na evropské výrobky, které byly zavedeny Trumpovou administrativou. (eAGRI, 2022)

V roce 2018 jsme zaznamenali výrazný nárůst vývozu českého piva na Slovensko a Německo, našich nejsilnějších obchodních partnerů, kde se zvýšil export o 14 % a 9 %. V obou zemích jsme prodali více než jeden milion hektolitrů českého piva. V Maďarsku jsme zaznamenali téměř 60% nárůst exportu. Co se týče vývozu do zemí mimo EU, Rusko bylo na prvním místě s 54% nárůstem v roce 2018, kdy se exportovalo 375 tisíc hektolitrů piva. Navzdory těmto výkyvům však export piva z České republiky zůstává vysoký a Česká republika je stále jedním z největších světových producentů a vývozců piva. Pivo z České republiky je obecně považováno za kvalitní a má vynikající pověst po celém světě, což zajišťuje stabilitu exportu do dalších zemí. (eAGRI, 2022)

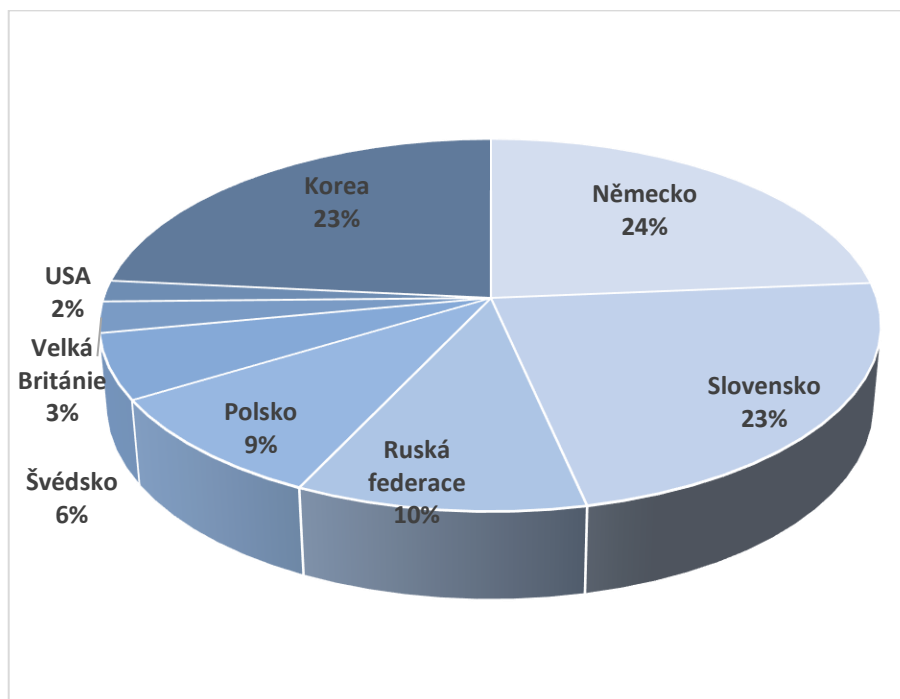
Tabulka 5: Vývoz piva z ČR dle hlavních odběratelských zemí (tis. hl)

Rok	Německo	Slovensko	Ruská federace	Polsko	Švédsko	Velká Británie	USA
2010	1 129,7	691,4	218,9	46,6	223,8	217,2	116,4
2011	1 025,7	688,7	218,5	98,0	213,8	225,6	114,2
2012	821,7	575,8	239,6	299,1	242,6	173,2	108,1
2013	883,6	708,0	218,4	367,0	267,9	205,8	85,8
2014	899,1	944,8	247,6	264,1	254,9	226,2	87,4
2015	949,0	1 168,1	152,2	406,2	276,8	251,0	98,3
2016	982,3	1 181,1	177,3	427,3	264,8	232,2	92,0
2017	962,0	1 190,3	242,2	401,7	243,6	267,9	88,2
2018	1 053,5	1 327,3	374,3	435,1	271,7	232,5	86,8
2019	1 070,8	1 366,8	391,9	476,9	276,3	196,9	81,9
2020	1 104,6	1 282,9	465,3	390,4	271,7	178,3	83,3
2021	1 160,5	1 123,1	513,1	454,1	277,7	132,5	90,1

Zdroj: Vlastní zpracování dle eAGRI

V roce 2021 měly největší podíl exportu státy v Evropské unii, a to hlavně státy sousedící s Českou republikou. Konkrétně Slovensko s 1, 15 miliony hektolitrů, Rakousko s 0,513 mil. hl a Německo s 1,12 mil. hl. Export, který 2,7 milionu hektolitrů byl do více než 80 zemí světa v celkovém množství 5,24 milionů hektolitrů. Dalšími významnými příjemci českého piva mimo Evropskou unii byly Rusko, Korejská republika, USA a Kanada. Export vzhledem k výstavu celkem představovat 28% a oproti minulému roku se zvýšil o 240 tis. hektolitrů. (eAGRI, 2022)

Tabulka 6: Export piva z ČR dle zemí za rok 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

Dovoz piva z ČR dle hlavních odběratelských zemí (tis. hl)

Tabulka číslo 7 ukazuje hodnoty dovozu piva ze šesti různých zemí do České republiky v průběhu let 2010 až 2021. Polsko, Maďarsko a Německo jsou nejčastějšími dovozci piva do České republiky. V roce 2010 bylo z Polska dovezeno nejvíce piva, zatímco Maďarsko bylo na druhém místě. Polsko bylo největším dodavatelem piva až do roku 2020, ale v roce 2021 došlo k mírnému poklesu dovozu piva z Polska a Německa, zatímco Maďarsko zaznamenalo výrazný nárůst.

Od roku 2012 se objem dovozu piva z Maďarska výrazně snížil kvůli hospodářské krizi v této zemi. I když je Česká republika známá jako země piva, stále se dováží velké množství piv z jiných zemí kvůli různorodosti chutí a pivních stylů. Množství a pořadí zemí, ze kterých se dováží pivo do země, se každý rok mění. V roce 2018 bylo dovezeno téměř o 18,3 % více piva zahraničního původu než v roce předchozím, což odpovídalo 395 tisícům hektolitrů a zhruba 2,5 % celkové spotřeby v zemi. Mexiko se stala zemí s největším podílem na dovozu piva mimo EU. Nejvíce dovážené pivo do země však tradičně pochází z Polska, následováno Maďarskem a Německem. V roce 2021 bylo nejvíce piva do České republiky dovezeno z

Maďarska, následované Polskem a Německem. V průběhu let se hodnoty dovozu piva výrazně mění, což může být způsobeno různými faktory, jako jsou hospodářské podmínky v jednotlivých zemích, kurzy měn a nárůst popularity místních piv. Pandemie covidu-19 v roce 2020 a 2021 také ovlivnila vývoj importu piva do České republiky tím, že ovlivnila hospodářskou situaci a spotřebitelské návyky. (eAGRI, 2022)

Tabulka 7: Import piva z ČR dle hlavních dodavatelských zemí (tis. hl)

Rok	Maďarsko	Polsko	Německo	Slovensko	Nizozemsko	Rakousko
2010	148,7	320,8	89,7	183,7	7,1	34,9
2011	190,6	285,9	58,1	12,8	10	42,8
2012	43,6	197	44,2	108,1	16	73,6
2013	66,1	214,7	61,7	111,7	8,1	3,7
2014	23,8	150,3	53,7	20,6	14,8	1,2
2015	20,5	213,3	52,3	2,4	19,6	1,1
2016	14,2	150,8	39,3	3,1	18,1	3,3
2017	38,6	172,1	40,9	6,1	17,6	4
2018	57,9	178,8	43,2	10,1	19,7	4,6
2019	73,6	182	65,4	7,9	17,3	19,7
2020	124,9	158,4	91,6	32,6	15,6	9,5
2021	166,5	141,1	73,1	55,4	17,2	7,4

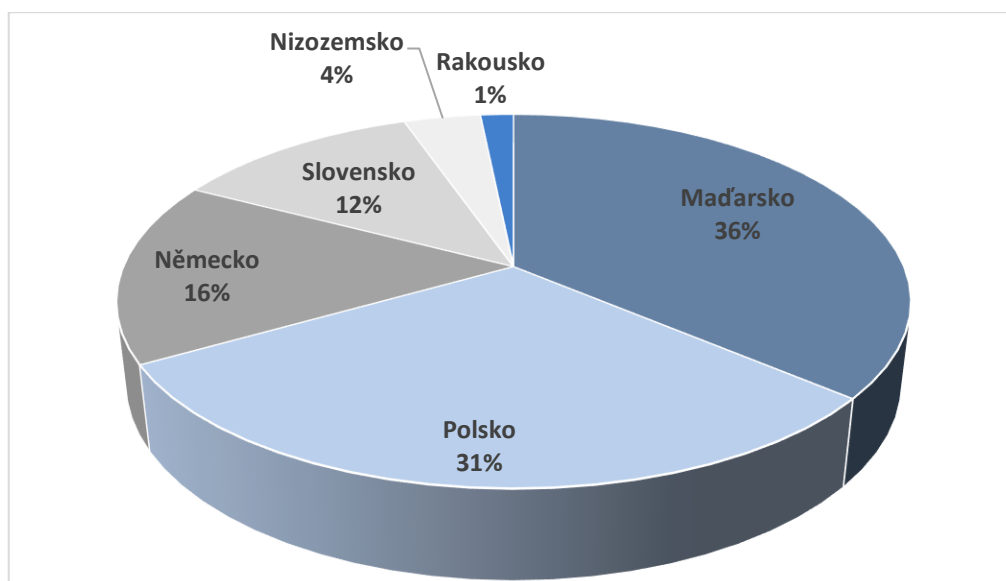
Zdroj: Vlastní zpracování dle eAGRI

Graf číslo 8 ukazuje dovoz piva ze 7 významných zemí do České republiky v roce 2021. Celkový dovoz piva do České republiky dosáhl 537,6 tisíc hektolitrů z různých částí světa. Největší podíl mělo Maďarsko s celkovým objemem 166,5 tisíc hektolitrů, což tvoří téměř třetinu celkového dovozu. To může být překvapivé, jelikož Česká republika má bohatou pivní kulturu a vyrábí svá vlastní kvalitní piva. Nicméně, maďarská piva jsou známá svou specifickou chutí a tradicí, což může být důvodem pro zvýšený dovoz.

Následujícími nejvýznamnějšími dovozci piva byly Polsko s objemem 141,1 tisíc hektolitrů a Německo s 73,1 tisíci hektolitry. Zbývající místa obsadily Slovensko, Nizozemsko, Rakousko a ostatní země. Import ze Slovenska a Nizozemska byl zhruba poloviční oproti importu z Maďarska nebo Polska. Import z Rakouska a ostatních zemí byl relativně nízký. Import piva z ostatních zemí, které nejsou v tabulce specifikovány, byl celkově 76,9 tisíc hektolitrů. Mezi těmito zeměmi mohou být například Belgie, Velká Británie, Irsko nebo USA, které jsou známé svou produkcí kvalitního piva. (eAGRI, 2022)

Celkový import piva do České republiky ukazuje, že poptávka po pivech z celého světa je stále vysoká a ukazuje se, že Česká republika má i přes své domácí pivo stále zájem o jiná piva z různých částí světa.

Graf 14 : Podíl dovozu piva do ČR z nejvýznamnějších zemí v roce 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSPS

3.17 Světová produkce piva

Výroba piva ve světě rostla od 90. let 20. století až do roku 2008, avšak poté v roce 2009 došlo k propadu, který se poté zotavil především díky Asii, Africe a Jižní Americe, zatímco v Evropě klesala. Nicméně, pandemie covid-19 přerušila růst produkce piva a měla devastující dopad na pivovarnictví a s ním spojená odvětví, jako je cestovní ruch a pohostinství. Tyto obory byly mezi nejvíce postiženými segmenty pandemií a ekonomické škody v řetězci dodavatelů a odběratelů pivovarnického průmyslu se vyšplhaly do miliard korun. Gastronomické podniky byly nejhůře zasaženy, když v některých státech musely zavřít ze dne na den.

Tabulka číslo 9 ukazuje výrobu piva v deseti zemích s největší produkcí piva v letech 2017 až 2021 v porovnání s Českou republikou, která se nachází na 18. místě. Celkově je patrné, že některé země se staly stabilními producenty piva, zatímco jiné země zaznamenávají pokles produkce. Například produkce piva v Německu a České republice, dvou tradičních pivovarských zemích, v posledních letech klesla. Na druhé straně USA a Brazílie zůstávají na stabilní úrovni.

V Německu se vyrábí největší objem piva v Evropské unii, následovaný Polskem a Španělskem, které dohromady produkují polovinu celkového množství. Poté následuje skupina čtyř států, mezi nimi i Česká republika, která má jen čtvrtinovou produkci ve srovnání s Německem. Česko tvoří zhruba pět procent z celkové produkce v EU. Avšak když se zaměříme na srovnání počtu obyvatel a produkce piva, Česká republika se stává druhým největším producentem na obyvatele v Evropě, hned po Belgii.

Navzdory poklesu produkce v některých zemích, celkový trh s pivem stále roste, protože mnoho zemí zvyšuje svou produkci. Tento trend je patrný v růstu výroby piva v Mexiku či Rusku. (eAGRI, 2022)

Tabulka 8: Světová produkce piva v top 10 zemích 2017–2021 (v milionech hl)

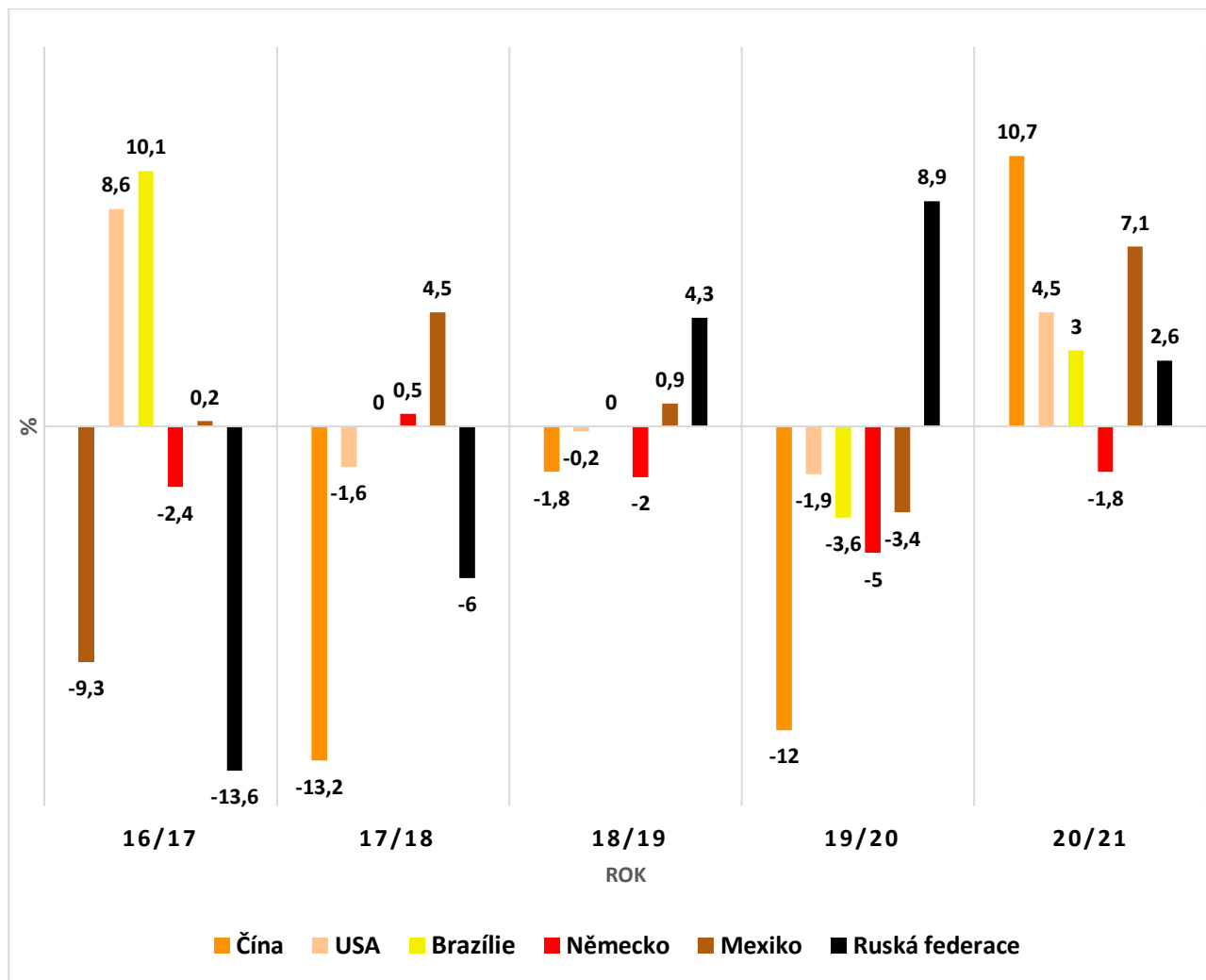
Stát/Rok	2017	2018	2019	2020	2021
Čína	440	382	375	329,9	365,3
USA	217,8	214,4	214	210	219,5
Brazílie	140	140	140	135	139
Německo	93	93,5	91,6	87	85,4
Mexiko	110	115	116	112	120
Ruská federace	74,5	70	73	79,5	81,6
Japonsko	51,6	49	52,5	44,1	45,1
Velká Británie	43,3	43	39,5	45	40,6
Polsko	40,5	40,9	41	38,4	38,2
Španělsko	37,2	38,1	39,9	34,7	38,1
Česká republika	20,3	20,8	22,4	20,1	19,3

Zdroj: Vlastní zpracování dle Brewersofeurope.org

V roce 2021 bylo vyrobeno celosvětově 1 855,5 milionů hektolitrů piva, což znamená zvýšení o pět procent oproti roku 2020. Několik zemí se staly významnými hráči na trhu s pivem. Výroba České republiky dosáhla produkce 19,3 milionů hektolitrů, což je pouze zlomkem množství produkovaného alkoholu ve srovnání s tím, co je vyrobeno v ostatních státech. Konkrétně se jedná téměř o dvacetkrát menší produkci v porovnání s Čínou. Ta se řadí na první místo v objemu produkce, protože vyrobila 365 milionů hektolitrů piva. Druhým producentem jsou Spojenými státy americké, které dosáhly produkce 220 milionů hektolitrů. Dalšími zeměmi s významnou produkcí piva jsou Brazílie, Mexiko, Německo a Rusko. Tyto země dohromady představují více než 50 % celkové světové produkce piva. To je téměř dvacetkrát více než výroba České republiky, která dosáhla produkce 19,3 milionů hektolitrů. Německo, které bývalo tradičním producentem piva, se propadlo na páté místo s výrobou 85,4 miliard litrů. (eAGRI, 2022)

Nejvýraznější růst produkce piva meziročně v roce 2021 se odehrál ve Venezuele, potom v Maďarsku a na Slovensku. Největší pokles produkce meziročně v roce 2021 byl ve Velké Británii. V roce 2022 se předpokládá další snížení produkce piva, zejména kvůli energetickému nedostatku způsobenému válkou na Ukrajině. (eAGRI, 2022)

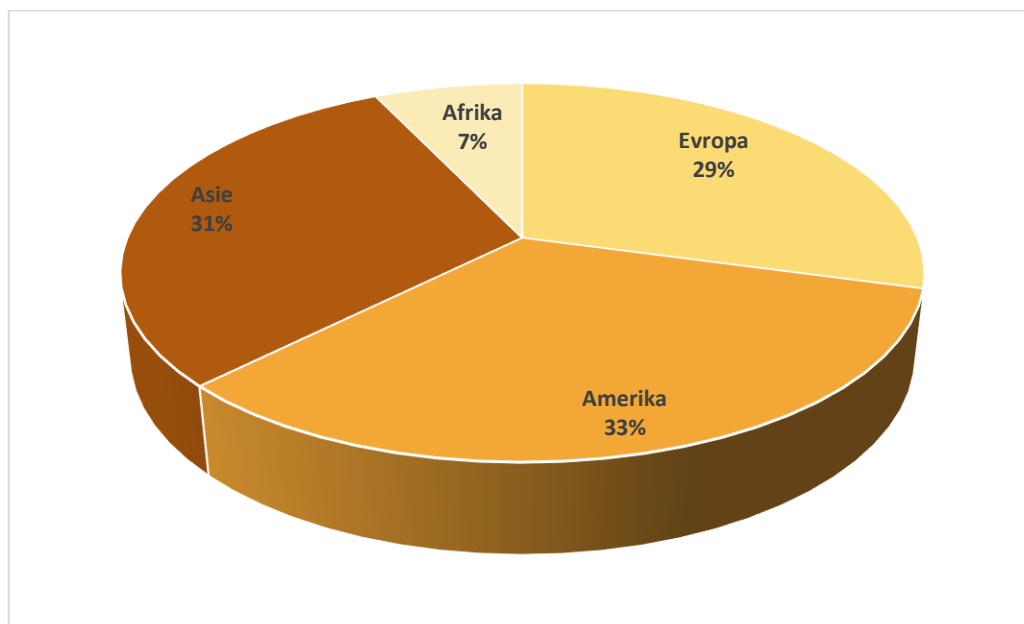
Graf 15: Meziroční změny světové produkce piva mezi lety 2016 - 2021



Zdroj: Vlastní zpracování dle Brewersofeurope.org

V grafu číslo 15 můžeme vidět světovou produkci piva dle kontinentů za rok 2021. Evropa se umístila na třetím místě v pořadí kontinentů s 519 miliony hektolitry výroby. Amerika se umístila na prvním místě s 607 miliony hektolitry a Asie na druhém místě s 570 miliony hektolitry.

Graf 16: Světová produkce piva podle kontinentů za rok 2021

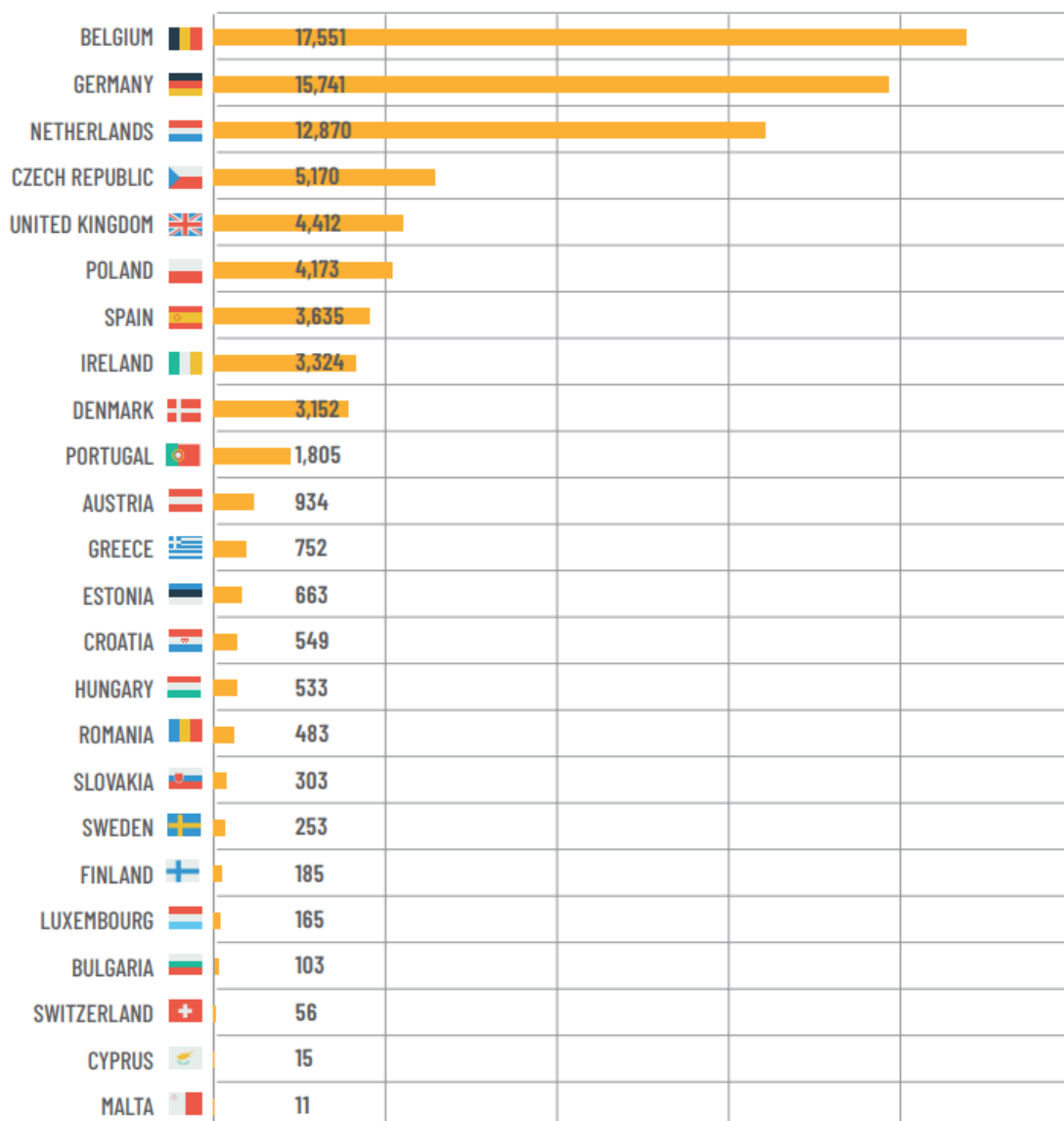


Zdroj: Vlastní zpracování dle Brewersofeurope.org

Celkové exporty v evropských zemích v roce 2021 (v rámci EU a mimo EU v tis. hl)

Na obrázku číslo 1 jsou exporty v evropských zemích za rok 2021. V tomto roce nejvíce piva exportovala Belgie s celkovým vývozem 17,551 tisíc hektolitrů, následované Německem (15,741 tisíc hl) a Nizozemskem (12,870 tisíc hl). Z České republiky bylo vyvezeno 5,170 tisíc hektolitrů piva a z Velké Británie 4,412 tisíc hektolitrů. Nejméně piva exportovaly Malta a Kypr, a to pouze 11 a 15 tisíc hektolitrů.

Obrázek 1: Exporty v evropských zemích v roce 2021 (v tisících hl)



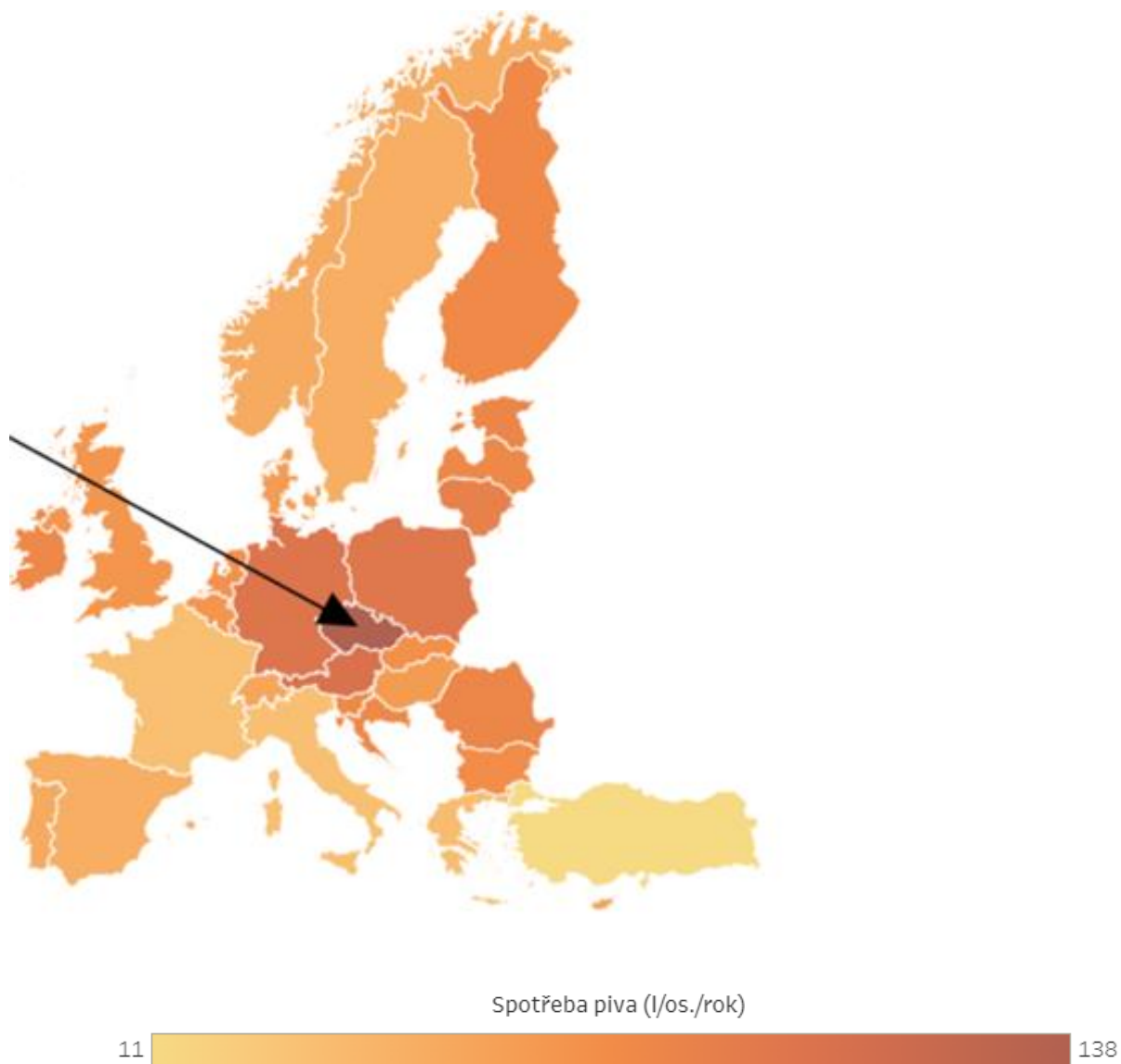
Zdroj: Brewersofeurope.org

Spotřeba piva na osobu podle evropských zemí za rok 2021 (v litrech)

Nejvíce piva se spotřebuje v nejlidnatějších zemích světa, jako jsou USA a Čína, avšak vzhledem k počtu obyvatel je Česká republika v čele žebříčku spotřeby piva na obyvatele, což je barevně zvýrazněno v obrázku číslo 2. V roce 2021 se roční spotřeba piva v České republice snížila na historicky pátou nejnižší úroveň od roku 1950, což odpovídalo 129 litrům na jednoho obyvatele. I přesto však stále drží v žebříčku první místo s velkým náskokem. Na druhém místě je Rakousko se 101 litry na osobu. Následuje Polsko

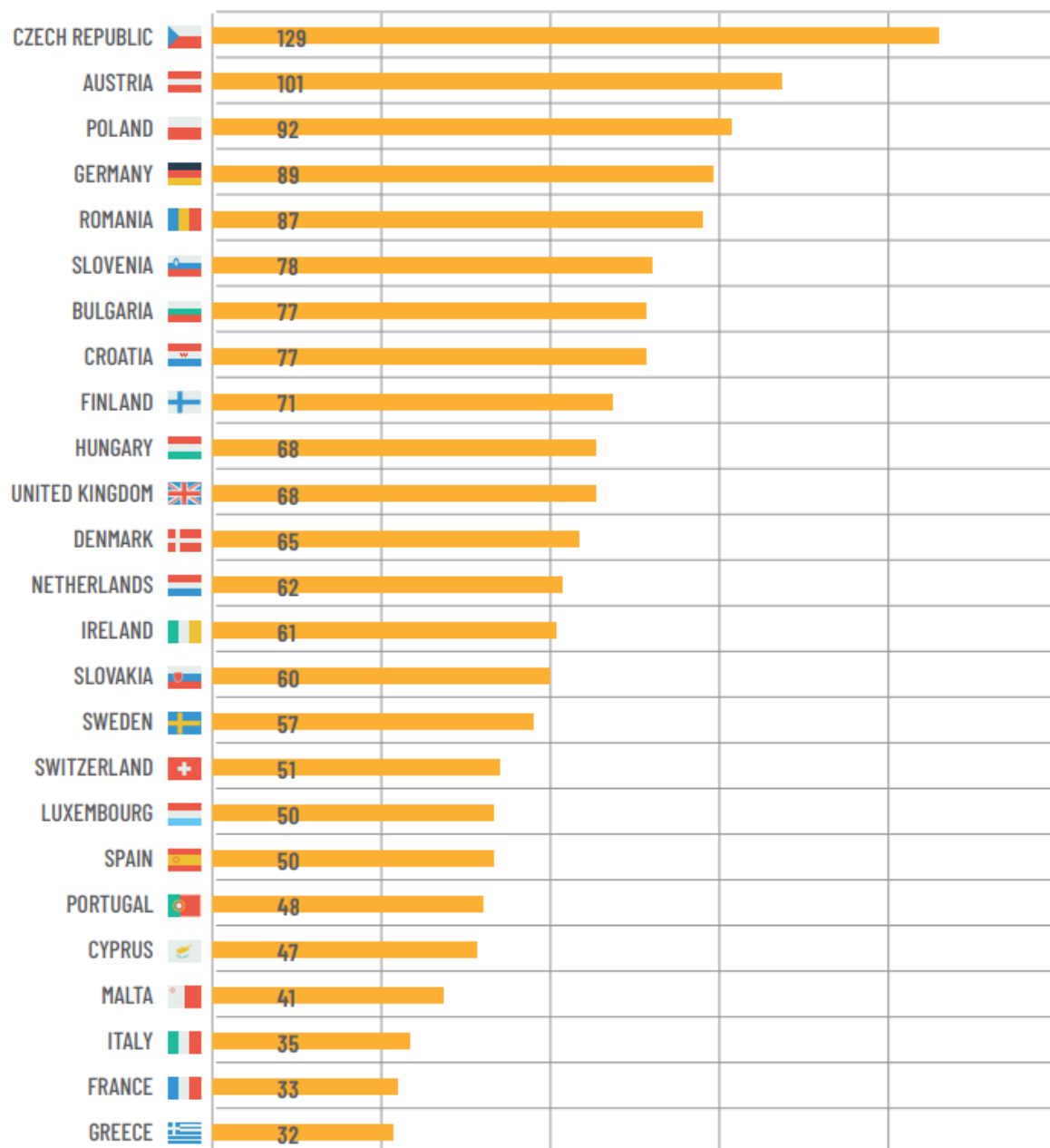
a Německo, kde je množství na osobu téměř stejné. Na druhé straně jsou země, kde je spotřeba piva nízká, například Saúdská Arábie a Pákistán, kde jsou konzumní návyky ovlivněny náboženstvím.

Obrázek 2: Mapa spotřeby piva na osobu podle evropských zemí za rok 2021



Zdroj: Brewersofeurope.org

Obrázek 3: Spotřeba piva na osobu podle evropských zemí za rok 2021 (v litrech)



Zdroj: [Brewersofeurope.org](https://brewersofeurope.org)

4 Výsledky a diskuse

Z provedené analýzy je patrné, že Plzeňský Prazdroj a Budějovický Budvar jsou velmi úspěšné pivovary v České republice, které expandují na zahraničních trzích. Oba pivovary zaznamenaly růst prodejů v minulosti, ale v roce 2020 se prodeje snížily kvůli pandemii covid-19. Nicméně, oba pivovary stále investují do udržitelnosti a úspěšně šíří českou pivní kulturu po celém světě. Budějovický Budvar se potvrdil jako čtvrtý největší výrobce piva v České republice a druhý největší exportér s největším počtem exportních trhů.

V roce 2017 se u Pivovarů Staropramen zaznamenal mírný nárůst produkce, nicméně v letech 2020 a 2021 došlo k poklesu prodejů kvůli pandemii. Na druhou stranu se export stále zvyšoval a tržby se v roce 2021 zvýšily o 4,2 %. V roce 2016 Heineken zaznamenal pokles zisku, ale tržby vzrostly o 0,75 %. I když se Heinekenovi podařilo v roce 2020 zvýšit zisk, tržby poklesly kvůli pandemii, což se projevilo i v roce 2021. V roce 2021 byl Plzeňský Prazdroj největším vývozcem piva s objemem 1700 tisíc hektolitrů, následovaný Budějovickým Budvarem s 1200 tisíci hektolitry. Heineken byl třetím největším exportérem s 900 tisíc hektolitrů a Staropramen exportoval 890 tisíc hektolitrů. Zbýlé pivovary společně exportovaly 240 tisíc hektolitrů piva. I přesto, že je Plzeňský Prazdroj největší, všechny ostatní pivovary v České republice vyrábějí vynikající pivo a jsou uznávané po celém světě.

Spotřeba piva na jednoho obyvatele v České republice se od roku 2007 mírně snížila, ale stále patří k nejvyšším na světě. V roce 2017 se na jednoho obyvatele vypilo 141 litrů piva, ale v roce 2020 kvůli koronavirovým restrikcím roční spotřeba klesla na 135 litrů. V roce 2021 se spotřeba piva na obyvatele dále snížila na 129 litrů, což znamená, že se Česká republika řadí mezi země s pátou nejnižší hodnotou od roku 1950. Výroba piva se snížila o 2,8 %, ale pivovary se přizpůsobily novým tržním podmínkám. I Spotřeba piva podle druhu se v České republice mění, klasická výčepní piva ztrácí na popularitě, zatímco ležáky se stávají stále oblíbenějšími, zejména s vyšší stupňovitostí. V roce 2021 tvořil ležák 55 % celkové produkce, výčepní pivo 41 % a ostatní kategorie 4 %.

Česká republika je známá svou výrobou kvalitního piva, která se v letech 2007 až 2021 vyvíjela pozitivně, s výjimkou propadu v roce 2009 a 2010 kvůli ekonomické krizi a zvýšení spotřební daně na pivo. V letech 2015 až 2019 se výroba piva v zemi zvyšovala, přičemž v roce 2019 dosáhla druhého rekordního roku za sebou s výrobou 21,6 milionů hektolitrů. Růst

výroby byl hlavně díky zvýšenému exportu, ale také zvýšení domácí spotřeby baleného piva přispělo k nárůstu výroby. Nicméně v roce 2020 se produkce propadla kvůli pandemii koronaviru a mnoho pivovarů mělo potíže. V roce 2021 se vývoz piva vrátil na úroveň z roku 2019.

Práce se dále zaměřuje na vývoj exportu a importu piva z České republiky během let 2010 až 2021. Německo a Slovensko patří mezi nejvýznamnější odběratele českého piva. Mimo Evropskou unii je největším odběratelem Rusko. Dále lze zmínit Polsko, Švédsko, Velkou Británii a USA, kteří také patří mezi významné konzumenty tohoto nápoje, ovšem vývoj exportu do těchto zemí se různí. Export piva je důležitým ekonomickým faktorem, který přispívá k rozvoji pivního průmyslu v zemi. Práce uvádí aktuální data o exportu piva v roce 2021, kdy bylo vyvezeno celkem 5,239 milionů hektolitrů piva do 84 zemí světa. Celkový podíl exportu na celkovém výstavu českého piva dosáhl téměř 27 %. V porovnání s předchozím rokem se export českého piva zvýšil o 236 tisících hektolitrů. Výsledky ukazují, že export piva z České republiky má stále významné místo na světovém trhu a přispívá k prosperitě pivního průmyslu v zemi.

Z dat vyplývá, že Polsko, Maďarsko a Německo jsou největšími dovozci piva do této země. V roce 2018 došlo k výraznému nárůstu dovozu piva zahraničního původu o 18,3 %, což odpovídá 395 tisícům hektolitrů a zhruba 2,5 % celkové spotřeby v tuzemsku. V roce 2021 bylo nejvíce piva do České republiky dovezeno z Maďarska, následované Polskem a Německem. Pandemie covid-19 také ovlivnila vývoj importu piva do České republiky, a to zejména v roce 2020 a 2021. Hodnoty dovozu piva po celém sledovaném období výrazně kolísají a mohou být ovlivněny různými faktory, jako jsou hospodářské podmínky v jednotlivých zemích, kurzy měn a nárůst popularity místních piv. I přes svou vlastní pivní kulturu a výrobu kvalitních piv má Česká republika stále zájem o jiná piva z různých částí světa.

Poslední část se zaměřuje na světový trh piva s následnou komparativní analýzou ve vztahu k České republice. Práce analyzuje vývoj světové produkce piva od roku 2016 do roku 2021, s důrazem na poslední roky a dopad pandemie covid-19 na pivovarský průmysl. Česká republika se nachází na 18. místě největších producentů piva na světě, a je druhým největším producentem piva na obyvatele, hned po Belgii. V roce 2021 došlo k celosvětovému

meziročnímu nárůstu produkce piva o 5 %. Nejvýraznější růst byl zaznamenán ve Venezuele, Maďarsku a na Slovensku, zatímco Velká Británie se potýkala s největším meziročním poklesem. Očekává se, že produkce piva v roce 2022 klesne kvůli energetickému nedostatku, který vznikl v důsledku války na Ukrajině. Bylo také zjištěno, že Amerika je největším producentem piva na světě, následovanou Asií a Evropou. V Evropě nejvíce piva exportuje Belgie, Německo a Nizozemsko.

Produkce piva po celém světě zůstává na velmi vysoké úrovni, přestože existují regionální rozdíly a některé země zaznamenaly meziroční pokles. Pandemie covid-19 způsobila výrazné ekonomické škody v pivovarském průmyslu, především v řetězci dodavatelů a odběratelů. Nejvíce piva v roce 2021 exportovala Belgie, následovaná Německem a Nizozemskem. Česká republika a Velká Británie se také umístily na relativně vysokých pozicích v rámci celkového exportu piva. Pandemie covid-19 způsobila výrazné ekonomické škody v pivovarském průmyslu na celém světě. Přestože existují regionální rozdíly, celkově se trh s pivem drží na velmi vysoké úrovni po celém světě.

Česká republika se stále drží na prvním místě s 129 litry na osobu, na druhém místě je Rakousko s 101 litry na osobu, následované Polskem a Německem. Země, kde je spotřeba piva nízká, jsou ovlivněny například náboženstvím. Česká republika, ačkoli nemá takovou populaci jako USA a Čína, spotřebuje nejvíce piva na obyvatele v Evropě. Celkově je patrné, že Češi jsou nadále velcí milovníci piva.

Pivní trh v Čechách je jedním z nejvýznamnějších průmyslových odvětví v zemi a jeho vývoj a predikce jsou velmi důležité pro celkové hospodářské zdraví země. Vývoj v něm bude záviset na mnoha faktorech, včetně změn v chování spotřebitelů, trendů v oblasti zdraví, klimatických podmínkách a ekonomického vývoje. Existuje několik faktorů, které mohou ovlivnit budoucí vývoj pivního trhu v Čechách.

Jedním z faktorů je růst malých pivovarů. Malé pivovary v Čechách jsou stále více populární a větší zájem o kvalitní pivo s unikátními chutěmi a vůněmi znamená, že mnoho lidí se obrací na nezávislé pivovary, namísto velkých značek. Tyto trendy by mohly pokračovat i do budoucna a mohou vést k dalšímu rozvoji malých pivovarů a zlepšení kvality piva. Dalším faktorem, který může ovlivnit pivní trh v Čechách, je zvýšená poptávka po

nealkoholických nápojích. V oblasti zdraví je zde rostoucí zájem o nízkoalkoholická piva a alternativy s nižším obsahem kalorií a cukru. Také se očekává, že ekologické a udržitelné praktiky budou hrát větší roli v pivním průmyslu, a že se budou vyvíjet nové technologie a procesy, které pomohou snížit vliv pivovarnictví na životní prostředí. Kromě rostoucího zájmu o nealkoholické pivo mohou být stále oblíbenější i jiné nealkoholické nápoje jako třeba kombucha nebo limonády s přírodními přísadami.

I digitální transformace může mít vliv na pivní průmysl. Stejně jako v mnoha jiných oblastech, digitální transformace může zlepšit pohodlí a dostupnost pro zákazníky. Nárůst online prodeje, aplikací a platforem pro objednávky a rozvoz piva může zlepšit způsob, jakým zákazníci nakupují a konzumují pivo. Vzhledem k nejistotě vývoje pandemie covid-19 je těžké předpovídat, jak se bude pivní trh vyvíjet v nejbližší budoucnosti. Mnoho pivovarů a barů muselo čelit ekonomickým výzvám v důsledku pandemie, ale některé regiony se již zotavily. Celkově se očekává, že pivní průmysl bude i nadále důležitým průmyslovým odvětvím, ale bude muset čelit výzvám v oblasti ekologie, zdraví a výroby, aby udržel krok s rostoucími požadavky spotřebitelů a předpokládanými změnami v oblasti ekonomiky a společnosti.

5 Závěr

Tato diplomová práce byla věnována tématu pivního trhu. V práci byl detailně prozkoumán trh s pivem v České republice, který je známý svou bohatou historií a je jedním ze symbolů národa. Pivovarnictví představuje významnou část ekonomiky země a kromě několika největších pivovarů existuje více než 500 menších pivovarů specializujících se na různé druhy piva. Trh s pivem v České republice je plný konkurence, jak na domácím, tak zahraničním trhu a její výsledky stále rostou, což může mít značný dopad na trh s pivem v této zemi. Tato práce se dále soustředí na analýzu importu a exportu piva v posledních letech a porovnání výsledků s jinými zeměmi v Evropě.

Metodika výzkumu zahrnovala použití strukturované analýzy a statistických sekundárních údajů z různých zdrojů, jako jsou Zprávy o českém stavu pivovarství a sladařství a výroční zprávy jednotlivých pivovarů. Výsledky analýzy jsou prezentovány v tabulkách a grafech a byly vyhodnoceny pomocí vývojové a komparativní analýzy, využívající metody syntetické, dedukční, logické a statistické.

Diplomová práce na téma Vyhodnocení importu a exportu komodity piva v České republice má několik přínosů. Poskytuje cenné informace o stavu trhu s pivem v České republice, který je pro tuto zemi velmi důležitý. Díky analýze importu a exportu piva v České republice lze získat přehled o tom, jaký podíl má tuzemská produkce na celkovém trhu s pivem, jaké jsou trendy v poptávce a nabídce a jak se trh vyvíjí v čase. Dalším přínosem této práce je srovnání výsledků s jinými zeměmi v Evropě. Díky tomu může být poskytnut komplexní pohled na postavení českého pivovarnictví v rámci Evropy a identifikovány případné konkurenční výhody či nevýhody. V neposlední řadě, tato práce může být inspirací pro další výzkumy v oblasti trhu s pivem a může posloužit jako výchozí bod pro formulaci strategických rozhodnutí pro pivovary a další zainteresované subjekty v oblasti pivovarnictví.

6 Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje:

BASAŘOVÁ, Gabriela. *České pivo*. 3., dopl. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2011. ISBN 978-80-87109-25-0.

BOROWIEC, Pavel a Marcela TITZLOVÁ. *Kniha o pivu: jak pivo poznávat, ochutnávat a párovat s jídlem*. 2. aktualizované vydání. Praha: Smart Press, 2020. ISBN 978-80-88244-14-1.

ČERNOHLÁVKOVÁ, Eva a Božena PLCHOVÁ. *Zahraniční obchod*. Vyd. 3. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2007. ISBN 978-80-7265-106-1.

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

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

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

JANKŮ, Martin. *WTO a právo mezinárodního obchodu*. V Praze: C.H. Beck, 2019. Beckova skripta. ISBN 978-80-7400-735-4.

KOSARĚ, Karel. *Technologie výroby sladu a piva*. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, 2000. ISBN isbn80-902658-6-3.

KOZÁK, Vratislav a Věra KOZÁKOVÁ. *Změny v českém pivovarství na přelomu tisíciletí*. Zlín: VeRBuM, 2013. ISBN 978-80-87500-45-3.

LARSON, Michael. *Pivo: co si dát k pití příště*. Přeložil Petr HUSSEINI. Praha: Volvox Globator, [2015]. ISBN 978-80-7511-191-3.

LIPOVSKÁ, Hana. *Moderní ekonomie: jednoduše o všem, co byste měli vědět*. Praha: Grada, 2017. ISBN isbn:978-80-271-0120-7.

MACHKOVÁ, Hana, Eva ČERNOHLÁVKOVÁ a Alexej SATO. *Mezinárodní obchodní operace*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1590-2.

ŠTĚRBOVÁ, Ludmila. *Mezinárodní obchod ve světové krizi 21. století*. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4694-4.

OLŠOVSKÁ, Jana, Pavel ČEJKA, Karel ŠTĚRBA, Martin SLABÝ a František FRANTÍK. *Senzorická analýza piva*. Praha: Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, 2017. ISBN 978-80-86576-74-9.

PAPAZIAN, Charlie. *Complete Joy of Homebrewing*. 2014. HarperCollins US. ISBN 0062215752.

ROJÍČEK, Marek, Vojtěch SPĚVÁČEK, Jan VEJMĚLEK, Eva ZAMRAZILOVÁ a Václav ŽĎÁREK. *Makroekonomická analýza: teorie a praxe*. Praha: Grada Publishing, 2016. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5858-9.

WEBB, Tim a Stephen BEAUMONT. *The World Atlas of Beer*. Octopus, 2015. ISBN 978-1-78472-144-2.

Internetové zdroje:

Česká republika: výstav a export piva a sladu - beerweb.cz. Pivo, pivovary, pivní mapa, hodnocení piv - beerweb.cz [online]. Dostupné z: <https://beerweb.cz/novinky/ceska-republika-vystav-export-piva-a-sladu-2016-csps>

České pivo se pije na všech kontinentech | Statistika&My. Statistika&My | Magazín Českého statistického úřadu [online]. Copyright © Český statistický úřad [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://www.statistikaamy.cz/2020/10/20/ceske-pivo-se-pije-na-vsech-kontinentech>

Český svaz pivovarů a sladoven. Český svaz pivovarů a sladoven [online]. Copyright © 2023 Český svaz pivovarů a sladoven [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://ceske-pivo.cz/>

Globální spotřeba piva: Češi spotřebují nejvíc piva na osobu - Finlord. Finlord - Investiční portál specializovaný na burzovní i mimoburzovní investování, analýzy a finanční management. [online]. Dostupné z: <https://finlord.cz/2022/08/globalni-spotreba-piva-cesi-spotrebuji-nejvic-piva-osobu/>

Heineken Česká republika. Heineken Česká republika [online]. Copyright ©2021 Všechna práva vyhrazena, Heineken a.s. [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://www.heinekenceskarepublika.cz/>

Historie | Prazdroj. Úvod | Prazdroj [online]. Copyright © 2023 Plzeňský Prazdroj, a.s. [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/nas-pribeh/historie>

Chmel a pivo (Zemědělství, eAGRI). [online]. Copyright © 2009 [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/publikace-a-dokumenty/situacni-a-vyhledove-zpravy/roslinne-komodity/chmel-a-pivo/?pos=0>

Jsme národní pivovar – Budějovický Budvar n. p.. Jsme národní pivovar – Budějovický Budvar n. p. [online]. Copyright © 2023 Budějovický Budvar, n.p. [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://www.budejovickybudvar.cz/>

Národ pivařů | Evropa v datech. Evropa v datech [online]. Copyright © 2023, Evropa v datech [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://www.evropavdatech.cz/clanek/15-narod-pivaru/>

Spotřeba alkoholu | Česko v datech. Česko v datech [online]. Copyright © 2023, Česko v datech [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/157-spotreba-alkoholu/>

Spotřební daně a jejich správa | Celní správa ČR. Document Moved [online]. Dostupné z: <https://www.celnisprava.cz/cz/dane/spotrebni-dane/Stranky/default.aspx>

Staropramen | Na život po našem. Staropramen | Na život po našem [online]. Copyright © [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: <https://staropramen.cz/>

Statistická data z oblasti výroby, dopravy a dovozu piva | Celní správa ČR. Document Moved [online]. Dostupné z: <https://www.celnisprava.cz/cz/dane/statistiky/Stranky/pivo.aspx>

The Brewers of Europe Media Centre - Publications - European Beer Trends - 2022 Edition and previous years. Access forbidden! [online]. Copyright © The Brewers of Europe [cit. 22.03.2023]. Dostupné z: https://brewersofeurope.org/site/media-centre/index.php?doc_id=1007&class_id=31&detail=true

6.1 Seznam obrázků

Obrázek 1: Exporty v evropských zemích v roce 2021 (v tisících hl)	80
Obrázek 2: Mapa spotřeby piva na osobu podle evropských zemí za rok 2021	81
Obrázek 3: Spotřeba piva na osobu podle evropských zemí za rok 2021 (v litrech)	82

6.2 Seznam tabulek

Tabulka 1: Tržby za pivo pivovaru Plzeňský Prazdroj v miliardách Kč	47
Tabulka 2: Tržby za pivo pivovaru Budweiser Budvar v miliardách Kč	52
Tabulka 3: Tržby za pivo pivovaru Staropramen v miliardách Kč	55
Tabulka 4 : Tržby za pivo pivovaru Heineken v miliardách Kč	57
Tabulka 5: Vývoz piva z ČR dle hlavních odběratelských zemí (tis. hl)	72
Tabulka 6: Export piva z ČR dle zemí za rok 2021	73
Tabulka 7: Import piva z ČR dle hlavních dodavatelských zemí (tis. hl)	74
Tabulka 8: Světová produkce piva v top 10 zemích 2017–2021 (v milionech hl)	77

6.3 Seznam grafů

Graf 1: Vývoj prodeje Plzeňského Prazdroje	46
Graf 2: Export piva pivovaru Plzeňský Prazdroj mezi lety 2016 – 2021	48
Graf 3: Srovnání výstavu a exportu pivovaru Budějovický Budvar	51
Graf 4 : Vývoj prodeje pivovarů Staropramen mezi lety 2016 – 2021	56
Graf 5: Vývoj výstavu a prodeje piva pivovaru Heineken	58
Graf 6: Srovnání Pivovarů podle exportu za rok 2020	59
Graf 7: Vývoj spotřeby piva na 1 obyvatele v ČR	60
Graf 8: Podíl prodeje piva v závislosti na využívaném obalu za rok 2021	61
Graf 9: Vývoj podílu spotřeby piva podle druhu mezi lety 2007 - 2021	63
Graf 10: Výstav piva v České republice mez lety 2007 – 2021	65
Graf 11: Export piva z ČR podle zemí	67
Graf 12: Import piva do ČR podle zemí	69
Graf 13: Porovnání Exportu a Importu piva v ČR	70
Graf 14 : Podíl dovozu piva do ČR z nejvýznamnějších zemí v roce 2021	75

6.4 Seznam použitých zkratk

APA: American Pale Ale

CO₂ : oxid uhličitý

ČSPS: Český svaz pivovarů a sladoven

ČR: Česká republika

DPH: daň z přidané hodnoty

EPA: English Pale Ale

EPM: extrakt původní mladiny

EU: Evropská unie

hl: hektolitr

l: litr

IPA: India Pale Ale

mil.: milion

tis.: tisíc

USA: Spojené státy americké

WTO: Světová obchodní organizace