

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

Katedra ekonomiky



Teze diplomové práce

Trh s pivem v České republice

Bc. Jiří Bureš

© 2016 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce Trh s pivem v České republice představuje odvětví pivovarství na území České republiky od jeho počátků až po současnost. Pozornost je zaměřena na činnost velkých pivovarských společností, které nejvíce ovlivňují český trh s pivem. Stále výraznější postavení na trhu zaujímají minipivovary, které jsou v práci také rozebrány. Počet minipivovarů každoročně roste. Tento segment trhu přesně vystihuje nový trend ve společnosti, kdy konzumenti piva hledají nové chutě piva.

Klíčová slova: minipivovar, pivo, pivovarství, chmel, slad, řemeslný pivovar, trh, výstav

Vlastní text

Cíl práce a metodika

Cílem diplomové práce je zhodnocení trhu s pivem v České republice se zaměřením na postavení sektoru minipivovarů a jejich vývoj. Představeny jsou největší společnosti na českém pivním trhu, které mají na tento segment nejvýraznější vliv. Mezi vedlejší cíle práce patří specifikace pivovarství v České republice a ověření nových trendů konzumace piva prostřednictvím kvantitativního výzkumu. V rámci dotazníkového šetření je zjišťováno povědomí spotřebitelů o minipivovarech. Závěrem jsou zhodnoceny faktory, které mohou představovat konkurenční výhodu minipivovarů nad velkými průmyslovými pivovary.

Při zpracovávání diplomové práce bude využito zejména literárních zdrojů, ze kterých bude zpracována rešeršní část práce. Teoretické poznatky budou dále využity k hlubšímu pochopení problematiky pivovarství. Další informace poskytnou organizace, které se pivovarstvím v České republice zabývají. Mezi ně patří zejména Český svaz pivovarů a sladoven a Českomoravský svaz minipivovarů. Zpracována bude analýza odvětví a hlavních subjektů na trhu s pivem v České republice. Při této analýze bude využito základních statistických metod v rámci analýzy časových řad. Závěrem bude v práci zpracován dotazník jako zástupce kvantitativního zkoumání, který bude zaměřen na zjištění preferencí konzumentů piva a jejich vnímání rozdílnosti minipivovarů a průmyslových pivovarů.

Přehled řešené problematiky

Úvodní část se zabývá metodickými postupy, které byly využity pro hlubší pochopení problematiky pivovarství na území České republiky.

Druhá část práce je věnována rešerši odborné literatury. Vysvětleny jsou základní výrobní postupy a specifika výroby piva. Základní pivovarské ukazatele a současné trendy v rámci výroby i konzumace piva zachycují zpracované tabulky a grafy. Pro analýzu vývoje trhu s pivem jsou jednotlivé ukazatele vždy sledovány za delší časové období.

Závěrečná část je věnována konkrétním analýzám odvětví a rozborům sledovaných subjektů. Analyzovány jsou čtyři největší pivovarské společnosti na českém trhu. Minipivovary jsou sledovány z hlediska vývoje jejich počtu v čase. Vypracované dotazníkové šetření hodnotí zájem konzumentů piva o minipivovary v konfrontaci s průmyslovými pivovary. Na závěr jsou zhodnoceny získané poznatky.

Vlastní práce

Český konzument mění donedávna zaběhlé zvyky. Soustřeďuje se na kvalitu, kterou upřednostňuje stále častěji před kvantitou. Tento trend potvrzuje neustále se snižující spotřeba piva na osobu, která v roce 2015 činila 143 litrů. Za období posledních sedmnácti let se jedná o nejnižší zjištěnou hodnotu. Oproti nejvyšší spotřebě z roku 2005, kdy každý Čech v průměru vypil 164 litrů, se jedná o propad téměř 13 %. Navzdory prokazatelnému poklesu spotřeby patří českému národu v celosvětovém žebříčku stále první místo. Novým fenoménem je i přesun konzumace piva z restauračních zařízení do domácností. V roce 2015 již byl prodej piva přes maloobchodní sítě výrazně vyšší v poměru 60 ku 40. Mezi faktory, které negativně ovlivňují prodej piva v restauracích on-trade všeobecně patří vyšší cena piva, a legislativní opatření ze strany státu. Je pravděpodobné, že svůj vliv mají i omezení kouření v hospodách, nebo zákazy hracích automatů. Cena piva roste každoročně. Od roku 1994 došlo k nárůstu průměrné ceny světlého, výčepního o více jak trojnásobek. Narůstá tlak a poptávka po nových a zajímavých chuťových variantách, exotické nevyjímaje. Do jisté míry se projevuje i nálada společnosti v souvislosti se zdravým životním stylem. Pivovary na nové požadavky a poptávku reagují rozšířením portfolia nabízených pivních druhů. Ve větší míře jsou vyráběny piva nealkoholická, ochucená nebo jablečné cidery. Pivovar Staropramen na trhu boduje širokou nabídkou ochucených piv Cool Lemon. Gambrinus nabízí výčepní pivo i ležák s přívlastky nepasterizovaný a nefiltrovaný. Budějovický Budvar rozšiřuje nabídku o vícestupňová piva, podpořené nemalými investicemi do reklamních kampaní. Požadavky na neotřelé chutě podtrhuje společnost Heineken, která prostřednictvím pivovaru Starobrno, nabízí na svátek svatého Patrika speciální zelené pivo. Všechny popsané skutečnosti dokládají, že český trh s pivem představuje zdravé konkurenční prostředí, které se vyvíjí a má

své specifické problémy. Fungující odvětví dokládá každoročně rostoucí výstav. Propad tento ukazatel zaznamenal pouze v roce 2010, kdy probíhala celosvětová hospodářská krize. V roce 2015 české pivovary vystavily rekordních více jak 20 milionů hektolitrů piva. Dle aktuálních údajů bude tato hodnota v roce 2016 překonána. Zvyšující výstav je dán silným zájmem o české pivo v zahraničí. Mimo české území bylo v roce 2015 vyvezeno rekordních 4,14 milionů hektolitrů. Meziročně došlo k růstu o 13,3 %. Import piva je naopak v posledních letech klesající.

Zhodnocení a závěry práce

Český trh s pivem je zdravým a dynamickým odvětvím zpracovatelského průmyslu. Společně se strojírenstvím má české pivo ve světě silné postavení. Pivo z českých pivovarů je vyváženo do celého světa, kde je žádáno zejména pro svoji kvalitu a chuť. Přesto ve světovém porovnání tvoří česká produkce pouze 1% podíl z celkového množství dvou miliard hektolitrů piva, které se na celé planetě ročně uvaří.

Stejně jako každé jiné, prochází i toto odvětví vývojem a musí se potýkat se změnami. Změny jsou obvykle dány měnicími se tendencemi ve společnosti a ekonomickým vývojem. Pivovarství v České republice je charakterizováno změnami spotřebitelských preferencí, rozšířením sortimentu piva, změnami v majetkové struktuře největších hráčů na trhu a v neposlední řadě také rostoucím počtem malých pivovarů.

Pivovarský trh je tvořen 29 samostatnými pivovary a šesticí velkých pivovarských společností, které dohromady vlastní a provozují 19 pivovarů. Jedná se o Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken ČR, Budějovický Budvar, Pivovary Lobkowicz a Pivovary Moravskoslezské. Do českého prostředí vstupují nadnárodní společnosti, které vlastní naše největší pivovary. SAB Miller ve spojení s AB InBev doposud drží nejhodnotnější pivovar v České republice Plzeňský Prazdroj, ačkoliv se v současnosti chystá jeho prodej. Ze světové špičky dále na trhu působí společnost Heineken, Molson Coors a Carlsberg.

Mezi další subjekty na trhu jsou řazeny minipivovary s výstavem nižším jak 10 tis. hektolitrů. Vysoká obliba piva z minipivovarů se promítá do každoročně rostoucího počtu těchto zařízení. V současnosti je v Česku přes 300 minipivovarů a jejich výroba představuje 1,5 % celkové produkce. Dle analýz v této práci by se počet mohl do pěti let zdvojnásobit, při udržení stejných podmínek. Ze strany konzumentů je o minipivovary všeobecný zájem. Lidé minipivovary navštěvují a nebrání se spojení s turistikou. Oproti průmyslovým pivovarům

mají minipivovary specifické konkurenční výhody. Piva jsou konzumenty vnímána jako chutnější, k čemuž přispívá i výraznější aroma. Vaření piva v menších objemech přirozeně budí dojem vyšší péče, tudíž i kvality a výjimečnosti. Mezi další pozitiva nižšího objemu produkce, je rychlá reakce na chuťové preference spotřebitele. Většina minipivovarů je spojena s restaurací. Spojení domácí atmosféry restaurace a minipivovaru tvoří předpoklad pro pivní turistiku, která pozitivně ovlivňuje cestovní ruch v regionech. Minipivovary je tak možno řadit na úroveň ubytovacích zařízení a společenských budov, které dotváří kulturu každé obce. Z tohoto pohledu mají nejbližší k otočení nebo alespoň stabilizaci postupného trendu přesunu konzumace piva do domácností. Rozvoj minipivovarnictví podporuje i ekonomická situace v České republice. Růst a ekonomická stabilita snižuje úrokové sazby hypotečních a podnikatelských úvěrů. Počáteční investice do minipivovarů je spojena s rychlou návratností. Minipivovary v České republice zřejmě nebudou v budoucnosti rovnocenným soupeřem národním gigantům z hlediska objemu výstavu a asi s nimi ani nevstoupí do přímého cenového boje. Na český trh však přinášejí nový přístup, který dává konzumentům zajímavou alternativu oproti produktům průmyslových pivovarů. Vytvářejí si tak lokální klientelu, která je jim věrná a šíří dobré reference. Pro minipivovary v budoucnosti bude stěžejní udržení kvality, která je konzumenty vnímána jako velmi vysoká, a tomu odpovídající ceny. S rostoucím počtem bude docházet k tvrdšímu konkurenčnímu boji, ve kterém obstojí jen ti nejpřípravenější.

Seznam vybraných použitých zdrojů

1. BASAŘOVÁ, Gabriela. *České pivo*. 3., dopl. vyd. Praha: Havlíček Brain Team, 2011, 309 s. ISBN 978-80-87109-25-0.
2. BASAŘOVÁ, Gabriela a kol. *Pivovarnictví: Teorie a praxe výroby piva*. Jan Šavel; Petr Basař; Tomáš Lejsek. 1. vyd. Praha: Vydavatelství VŠCHT, 2010. 904 s. ISBN 978-80-7080-734-7
3. HINDLS, Richard, Stanislava HRONOVÁ a Jan SEGER. *Statistika pro ekonomy*. 4. vyd. Praha: Professional publishing, 2003. ISBN 80-86419-52-5.
4. CHLÁDEK, Jaroslav. *Pivovarnictví*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 208 s. ISBN 978-80-247-1616-9