

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra jazyků



Diplomová práce

**Export českých výrobků do Německa a jejich podíl na
obratu vybrané firmy**

Bc. Martina Dlasková

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Martina Dlasková

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

Export českých výrobků do Německa a jejich podíl na obratu vybrané firmy.

Název anglicky

Export of Czech products to Germany and their share in the turnover of the selected company

Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení možnosti expanze českých výrobků na německý trh. Součástí bude sestavení návodu pro menší firmy, jaké obory jsou v současné době atraktivní, a jak postupovat při rozšiřování na jiný než domácí trh nebo čemu se naopak vyvarovat.

Metodika

Práce i metodika jsou rozděleny na dvě části. První část práce představuje teoretický základ samotné práce: historie exportu do Německa, aktuální stav a vývoj exportu do Německa, rozlišení dle jednotlivých spolkových republik, jednotlivá exportní odvětví, exportní artikly, jaké firmy mohou v Německu uspět, jaká odvětví jsou populární, Czech Trade a další instituce. Na teoretický základ bude navazovat druhá, praktická část metodiky, která je zaměřena na vyhodnocení výsledků rozšiřování menší české firmy na německý trh.

Diplomová práce bude identifikovat rizika vstupu na trh a zároveň vyhodnotí úspěšnost firmy.

V praktické části budou použity metody indukce a dedukce a matematicko – ekonomické metody.

Doporučený rozsah práce

60-80

Klíčová slova

Vývoz, mezinárodní obchod, Německo, exportní artikly

Doporučené zdroje informací

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR | Vliv Německa na tuzemskou ekonomiku roste.

Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR | Informační servis pro malé a střední firmy [online]. Copyright © 2017 AMSP ČR [cit. 30.08.2022]. Dostupné z:

<https://amsp.cz/vliv-nemecka-na-tuzemskou-ekonomiku-roste/>

BENEŠ, V. *Zahraniční obchod : [příručka pro obchodní praxi]*. Praha: Grada, 2004. ISBN 80-247-0558-3.

Český export do země Evropské unie je nejvyšší za šest let. Vývoz do Německa ale stagnuje | iROZHLAS – spolehlivé zprávy. iROZHLAS – spolehlivé a rychlé zprávy [online]. Copyright © 1997 [cit. 30.08.2022].

Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/ekonomika/vyvoz-export-evropska-unie-cesky-statisticky-urad-nemecko-ekonomika_1902101525_gak

KRUGMAN, P R. – OBSTFELD, M. *International economics : theory and policy*. Boston: Pearson/Addison Wesley, 2006. ISBN 978-0-321-53035-6.

LOŠTÁK, M. – SVATOŠ, M. – ZUZÁK, R. *Agrární perspektivy XV = Agrarian Prospects : sborník prací z mezinárodní vědecké konference : Praha 20-21. září 2006. Díl 1, Zahraniční obchod a globalizační procesy*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2006. ISBN 80-213-1531-8.

Německo je pro český export klíčovým trhem | BusinessInfo.cz. BusinessInfo.cz – Oficiální portál pro podnikání a export [online]. Copyright © 1997 [cit. 29.08.2022]. Dostupné z:

<https://www.businessinfo.cz/clanky/nemecko-je-pro-cesky-export-klucovym-trhem/>

Nesnášíte injekce? Tihle dva ajťáci našli milionový recept na vaše obavy . Forbes [online]. Copyright © 2022 MediaRey, SE [cit. 29.08.2022]. Dostupné z:

<https://forbes.cz/nesnasite-injekce-tihle-dva-ajtaci-nasli-milionovy-recept-na-vase-obavy/>

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

VOJÍK, V. *Podnikání malých a středních podniků na jednotném trhu EU*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. ISBN 978-80-7357-467-3.

Základní podmínky pro uplatnění českého zboží na trhu | . 302 Found [online]. Dostupné z:

https://www.mzv.cz/ekonomika/cz/servis_exporterum/teritorialni_informace/-mzv-publish-cz-encyklopedie_statu-evropa-nemecko-ekonomika-zahranicni_obchod_zeme.html

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

Mgr. Michaela Peroutková, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra jazyků

Elektronicky schváleno dne 30. 8. 2022

PhDr. Mgr. Lenka Kučírková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 25. 02. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Export českých výrobků do Německa a jejich podíl na celkovém obratu firmy" 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 neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 19.3.2023

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí mé diplomové práce Mgr. Michaele Peroutkové, Ph.D. za podnětné rady a odbornou pomoc, kterou mi poskytovala při zpracovávání mé diplomové práce, a za čas, který mi věnovala.

Export českých výrobků do Německa a jejich podíl na celkovém obrátu firmy

Abstrakt

V diplomové práci jsou rozebrána témata týkající se zahraničního obchodu, dovozu, vývozu, exportu firem na cizí trhy, možná rizika při vstupu na nový trh. Práce je zaměřená na německý trh. V PEST analýze je popsáno jak politicko-právní prostředí, tak ekonomické prostředí, sociálně kulturní a technologické prostředí.

Práce obsahuje souhrnné informace o Spolkové republice Německo. Konkrétněji jsou popsány ekonomické ukazatele země jako inflace, nezaměstnanost, vývoj HDP a zadluženost. Pro napojení na Českou republiku jsou zde popsány vztahy, jak fungoval export do Německa dříve, jaká je aktuální situace a jaké obory jsou v současnosti v Německu populární. Dále jsou zde popsány instituce, které mohou pomoci podnikatelům, kteří chtějí směřovat na zahraniční trhy. Jde o Czech Trade, Hospodářskou komoru a Czech Invest.

Na teoretickou část navazuje vlastní práce, kde jsou analýze podrobeny čtyři české firmy, které produkují alkoholické produkty a zároveň své výrobky exportují do Spolkové republiky Německo. V práci je řešena otázka, jak se podílí výrobky, které putují do Spolkové republiky Německo na celkovém obrátu vybraných firem.

Klíčová slova: Vývoz, mezinárodní obchod, Německo, exportní artikly

Export of Czech products to Germany and their share in the turnover of the selected company

Abstract

The thesis discusses topics related to foreign trade, import, export, export of companies to foreign markets, possible risks when entering a new market. The work is focused on the German market. In the PEST analysis, both the political and legal environment, as well as the economic environment, the socio-cultural and technological environment are described.

The work contains summary information about the Federal Republic of Germany. Economic indicators of the country such as inflation, unemployment, GDP development and indebtedness are described more specifically. In order to connect to the Czech Republic, relations are described here, how exports to Germany worked before, what the current situation is and what fields of study are currently popular in Germany. Institutions that can help entrepreneurs who want to go to foreign markets are also described here. These are Czech Trade, the Chamber of Commerce and Czech Invest.

The theoretical part is followed by my own work, where four Czech companies that produce alcoholic products and at the same time export their products to the Federal Republic of Germany are analyzed. The thesis deals with the question of how the products traveling to the Federal Republic of Germany contribute to the total turnover of the selected companies.

Keywords: Export, international trade, Germany, export articles

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 Zahraniční obchod.....	13
3.1.1 Zahraniční pohyb služeb	13
3.1.2 Zahraniční pohyb zboží	14
3.1.3 Vývoz.....	15
3.1.4 Dovoz.....	15
3.1.5 Před vstupem na zahraniční trh.....	15
3.1.6 E-shopy ve Spolkové republice Německo	17
3.1.7 Režim přenesené daňové povinnosti.....	17
3.2 Analýza německého trhu.....	18
3.2.1 PEST analýza	18
3.2.2 Politicko – právní prostředí.....	19
3.2.3 Ekonomické prostředí	20
3.2.4 Sociálně-kulturní prostředí	21
3.2.5 Technologické prostředí	21
3.3 Hospodářství v Německu	22
3.3.1 Ekonomické ukazatele země – vývoj HDP.....	23
3.3.2 Ekonomické ukazatele země – nezaměstnanost	24
3.3.3 Ekonomické ukazatele země – inflace.....	25
3.3.4 Ekonomické ukazatele země – celkové zadlužení.....	25
3.4 Zahraniční obchod Německa.....	26
3.4.1 Komoditní struktura.....	27
3.4.2 Vývoz z Německa	27
3.4.3 Dovoz Německa.....	28
3.4.4 Německo – obchodní partner ČR.....	28
3.5 Export z České republiky do Německa	30
3.5.1 Historie exportu	30
3.5.2 Aktuální stav exportu.....	31
3.6 Formy vstupu na zahraniční trh.....	31

3.6.1	Přímá investice.....	32
3.6.2	Joint Ventura.....	34
3.6.3	Piggyback.....	34
3.6.4	Licence.....	35
3.6.5	Franchising.....	35
3.6.6	Nepřímý vývoz	36
3.6.7	Přímý vývoz.....	36
3.6.8	Strategická aliance	37
3.7	Rizika vstupu na zahraniční trh.....	37
3.7.1	Tržní rizika.....	37
3.7.2	Úvěrové riziko	38
3.7.3	Inflační riziko.....	38
3.7.4	Komoditní riziko.....	38
3.7.5	Přepravní rizika.....	39
3.7.6	Teritoriální rizika	39
3.7.7	Kurzovní rizika	40
3.7.8	Riziko odpovědnosti za výrobek.....	40
3.8	Jednotlivá exportní odvětví, exportní artikly	41
3.9	Jaké obory/odvětví jsou pro Německo atraktivní?.....	42
3.10	Formy a podmínky působení firem na trhu.....	42
3.11	Instituce podporující podnikatele při expanze do ciziny.....	43
3.11.1	Czech Trade	43
3.11.2	Hospodářská komora ČR.....	44
3.11.3	Czech Invest.....	44
4	Vlastní práce	46
4.1	Charakteristika odvětví	46
4.2	Firma č. 1 – Becherovka	49
4.2.1	Základní údaje.....	49
4.2.2	Historie společnosti.....	50
4.2.3	Portfolio společnosti	51
4.2.4	Export společnosti.....	52
4.3	Firma č. 2 – RUDOLF JELÍNEK	53
4.3.1	Základní údaje.....	53
4.3.2	Historie společnosti.....	54
4.3.3	Portfolio společnosti	55

4.3.4	Export společnosti.....	57
4.4	Firma č. 3 – STOCK Plzeň – Božkov s.r.o.	58
4.4.1	Základní údaje.....	58
4.4.2	Historie společnosti.....	59
4.4.3	Portfolio společnosti	60
4.5	Budějovický budvar	61
4.5.1	Základní údaje.....	61
4.5.2	Historie společnosti.....	62
4.5.3	Portfolio společnosti	63
5	Výsledky a diskuse	64
5.1	Výpočty a vyhodnocení: Jan Becher – Karlovarská Becherovka	64
5.2	Výpočty a vyhodnocení: RUDOLF JELÍNEK	65
5.3	Výpočty a vyhodnocení: STOCK Plzeň – Božkov s.r.o.	67
5.4	Výpočty a vyhodnocení: Budějovický budvar	70
6	Závěr.....	74
7	Seznam použitých zdrojů	77
8	Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk.....	81
	Seznam použitých zkratk	82

1 Úvod

V diplomové práci jsou rozebrána témata týkající se zahraničního obchodu. Celá práce je rozdělena na část teoretických východisek a vlastní práce. Pro komplexnost práce jsou zde vysvětleny pojmy jako zahraniční pohyb služeb, zboží, dovoz a vývoz. Následují rady, na co se zaměřit před vstupem na zahraniční trh. Dále je v práci provedena analýza německého trhu, na který je diplomová práce zaměřena. V PEST analýze je popsáno jak politicko-právní prostředí, tak ekonomické prostředí, sociálně kulturní a technologické prostředí.

V práci následují souhrnné informace o Spolkové republice Německo. Konkrétněji jsou popsány ekonomické ukazatele země jako inflace, nezaměstnanost, vývoj HDP a zadluženost.

Práce je zaměřená na zahraniční obchod, kde jsou obsažena témata jako vývoz a dovoz z Německa, Německo jako obchodní partner ČR, historie exportu z České republiky, dále též aktuální stav exportu mezi zeměmi.

Následně jsou přiblíženy formy, jakými mohou firmy vstupovat na zahraniční trh. Jde například o licenci, franchising, přímý vývoz, strategická aliance a další.

Před vstupem na zahraniční trh je třeba se zamyslet nad riziky, kterými jsou například: přepravní, kurzovní, či inflační.

Pro případné zájemce o export jsou zde také uvedena obory a odvětví, které jsou ve Spolkové republice Německo otevřeny novým příležitostem. Pro podporu vstupu na cizí trh máme v České republice také několik institucí, které podnikatelům napomáhají při vstupu. Jde o Czech Trade, Hospodářskou komoru a Czech Invest.

Na teoretickou část navazuje vlastní práce, kde jsou analýze podrobeny čtyři české firmy, které produkují alkoholické produkty. Hlavní otázkou práce je, jak se podílí výrobky, které putují do Spolkové republiky Německo, na celkovém obratu firem.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je zhodnocení možností expanze českých výrobků na německý trh. Součástí je sestavení návodu pro menší firmy, jaké obory jsou v současné době atraktivní, a jak postupovat při rozšiřování na jiný než domácí trh nebo čemu se naopak vyvarovat.

2.2 Metodika

Práce i metodika jsou rozděleny na dvě části. První část práce představuje teoretický základ samotné práce: historie exportu do Německa, aktuální stav a vývoj exportu do Německa, rozlišení dle jednotlivých spolkových republik, jednotlivá exportní odvětví, exportní artikly, jaké firmy mohou v Německu uspět, jaká odvětví jsou populární, Czech Trade a další instituce. Na teoretický základ navazuje druhá, praktická část metodiky, která je zaměřena na vyhodnocení výsledků rozšiřování menší české firmy na německý trh.

Diplomová práce identifikuje rizika vstupu na trh a zároveň vyhodnotí úspěšnost firmy.

V praktické části jsou použity metody indukce a dedukce a matematicko – ekonomické metody.

3 Teoretická východiska

3.1 Zahraníční obchod

Zahraníční obchod se netýká pouze státu a podnikatelů, kteří působí na zahraničních trzích, ale ovlivňuje nás všechny. Je to způsobeno tím, že zahraniční obchod působí na nabídku a poptávku a zvyšuje životní úroveň. Podpora mezinárodního obchodu státem je velmi důležitá, protože export má vliv na HDP. Historie zahraničního obchodu je poměrně dlouhá, zahraniční obchod pravděpodobně vznikl s prvním státem. Pestrost zahraničního obchodu je provázaná s vyspělostí jednotlivých států. Platí zde, že čím je stát ekonomicky vyspělejší, tím jsou vnější ekonomické vztahy četnější. (1 str. 14)

Definice zahraničního obchodu zní následovně „*Obchod s jinými zeměmi (zahraniční obchod) je směna, kterou provádí právnické a fyzické osoby přes hranice daného státu s právnickými a fyzickými osobami jiných států. Subjektem takového obchodu může být i stát jako celek při realizaci státních zakázek se zahraničními partnery.*“ (2 str. 177)

3.1.1 Zahraníční pohyb služeb

Volný pohyb služeb mají zaručeny všechny členské státy EU, kterými je Česká republika i Spolková republika Německo, na které je diplomová práce zaměřená. Volný pohyb spočívá v právu podnikatele dočasně či příležitostně poskytovat služby na území jiného členského státu. Tento proces může být zahájen až ve chvíli, kdy si podnikatel získá oprávnění ze země, kde je podnikatelovo místo podnikání.

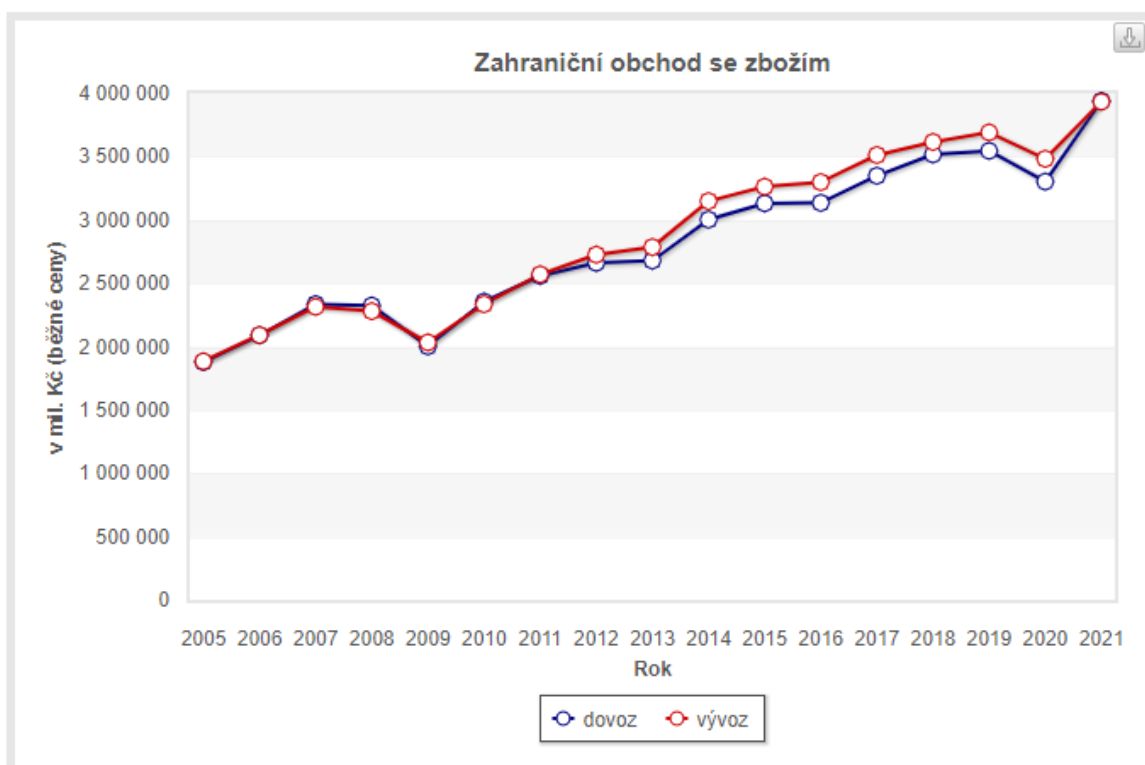
Jsou dva hlavní způsoby, jak je možné přeshraniční poskytování služeb vykonávat:

- Osoba samostatně výdělečně činná (OSVČ) – může realizovat zakázku v jiné členské zemi EU.
- Zaměstnavatel vyšle zaměstnance, což je situace, kdy zaměstnavatel pošle svoje zaměstnance, aby zakázku v jiné členské zemi vykonali. (3)

3.1.2 Zahraniční pohyb zboží

Zahraniční pohyb zboží nebo také pohyb zboží přes hranice. Vstupem České republiky do Evropské unie je pohyb zboží rozdělen na dva druhy. Jedná se o vnitro – unijní obchod a obchod se státy mimo EU.

Pohyb zboží přes hranice je sledován systémem Intrastat, který eviduje pohyb zboží uvnitř EU (vývoz zboží do zemí uvnitř EU a dovoz zboží ze zemí uvnitř EU). Zatímco Extrastat sleduje obchod se zbožím s nečlenskými státy EU (vývoz zboží do zemí mimo EU a dovoz zboží ze zemí mimo EU). (4)



Graf 1 Zahraniční obchod se zbožím (ČR)

(5)

3.1.3 Vývoz

Definice vývozu zní: „Vývoz vyjadřuje hodnotu zboží vyvezeného do zahraničí, které přestoupilo státní hranici za účelem jeho trvalého nebo dočasného ponechání v zahraničí.

Celkový vývoz se tak skládá z vývozu do zemí uvnitř EU a vývozu do zemí mimo EU.“ (4)

Zjednodušeně řečeno, vývoz je prodej výrobků či služeb do zahraničí.

3.1.4 Dovoz

„Dovoz vyjadřuje hodnotu zboží dovezeného ze zahraničí, které přestoupilo státní hranici za účelem jeho trvalého nebo dočasného ponechání v tuzemsku. Celkový dovoz se tak skládá z dovozu ze zemí uvnitř EU a dovozu ze zemí mimo EU.“ (5)

3.1.5 Před vstupem na zahraniční trh

K úspěšnému vstupu na zahraniční trh je třeba podniknout několik kroků. Nejprve je důležité zmapovat trh, na který chceme expandovat. Při prvotním průzkumu trhu je dobré se zaměřit na následující:

- 1) Cílová skupina
- 2) Identifikace a analýza konkurence
- 3) Legislativní podmínky daného trhu

Pro zhodnocení je vhodné případně využít i nějakou metodu analýzy, např. SWOT. SWOT analýza poukazuje na silné, slabé stránky projektu (expanze do zahraničí), dále hrozby a příležitosti.

Dále je velmi důležité mít kvalitní zákaznickou podporu, která musí hovořit jazykem, kterým se mluví v zemi, kam chceme expandovat.

Dalšími nutnými kroky jsou:

- **Zřízení účtu v zahraniční bance**

Na zákazníky nepůsobí důvěryhodně, pokud na E-shopu naleznou bankovní účet, který je z cizí země.

Je nutné brát i na zřetel, že musíme jít zákazníkům naproti s výběrem platební metody. Dobré je také zjistit, jak zákazníci preferují platit, aby to pro ně bylo co možná nejpříjemnější. Například pokud hojně využívají PayPal, bylo by užitečné uvažovat o jeho zřízení. V České republice je velmi oblíbená platba kartou, ale na německé straně takový úspěch nemá. V Německu je preferovanou volbou platba na fakturu.

- **Registrace k DPH**

Registrace se vyplatí především, pokud je v zemi, kam podnikatel plánuje expandovat, nižší sazba daně.

- **Logistika dovozu zboží do zahraničí (6)**

Každá země, z pohledu na jednotlivé zákazníky, je specifická. Zákazníci mají jiné zvyklosti a návyky. V Německu je například známé, že si potrpí na kvalitu a preciznost. Lidé si častěji připlatí za kvalitní zboží, i když nepatří do vyšší příjmové třídy.

Zákazníci v Německu jsou zvyklí na dopravu a vrácení zdarma. Objednávají vždy větší množství a rádi si vybírají. Co je naopak jejich kladem, jsou věrní svojí značce. Pokud jsou spokojení, tak nemají důvod zkoušet něco jiného. (7)

- **Cenotvorba – správné nastavení cen**

Při tvorbě cen je nutné se zamyslet, kdo je naše cílová skupina a jak tato skupina konkrétní ceny vnímá. Například v Americe nebo Norsku podobně jako u nás zákazníci lépe reagují na takzvané baťovské ceny, které končí devítkou, ale v Číně nebo Japonsku naopak lépe pohlíží na ceny končící nulou. (8)

Pokud se podnikatel rozhodl směřovat expanzi výrobků do Německa, tak tam by až příliš levné mohlo působit podezřele. Němci si za kvalitu zaplatí. To je hlavní rozdíl mezi expanzí na západ a východ. Západním směrem (Německo, Francie...) je větší konkurence, větší důraz na kvalitu a rychlou dopravu. Kdežto směrem na východ (Slovensko, Maďarsko, Rumunsko) je rozhodně snazší vstup na trh, ale také nižší kupní síla obyvatelstva. (8)

3.1.6 E-shopy ve Spolkové republice Německo

Z obrázku 1, který je níže, můžeme vidět, že v Německu má prioritní postavení v online e-shopech společnost amazon.de.



Obrázek 1 TOP 10 online eshopů v Německu (9)

Výsledky z roku 2021 ukazují, že Amazon nemá téměř konkurenci. Je naprostá jednička na trhu, což může způsobovat problémy v konkurenčním boji.

Druhý pohled je ten, že je to platforma pro prodej a logistiku zboží. Může to být i zboží menších podnikatelů. Spolkový kartelový úřad v Německu prověřuje, zda zde nedochází k zneužití místa na trhu. (10)

3.1.7 Režim přenesené daňové povinnosti

Oblast, která nesmí být opomenuta, je rozhodně DPH. V zemích Evropské unie platí povinnost odvádět DPH od určitého obrátu v zemi doručení, ne zemi odeslání. Tento proces se nazývá přenesená daňová povinnost neboli reverse charge. Každý členský stát

má strop, od kterého požaduje vyplácení DPH u zásilek na svém území. DPH tedy není odváděno finančnímu úřadu v ČR, ale v našem případě tomu německému.

Přenesená daňová povinnost funguje tak, že povinnost odvést DPH má odběratel, nikoliv dodavatel. Situace je řešena tak, že odběratel DPH odvede přímo státu. Přenesení nelze aplikovat u všeho zboží a všech služeb. Tento režim lze aplikovat mezi plátcí DPH, výše zmíněné se však netýká koncových uživatelů, soukromých osob. (11)

Proč se režim přenesené daňové povinnosti v praxi využívá?

Tento režim zamezuje karuselové podvody, které představují velkou část podvodů na úniku DPH. Karusel je typ podvodu, kdy se zboží obchoduje přes hranice řetězovitě, a v jednom místě řetězce není daň přiznána – firma povětšinou již neexistuje.

Těmto chybějícím obchodníkům se také říká bílí koně. (12)

3.2 Analýza německého trhu

V kapitole analýza německého trhu si přiblížíme, jaká je aktuální situace ve Spolkové republice Německo z hlediska faktorů působících na německý trh. PEST analýza poslouží pro komplexní pojetí diplomové práce a následné vyhodnocování firem, které expandují na německý trh.

3.2.1 PEST analýza

PEST analýza je analytická technika, která slouží ke strategické analýze okolního prostředí organizace, v případě této diplomové práce jde o Spolkovou republiku Německo. PEST je zkratka pro vnější faktory politické, ekonomické, sociální a technologické. (13)

Zpracováním PEST analýzy se budeme snažit v diplomové práci najít odpovědi na následující otázky:

- **Které z faktorů (politických, ekonomických, sociálních a technologických) mají vliv na firmu?**

- **Jaké jsou možné účinky těchto faktorů?**
- **Které z těchto faktorů jsou v blízké budoucnosti pro firmu nejdůležitější?**

(14)

3.2.2 Politicko – právní prostředí

Mezi politické faktory řadíme: **politickou stabilitu, legislativu regulující podnikání, ochranu spotřebitele, daňovou politiku, pracovní právo, předpisy pro mezinárodní obchod nebo předpisy Evropské unie.**

Co se týká státního zřízení, tak Německo je parlamentně-demokratická republika. V čele vlády stojí kancléř, kterým je od roku 2021, Olaf Scholz. Hlavou státu je prezident, jehož povinnosti jsou spíše reprezentativní. V pozici prezidenta nalezneme od roku 2017 Franka-Walter Steinmeiera.

Německo se skládá z 16 spolkových zemí (německy: Bundesländer), z nichž má každá jednotlivá země svou vlastní ústavu a velkou autonomii. Samostatnými státy jsou i některá města – například Berlín nebo Hamburk. (10)

Německo je členskou zemí Evropské unie od 1. ledna 1958 a zároveň je členem eurozóny (1. 1. 1999). Kromě Evropské unie je v dalších společenstvích a uskupení: OSN, Severoatlantická aliance, EU, Rada Evropy, G-8, G-20, Světová obchodní organizace, Světová banka, Mezinárodní měnový fond, Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD) a také je součástí Schengenského prostoru. (15)

Mezi Českou republikou a Německem existuje několik dohod, které podporují přeshraniční obchod. Pokud česká firma dováží do Německa, tak neodvádí daň finančnímu úřadu v Čechách, ale platí v Německu pouze daň z přidané hodnoty. V současné době mají dva druhy daní – „základní 19 % a sníženou sazbu ve výši 7 %.“

(16)

Co se týká politické situace, nelze nezmínit současný problém, kterým je útok Ruska na Ukrajinu a s tím související postoj Německa. Vpád ruské armády na Ukrajinu způsobil nabourání německé východní politiky „Wandel durch Handel“ (změna skrze obchod), snížil se počet německých firem v Rusku, a naopak přispěl k rozhodnutí snížit závislost na dovozu ruských fosilních energií.

V kontextu ruské agrese spolková vláda rovněž ohlásila záměr vytvořit mimorozpočtový fond na modernizaci Bundeswehru ve výši 100 mld. EUR a přislíbila navýšení výdajů na obranu ve výši 2 % HDP.

Zároveň je Německo společně se severskými státy aktuálně proti za stropování cen z důvodu, že se obává nedostatku plynu a zároveň narušení fungování trhu.

Na druhé straně bylo Německo již jednat o výstavbě nového plynovodu ve Španělsku, který by mohl přinést do Evropy novou kapacitu. Plynovod MidCat patřil ke stěžejním bodům německo-španělského summitu, který byl naposledy v roce 2013. V současné době se jak německý kancléř Olaf Scholz, tak i španělský premiér Pedro Sanchez, shodli na tom, že je čas projekt zase oživit a tím propojit Pyrenejský poloostrov se zbytkem Evropy. Problém je, že by musel vést přes Francii, která se k výstavbě vyjadřuje negativně. Projekt MidCat podle představitelů Francie, nemá smysl a považuje toto rozhodnutí za nerentabilní. (17)

3.2.3 Ekonomické prostředí

Německo je největší ekonomikou v rámci EU a čtvrtou největší ekonomikou na světě (po USA, Číně a Japonsku). Za svou konkurenceschopnost a postavení ve světovém hospodářství vděčí své inovační schopnosti a proexportní orientaci. (18)

K ekonomickým faktorům, kterými se budeme zabývat, patří: ekonomický růst, HDP, státní výdaje, monetární politiku, měnové kurzy, nezaměstnanost či inflací.

Německo je tradičně největším čistým plátcem do unijního rozpočtu. Evropská politika spolkové vlády je přesto silně zaměřená na dosahování konsensuálních řešení v Radě EU.

Kromě aktuálních priorit ekologické a digitální transformace jsou tradiční prioritou spolkové vlády v EU mj. hospodářská a průmyslová politika. (18)

3.2.4 Sociálně-kulturní prostředí

K sociálním neboli socio-kulturním faktorům se náleží: spotřební zvyky kupujících, rozdělení příjmů, demografické faktory, změny životního stylu, chování žen a mužů nebo vzdělání.

V SRN žije podle Německého statistického úřadu 83,2 mil. obyvatel (2021). Mezi roky 2011–2019 počet obyvatel v SRN mírně rostl, avšak roky 2020 a 2021 zůstaly i kvůli pandemii covid-19 konstantní. Na konci roku 2021 žilo v Německu přibližně 44,9 milionu lidí v produktivním věku (25 až 59 let). V Německu je od roku 1972 stále vyšší úmrtnost než porodnost. (18)

Počet narozených dětí v SRN po letech pomalu stoupá (795 500 narozených v roce 2021), avšak úmrtnost je stále vysoká (1 023 000 zemřelých v roce 2021). V SRN žije cca 233 obyvatel/km². (18)

K 31. 12. 2021 žilo v Německu přibližně 11,8 mil. cizinců. Největší menšinou žijící v Německu je dlouhodobě turecká, následovaná polskou a syrskou menšinou. (18)

Co se týká náboženského vyznání, tak je zde poměrně vysoké procento věřících. V SRN 22,2 mil. obyvatel vyznává římsko-katolickou církev, 20,2 mil. obyvatel protestantskou, 5,5 milionu tvoří muslimové a 93 700 obyvatel se hlásí k judaismu. (18)

Německá společnost se dá považovat za otevřenou a moderní. Většina obyvatel má kvalitní vzdělání a vysokou životní úroveň. V Německu jsou značné kulturní odlišnosti mezi jednotlivými oblastmi. Nejedná se pouze o rozdílné kulturní zvyklosti, jednání a nářečí mezi novými a starými spolkovými zeměmi.

3.2.5 Technologické prostředí

K technologickým faktorům řadíme: státní výdaje na výzkum, nové objevy, internet, satelitní komunikace, výrobní technologie, skladovací technologie nebo patenty.

Německo je zemí, kde výzkum a věda mají velmi významné postavení. Do vědy a výzkumu se v současné době investuje přibližně 2,5 % HDP. V celosvětovém srovnání se Německo ve výdajích na vědu a výzkum pohybuje na 4. místě za USA, Čínou a Japonskem.

Výzkum v Německu má své zázemí zejména na univerzitách a v odborných výzkumných pracovištích. Klíčovými oblastmi vědy a výzkumu, které se těší významné státní podpory, jsou nano, bio, informační a komunikační technologie. Efektivní podporu státu zaměřenou na vytváření vhodného prostředí pro inovace a dokazují zejména špičkové společnosti jako např. Siemens, Bosch, BASF atd., které patří k nevýznamnějším světovým majitelům patentů.

V Německu také existuje celá řada vědecko-výzkumných základen. Tyto výzkumné pracoviště jsou sdružené v různých organizacích. Mezi nejznámější lze zařadit Fraunhoferovu společnost nebo ústavy Maxe Plancka. Problémem je poměrně malý počet výzkumných pracovníků. I když průměrný počet absolventů vysokých škol je ještě stále na dobré úrovni, dochází spíše ke klesající tendenci.

3.3 Hospodářství v Německu

Nejdůležitějším prvkem německého hospodářství jsou malé a střední firmy. Velmi obvyklé jsou rodinné podniky (tzv. Mittelstand) zároveň doplněné velkými nadnárodními společnostmi a koncerny. Největší podíl HDP tvoří ze 75 % služby, následuje průmysl s 23,8 % a nejmenší podíl zaujímá zemědělství se 1,3 %.

Jak již bylo zmíněno, Německo je, co se týká průmyslu, pokroková země. Velmi usiluje o modernizaci a ekologizaci ekonomiky. Znamená to digitalizaci, změnu energetické politiky, která podporuje výrobu energie z obnovitelných zdrojů. Předpokladem je výstup z jádra do konce roku 2022 a ukončení využívání hnědého uhlí nejpozději do roku 2038. Německo je po USA a Číně největším světovým vývozcem. Německo má dlouhodobě kladnou bilanci zahraničního obchodu. V roce 2021 dosáhl vývoz zboží a služeb hodnoty 1 375mld. EUR.

Vlivem aktuálního válečného konfliktu Ruska a Ukrajiny se snížil export do Ruska na minimum. Minulý rok byla Ruská federace 15. nejvýznamnějším obchodním partnerem SRN. Pro srovnání – Česká republika se pohybuje kolem 10. -11. místa.

Nejdůležitějšími exportními artikly jsou: „vozidla, stroje, chemikálie, elektronické výrobky, elektrická zařízení, léčiva, dopravní prostředky, základní kovy, potravinářské výrobky, pryž a plasty. K nejdůležitějším dovozním položkám patří přístroje na zpracování dat, vozidla a jejich díly, chemické výrobky, stroje, farmaceutické výrobky, kovy, potraviny a krmiva, ropa a zemní plyn.“ (18)

3.3.1 Ekonomické ukazatele země – vývoj HDP

Německo je největší evropskou ekonomikou a 4. největší ekonomikou na světě. V roce 2021 se německé hospodářství zotavilo z pandemie covid-19 a dosáhlo růstu HDP ve výši 2,8 %. Zároveň však v roce 2021 meziročně vrostla inflace z 0,4 % na 3,2 %. Sankce proti Rusku postihly v průměru čtyři z pěti německých firem. Došlo k narušení dodavatelských řetězců, zdražení energií, nedostatku zejména kvalifikovaných pracovních sil a růstu transportních nákladů.

Šancí na vzpruhu ekonomiky jsou chystané masivní investice do dekarbonizace průmyslu, digitalizace, transformace energetiky, výstavby elektrických sítí, kolejové dopravy i do obrany. Německo aktivně podporuje rozvoj obnovitelných zdrojů a investice mají dosáhnout až 1,25 bil. CZK ročně. V železniční a kolejové dopravě se předpokládají investice 3 bil. CZK do roku 2030. V oblasti digitalizace se očekávají rozsáhlé investice zejména do budování páteřních optických sítí. Vzhledem k zájmu Německa o soběstačnost v oblasti tzv. kritické infrastruktury a zásobování potravinami lze očekávat státní investice v oblasti medicínské a farmaceutické produkce i do potravinářského sektoru. (19)

Německo	2020	2021	2022	2023	2024
Růst HDP (%)	-4,9	2,8	3,2	2,8	2
Průmyslová produkce (% změna)	-8,1	2,9	3,9	2,9	1,6
Veřejný dluh (% HDP)	68,9	73,9	69,7	65,3	63,1
Míra inflace (%)	0,4	3,2	4,2	2,3	1,9
Populace (mil.)	82,8	82,9	82,9	82,9	82,8
Nezaměstnanost (%)	3,9	3,5	3,7	3,8	3,7
HDP/obyv. (USD, PPP)	55048,9	58350	62720	66130	69240
Bilance běžného účtu (mld. USD)	269,1	274,8	273,3	303,2	309,6
Saldo obchodní bilance (mld. USD)	218,1	219,7	241	275,2	301,6

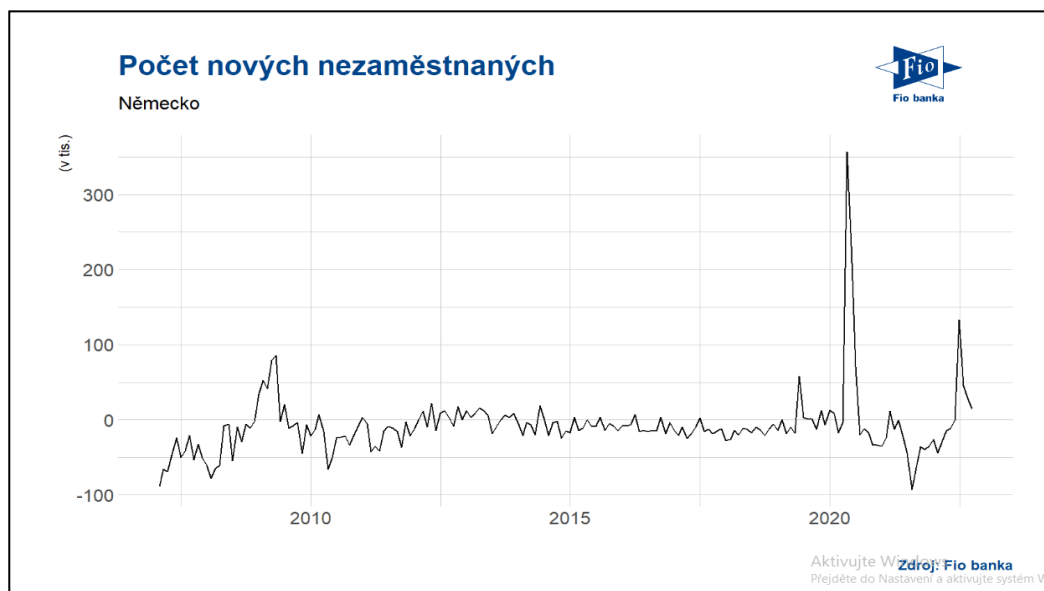
Graf 2 Ukazatele německé ekonomiky v letech

Vlastní zpracování, data použita z Kurzy.cz (19).

3.3.2 Ekonomické ukazatele země – nezaměstnanost

Míra nezaměstnanosti dosahuje v roce 2022 okolo 5 % (Bundesagentur für Arbeit), což je mírný pokles vzhledem k roku 2021, kdy činila 5,2 %. (18)

Dle grafu 2 níže můžeme vidět, že nezaměstnanost v Německu je poměrně stabilní. Mírně zvýšená byla před rokem 2010, což roky 2008 a 2009 byla krize, která zasáhla nejen jeden stát. Druhým datem, kdy prudce vzrostla nezaměstnanost, je rok 2020, který patřil pandemii covid-19.



Graf 3 Vývoj nezaměstnanosti v Německu (20)

3.3.3 Ekonomické ukazatele země – inflace

Pojem inflace je známý, jednoduše řečeno představuje růst cen. Je jevem spojeným s tržní ekonomikou. K inflaci dochází v okamžiku, kdy je v oběhu větší množství peněz než zboží a služeb. Inflace způsobuje pokles kupní síly peněz, což pro spotřebitele znamená, že si za stejnou hodnotu peněz nakoupí menší množství výrobků či služeb.

Během roku 2022 meziroční inflace vzrostla v Německu na 10 procent. V srpnu bylo meziroční tempo růstu cen na 7,9 %. Během září 2022 tato hodnota vzrostla na 10 %. Ceny výrazně rostou především u energií a potravin.(21)

„Jde o nejvyšší nárůst spotřebitelských cen v Německu od začátku 50. let 20. století.“ (22)

Německá ekonomika se měla dle předpovědí dostat v roce 2023 k pádu HDP o 0,3 % a inflace měla dosahovat 9,3 %. Ekonomický institut Ifo však předpokládá snížení hrubého domácího produktu (HDP) o 0,1 procenta a ve svém ekonomickém výhledu uvedl, že inflace proti předpokladům rychleji zpomalí. Sníží se tak podle něj na 6,4 procenta. (23)

K výraznému snížení odhadu inflace institut uvedl, že zveřejněná analýza už zohledňuje do výpočtu regulované ceny elektřiny a plynu. Ty začnou platit od ledna, nyní v prosinci pak německá vláda domácnostem a menším firmám jako kompenzaci vysokých cen energií uhradila zálohy na plyn a dálkové teplo. (23)

3.3.4 Ekonomické ukazatele země – celkové zadlužení

Co se týká zadluženosti, tak Německo po dvou letech pandemie dostalo další zásah – válečný konflikt Ruska a Ukrajiny. Německá ekonomika je zatížená, protože hojně podpořila Ukrajinu. Je to z toho důvodu, že nejde pouze o boj Ukrajiny a Ruska, ale Ukrajina bojuje za svobodu a hodnoty celé Evropy. Jde o podporu přímými dodávkami zbraní, finanční podporou a sankcemi, které jsou směřované proti Rusku.

Zároveň s válkou na Ukrajině narostly ceny energií, došlo k narušení dodavatelských řetězců, což je problém pro Německou ekonomiku silně zaměřenou na průmysl. Inflace během prvního měsíce konfliktu dosáhla 7,6 %, což je nejvíce od sjednocení Německa

v 90. letech minulého století. Ekonomové předpokládají podobný údaj i za duben. Ministerstvo hospodářství očekává, že inflace dosáhne během tohoto roku v průměru 6,1 procenta.

Až do období, kdy začala pandemie covidu-19, hospodařila německá ekonomika s rozpočtovými přebytky. Avšak po velké podpoře firem a zaměstnanců, která byla po pandemii třeba, se Německo zadlužilo. *„Předloni si země vypůjčila 130 miliard eur (3,2 bilionu Kč), což tehdy bylo nejvíce v dějinách spolkové republiky. Loni pak zadlužení vzrostlo dokonce o 215 miliard eur (5,2 bilionu Kč). V příštím roce ale Německo hodlá opět zatáhnout za dluhovou brzdu a hospodařit se schodkem 7,5 miliardy eur (183 miliard Kč).“* (24)

Německo v roce 2022 hospodaří se schodkem 138,9 miliard eur.

Německo ještě loni odebíralo z Ruska 55 % své spotřeby plynu, v březnu závislost na dodávkách z Ruska klesla na 40 procent a nyní podle Habecka činí 35 %. Nezávislé na ruském plynu by Německo chtělo být do poloviny roku 2024.

Rozpočtový schodek není jediným zadlužením, které Německo letos čeká. Kancléř Scholz oznámil, že vznikne zvláštní fond o objemu 100 miliard eur na modernizaci armády. Tento fond ale stojí mimo rozpočet, součástí deficitu se proto nestane.

I přes rostoucí zadlužení odmítá liberál Christian Lindner zvýšení daní. Zvýšení daňové zátěže rovněž zapovídá koaliční smlouva Scholzových sociálních demokratů, Zelených a liberálních svobodných demokratů (FDP). (24)

3.4 Zahraníční obchod Německa

Zahraníční obchod má pro Spolkovou republiku Německo nesmírný význam. Tento význam je zřejmý třeba na tom, kdy platí, že každé třetí v Německu vyrobené euro má svůj původ v zahraničí, a každé páté pracovní místo je závislé na prosazení německých produktů či služeb na jiných trzích. (18)

Pro Německo je silná orientace na vývoz zboží a služeb již dlouhodobým fenoménem. Tento fenomén byl zasažen v roce 2008, kdy nastal hospodářský propad.

3.4.1 Komoditní struktura

Německo dlouhodobě s podílem přibližně 85 % exportuje hotovou produkci. Pouze kolem 5 % tvoří polotovary a 1 % je vývoz surovin. Poměrně významné je i postavení výrobků agro-potravinářského komplexu, které se na vývozech země podílejí v posledních letech mezi 4–5 %.

Komoditní struktura německého exportu je dlouhodobě stálá. Mezi nejvýznamnější vývozní artikly Spolkové republiky patří: dopravní technika (především vývoz automobilů a autodílů, motorů a aviační techniky), dále elektrotechnické přístroje a zařízení včetně sdělovací techniky a další stroje včetně kancelářské techniky a obráběcích strojů.

Dohromady reprezentují tyto tři skupiny kolem 45 % hodnoty veškerého exportu země. (18)

K důležitým vývozním artiklům náleží chemické výrobky včetně gumárenských a plastikářských produktů a v menší míře i farmaceutické výrobky (velká část německé produkce farmaceutik je určena k domácí spotřebě). (18)

3.4.2 Vývoz z Německa

Německo má zcela zásadní roli v celoevropském měřítku. Je považováno za „exportní lokomotivu“ eurozóny. *„Německá ekonomika dosahuje přebytku obchodní bilance se všemi hlavními obchodními partnery s výjimkou Číny.“* (25)

Německý zahraniční obchod během roku 2021 velmi vzrostl. Navzdory problémům exportovalo Německo v roce 2021 zboží v rekordní hodnotě 1375,5 miliardy eur. Meziroční růst dosáhl 14 %. V porovnání s předpandemickým rokem 2019 vzrostl o 3,6 %. Což znamená, že v roce 2021 byly výsledky vyšší než před pandemií.

Změna přichází až letos, tedy v roce 2022, kdy německá ekonomika začíná upadat. Po mnoha letech, Německo poprvé v květnu více dovezlo, než vyvezlo. Informují o tom média na základě předběžných dat německého statistického úřadu Destatis. Tato situace nastala naposledy v roce 1991. Jde pravděpodobně o vliv několika faktorů, čímž jsou: válka na Ukrajině, covid-19 a vysoká cena energií. Ruku v ruce s tím jde i fakt, že Německo je závislé na surovinách Ruska a samo nemá téměř žádné. (25)

3.4.3 Dovoz Německa

Slabinou Spolkové republiky je vysoká závislost na dodávkách energetických komodit z Ruska. Německo je velmi progresivní a prosazuje obnovitelné zdroje energie. Na konci roku 2021 sestavilo plán na odstavení jaderné elektrárny. Bohužel odstavení stabilních a funkčních elektráren zvyšuje spotřebu energie z černého uhlí či plynu. Dodávky plynu z Ruska byly dále v porovnání s minulými roky podprůměrné, což v kombinaci s více faktory zapříčinilo prudký nárůst cen energetických komodit a vysoké proinflační tlaky v jednotlivých ekonomikách.

Celá Evropská unie je závislá na dodávkách zemního plynu přibližně z 35-40 %. Samotné Německo asi z 55 %. Stejně tak je Německo závislé na importu uhlí z Ruska a importech ropy. (26)

3.4.4 Německo – obchodní partner ČR

Vzhledem k tomu, že česká ekonomika je zaměřená na export, je vazba na ekonomiku Německa velmi podstatná. *„V posledních pěti letech představoval podíl Německa na obratu zahraničního obchodu ČR více než 29 %. ČR měla v tomto období s Německem ze všech svých obchodních partnerů také nejvyšší obchodní přebytek, který se plynule zvyšoval a převyšoval celkový obchodní přebytek ČR. Podíl vývozu zboží do Německa dosahoval v průměru 31,6 %, přičemž nejvyšší hodnoty (32,5 %) dosáhl v roce 2009, tj. v nejhlubší fázi finanční krize.“* (27)

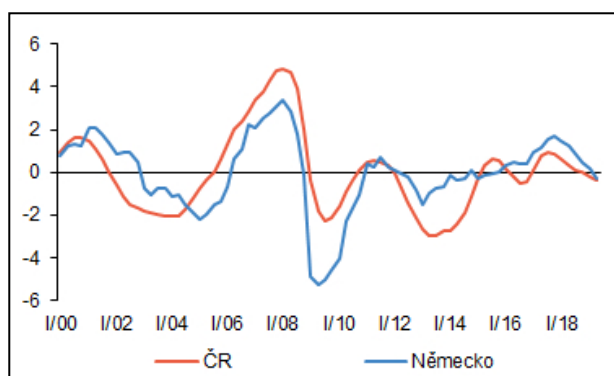
Častými produkty dováženými z Německa jsou: auta, potraviny, drogistické zboží. Mnoho Čechů, kteří bydlí u hranic s Německem, se často vydávají na nákupy právě k našim sousedům. Předpokladem je, že tyto tendence budou stále narůstající. Dokládá to i fakt, že například německá IKEA je v průměru o 11 procent levnější než česká. (28)

Německo je jedním z nejdůležitějších obchodních partnerů České republiky. Zásadní je pro nás hlavně vývoz, ale ani import od našich severozápadních sousedů není

zanedbatelný. Dovází se: stroje, přístroje, mechanická zařízení, elektrotechnické výrobky, auta, plasty a výrobky z nich nebo minerální paliva.

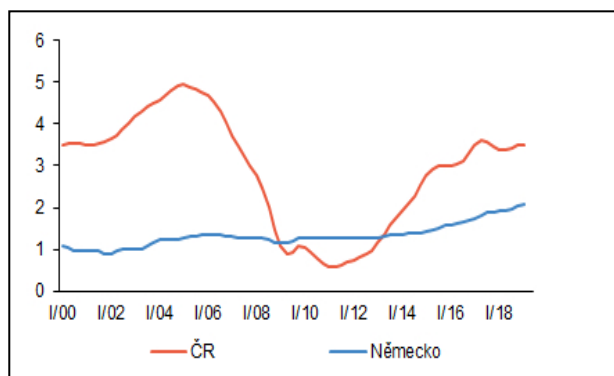
Velmi dobrému vztahu napomáhá volný pohyb zboží, který platí po celé Evropské unii. Na trhu existuje již několik úspěšných firem, které se na dovoz zboží z Německa do České republiky specializují. Jednou z nich je například Der Kurier. Tato firma se dle webových stránek zabývá nejen dopravou zboží do Německa, ale své služby nabízí také v opačném směru, a to za velmi výhodných podmínek.

Provázanost česko-německé ekonomiky můžeme pozorovat na grafu 4 níže, který ukazuje dlouhodobě podobný cyklus hospodářského cyklu.



Graf 4 Graf cyklu ČR x Německo (29)

Znamená to pro nás, že zpomalení růstu v Německu může zapůsobit i na ekonomickou situaci v České republice. I přes cyklickou sladěnost existuje významný rozdíl mezi vývojem potenciálu obou ekonomik, který můžeme vidět na grafu 5. (29)



Graf 5 růst HDP ČR x Německo (29)

Graf 5 zachycuje vývoj HDP v České republice a Německu v letech 2000–2018.

3.5 Export z České republiky do Německa

V kapitole Export z České republiky do Německa si rozebereme jak historii, tak zhodnotíme aktuální stav.

3.5.1 Historie exportu

V kapitole si zde uvedeme, jak vypadal stav exportu před přibližně v rozmezí 17cti až 10let. Stejně jako nyní bylo již v době před patnácti lety Německo náš velmi významný obchodní partner s přibližně 30 % na celkovém obratu našeho zahraničního obchodu. Například v roce 2007 směřovalo do SRN 30,8 % našeho exportu a 28,1 % dovozů do ČR pocházelo z Německa. (30)

V roce 2007 jsme byli pro Německo 12. největším obchodním partnerem.

Podle německých statistik český vývoz představuje 3,4 % z celkového objemu dovezeného do SRN, podíl ČR na německém vývozu je pak na úrovni 2,7 %.

Za období 1—5/2008 dosáhl vzájemný obrat výše 607 miliard korun a v porovnání se stejným obdobím roku 2007 se zvýšil o 3,2 %. Český vývoz činí za toto období 327 miliard korun, nárůst představuje 3 %. (30)

S importem a exportem směrem do Německa souvisí i stavy německých investic. Ty byly v minulých letech velmi významné. „Podle posledních údajů České národní banky dosáhl kumulovaný příliv přímých německých investic do ČR za období 1993–2007 hodnoty 13,2 miliard eur, což představuje podíl 19,5 % z celkové sumy přílivu přímých zahraničních investic do ČR od roku 1993.“ Tento podíl znamená druhé místo v pořadí, dle celkové výše investic po Nizozemsku. „Pouze v roce 2007 představoval příliv německých přímých investic do ČR částku 556 milionů eur.“ (31)

3.5.2 Aktuální stav exportu

"Pro čtvrtinu exportérů znamená vývoz do Německa více než 30procentní podíl na celkovém exportu firmy, téměř každá desátá tam vyváží přes polovinu produkce," dodal Radomil Doležal, generální ředitel CzechTradu.

Zaměření českých firem na německý trh je dlouhodobé. Přibližně 82 % do Německa vyváží po dobu delší, než je 5let. Čeští exportéři jsou opravdu velmi motivováni se dostat na německý trh, většina z nich předpokládá, že začne vyvážet ještě víc. Přibližně 42 % exportérů, plánuje podle analýzy Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR (AMSP) do budoucna kvůli poptávce německých partnerů zvyšovat své výrobní kapacity.

Jak již bylo řečeno, přibližně třetina vývozu putuje do Německa. Ne vždy však výrobky končí na německém trhu. Německo je odrazovým můstkem do celého světa, což znamená, že výrobky se mohou dále reexportovat. "Německo je prostředníkem, přes kterého vyvážíme výrobky dále do světa," potvrdil ředitel odboru zahraničně ekonomických politik ministerstva průmyslu a obchodu Martin Pospíšil.

"Česká republika se loni poprvé dostala na sedmou příčku mezi nejdůležitějšími importéry do Německa, když přeskočila dosud sedmé Švýcarsko, a v Bavorsku jsme se poprvé dostali na pozici třetího nejdůležitějšího dovozce. Lze tak hovořit o rostoucí závislosti Německa na českých dodavatelích," dodává Adam Jareš, ředitel zahraniční kanceláře CzechTradu v Düsseldorfu. ()

Mezi hlavní položky českého vývozu do SRN patří: silniční vozidla, elektrická zařízení, přístroje a spotřebiče, kovové výrobky a kancelářské stroje. (31)

3.6 Formy vstupu na zahraniční trh

V kapitole formy vstupu na zahraniční trh budou rozebrány základní druhy vstupů. Jsou jimi: přímá investice, Joint Ventura, piggyback, licence a další.

3.6.1 Přímá investice

Mezi přímé zahraniční investice patří:

- dceřiná společnost,
- fúze a akvizice
- společný podnik.

Přímá zahraniční investice odráží záměr rezidenta jedné ekonomiky neboli přímého investora, získat trvalou účast v subjektu, který je rezidentem v jiné ekonomice, než je ekonomika investora. Přímá investice je dále definována jako: "Podnik zapsaný nebo nezapsaný v obchodním rejstříku, v němž zahraniční investor vlastní 10 a více procent akcií (podílu) nebo hlasovacích práv u zapsaného podniku nebo ekvivalent u nezapsaného podniku." a součástí přímé zahraniční investice je považován kromě podílu na základním kapitálu také reinvestovaný zisk a ostatní kapitál, zahrnující úvěrové vztahy s přímým investorem. (32)

Ukazatele PZI poskytují informace o mezinárodních investičních aktivitách formou majetkových účastí a s nimi spojených úvěrů a o výnosech plynoucích z takto investovaného kapitálu. Přímá investice zahrnuje jak původní transakci mezi oběma subjekty (přímý investor – podnik přímé investice), tak všechny následující kapitálové transakce mezi nimi a mezi přidruženými podniky, zapsanými i nezapsanými v obchodním rejstříku.

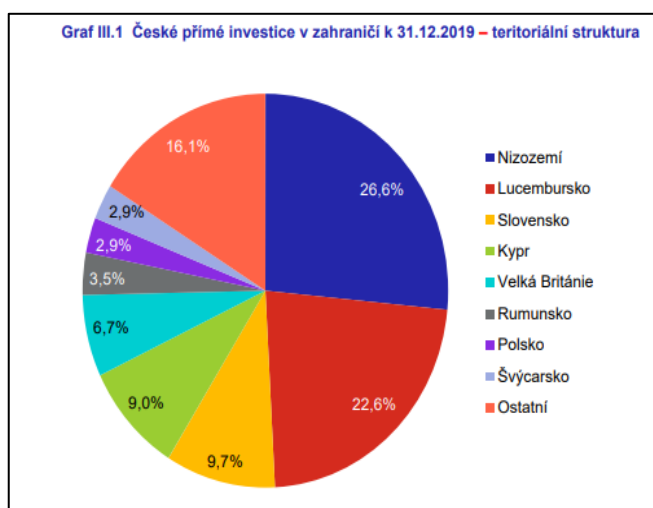
Za součást přímé zahraniční investice je považován kromě podílu na základním kapitálu také reinvestovaný zisk a ostatní kapitál, zahrnující úvěrové vztahy s přímým investorem. Přímá investice má tři komponenty a složení lze vyjádřit vztahem:

Přímá investice = základní kapitál + reinvestovaný zisk + ostatní kapitál

- Základní kapitál zahrnuje vklad nerezidenta do základního (vlastního) kapitálu společnosti.
- Reinvestovaný zisk je podíl přímého investora (v poměru k přímé majetkové účasti) na

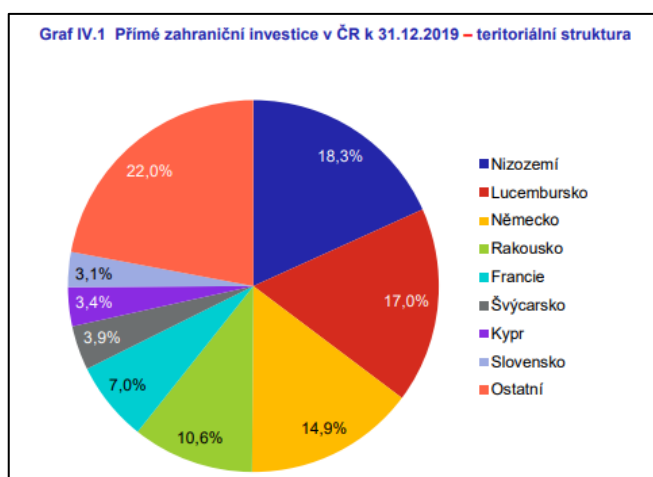
hospodářském výsledku nerozděleném formou dividend.

• Ostatní kapitál zahrnuje přijaté a poskytnuté úvěry, včetně dluhových cenných papírů a dodavatelských úvěrů, mezi přímými investory a jejich afilovanými podniky a ostatními podniky ve skupině. Tyto úvěrové vztahy jsou zachyceny v mezipodnikových pohledávkách a závazcích.



Graf 6 České přímé investice v zahraničí

(33)



Graf 7 Přímé zahraniční investice v ČR

(33)

Při pohledu na graf 1 a 2 můžeme srovnat přímé zahraniční investice v ČR, což znamená, jaké země u nás investují, a naopak na grafu číslo jedna můžeme pozorovat státy, do kterých my z České republiky investujeme. Pokud bychom se podívali na odvětvovou strukturu, tak největší podíl v obou případech tvoří pojišťovací a finanční činnosti. (34)

3.6.2 Joint Ventura

Joint-venture je: „Kapitálová spoluúčast samostatných partnerů na základě smlouvy. Jde o dočasné seskupení podnikatelských subjektů za účelem dosažení vymezeného cíle. Vzniká společné vlastnictví, odpovědnost a podíl na hospodářských výsledcích se dělí mezi jednotlivé účastníky podle smlouvy. V evropské oblasti se tato forma spoluúčasti nazývá konsorcium. Dnes se v ČR pod pojmem joint-venture chápe společný podnik se zahraniční majetkovou nebo technologickou účastí.“ (35)

3.6.3 Piggyback

Piggyback je forma spolupráce, kdy více firem ze stejného odvětví podniká v oblasti vývozu. Obvykle velká firma nabízí za úplatu menším firmám své zahraniční distribuční cesty.

Výhody pro malé firmy jsou:

- využití jména velké firmy
- využití zkušeností velké firmy, které mohou pomoci řešit lépe marketingové a logistické služby

Nevýhody pro malé firmy:

- tlak silných partnerů na nízké ceny
- nevýhodné platební podmínky
- velké nároky na kvalitu dodaného zboží

Výhody pro velké firmy:

- díky menším firmám poskytne velké firma kompletní sortiment výrobků
- úplata od obchodních partnerů

Nevýhody pro velké firmy:

- poškození image v případě, že malé firmy nedodávají včas výrobky

Existují i jiné formy piggyback. Občas můžeme najít dvě velké firmy, které navzájem spolupracují touto cestou. Jejich hlavním motivem bývá úspora nákladů. Nejčastější formou je společné využívání a financování prodejní sítě a společného poskytování služeb na zahraničním trhu.

Další možnou formou je ta, kdy firmy ze stejného oboru si vyměňují výrobky a poskytují distribuční služby. Firmy vstupují na zahraniční trh pod svou značkou, zachovávají si kontrolu nad cenami a mohou realizovat vlastní marketingovou strategii. Podstatnou úsporu nákladů jim umožní vstup na zahraniční trh prostřednictvím zavedené distribuce partnera na jeho domácím trhu. (36)

3.6.4 Licence

Jednou z forem, kterou může podnik vstoupit na zahraniční trh je prodej práv. Tato forma náleží mezi nenáročnou na kapitál. Může jít o prodej práv k využití vynálezu, užitného či průmyslového vzoru či práv k využívání ochranné známky či obchodního jména.

“Mezinárodní obchod, který se týká nehmotných statků, se na této úrovni uskutečňuje v mnoha případech pomocí smluv mezi podnikateli. Nejčastější formou smlouvy je smlouva licenční, smlouva o dílo nehmotné a smlouva o převodu práv k nehmotnému statku.” (37)

3.6.5 Franchising

Franchising je podle Luthanse (2012) obchodním ujednáním (úzce souvisejícím s licenční smlouvou), na základě, kterého jedna strana (franšízor) umožňuje druhé (franšízantovi) prodávat stejnou produktovou řadu s použitím své ochranné známky, loga a provozních postupů obvykle za předem zaplacený poplatek (koupě franšízy) a následné odvody určitého procenta výnosů. Cavusgil, Ghauri a Agarwal (2002) přidávají prvek důležitý pro dlouhodobé fungování franšízy (byť jej také neuvádějí v základní charakteristice franchisingu) - podporu ze strany franšízora zahrnující dodávky vybavení, nástrojů, poskytnutí kontaktů na dodavatele surovin a další subdodavatele, školení zaměstnanců a pomoc s řízením podniku. Další autoři vymezují franchising velmi podobně, Hesselink

a kol. (2006) navíc identifikuje tři typy franšízových smluv: průmyslovou (vyrábí produkty dle pokynů franšízora), distribuční (prodává zboží v obchodě nesoucím název a logo franšízora) a franšízu služeb. (38) (39) (40)

3.6.6 Nepřímý vývoz

Definice nepřímého vývozu je následující: „*Uskutečňování vývozu do zahraničí prostřednictvím obchodního nebo exportního zástupce oproti přímému exportu.*“ (41)

Nepřímý vývoz nastává ve chvíli, kdy jsou obchodní transakce mezi nabízející a poptávající stranou, realizovány za pomoci nějakého prostředníka. V praxi to vypadá tak, že prostředník na domácím trhu nakupuje a na zahraničním naopak prodává. Cílem je získání určité marže neboli zisk. (42)

Společnosti nejčastěji začínají nepřímým exportem prostřednictvím mezinárodních nezávislých marketingových zprostředkovatelů. Těmi jsou nejčastěji: vývozní zástupci, partnerské organizace, vládní vývozní agentury či specializované vývozní organizace. Tito zprostředkovatelé přinášejí do vzájemné interakce zkušenosti a know-how. (43)

3.6.7 Přímý vývoz

„*Export přímý spočívající v tom, že je mezi domácím výrobcem a zahraničním odběratelem bezprostřední obchodní vztah*“ (42)

Společnosti se mohou kromě nepřímého exportu rozhodnout i pro přímý export, který spočívá ve vlastním řízení a organizování exportu. Tato činnost s sebou nese vyšší rizika. Přímý export lze realizovat různými způsoby, například může zřídit domácí exportní oddělení, které je začleněné do organizačních struktur společnosti, či založit společnost přímo ve státě realizující export. (43 str. 792)

Rozhodne-li se společnost či firma pro přímou formu exportu, vytváří tím přímý kontakt s konkrétní zahraniční zemí. Odpadá zde zprostředkovatelský mezičlánek.

Organizace musí sama vytvořit distribuční cesty, tedy exportní oddělení, zahraniční zastoupení, pobočku v zahraničí či obchodní zástupce přímo vyslané do zahraničí. Hlavní výhodou je relativně větší potenciál návratnosti vložených investic, přímý kontakt

a v neposlední řadě kontrola a dohled nad výrobky, distribucí, cenami a možnostmi realizace vlastní marketingové strategie. (44)

3.6.8 Strategická aliance

„Strategická aliance je druh dohody mezi dvěma společnostmi o vzájemném využití výhod konkrétního projektu, přičemž obě strany souhlasí se sdílením zdrojů, což vede k synergii při realizaci projektu, což vede k vyšší ziskové marži. Kromě toho si obě společnosti zachovávají svoji nezávislost mimo rámec projektu.“ (45)

Příklady strategické aliance

- Starbucks a TATA v Indii
- Maruti a Suzuki
- Spotify a Uber
- Google a Luxottica

Rizika spojená se strategickou aliancí jsou například skryté náklady, které nemusí být na začátku viditelné. Z toho důvodu může být problém se ziskovostí.

Zároveň je obtížné řídit novou entitu, kde jsou institucionální a kulturní rozdíly. Hrozbou je také možný únik a následné zneužití citlivých informací a údajů. (45)

3.7 Rizika vstupu na zahraniční trh

Firmy, které se zamýšlí nad vstupem do mezinárodního podnikání, si musí uvědomit, že jde nejen o příležitost, ale nese to sebou i určitá rizika, která si v následující kapitole podrobněji rozebereme. Rizika na zahraničním trhu existují a nelze se jim zcela vyhnout, ale můžeme je do určité míry omezit (například je přenést na jiný subjekt). (37 str. 188)

3.7.1 Tržní rizika

Nejprve si ujasněme, co je tržní riziko. Definice je následující: *„Tržní riziko je riziko vzniku ztrát způsobených pohyby cen napříč trhem. Typ tržního rizika závisí na druhu*

investice, např. riziko vlastního kapitálu je riziko vzniku takových ztrát u akcií, zatímco měnové riziko představuje riziko ztráty peněz u změn směnných kurzů.“ (46)

Tržní riziko může být ovlivněno i vývojem mimo trhy. Faktorem, který ovlivňuje tržní riziko, mohou být prezidentské volby, jak ukázaly prezidentské volby v USA v roce 2016.

Trh je proměnlivý, takže firmě může přivodit jak horší, tak i lepší podnikatelský výsledek, než bylo predikováno. Podnik při změně na trhu nemusí dosahovat výsledky, které si naplánoval. Ochranou je realizace výzkumu zahraničního trhu, snaha inovovat, posilovat vztahy s důležitými zákazníky atd. (37)

3.7.2 Úvěrové riziko

Úvěrové neboli kreditní riziko bývá řazeno mezi základní finanční rizika. Kreditní riziko spočívá v tom, že dlužník nesplácí své závazky. Může to být z důvodu platební neschopnosti či platební nevěle. Zdroj úvěrového rizika může být rovněž snížení kreditní kvality (bonity) dlužníka. Příčina platební neschopnosti může být jak interní, tedy na straně dlužníka, tak externí – tedy působí zde vnější příčiny, jako je například krize ekonomiky nebo celého odvětví. Úvěrové riziko lze snížit zejména podrobným ohodnocením bonity dlužníka a jeho schopnosti splácet závazky. (47)

3.7.3 Inflační riziko

Inflační riziko ovlivňuje reálnou výnosovou míru. Inflace (snížení kupní síly peněz) snižuje reálný výnos z investice. Vysoká inflace může způsobit, že firma může jít do ztráty.

3.7.4 Komoditní riziko

Komoditní riziko vyjadřuje změnu ceny nebo výnosů na změnu ceny komodity (např. surovin, drahých kovů či energií). (47)

3.7.5 Přepravní rizika

Jsou spojena s přepravou zboží na zahraniční trhy, kdy během dopravy může dojít k poškození či ztrátě zboží. Škodu utrpí ten, který v daném okamžiku nesl riziko (prodávající, kupující, dopravce nebo speditér). (37)

Prevence přepravních rizik spočívá ve vymezení povinností mezi prodávajícím a kupujícím při zajišťování přepravy zboží. Dále je důležité vybrat si spolehlivého přepravce a zároveň sjednat vhodné pojištění. Před uzavřením smlouvy je dobré si uvěřit reference či hodnocení kvalit přepravce.

3.7.6 Teritoriální rizika

Teritoriální rizika mohou mít počátek v nejistotě ekonomického a politického vývoje země, ale zároveň to může být zapříčiněno přírodní katastrofou, embargem, administrativním opatření a tak dále. Teritoriální rizika mohou mít negativní vliv na konečný stav obchodu i z toho důvodu, že je nelze snadno predikovat. Jako to je například u zemětřesení či povodní. (37 str. 188)

Nejúčinnější ochranou před tímto rizikem je získávání aktuálních informací a snaha o co nejpřesnější analýzu daného zahraničního trhu. Jako zdroj pro vyhodnocení těchto údajů mohou posloužit statistické zprávy, články a zprávy od mezinárodních organizací, ale také od agentur, které napomáhají firmám v oblasti exportu. Institucí, které se zabývají zkoumáním teritoriálních rizik, je možné najít hned několik. Mezi hlavní se řadí 32 ratingové společnosti, jejichž výsledky jsou pro uživatele snadno dostupné a údaje jimi uvedené jsou věrohodné.

Jak již bylo řečeno, teritoriální rizika vyplývají z hospodářské nebo politické situace jednotlivých zemí. Konkrétní formy teritoriálních (politických) rizik: „

- a. **Zákaz plateb**, státní opatření zakazuje importérovi splnit své závazky, a to bez vlivu importéra.

- b. **Moratorium**, jedná se o státem nařízený odklad plateb, popř. státní orgány povolí jen částečné – zálohové placení.
- c. **Výměnné riziko**, banka importéra nemá dostatek deviz.
- d. **Transferové riziko**, banka importéra nemůže provést transfer peněz do zahraničí, bez rozhodnutí vlády. (48)

Eliminace teritoriálních politických rizik: Neobchodovat s rizikovými zeměmi, aniž by byly peníze splaceny předem či jinak vhodně zabezpečeny. O výši politických rizik je možné získat přehled u některých mezinárodních institucí, jako jsou např.: Mezinárodní měnový fond, Světová banka OSN, OECD a další. Vypracovávají se stupnice důvěryhodnosti zemí např.: index BERI, též *Rating*. (48)

3.7.7 Kurzovní rizika

Kurzovému riziku se nevyhnou firmy, které obchodují se zahraničními partnery, když inkasují cizí měnu za vyvezené zboží. Spočívá to v tom, že jsou vystaveni riziku ztráty v souvislosti pohybu kurzu cizích měn. Změna kurzu může znamenat výraznou ztrátu provozního zisku.

Snížit riziko kurzovních rizik je možné forwardovými obchody. Forward dává možnost nakoupit či prodat určité množství cizí měny s kurzem, který je stanoven při uzavření obchodu. (49)

3.7.8 Riziko odpovědnosti za výrobek

Toto riziko souvisí se širokou ochranou spotřebitele na trzích některých vyspělých zemí, zvláště USA a EU. Výrobce je v těchto zemích vždy odpovědný za škody na zdraví nebo majetku, které mohou utrpět osoby v důsledku vad výrobku. Bezpečnost výrobku je proto základním požadavkem při exportu některých výrobků do vyspělých zemí. Nejúčinnějším a také nezbytným nástrojem ochrany proti tomuto riziku při vývozu na tyto trhy je pojištění. (50)

Odpovědnost způsobená vadou výrobku představuje zvláštní skutkovou podstatu odpovědnosti za škodu upravenou občanským zákoníkem. Úprava má kořeny v komunitárním právu, resp. je transpozicí směrnice Rady 85/274/EHS ve znění směrnice EP a Rady 1999/34/ES. (51)

3.8 **Jednotlivá exportní odvětví, exportní artikly**

Pro obchodování mezi Českou republikou a Německem je nejdůležitějších šest spolkových zemí. Obchodním partnerem s největším významem je Bavorsko. Objem vzájemné obchodní výměny dosahuje kolem 545 miliard korun, což je přibližně 25 % česko-německého obchodu. Mezi další významnou oblastí pro nás je spolková země Severní Porýní-Vestfálsko. „Je největší veletržní destinací na světě. Hostí více než 100 mezinárodních, ve svých oborech stěžejních veletrhů,“ zmínil Daniel Žára, konzul a vedoucí zastoupení České republiky v Düsseldorfu.

Jak v Mnichově, tak v Düsseldorfu jsou kanceláře společnosti CzechTrade, které napomáhají podnikatelům uspět na zahraničním trhu.

Mezi hlavní položky obchodu patří automobilový průmysl. Téměř 60 % českého vývozu do Spolkové republiky Německo tvoří stroje, elektrotechnické výrobky nebo motorová vozidla. Nejdůležitějším prvkem jsou silniční vozidla.

Tuzemská Škoda Auto, kterou ovládá koncern Volkswagen, je největší německou investicí v Česku a zároveň dělá zemi skvělou reklamou na tamním trhu. U západních sousedů je škodovka oblíbeným autem a už pár let je mladoboleslavský závod největším dovozcem osobních automobilů do SRN.

„Má podíl na trhu bezmála devět procent. To znamená, že každé jedenácté koupené auto v Německu je Škoda,“ upřesňuje Tomáš Ehler, šéf ekonomického úseku české ambasády v Berlíně.“ (52)

V roce 2021 firma Škoda Auto dodala na německý trh 136 800 vozů. (23)

3.9 Jaké obory/odvětví jsou pro Německo atraktivní?

Pokud podnikatel či firma zamýšlí nad exportem do Německa, tak je zde mnoho příležitostí, kde a jak uspět. Mezi atraktivní obory patří: “ *automotive (vodík, elektromobilita, autonomní řízení), ICT (digitalizace, e-commerce, umělá inteligence, technologie umožňující práci se vzdáleným přístupem, zavádění 5G sítí), Průmysl 4.0, energetika (obnovitelné zdroje, skladování elektřiny, decommissioning), technologie na dekarbonizaci průmyslu, farmaceutický průmysl a biotechnologie, nanotechnologie, zbrojní technologie a průmysl, bio potravinářství, turistika a lázeňství.*“ (18)

3.10 Formy a podmínky působení firem na trhu

Ve Spolkové republice Německo působí několik typů společností. Některé jsou podobné našim formám, některé jsou velmi odlišné.

- Společnost podle občanského práva (GbR) a veřejná obchodní společnost (OHG) (Gesellschaft bürgerlichen Rechts – GbR, Offene Handelsgesellschaft – OHG).
- Komanditní společnost (KG) + komanditní společnost s ručením omezeným (GmbH & Co.KG) ,(Kommanditgesellschaft – KG; Gesellschaft mit beschränkter Haftung und Kommanditgesellschaft – GmbH & Co.KG).
- Společnost s ručením omezeným (GmbH): (Gesellschaft mit beschränkter Haftung – GmbH) U tohoto typu obchodní společnosti se jedná o oblíbenou, v Německu velice rozšířenou, praktickou a ve většině případů i daňově výhodnou právní formu, která je vhodná i pro podnikání zahraničních subjektů.

- K dalším patří akciová společnost (AG) (Aktiengesellschaft – AG), která je ale pro potřeby zejména MSP ČR méně vhodná. Obvyklou formou je rovněž podnikatel-jednotlivec (Einzelunternehmer, Einzelfirma).
- Joint-venture je společnost vlastněná z určité části německým a ze zbylé části českým zahraničním partnerem. V německém právu neexistují žádné zvláštnosti a domácí i zahraniční partneři jsou si z právního hlediska rovni. Společný podnik patří v současné době k méně využívaným formám vstupu českých podniků na německý trh. (18)

3.11 **Instituce podporující podnikatele při expanze do ciziny**

V České republice můžeme nalézt několik institucí, které napomáhají českým podnikatelům a firmám exportovat na zahraniční trhy. Pro svou diplomovou práci jsem vybrala tři z nich, o kterých si zde něco víme, řekneme.

3.11.1 **Czech Trade**

Nejprve bude popsána činnost agentury Czech Trade působící na trhu od roku 1997. Od této doby je důležitým partnerem českých firem pro zahraniční exportní a investiční nápady. Agentura byla založena Ministerstvem průmyslu a obchodu s cílem rozvíjet mezinárodní obchod a vzájemnou spolupráci mezi českými a zahraničními subjekty.

- Co Czech Trade nabízí?

Agentura poskytuje exportérům své služby v oblasti informační a asistenční služby, které jsou dostupné nejen v České republice, ale i v zahraničních kancelářích. Znamená to tedy, že agentura poskytuje pro české firmy kompletní exportní podporu.

Výsledkem spolupráce je komplexní exportní podpora, která je maximálně rychlá, a především snadno dostupná pro české firmy.

Nejvýznamnější přidanou hodnotou spolupráce s CzechTrade jsou odborné znalosti a dlouhodobé zkušenosti zahraničních zástupců agentury, jejichž výsledkem je prokazatelná úspora času, nákladů a minimalizace rizik spojených s mezinárodním obchodem.

Rozsáhlá síť zahraničních kanceláří ve více než pěti desítkách zemích na pěti kontinentech pokrývá Evropu od Skandinávie po Balkán, Východní Evropu a státy SNS, významná africká a asijská teritoria, Kanadu, USA, Latinskou Ameriku, Austrálii a Nový Zéland.

(53)

3.11.2 Hospodářská komora ČR

Hospodářská komora zprostředkovává příležitosti českým podnikatelům. Jde primárně o pomoc českým firmám s jejich zahraničními podnikatelskými záměry. Hospodářská komora funguje jako informátor o podmínkách vstupu, propojování a navazování českých firem se zahraničními kontakty či školení a akce pořádané pro menší či střední podnikatele.

Spolupráce v zahraničí:

- Organizace doprovodných misí oficiálních představitelů českého státu spojené s pořádáním podnikatelských fór
- Organizace bilaterálních podnikatelských setkání v zahraničí
- Organizace on-line B2B (virtuální podnikatelská fóra ve spolupráci se zahraničními partnery) (54)

3.11.3 Czech Invest

Czech Invest je vládní agentura Ministerstva průmyslu a obchodu, která je zaměřena proexportně. Role agentury je klíčová v oblasti podpory podnikání a investic českých firem

směrem do zahraničí. Byla založena v roce 1992. Jejím posláním je získávání informací o světovém trhu, vyhledávání obchodních kontaktů, podpora tzv. „chytrých“ investic, propagace české ekonomiky, technologií a výzkumu a vývoje v zahraničí. Zároveň je její součástí exportní akademie, která pořádá vzdělávací akce zaměřené na mezinárodní obchod. (55)

4 Vlastní práce

V praktické části diplomové práce dojde ke srovnání 4 firem, které vyváží český alkohol do zahraničí, konkrétně tedy do Spolkové republiky Německo. Jde o společnosti: Jan Becher – Karlovarská Becherovka a.s., RUDOLF JELÍNEK a.s., STOCK Plzeň – Božkov s.r.o. a Budějovický Budvar. Otázkou stanovenou v zadání diplomové práce je, jaký je podíl obratu vybraných výrobků (firem) exportovaných do Německa na celkovém obratu firmy. Je zde třeba upřesnit, že výpočty jsou prováděny s čistým obratem společnosti.

4.1 Charakteristika odvětví

V diplomové práci je zohledněna výše spotřeby v České republice, ale práce je zaměřena především na vývoz alkoholických nápojů, které se vyrábí na území České republiky, ale následně putují za hranice, tedy do Spolkové republiky Německo.

V České republice máme velmi pozitivní vztah k alkoholu. Tento výrok dokládá výzkum exportního týmu z Kliniky adiktologie 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy a Všeobecné fakultní nemocnice Praze. Výzkum zjišťoval otázky ohledně běžné zkušenosti užívání alkoholu. Jako například v jakých měsících lidé nejvíce pijí, při jakých příležitostech, jestli se setkali s produkty pěstitelského pálení nebo i co si myslí o současné politice v oblasti alkoholu.

Výzkumníci nashromáždili v online průzkumu 809 odpovědí od respondentů, kteří svým rozložením podle pohlaví, věku, vzdělání a místa bydliště tvořili reprezentativní vzorek české populace.

Výsledkem analýzy je, že *“Závislost na alkoholu byla pomocí diagnostického dotazníku vyvinutého Světovou zdravotnickou organizací zjištěna u 3 % populace. Alespoň střední úroveň problémů s alkoholem byla identifikována u 25 % respondentů, rizikové pití u 40 %. Skóre vypovídající o problémovosti konzumace alkoholu klesá s rostoucím věkem respondentů a respondentek. Muži ovšem obecně dosahují vyššího skóre než ženy.”* (56)

„Co se týče typů alkoholických nápojů, není nijak překvapivé, že nejvíce lidí má zkušenosti s pivem a vínem, naopak s pivními speciály má zkušenosti méně lidí. Z ,tvrdého‘ alkoholu má více lidí zkušenost s likéry, slivovicí a tuzemákem než s vodkou, whisky a fernetem. S výjimkou likérů, šumivého vína a červeného vína konzumují všechny druhy alkoholu ve větší míře muži“ (56)

Respondenti výzkumu odpověděli, že nejvíce konzumují alkohol na Silvestra a také během zahraničních dovolených, zejména je nárůst patrný u mladších věkových skupin. Muži ve výrazně větší míře pijí na Silvestra a o Velikonocích, což souvisí se zvyklostmi spojenými s těmito svátky. Z doprovodných činností je konzumace alkoholu nejvíce spojena se sledováním filmů či sportu.

I z tohoto výzkumu můžeme soudit, že alkohol je pro Čechy velmi významným zdrojem zábavy a poměrně rádi jej konzumují. (56)

Stejně tak u našich sousedů, tedy ve Spolkové republice Německo, velmi holdují alkoholu. Dokládá to například fakt, že průměrně na jednoho obyvatele starší patnácti let připadá 10,6 čistého lihu za rok. Se závislostí se v Německu potýká asi 3 procenta populace. (57)

Pokud srovnáme spotřebu v České republice a v Německu, tak Němci jsou na žebříčku o pár příček níž – dělí se o sedmé a osmé místo s Maďarskem, kdyžto Česká republika je v TOP 5 státech s největší spotřebou alkoholu. (57)

Rozdíl, na který je třeba upozornit, je ten, že v Německu je možné koupit méně procentní alkohol již od 16ti let. Jde například o pivo či víno. Ke srovnání spotřeby piva v SRN a ČR se dostaneme u společnosti Budweiser Budvar, která úspěšně do Německa pivo exportuje.

V SRN, stejně jako v ČR má pivovarnictví dlouhou tradici. Počátky vaření piva sahají až do 12. století. V roce 1516 vydal Vilém IV. Zákon o čistotě piva, německy Reinheitsgebot. Znamenalo to, že do piva patří pouze chmel, ječmen a voda. Norma stanovovala, že kdo jí poruší, tak mu sud bude odebrán. V roce 1906 se z Reinheitsgebot stal říšský zákon, který platil pro celé Německo. (58)

Výroba a prodej alkoholu znamenala za poslední roky hodně problémů a útrap. Roky 2008 a 2009 byla v České republice ekonomická krize. V roce 2012 zasáhla Českou republiku prohibice. Prohibice byla v České republice vyhlášena dne 14. 9. 2012, kdy byl s okamžitou platností zákaz prodeje tvrdého alkoholu nad 20 %. Důvodem byla otrava metylalkoholem, která si vyžádala 47 obětí. (59)

V roce 2020 přišel další pád pro všechny likérky a palírny – koronavirus, který znamenal uzavření všech restauračních zařízení, barů, hotelů a podobně. Jak koronavirus (ne)ovlivnil tržby z prodaného alkoholu bude řešeno na následujících stránkách diplomové práce.

4.2 Firma č. 1 – Becherovka

První společnost, která bude podrobena analýze, je Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s. Becherovka je velmi známý bylinný likér s původem v Čechách. Jde o alkoholický nápoj, který je někdy považován za všelék, jenž pomáhá na různé žaludeční či zažívací problémy. Becherovka je vyráběna z karlovarské vody, lihu, cukru a tajné směsi bylinek a koření. Přesný návod údajně znají pouze dva lidi na celém světě. Právě Becherovka je často propagována jako český suvenýr, který si mnoho turistů odváží z České republiky.

4.2.1 Základní údaje

Název společnosti:	Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s.
Datum vzniku:	1. ledna 1994
Sídlo:	Karlovy Vary, T.G. Masaryka 282/57, PSČ 36001 IČO 49790765
Základní kapitál:	Základní kapitál: 427 423 000,- Kč
Právní forma:	Akciová společnost Akcionáři PERNOD RICARD Europe, Middle East and Africa s.a.s.
Předmět podnikání:	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona, a to zejména tyto obory činnosti: - velkoobchod a maloobchod; - reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení; - provozování kulturních, kulturně-vzdělávacích a zábavních zařízení, pořádání kulturních produkcí, zábav, výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí zapsáno 7. prosince 2021

	<p>výroba a úprava kvasného lihu, konzumního lihu, lihovin a ostatních alkoholických nápojů (s výjimkou piva, ovocných vín, ostatních vín a medoviny a ovocných destilátů získaných pěstitelem pálením), a prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin</p> <p>zapsáno 28. ledna 2014</p>
--	--

(60)

4.2.2 Historie společnosti

Historie zrodu becherovky začíná již v roce 1794, kdy zkušený obchodník Josef Vitus Becher (1769–1840), který se kromě obchodování s kořením a koloniálním zbožím, věnoval i výrobě alkoholu. V roce 1794 si pronajal vinopalnu a začal experimentovat s likéry. Za svůj život se dvakrát oženil a měl 16 dětí, jeden ze synů – Johann (Jan) Nepomuk Becher živnost převzal v roce 1838.

Prodej Becherovky začal v roce 1807. Léčebný nápoj se ovšem jmenoval English Bitter a užíval se jako žaludeční kapky. Ve městě, kam většina lázeňských hostů přijížděla právě s neduhy zažívacího traktu, se zdravotní likér rychle ujal.

S vývozem Becherovky rodina začala v první polovině 19. století. V roce 1834 se prodávala ve Štětíně, o rok později ve Vídni a Mnichově a v roce 1838 pronikla do Paříže. Během první světové války se Becherovka dostala do Španělska, Itálie, Turecka a Egypta. Teprve roku 1934 – po zrušení prohibice – mohla Becherovka dobýt Spojené státy a až o čtyři roky později také Anglii. Po druhé světové válce dostala Becherovka od státu povolení k vývozu pouhých 500 lahví za rok, v roce 1960 to bylo už 100 hektolitrů ročně. Becherovka byla jedním z vůbec nejúspěšnějších vývozních artiklů socialistického Československa. (61)

V době svého 100. jubilea (tedy v roce 1907) má Becherovka už 12 tisíc pravidelných odběratelů, několik filiálek a registrovanou obchodní známku. Becherovku na všech svých

lodích zavedla i proslulá námořní dopravní firma Lloyd – osvědčila se prý na indispozice zažívacího traktu, pálení žáhy, nevolnost, žaludeční křeče a mořskou nemoc.

V roce 1922 byla registrována ochranná známka – jak pro český název, tak i jeho německý ekvivalent Becher Bitter. Do té doby se Becherovka postupně prodávala pod řadou názvů – English Bitter, Karlsbader Bitter, Karlsbader Becherbitter, Johann Becher atp.

Firma je ve vlastnictví rodiny do doby po druhé světové válce. V roce 1945 došlo ke znárodnění československou vládou. Od roku 1994 fungovala firma jako akciová společnost, v roce 1997 přešla do vlastnictví francouzského nadnárodního nápojového koncernu Pernod Ricard (Jan Becher – Pernod Ricard, což je jeden ze tří největších světových výrobců lihovin a vín. (61)

4.2.3 Portfolio společnosti

V současné době má společnost v portfoliu čtyři alkoholické nápoje: Becherovku, Lemond, Cordial a KV14. Pro všechny produkty je společný charakteristický tvar láhve a její materiál – sklo. Cílové skupiny se ovšem pro jednotlivé výrobky liší. (62)

Becherovka original (dále jen Becherovka) je tradičním, a také nejstarším, produktem firmy (již od roku 1807). Jedná se o 100% přírodní produkt vyznačující se především svou hořkou chutí, založenou na tajné receptuře, a s obsahem alkoholu 38 % vol.



Obrázek 2 Becherovka original

Becherovka Lemond (dále jen Lemond) je naopak nejmladším přírůstkem do řad Jana Bechera, vzniknuvší v roce 2008 za nového vlastníka Pernod Ricard. Kromě klasické utajované receptury Becherovky navíc obsahuje přírodní aroma z pomerančů, kumquatů,

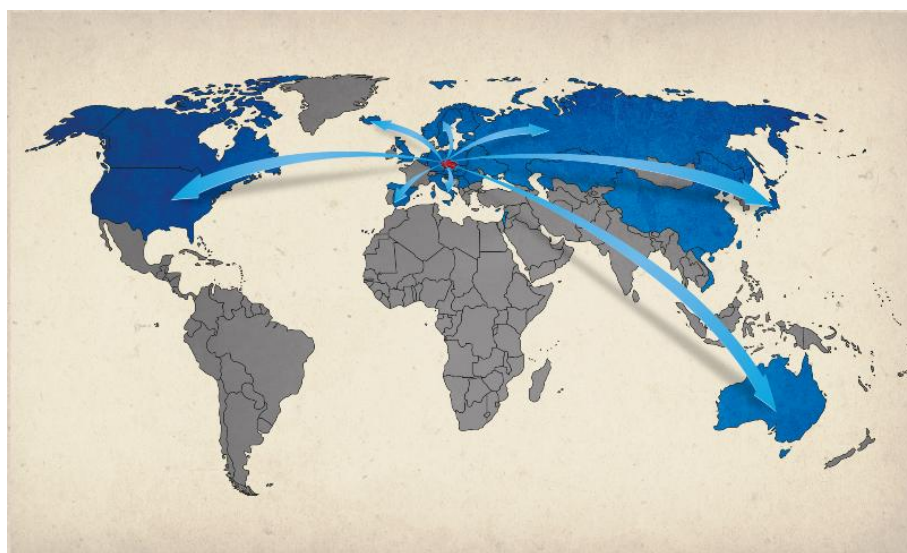
citrónů a cejlonského čaje, mentol a karamel. Na rozdíl od klasické Becherovky obsahuje méně alkoholu (20 % vol.). (62)

Cordial je jemný prémiový likér, který si získává srdce svých příznivců už od roku 1910. Typická je pro něj medová barva, výrazně sladká chuť a unikátní kombinace bílého vína a extraktu z lipového květu. Svým luxusním vzhledem je přímo stvořen k obdarování někoho, na kom vám velmi záleží.

KV14 je hořký bylinný aperitiv charakteristický svou podmanivě tmavočervenou barvou. Spojuje v sobě plnou chuť bylin a červeného vína. Neobsahuje žádný cukr, zato alkoholu je v něm rovných 40 %. Doporučuje se podávat jako aperitiv nebo digestiv.

Nefiltrovaná Becherovka je prémiový bylinný likér, který je součástí ikonické rodiny Becherovky. Je to jedinečný výrobek bez chemických konzervačních látek, barviv, nebo jiných umělých látek a emulgátorů. Vyrobena z čisté karlovarské vody, vysoce kvalitního lihu a směsi bylin a koření. Má přirozenou a bohatou chuť, díky které je perfektní jak samotná, tak i ve vašem oblíbeném drinku. Obsah alkoholu je 38 %. (62)

4.2.4 Export společnosti



Obrázek 3 Export společnosti Becherovka (63)

Becherovka se momentálně vyváží do téměř 40 zemí světa. Mezi nejsilnější exportní trhy patří Německo, Slovensko, Ukrajina a Rusko. Kromě toho se vyváží také do vzdálenějších zemí – Japonska, Brazílie či Austrálie.

4.3 Firma č. 2 – RUDOLF JELÍNEK

Na českém trhu je konkurencí Becherovky například společnost RUDOLF JELÍNEK. Majitelem likérky je aktuálně Pavel Dvořáček.



Obrázek 4 Logo společnosti RUDOLF JELÍNEK

4.3.1 Základní údaje

Datum vzniku a zápisu	1. leden 1994
Spisová značka	B 1253/KSBR Krajský soud v Brně
Obchodní firma	RUDOLF JELÍNEK a.s.
Sídlo	Razov 472, 763 12 Vizovice
Identifikační číslo	49971361
Právní forma	Akciová společnost
Předmět podnikání	<ul style="list-style-type: none">• činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence• výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona• hostinská činnost• zemědělství včetně nezpracovaných zemědělských výrobků za účelem zpracování nebo dalšího prodeje

	<ul style="list-style-type: none"> • výroba a úprava kvasného lihu, konzumního lihu, lihovin a ostatních alkoholických nápojů (s výjimkou piva, ovocných vín, ostatních vín a medoviny a ovocných destilátů získaných pěstitelským pálením) a prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin
--	--

(63)

4.3.2 Historie společnosti

První písemnost, která dokládá existenci palírny je z roku 1585. V té době se páliło především z pivních odpadků. Na Vizovicku, kde se palírna nacházela, byly dobré klimatické podmínky pro pěstování ovocných stromů. V polovině 18. století se zde začala kvůli přebytku švestek vyrábět slivovice. V roce 1891 založil vlastní pálenici Zikmund Jelínek. Jeho dva synové převzali v roce 1919 firmu a přejmenovali ji na název “Zikmunda Jelínka synové”. Bratři o dva roky později koupili Rolnický závod ovocnářský a firma se díky tomu začala rychleji rozvíjet. Bratři měli však rozdílné názory na vedení společnosti, a proto se rozhodli v roce 1926, že každý bude pokračovat sám. Rudolf Jelínek zůstal na Razově a firmě dal své jméno, Vladimír pokračoval na původním místě pod původním názvem. (64)

Rudolf Jelínek kvůli svému židovskému původu zahájil ve 30. letech výrobu košer destilátů. Po ukončení prohibice v USA se mu v roce 1934 podařilo úspěšně exportovat první kosher výrobky do zámoří, což byl základ jeho obchodního zahraničního úspěchu až do roku 1939, kdy začala 2. světová válka.

Vzhledem k židovskému původu měla rodina Jelínků osud během druhé světové války zpečetěný. Téměř všichni členové rodiny Jelínků byli zavražděni v koncentračních táborech. Přežili jen synové Zdeněk a Jiří. Ve válečném období došlo k arizaci palírny a firma byla pod nucenou správou až do roku 1945.

Zdeněk a Jiří se po válce ujali znovu firmy. Zdeněk záhy zemřel, a tak bylo na Jiřím, aby navázal na předválečné obchodní úspěchy. Což se mu dařilo, ale bohužel přišel v roce 1948 další zásah. Podnik byl znárodněn a Jiří Jelínek se rozhodl s rodinou odjet do exilu.

Výroba byla včleněna do národního podniku Moravské lihovary a octárny Brno, později se stává součástí podniku Slovácké konzervárny. I pod hlavičkou národního podniku pokračuje výroba vysoce kvalitních destilátů určených zejména pro export. Udržení zahraničních obchodních vztahů bylo možné jen díky zachování značky RUDOLF JELÍNEK, která měla doma i ve světě dobré jméno. (64)

Významným rokem byl 1989, kdy se “Valašsko-slovácké pálenice a konzervárny” mění na samostatný podnik RUDOLF JELÍNEK.

1994 - vznik Rudolf Jelínek a.s.

1998 - vstup nových akcionářů v čele s Pavlem Dvořáčkem. Firmu zvedli ze dna a sklízí úspěchy.

V roce 2003 se firma rozhodla nakoupit pozemky a založit na nich švestkové sady. První sklizeň proběhla v roce 2008. Tím vznikla první limitovaná edice – Vizovická slivovice.

2004 - Velkou investicí byla realizace Distillery Landu, návštěvnické prohlídkové trasy po areálu podniku, která umožňuje nahlédnout pod pokličku palírenské výroby. Předpokladem realizace byla rozsáhlá úprava areálu a budov, která se zčásti uskutečnila díky prostředkům z fondů Evropské unie v rámci projektu SAPARD.

V únoru roku 2020 bylo otevřeno Muzeum slivovice. V jeho prostorách se návštěvníci mohou seznámit prostřednictvím virtuální reality s historií a výrobou ovocných destilátů na Valašsku. V Muzeu je propojeno s prodejnou, kde si mohou návštěvníci vybrat a nakoupit výrobky z kompletního portfolia firmy. Zároveň se zde nachází i degustační bar. (65)

4.3.3 Portfolio společnosti

Vlajkovou lodí společnosti je slivovice, kterou vyrábí v několika variantách (bílá, zlatá, jubilejní, kosher nebo jednodrůdové). Dále také produkují další značkové ovocné destiláty té nejvyšší kvality jako hruškovice Williams, meruňkovice, třešňovice nebo jablkovice. Nenabízí pouze nápoje vlastní výroby, ale také produkty dceřiných firem či zahraničních společností. Zajímavostí je, že firma vyrábí i kosher produkty.

Společnost vyrábí:

- Ovocné destiláty a pálenky – hlavní produkt je zde slivovice, která je oblíbeným moravským destilátem. Mimo slivovici nabízí i třešňovici, jaderničku, meruňkovici, či hruškovici.



Obrázek 5 Slivovice - R. Jelínek

- Kosher produkty – lihoviny jsou vyráběny v souladu s židovskou vírou, při dohledu rabína. V portfoliu je 5 základních kosher lihovin.
- Ovocné likéry – sladší produkty na bázi ovocných destilátů. Např. WILLIAMS HRUŠKA.
- Bylinné likéry a elixíry. Elixíry jsou oblíbené produkty u těch konzumentů, kteří preferují sladší a méně alkoholické nápoje. Jsou v nabídce poměrně krátce. Např. ELIXÍR Z RAKYTNÍKU, ELIXÍR Z MEDU A SLOVIVICE či ELIXÍR Z BEZOVÉHO KVĚTU. Mezi likéry patří např.: LUHAČOVICKÁ BYLINNÁ či PRADĚD.
- Borovička je tradičním produktem Vizovického regionu. V chuti Slovácké borovičky můžeme cítit plody černého jalovce již od 19. století. (64)

4.3.4 Export společnosti



Obrázek 6 Export společnost RUDOLF JELÍNEK (67)

V současné době představuje podíl exportu přibližně třetinu z celkové produkce. Významná část exportu směřuje na Slovensko, tradičně důležitým odběratelem zůstávají USA, z dalších zemí Chorvatsko, Itálie, Litva, Maďarsko, Německo, Polsko, Rakousko, Rusko, Švýcarsko, Švédsko, Velká Británie ale také Kanada, Austrálie, Jižní Afrika, Gruzie a Čína.

V rámci R. JELÍNEK GROUP SE šíří ve světě dobré jméno značky RUDOLF JELÍNEK dceřiné společnosti R.JELÍNEK L.A. – S.A. v Chile, VINPROM TROYAN AD v Bulharsku, RUDOLF JELÍNEK Slovakia, s.r.o. na Slovensku, R.JELÍNEK USA, LLC. ve Spojených státech amerických a SEMI Trade LLS v Rusku.

4.4 Firma č. 3 – STOCK Plzeň – Božkov s.r.o.

Společnost STOCK Plzeň – Božkov (STOCK PLZEŇ) je na trhu více než 85let. Specializují se na výrobu tradičních lihovin a hořkých likérů. Firma nabízí široké portfolio nápojů, ale vlajkovou lodí pro Českou republiku je Fernet Stock. Stock Plzeň nabízí značky jako například: vodku Amundsen, Božkov tuzemský či slivovici Stock. Portfolio společnosti nabízí přes 40 značek. Kromě dlouhodobě úspěšných se snaží i o inovativní produkty jako je například Fernet Stock Citrus, který by měl cílit především na ženy.



Obrázek 7 Logo STOCK Plzeň – Božkov

4.4.1 Základní údaje

Datum vzniku a zápisu	23. květen 2007
Spisová značka	C 21004/KSPL Krajský soud v Plzni
Obchodní firma	STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.
Sídlo	Palírenská 641/2, Božkov, 326 00 Plzeň
Identifikační číslo	27904636

Právní forma	Společnost s r.o.
Předmět podnikání	<ul style="list-style-type: none"> · hostinská činnost · pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor · výroba a úprava kvasného lihu, konzumního lihu, lihovin a ostatních alkoholických nápojů (s výjimkou piva, ovocných vín, ostatních vín a medoviny a ovocných destilátů získaných pěstitelským pálením) a prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin · výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona: - výroba potravinářských a škrobářenských výrobků, - pěstitelské pálení, - zprostředkování obchodu a služeb, - velkoobchod a maloobchod, - reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení.

(66)

4.4.2 Historie společnosti

Historie likérky začíná před více než 120 lety v italském přístavu Terst, který byl v té době součástí Rakousko-Uherska. Právě v městě Terst založil Lionello Stock roku 1884 společnost Camis&Stock. Prvním výrobkem společnosti byl koňak. Stal se velmi oblíbeným a začal dělat konkurenci francouzským destilátérům. Úspěch byl opravdu veliký a společnost se stala ve 20. letech 20. století jednou z největších společností svého druhu na světě. (67)

V období po první světové válce došlo k rozdělení Rakousko-Uherska a z domácího trhu se staly trhy zahraniční. Znamenalo to exportní problémy, které byly způsobeny celními poplatky, kvótami, a dalšími problémy. Majitel se rozhodl, aby předešel těmto problémům, že založí pobočky v jednotlivých zemích.

Zlomový okamžik pro rozvoj na našem území nastal v roce 1920, kdy Lionello Stock

koupil již existující lihovar v Božkově. Založil zde dceřinou společnost Stock Cognac Medicinal. Na počátku to fungovalo tak, že zboží sem bylo dováženo z Terstu a na našem území bylo jen plněno do lahví. V této době firma zaměstnávala pouze 20 zaměstnanců. Likéry se stávaly stále oblíbenější, a proto podnik začal pracovat samostatně. (67)

Historie likérky v Plzni však nebyla jen pozitivní. V třicátých letech trpěla důsledky ekonomické krize. Po druhé světové válce přešla pod národní správu, v roce 1948 byla definitivně znárodněna. Zisky z výroby byly odváděny a společnost nedostávala prostor na jakýkoliv rozvoj. Po revoluci 1989 se stal závod akciovou společností a zisk se začal investovat do výroby. Výrazně se zvýšila produkce Fernet Stocku, ale i dalších značek. *“V roce 1997 uvedl Stock Plzeň na trh Fernet Stock Citrus, který se během dvou let stal druhým nejpobulárnějším českým alkoholickým nápojem hned za Fernetem Stock. Dalšími mimořádně úspěšnými novinkami se staly například likér Magister, vodka Amundsen s četnými příchutěmi s nízkým obsahem alkoholu a také slivovice Stock z legendární pálenice Prádlo poblíž městečka Nepomuk.”* (67)

Koncem roku 2007 byla likérka Stock Plzeň převzata společností Oaktree Capital Management a stala se součástí mezinárodní skupiny Stock Spirits Group. V současné době firma tvoří podíl na trhu s lihovinami kolem 35 %. (68)

4.4.3 Portfolio společnosti

- VODKA – Nejznámější je AMUNDSEN, dále také Pražská vodka, Nordic Ice
- LIKÉRY – Bailyes, Božkov Griotte, Božkov Meruňka, Božkov Pepermint, Božkov Švestka
- HOŘKÉ A BYLINNÉ LIKÉRY – Fernet Stock, MENTHE PASTILLE
- BRANDY & GRAPPA – STOCK 84 ORIGINAL, NAPOLEON AMBASSADOR
- RUM – BOŽKOV REPUBLICA EXCLUSIVE, Captain Morgan, Legendario, ROBLE RON, CORTEZ RON BLANCO
- OSTATNÍ – GORDONS LONDON DRY GIN, HRUŠKOVICA KOSHER, SLIVOVICE STOCK, ŽUFÁNEK, OMG OH MY GIN

- WHISKEY – CROWN ROYAL, JIM BEAM (WHITE), JOHNNIE WALKER, VAT
69

4.5 Budějovický budvar

Jako poslední byla vybrána ke srovnání firma Budějovický budvar. Je to výhradně česká firma, která je vlastněná státem.



Obrázek 8 Logo Budweiser Budvar

4.5.1 Základní údaje

Datum vzniku a zápisu	1. 2. 1967
Spisová značka	325 AV, Krajský soud v Českých Budějovicích
Obchodní firma	Budějovický Budvar, národní podnik, Budweiser Budvar, National Corporation, Budweiser Budvar, Entreprise Nationale
Sídlo	K. Světlé 512/4, 370 04, České Budějovice - České Budějovice 3
Identifikační číslo	00514152
Právní forma	Státní podnik

Předmět podnikání	Pivovarnictví a sladovnictví Silniční motorová doprava Hostinská činnost Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona Prodej kvasného lihu, konzumního lihu a lihovin
-------------------	---

(69)

4.5.2 Historie společnosti

České Budějovice, odkud společnost pochází, jsou pivovarnickým městem již od roku 1265. Město založil Přemysl Otakar II. a zároveň s tím mu udělil i várečné právo. V roce 1495 založila městská rada vlastní pivovar. Průmyslová revoluce si vynutila přechod na novou technologii. (70)

Založení společnosti bylo dne 7. října 1895. Důvod vzniku byla nespokojenost českých právovárečnicků v místním Měšťanském pivovaře. Z této nespokojenosti rozhodla česká buržoazie, že si založí vlastní pivovar. První várkou vzniklo 200 hektolitrů piva. Uvařil ji sládek Holeček, který dříve pracoval pro plzeňský Prazdroj.

Krátce po založení se pivo začalo vyvážet do sousedních zemí, později i do zámoří. (70)

V roce 1930 došlo k vytvoření ochranné známky Budvar, která byla užívána pro exportní 12° světlý ležák.

V roce 1967 vznikl Budějovický Budvar, n. p. (národní podnik), který nahradil oba původní pivovary. Většina ochranných známek byla převzata a podnik měl jednotné vedení. (71)

Dalším důležitým milníkem byl rok 1996, kdy se společnosti podařilo překročit hranici 1 000 000 hl vystaveného piva. V roce 2013 se podařilo spustit novou vlastní stáčírnu s výkonem 16 800 plechovek za hodinu.

Budvar je v současné době posledním českým pivovarem, který vlastní stát. (70)

4.5.3 Portfolio společnosti

V nabídce firmy nalezneme jak pivo lahvové, tak i v plechu.

Mezi nejznámější patří:

- Budvar 33, který má 33 jednotek hořkosti a je vyráběn z českého chmelu Agnus
- Budweiser Budvar originál



Obrázek 9 Budweiser Budvar originál

- Budvar výčepní
- Budvar tmavý ležák
- Budvar Reserve, které je určeno pouze pro exportní trhy
- Budvar REDIX

Společnost produkuje i jedno nealkoholické pivo – Budvar nealko. (72)

5 Výsledky a diskuse

V kapitole výsledky a diskuse dojde k interpretaci výsledků činností čtyř vybraných společností, které exportují svoje výrobky do Spolkové republiky Německo.

5.1 Výpočty a vyhodnocení: Jan Becher – Karlovarská Becherovka

BECHEROVKA					
rok	zisk před zdaněním (tis. Kč)	zisk po zdanění (tis Kč)	tržby celkem (mil Kč)	tržby export	počet zemí exportu
2016	176 459	140 785	1 265	40	více než 40
2017	196 905	156 146	1 209	42	více než 40
2018	249 933	198 907	1 173	38	více než 40
2019	245 478	194 830	1 157	45	více než 40
2020	121 796	97 050	1 073	43	více než 40

Tabulka 1 Becherovka 2016–2020

V tabulce 1 jsou základní údaje k hospodaření společnosti, které vychází z výročních zpráv, zpráv auditorů, účetních závěrek a informací z webových stránek společnosti.

Výsledky ukazují, že v rozhodných letech 2016–2020 se firmě dařilo, až na rok 2020, kde poměrně výrazně klesl zisk. Export se na tržbách podílí v průměru kolem 40 %. Nás ovšem zajímá, jak je to konkrétně s exportem do SRN, což můžeme vidět v tabulce 2.

BECHEROVKA				
rok	čistý obrat (tis. Kč)	Export do SRN (%)	podíl exportu na obrat	export do SRN na čistém obratu firmy (tis Kč)
2016	1317828	17	32945,70	5600,65
2017	1279868	14	30473,05	4266,22
2018	1259791	16	33152,39	5304,32
2019	1204689	14	26770,87	3747,8
2020	1100074	18	25583,17	4604,94

Tabulka 2 Becherovka export do SRN

K výpočtu bylo třeba zjistit, jaký je čistý obrat společnosti za jednotlivé roky, dále podíl exportu na celkovém obratu firmy a procentuální rozdělení exportu na námi vybranou zemi, tedy SRN.

Podíl exportu do SRN je v rozmezí 14–18 %. Následně byl vypočítán konkrétní výsledek podílu exportu do SRN na čistém obratu společnosti. Jak je uvedeno výše, celá tabulka je uvezena v tisících Kč.

5.2 Výpočty a vyhodnocení: RUDOLF JELÍNEK

RUDOLF JELÍNEK					
rok	zisk před zdaněním (tis Kč)	zisk po zdanění (tis Kč)	tržby za výrobky celkem (mil Kč)	tržby export (%)	počet zemí exportu
2016	29 242	23 211	364	33,9	25
2017	18 701	14 638	377	33,8	26
2018	29 916	23 980	380	35,6	26
2019	30 954	24 580	403	34	26
2020	20 046	16 220	310	40	27
2021	23 194	18 520	390	36	24

Tabulka 3 RUDOLF JELÍNEK 2016–2021

V tabulce 3 jsou základní údaje k hospodaření společnosti, které vychází z výročních zpráv, zpráv auditorů, účetních závěrek a informací z webových stránek společnosti. Výsledky ukazují, že v rozhodných letech 2016–2021 se firmě dařilo. Nejúspěšnějším rokem z porovnávaných byl rok 2019, kdy tržby dosáhly přes 400 mil Kč.

K výpočtu bylo třeba zjistit, jaký je čistý obrat společnosti za jednotlivé roky, dále podíl exportu na celkovém obratu firmy a procentuální rozdělení exportu na námi vybranou zemi, tedy SRN.

Celkový export se na tržbách podílí v průměru kolem 35 %. Nás ovšem zajímá, jak je to konkrétně s exportem do SRN, což můžeme vidět v tabulce 4.

RUDOLF JELÍNEK				
rok	čistý obrat (tis Kč)	export do SRN (v %)	podíl celkového exportu na obrat firmy (tis Kč)	podíl exportu do SRN na čistém obratu firmy (tis Kč)
2016	438728	15	12941,83	1941,3
2017	453572	17	13419,29	2281,23
2018	478081	16	13429,24	2148,64
2019	501979	13	14764,09	1919,32
2020	440333	11	11008,33	1210,88
2021	520701	17	14463,92	2458,71

Tabulka 4 RUDOLF JELÍNEK export do SRN

Dle tabulky 4 vidíme, že export konkrétně do SRN je v rozmezí 13 až 17 %. Následně byl vypočítán konkrétní výsledek podílu exportu do SRN na čistém obratu společnosti. Jak je uvedeno výše, celá tabulka je uvedena v tisících Kč. Pokud nás zajímá konkrétní částka, jak se podílí export do SRN na čistém obratu, tak tu nalezneme ve sloupci „podíl exportu na čistém obratu firmy“.

5.3 Výpočty a vyhodnocení: STOCK Plzeň – Božkov s.r.o.

STOCK PLZEŇ – BOŽKOV					
rok	zisk před zdaněním (tis Kč)	zisk po zdanění (tis Kč)	tržby celkem (tis Kč)	tržby export	počet zemí exportu
2016	178 640	73 277	2 496 000	24	více než 50
2017	182 551	68 335	2 518 000	23	více než 50
2018	121 401	33 732	1 542 419	27	více než 50
2019	271 822	148 143	2 315 514	21	více než 50
2020	269 873	142 678	2 197 404	22	více než 50
2021	231 624	116 915	2 083 634	19	více než 50

Tabulka 5 STOCK Plzeň – Božkov 2016-2021

V tabulce 5 jsou základní údaje k hospodaření společnosti, které vychází z výročních zpráv, zpráv auditorů, účetních závěrek a informací z webových stránek společnosti. Výsledky ukazují, že v rozhodných letech 2016–2021 se firmě poměrně dařilo. Tržby jsou střídavě rostoucí a klesající. Nejhoršího výsledku firma dosáhla v roce 2018.

K výpočtu bylo třeba zjistit, jaký je čistý obrat společnosti za jednotlivé roky, dále podíl exportu na celkovém obratu firmy a procentuální rozdělení exportu na námi vybranou zemi, tedy SRN.

Celkový export se na tržbách podílí v průměru kolem 23 %. Nás ovšem zajímá, jak je to konkrétně s exportem do SRN, což můžeme vidět v tabulce 6.

STOCK PLZEŇ – BOŽKOV				
rok	čistý obrat (tis Kč)	export do SRN v %	podíl celkového exportu na obratu firmy (tis Kč)	podíl exportu do SRN na čistém obratu firmy (tis Kč)
2016	2514770	5	104782,08	5239,10
2017	2526422	6	109844,43	6590,64
2018	1831732	4	67841,92	2713,68
2019	2823985	6	134475,47	8068,50
2020	2780743	8	126397,41	10111,76
2021	2701415	5	142179,74	7108,95

Tabulka 6 STOCK export do SRN

Dle tabulky 4 vidíme, že export konkrétně do SRN je v rozmezí 4 až 8%. Následně byl vypočítán konkrétní výsledek podílu exportu do SRN na čistém obratu společnosti. Jak je uvedeno výše, celá tabulka je uvezena v tisících Kč. Pokud nás zajímá konkrétní částka, jak se podílí export do SRN na čistém obratu, tak tu nalezneme ve sloupci „podíl exportu na čistém obratu firmy“. Hodnoty v tabulce jsou uvedeny v tisících Kč.

Firma STOCK Plzeň – BOŽKOV, je z výběru v této diplomové práci, společností, která má nejnižší exportní podíl ze všech. Zároveň s tím má i poměrně nízký podíl exportu do Německa, proto čísla, která vyjadřují podíl exportu na čistém obratu firmy, jsou opravdu nízké ve srovnání s ostatními společnostmi.

Společnost STOCK Plzeň – BOŽKOV je poměrně inovativní a snaží se cílit na mladší populaci. Dokládá to například letošní uvedení drinků ready-to-drink, které nabízí ve 4 provedeních.

Jde o:

- Fernet Stock Bavorák Citrus
- tuzemák Božkov Originál & Cola s limetou

- vodka Amundsen se sodou v příchuti bezinka a máta
- borůvkový gin Dynybyl Violet s tonicem.



Obrázek 10 nové "ready to drink" nápoje

Tyto drinky byly hojně promovány na sociálních sítích, například na Instagramu Leoše Mareše. Drinky mají být odezvou na rostoucí poptávku po již připravených drincích. (73)

Další letošní kampaní cílenou na mladé je Fernet Stock Citrus, která vznikla k příležitosti 25. výročí od zavedení produktu na trh.

„S novou televizní reklamou se zaměřujeme především na mladou cílovou skupinu a konzumenty, kteří berou život s lehkostí a současně v ní zohledňujeme i nové trendy a přání spotřebitelů, kteří čím dál tím více vyhledávají lehčí a osvěžující nápoje s nižším obsahem alkoholu. Fernet Stock Citrus v sobě kombinuje všechny tyto nové prvky, a navíc nabízí spotřebitelům výbornou mixabilitu, díky které mohou vznikat další nové trendy a atraktivní drinky,“ přibližuje kampaň **Daniela Froňková**, brand manažerka značky Fernet. (74)

Společnost Stock Plzeň-Božkov spadá do skupiny Stock Sprints Group. Dle Unie výrobců a dovozců lihovin České republiky jí patří přibližně 40 % tuzemského trhu. Na druhém místě je Jan Becher – Karlovarská Becherovka. (75)

Firma stále vyrábí alkohol především v Plzni. Jejím velkým kladem je to, že se snaží jít s dobou a zachycovat trendy. Můžeme si to například uvést na příkladu Božkov Republica. Tento rum se stal velmi oblíbeným – firma se rozhodla vytvořit další, prémiovější verzi. Jde o Božkov Republica Reserva. (76)



Obrázek 11 Logo Božkov Republica

5.4 Výpočty a vyhodnocení: Budějovický budvar



Graf 8 Zisk před zdaněním Budvar 2016-2021

V tabulce 7 jsou základní údaje k hospodaření společnosti, které vychází z výročních zpráv, zpráv auditorů, účetních závěrek a informací z webových stránek společnosti.

Výsledky ukazují, že v rozhodných letech 2016–2021 se firmě poměrně dařilo. Tržby jsou převážně rostoucí.

BUDĚJOVICKÝ BUDVAR					
rok	zisk před zdaněním (tis Kč)	zisk po zdanění (tis. Kč)	tržby celkem (tis Kč)	tržby export (%)	počet zemí exportu
2016	337263	264381	2537273	60,4	75
2017	314720	254927	2471243	64	75
2018	327905	267135	2633064	67	75
2019	363657	278074	2800818	69	75
2020	371912	305000	2812110	69	75
2021	422537	337156	3115358	73	75

Tabulka 7 Budějovický Budvar 2016–2021

V tabulce 7 jsou základní údaje k hospodaření společnosti, které vychází z výročních zpráv, zpráv auditorů, účetních závěrek a informací z webových stránek společnosti. Výsledky ukazují, že v rozhodných letech 2016–2021 se firmě poměrně dařilo. Tržby jsou převážně rostoucí.

K výpočtu bylo třeba zjistit, jaký je čistý obrat společnosti za jednotlivé roky, dále podíl exportu na celkovém obratu firmy a procentuální rozdělení exportu na námi vybranou zemi, tedy SRN.

BUDĚJOVICKÝ BUDVAR				
rok	čistý obrat (tis Kč)	export do SRN v %	podíl celkového exportu na obrat firmy (tis Kč)	podíl exportu do SRN na čistém obratu firmy (tis Kč)
2016	2714454	22	44941,29	9887,02
2017	2613887	23	40841,98	9393,66
2018	2811575	24	41963,81	10071,36
2019	3004316	26	43540,81	11320,66
2020	3066146	26	44436,90	11553,62
2021	3289393	27	45060,18	12166,2

Tabulka 8 Budějovický Budvar export do SRN

Celkový export se na tržbách podílí v průměru kolem 68 %. Nás ovšem zajímá, jak je to konkrétně s exportem do SRN, což můžeme vidět v tabulce 8.

Dle tabulky 8 vidíme, že export konkrétně do SRN je v rozmezí 22 až 27 %. Následně byl vypočítán konkrétní výsledek podílu exportu do SRN na čistém obratu společnosti. Jak je uvedeno výše, celá tabulka je uvezena v tisících Kč. Pokud nás zajímá konkrétní částka, jak se podílí export do SRN na čistém obratu, tak tu nalezneme ve sloupci „podíl exportu na čistém obratu firmy“.

Budějovický Budvar letos vyhrál cenu Pivovar roku 2022. Výhra byla na základě rostoucí produkce, exportu i úspěšnosti nových piv. (77)

Právě Budvar byl jedním z pivovarů, které nezasáhla koronavirová krize, naopak, vyrobili a utržili víc než roky předchozí. Problém byl pouze v roce 2020 a 2021, kdy klesají tržby za sudové a tankové pivo. Bylo to z důvodu uzavření gastro zařízení v době lockdownu. Klesající tržby na domácím trhu však vyvažují trhy exportní.



Graf 9 Tržby za výrobky a služby 2016-2021

Do historie se rozhodně zapíše i rok 2021, kdy je i dle tabulky 7 vidět, že tržby za pivo překonaly tři miliardy korun. Znamená to 1,8 milionu hektolitrů piva, což je meziroční nárůst o 4,6 %.

Společnost má velký potenciál, plánuje stavbu nové varny, kterou na které by se mělo začít pracovat během roku 2023. (78)

6 Závěr

Cílem diplomové práce bylo zhodnocení expanze českých výrobků na německý trh.

Jak již bylo v diplomové práci zmíněno, Spolková republika Německo je z hlediska HDP největší ekonomika v celé Evropské unii a 4. největší ekonomika na celém světě, hned za Spojenými státy, Čínou a Japonskem. Spolková republika Německo je jedním z hlavních tahounů světového obchodu i ekonomiky. Zahraniční obchod je důležitým aspektem pro celkový růst země. Hlavním předmětem německých obchodů byl a je i dodnes obchod s dopravními prostředky a náhradními díly.

Spolková republika Německo je pro Českou republiku nejdůležitější obchodní partner. Spolupráce těchto zemí výrazně napomáhá vývoji nejen českého obchodu, ale i celé české ekonomiky. Pokud by došlo k přetrhání vztahů těchto dvou zemí, Česká republika by utrhla značné ztráty, jelikož je český trh do jisté míry závislý na chodu trhu Spolkové republiky.

Kromě toho, že je Spolková republika Německo i největší ekonomikou v rámci EU a čtvrtou největší ekonomikou na světě (po USA, Číně a Japonsku). Z PEST analýzy bylo zjištěno, že za svou konkurenceschopnost a postavení ve světovém hospodářství vděčí své inovační schopnosti a proexportní orientaci.

Dále bylo vyhodnoceno, že nejdůležitějším prvkem německého hospodářství jsou malé a střední firmy. Velmi obvyklé jsou rodinné podniky (tzv. Mittelstand) zároveň doplněné velkými nadnárodními společnostmi a koncerny. Největší podíl HDP tvoří ze 75 % služby, následuje průmysl s 23,8 % a nejmenší podíl zaujímá zemědělství se 1,3 %.

Jak již bylo zmíněno, Německo je, co se týká průmyslu, pokroková země. Velmi usiluje o modernizaci a ekologizaci ekonomiky. Znamená to digitalizaci, změnu energetické politiky, která podporuje výrobu energie z obnovitelných zdrojů. Německo je po USA a Číně největším světovým vývozcem. Německo má dlouhodobě kladnou bilanci zahraničního obchodu.

V praktické části diplomové práce byly vybrány čtyři společnosti, které exportují do Spolkové republiky Německo. Na finančních výsledcích za roky 2016-2021 byly zjištěny tržby, čisté obraty, zisky před zdaněním a po zdanění. Z těchto finančních výsledků byl vypočítán podíl exportu výrobků do Spolkové republiky Německo na čistém obratu společností. Tyto propočty mohou sloužit jako inspirace pro menší podnikatele v tomto odvětví.

Pokud by měl být doporučen jeden obor, který má potenciál, tak dle výpočtů v praktické části práce, je to pivovarnictví. Firma Budějovický Budvar v letech 2016-2021 je ze všech firem nejúspěšnější v exportu do Spolkové republiky Německo. Její růst je navíc lineární, nebyl ani výrazně narušen pandemií covidu-19.

Bylo zjištěno, že firma Stock Plzeň – Božkov je naopak s velmi malým podílem exportu do Spolkové republiky Německo. Z vizí společnosti však plyne, že se více zaměřuje na tuzemský trh.

Součástí práce byly vymezeny nejdůležitější rizika, která mohou nastat jak při vstupu na trh, tak již při působení na cizím trhu. Jde o tržní rizika, úvěrová rizika, inflační rizika, komoditní rizika, přepravní rizika, teritoriální rizika a kurzovní rizika.

Dále práce obsahuje nejčastější formy vstupu na zahraniční trh a jejich popis. Mezi formy vstupu se řadí: přímá investice, Joint Ventura, piggy back, licence, strategická aliance a franchising. Každá z forem má jiné klady a zápory a je určená pro jiné firmy/podniky. Poslední zmiňovaný, tedy franchising, je velmi rozšířený způsob. Umožňuje franšizantovi prodávat produkty pod logem a ochrannou známkou za určitý poplatek. Kdežto piggy back může propojit menší i větší firmu, čímž obě mohou mít větší zisky i stabilitu.

Pro komplexní pojetí diplomové práce jsou vysvětleny i pojmy týkající se zahraničního obchodu. V práci je zachycen vztah mezi exportem České republiky a Spolkové republiky Německo, ať současnost, tak i pohled do historie.

Pro správné pochopení situace ve Spolkové republice Německo obsahuje práce PEST analýzu, kdy je popsáno jak politicko-právní prostředí, tak ekonomické prostředí, sociálně kulturní a technologické prostředí. Konkrétněji jsou v diplomové práci popsány ekonomické ukazatele země jako inflace, nezaměstnanost, vývoj HDP a zadluženost.

7 Seznam použitých zdrojů

1. SVATOŠ, Miroslav. *Zahraniční obchod teorie a praxe. 1. vydání.* Praha : Grada, 2009. str. 21.
2. NOVOTNÝ, Zdenk, DYNTÁROVÁ, Vra, a KAFKOVÁ Radka. *Podniková ekonomika* 2. 2. vyd. Břeclav : Moraviapress, 2005. str. 177.
3. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. *Volný pohyb služeb v Evropské unii.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/pravo-legislativa/prehled-platnych-pravnich-predpisu-\(1\)/pravidla-pro-volny-pohyb-pruvodcovskych-a-dopr/volny-pohyb-sluzeb-v-evropske-unii](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/pravo-legislativa/prehled-platnych-pravnich-predpisu-(1)/pravidla-pro-volny-pohyb-pruvodcovskych-a-dopr/volny-pohyb-sluzeb-v-evropske-unii) .
4. Český statistický úřad. *Pohyb zboží přes hranice - Metodika.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://www.czso.cz/csu/czso/zo>.
5. Český statistický úřad. *Zahraniční obchod.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] https://www.czso.cz/csu/czso/zo_se_zbozim_podle_zmeny_vlastnictvi_narodni_pojeti.
6. Upgates. *9 kroků pro úspěšnou expanzi e-shopu a získání zákazníků na zahraničním trhu.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://www.upgates.cz/a/9-kroku-pro-uspesnou-expanzi-e-shopu-a-ziskani-zakazniku-na-zahranicnim-trhu>.
7. Evisions. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://www.evisions.cz/blog-2019-04-08-how-to-expanze-na-zahranicni-trh/>.
8. Průvodce podnikáním. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/clanek/expanze-e-shopu-do-zahranici/>.
9. Statista. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://de.statista.com/infografik/642/top-10-online-shops-in-deutschland-nach-umsatz/>.
10. Evropská unie. *Německo.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/germany_cs.
11. Mladěnka, Petr. Financer. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://financer.com/cz/blog/prenesena-danova-povinnost/>.
12. Money.cz. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://money.cz/novinky-a-tipy/dane/prenesena-danova-povinnost-nebo-reverse-charge-co-to-je/>.
13. MANAGEMENT MANIA. *PESTLE analýza.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://managementmania.com/cs/pestle-analyza>.
14. Marke.cz . *Magazín o marketingu.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <http://www.marke.cz/pest-analyza/>.
15. 5dok. *PEST analýza Německa.* [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://5dok.org/article/pest-anal%C3%BDza-n%C4%9Bmecka-anal%C3%BDza-zahrani%C4%8Dn%C3%ADho-trhu.z3dl3v07>.
16. EXPORT DO SRN. [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://www.expordosrn.cz/info/dane-v-nemecku/dph-v-nemecku/>.
17. Idnes.cz/zpravodajství. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] https://www.idnes.cz/ekonomika/zahranicni/francie-nemecko-spanelsko-plynovod-midcat-zemni-plyn.A221006_141038_eko-zahranicni_jla.
18. Businessinfo.cz. [Online] [Citace: 20. 10 2022.] <https://www.businessinfo.cz/navody/nemecko-souhrnna-teritorialni-informace/2/>.
19. Kurzy.cz. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://www.kurzy.cz/zpravy/672152-nemecko-souhrnna-teritorialni-informace-nemecko-je-nejvetsi-evropska-ekonomika-a-4-nejvetsi/>.

20. Fio banka. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://www.fio.cz/zpravodajstvi/zpravy-z-burzy/273189-nemecko-pocet-nezamestnanych-vzrostl-v-zari-o-14-tisic-ocekaval-se-rust-o-20-tisic>.
21. Novinky.cz. [Online] [Citace: 1. 11 2022.] <https://www.novinky.cz/clanek/ekonomika-inflace-v-nemecku-mezirocne-vzrostla-na-10-procent-40410137>.
22. kurzy.cz. [Online] [Citace: 11. 11 2022.] <https://www.kurzy.cz/zpravy/673859-mira-inflace-v-nemecku-na-70letem-maximu/>.
23. Hospodářské noviny. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://byznys.hn.cz/c1-67040990-skodovka-kvuli-valce-na-ukrajine-odchazi-z-ruska-sveho-druheho-nejvetsiho-trhu-zastavuje-vyrobu-i-export>.
24. Indigo. [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://www.patria.cz/zpravodajstvi/4980338/nemecko-kvuli-valce-na-ukrajine-poroste-pomaleji-a-ceka-vyssi-zadluzeni.html>.
25. Echo24. [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://echo24.cz/a/SWFJw/nemecko-ekonomika-zacina-upadat-poprve-30-let-deficit-zahranicni-obchod>.
26. OENERGETICE. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://oenergetice.cz/nemecko/nemecko-vysoce-zavisle-dodavkach-energetickych-komodit-ruska-jake-budou-dalsi-kroky>.
27. Česká národní banka. [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/zpravy-o-inflaci/tematicke-prilohy-a-boxy/Nemecko-hlavni-obchodni-partner-CR>.
28. E15.cz. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] https://www.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/ceska-ikea-je-drazsi-nez-u-sousedu-v-nemecku-stoji-stejna-pohovka-i-o-16-tisic-mene-1395694?fbclid=IwAR3WQpa305Z8SZRDE60gNjbT2Gv9rEYnKIz1_PJiKttzOkrCOoNf11TjB-A.
29. Česká národní banka. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://www.cnb.cz/cs/menova-politika/zpravy-o-inflaci/tematicke-prilohy-a-boxy/Provazanost-ekonomickeho-vyvoje-CR-a-Nemecka>.
30. Ministerstvo průmyslu a obchodu. [Online] [Citace: 15. 12 2022.] <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/strucna-informace-o-cesko-nemeckem-zahranicnim-obchodu--49823/>.
31. Ministerstvo průmyslu a obchodu. *Stručná informace o česko-německém zahraničním obchodu*. [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://www.mpo.cz/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/strucna-informace-o-cesko-nemeckem-zahranicnim-obchodu--49823>.
32. Regionální informační servis. *Informace z území krajů, okresů, obcí s rozšířenou působností i obcí se zaměřením zejména na hospodářské, sociální, životní prostředí, administrativní členění, veřejnou správu i samosprávu, dotace apod.* [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://www.risy.cz/cs/krajske-ris/pardubicky-kraj/kraj/hospodarske-prostredi/prime-zahranicni-investice>.
33. ČNB. ČNB. *OBECNÝ METODICKÝ POPIS A KOMENTÁŘ K VÝVOJI PŘÍMÝCH*. [Online] [Citace: 28. 2 2023.] https://www.cnb.cz/export/sites/cnb/cs/statistika/platebni_bilance_stat/publikace_pb/pzi/PZI_2019_CZ.pdf.
34. Česká národní banka. *Přímé zahraniční investice*. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] https://www.cnb.cz/export/sites/cnb/cs/statistika/platebni_bilance_stat/publikace_pb/pzi/PZI_2019_CZ.pdf.
35. Peníze.cz. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://www.penize.cz/slovník/joint-venture>.

36. Businessinfo. [Online] [Citace: 20. 12 2022.]
<https://www.businessinfo.cz/navody/formy-vstupu-firem-na-mezinarodni-trhy/>.
37. Hana, Machková. *Mezinárodní marketing - Strategické trendy a příklady z praxe*. Praha : Grada, 2015. 978-80-247-5366-9.
38. LUTHANS, Fred, DOH, Jonathan P. *International management: culture, strategy, and behavior*. New York : McGraw-Hill, 2012. ISBN 978-0-07-108657-8..
39. CAVUSGIL, S. Tamer, GHOURI, Pervez N., AGARWAL, Milind R. *Doing business in emerging markets: entry and negotiation strategies*. místo neznámé : Thousand Oaks: Sage Publications, 2002. 0- 7619-1374-2.
40. HESSELINK, Martin W., a kol. *Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts*. Mnichov : Walter de Gruyter, , 2009. ISBN 978-3-86653-707-1..
41. Česká bankovní asociace. [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://cbaonline.cz/nepriimy-vyvoz>.
42. Nebankovní hypotéky. [Online] [Citace: 20. 12 2022.]
<https://nebankovnihypoteky.net/formy-zahranicniho-obchodu/>.
43. KOTLER, P. a kol. *Marketing management*. Praha : Grada Publishing, a.s., 2007. ISBN 978-80-247-1359-5..
44. ŠTRACH, P. *Mezinárodní management*. Praha : Grada Publishing, a.s, 2009 . ISBN 978-80-247-2987-9 .
45. Strategická spojení. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://cs.knowledgebase.net/7584032-strategic-alliances>.
46. capital.com. *tržní riziko*. [Online] [Citace: 25. 12 2022.] <https://capital.com/cs/trzni-riziko-definice>.
47. INFORMACE O RIZICÍCH - PPF banka . [Online] [Citace: 25. 12 2022.]
file:///C:/Users/u%C5%BEivatel/Downloads/112-informace_o_rizicich.pdf.
48. skolatextilu.cz. [Online] [Citace: 20. 12 2022.]
<http://www.skolatextilu.cz/elearning/102/obchodni-dovednosti/mezinarodni-obchodni-operace/Cleneni-rizik.html>
<http://www.skolatextilu.cz/elearning/102/obchodni-dovednosti/mezinarodni-obchodni-operace/Cleneni-rizik.html>.
49. Akcenta. *Zahraniční měny a platby*. [Online] [Citace: 20. 12 2022.]
<https://www.akcentacz.cz/kurzove-riziko.html>.
50. Businessinfo. *Rizika v mezinárodním obchodě*. [Online] [Citace: 20. 12 2022.]
<https://www.businessinfo.cz/navody/rizika-v-mezinarodnim-obchode/#b16>.
51. Jelínek&Partneři - advokátní kancelář. [Online] [Citace: 25. 12 2022.]
<https://www.advokatijelinek.cz/post/pr%C3%A1vn%C3%AD-%C3%BAprava-odpov%C4%9Bdnosti-za-%C5%A1kodu-zp%C5%AFsobenou-vadou-v%C3%BDrobku>.
52. Businessinfo. *Německo je pro český export klíčovým trhem*. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://www.businessinfo.cz/clanky/nemecko-je-pro-cesky-export-klicovym-trhem/>.
53. CzechTrade. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://www.czechtrade.cz/o-czechtrade/predstaveni>.
54. Hospodářská komora České republiky. [Online] [Citace: 20. 12 2022.]
<https://www.komora.cz/zahranicni-aktivity/>.
55. CzechInvest. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://www.czechinvest.org/cz/O-CzechInvestu/O-nas>.
56. 1. lékařská fakulta Univerzity Karlovy. [Online] [Citace: 25. 12 2022.]
<https://www.lf1.cuni.cz/cesi-a-alkohol-pruzkum-ukazuje-jak-sestavime-k-alkoholu-v-kazdodennim-zivote>.

57. Zdravotnický deník. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.zdravotnickydenik.cz/2020/02/nemecku-se-muze-pit-od-sestnacti-spolkova-vlada-menit-nehodla/>.
58. Irozhlas.cz. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] https://www.irozhlas.cz/veda-technologie_historie/nic-nez-voda-jecmen-a-chmel-nemecky-zakon-o-cistote-piva-plati-uz-500-let_201604220955_mhromadka.
59. iRozhlas. [Online] [Citace: 04. 02 2023.] https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/presne-pred-rokem-zacala-v-cesku-platit-prohibice_201309140812_jpiroch.
60. Veřejný rejstřík a Sbirka listin. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://or.justice.cz/ias/ui/rejstrik-firma.vysledky?subjektId=676237&typ=UPLNY>.
61. Becherovka. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://becherovka.com/cs/history>.
62. Jan Becher . *Pernod ricard*. [Online] <https://www.pernod-ricard.cz/portfolio/>.
63. *Becherovka*. [Online] [Citace: 5. 3 2023.] <https://becherovka.com/cs/about>.
64. kurzy.cz. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://rejstrik-firem.kurzy.cz/49971361/rudolf-jelinek-as/>.
65. RUDOLF JELÍNEK. *NAŠE PORTFOLIO*. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://rjelinek.cz/nase-portfolio/>.
66. RUDOLF JELÍNEK. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://rjelinek.cz/nas-pribeh/sady/historie/>.
67. *R. Jelínek*. [Online] [Citace: 5. 3 2023.] <https://rjelinek.cz/kontakt/export/>.
68. Rejstřík firem. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://rejstrik-firem.kurzy.cz/27904636/stock-plzen-bozkov-sro/>.
69. Stock - Spirits group. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.stock.cz/about/default.aspx>.
70. E15.cz. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.e15.cz/byznys/burzy-a-trhy/hlavni-akcionar-vycouval-z-majitele-plzenskeho-stocku-podil-prodal-za-202-milionu-liber-1076045>.
71. Peníze.cz. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://rejstrik.penize.cz/00514152-budejovicky-budvar-narodni-podnik-budweiser-budvar-national-corporation-budweiser-budvar-entreprise-nationale>.
72. Průmyslová automatizace. [Online] [Citace: 27. 12 22.] <https://www.prumyslovaautomatizace.com/budejovicky-budvar-za-leta-existence-prochazel-postupnou-modernizaci/>.
73. Budějovický budvar. *národní pivovar*. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.budejovickybudvar.cz/pivovar/historie>.
74. BUDĚJOVICKÝ budvar. *piva*. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.budejovickybudvar.cz/piva>.
75. Media guru. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/06/stock-uvadi-na-trh-michane-drinky-v-plechovkach/>.
76. Mediaguru. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/10/fernet-stock-citrus-cili-kampani-na-mlade/>.
77. E15. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.e15.cz/byznys/potraviny/nejvetsi-ceska-likerka-se-loni-priblizila-dvoumiliardovym-trzbam-1362563>.
78. Peak.cz. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.peak.cz/tomas-hejkal-stock-plzen-bozkov-cechum-zachutnaly-trtinove-rumy/20325/>.

79. České noviny. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/pivovarem-roku-2022-je-podle-sdruzeni-pratel-piva-budejovicky-budvar/2280552>.
80. České noviny. [Online] [Citace: 27. 12 2022.] <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/budvar-loni-uvaril-rekordnich-1-8-milionu-hl-trzby-za-pivo-pres-3-1-miliardy/2158995>.
81. Hospodářské noviny. *Německo je pro český export klíčovým trhem*. [Online] [Citace: 20. 12 2022.] <https://archiv.hn.cz/c1-66226250-nemecko-je-pro-cesky-export-klicovym-trhem>.
82. MACHKOVÁ, H., E. ČERNOHLÁVKOVÁ, M. REBUFFAT a kol. *Mezinárodní obchodní operace. 2. přepracované vydání*. ISBN 80-86009-34-3 . Praha : HZ Editio, spol. s. r. o, 2000.
83. České noviny. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/ifo-hospodarska-recese-v-nemecku-bude-v-pristim-roce-proti-ocekavani-mirnejsi/2298702>.
84. České noviny. [Online] [Citace: 28. 12 2022.] <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/ifo-hospodarska-recese-v-nemecku-bude-v-pristim-roce-proti-ocekavani-mirnejsi/2298702>.

8 Seznam obrázků, tabulek, grafů a zkratk

Obrázek 1 TOP 10 online eshopů v Německu (9)	17
Obrázek 2 Becherovka original	51
Obrázek 3 Export společnosti Becherovka (63)	52
Obrázek 4 Logo společnosti RUDOLF JELÍNEK	53
Obrázek 5 Slivovice - R. Jelínek	56
Obrázek 6 Export společnost RUDOLF JELÍNEK (67)	57
Obrázek 7 Logo STOCK Plzeň – Božkov	58
Obrázek 8 Logo Budweiser Budvar.....	61
Obrázek 9 Budweiser Budvar originál.....	63
Obrázek 10 nové "ready to drink" nápoje.....	69
Obrázek 11 Logo Božkov Republica.....	70
Graf 1 Zahraniční obchod se zbožím (ČR).....	14
Graf 2 Ukazatele německé ekonomiky v letech	24
Graf 3 Vývoj nezaměstnanosti v Německu (20).....	24
Graf 4 Graf cyklu ČR x Německo (29).....	29
Graf 5 růst HDP ČR x Německo (29).....	29
Graf 6 České přímé investice v zahraničí	33
Graf 7 Přímé zahraniční investice v ČR	33
Graf 8 Zisk před zdaněním Budvar 2016-2021	70
Graf 9 Tržby za výroby a služby 2016-2021	72
Tabulka 1 Becherovka 2016–2020	64
Tabulka 2 Becherovka export do SRN	65
Tabulka 3 RUDOLF JELÍNEK 2016–2021	65
Tabulka 4 RUDOLF JELÍNEK export do SRN	66

Tabulka 5 STOCK Plzeň – Božkov 2016-2021.....	67
Tabulka 6 STOCK export do SRN	68
Tabulka 7 Budějovický Budvar 2016–2021	71
Tabulka 8 Budějovický Budvar export do SRN	71

Seznam použitých zkratek

SRN – Spolková republika Německo

n.p. – národní podnik

DPH – daň z přidané hodnoty