

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Import réвовého vína z Moldávie do České republiky

Bc. Natálie Buchtová

© 2017 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Natálie Gospodinova

Podnikání a administrativa

Název práce

Import réвовého vína z Moldávie do České republiky

Název anglicky

Import of Grape Wine from Moldova to the Czech Republic

Cíle práce

Cílem práce je identifikovat míru konkurenceschopnosti réвовého láhвовého vína dováženého z Moldávie oproti tuzemským produktům a na základě dílčích výsledků formulovat doporučení pro prodejce.

Dílčí cíle zahrnují vyhodnocení trendu na trhu réвовého vína v ČR (především z hlediska importu), porovnání nákladů na výrobu a dovoz 1 láhve vybraného vinaře v Moldávii s náklady potřebnými na výrobu jedné láhve vína vybraného tuzemského výrobce jako základ pro stanovení ceny a provedení jednoduchého spotřebitelského průzkumu k ověření možností prodejce moldavského réвовého vína.

Metodika

Metodika teoretické části práce spočívá zejména ve vytvoření teoretických poznatkových východisek na základě dostupné odborné literatury, právních předpisů, kontrolních orgánů, Českého statistického úřadu, odborných periodik a internetových zdrojů relevantních institucí státní správy.

Metodika vlastní práce zahrnuje analýzu situace a trendu na trhu réвовým vínem v ČR (především z hlediska importu), provedení nákladové kalkulace a provedení dotazníkového šetření k ověření zájmu spotřebitelů o moldavská vína na základě předchozích výsledků. Závěrem je provedeno shrnutí všech dílčích šetření, jejich vzájemná diskuse a formulace doporučení dovozcům a prodejcům réвовého vína s ohledem na vína moldavská.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

réva, víno, dovoz, Moldávie, Morava, konkurenceschopnost, náklady, cena, spotřebitel

Doporučené zdroje informací

FOJTÍKOVÁ, L., LEBIEDZIK, M. Společné politiky EU: historie a současnost se zaměřením na Českou republiku. Vyd. 1. Praha: C.H. Beck, 2008. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7179-939-9.

PŮČEK, M. Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod vínem. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, 2011, č. 6. ISSN 1212-7884.

REID, R., PETTERSEN, L. Rumunsko a Moldavsko. 1. české vyd. Praha: Svojtka & Co., 2008. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-7352-765-5.

ŘÍHOVÁ, B. – POHLOVÁ, K. *Ročenka agrárního zahraničního obchodu ČR za rok 2014= Agrarian foreign trade yearbook 2014: informační studie*. Praha: Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 2015. ISBN 978-80-7271-215-1.

SMUTKA, L. *Vývoj agrárního zahraničního obchodu ČR v evropském a světovém kontextu*. Praha: Powerprint, 2011. ISBN 978-80-87415-22-1.

SVATOŠ, M. *Zahraniční obchod : teorie a praxe*. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2708-0.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

Vedoucí práce

Ing. Petra Šánová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 4. 10. 2016

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 10. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 27. 11. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Import révového vína z Moldávie do České republiky" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 28.11.2017

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí diplomové práce Ing. Petře Šánové, Ph.D. za ochotu, trpělivost a za věcné připomínky a rady při zpracování práce.

Import révového vína z Moldávie do České republiky

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá identifikací světového a tuzemského obchodu s vínem se zaměřením na import. Popisuje podmínky dovozu vína z třetích zemí, konkrétně z Moldávie, potřebné dokumentace a postupy.

Praktická část je zaměřena na porovnání míry konkurenceschopnosti vybraných odrůdových vín dovážených z Moldávie oproti tuzemským odrůdovým vínům. Pomocí klasického kalkulačního vzorce byly spočteny celkové náklady na 1 láhev vybraných odrůdových bílých a červených vín v Moldávii a v České republice včetně všech dopravních a odbytových nákladů. Výsledné částky byly mezi sebou porovnány a okomentovány. V druhé pasáži praktické části byl proveden jednoduchý spotřebitelský průzkum k ověření zájmu a cenového rozpětí o moldavské víno Kagor Pastoral. Celkem bylo dotazováno 150 návštěvníků vinotéky v Modré Pasáži v Kralupech nad Vltavou. Dotazníkové šetření byly rozdány v tištěné podobě v období od 25. října do 13. listopadu. Získaná data byla následně graficky vypracována a vyhodnocena pomocí Microsoft Excel. Otázky týkající se ceny vína Kagor Pastoral byla vyhodnocena pomocí testu cenové citlivosti podle holandského ekonoma Van Westendorpa. Výsledné ceny byly okomentovány a následně bylo provedeno doporučení pro prodejce tohoto likérového vína.

Klíčová slova: obchod, víno, import, produkce, konkurenceschopnost, trh, výrobce, cena, Moldávie, Morava, náklady

Import of grape wine from Moldova to the Czech Republic

Abstract

The thesis deals with the identification of global and domestic wine trade, with a focus on imports. It describes the conditions for the import of wine from third countries, namely Moldova, the necessary documentation and procedures.

The practical part is focused on the comparison of competitiveness of selected varietal wines imported from Moldova compared to the domestic varietal wines. Using the classical calculation formula have been quantified the total cost of 1 bottle of selected varietal white wines and red wines in Moldova and in the Czech republic, including all transport and marketing costs. The resulting amounts were between them compared and commented. In the second passage of practical part was carried out a simple consumer survey to verify the interest and the price range of Moldovan wine Kagor Pastoral. Total were interviewed 150 visitors to the wine shop in the Blue Passages in Kralupy nad Vltavou. The questionnaire survey have been distributed in printed form in the period from 25 October to 13 November. The obtained data were subsequently graphically developed and evaluated using Microsoft Excel.

Issues related to the price of the wine Kagor Pastoral was evaluated using the test of price sensitivity, according to the Dutch economist Van Westendorp. The resulting prices were commented on and subsequently was made a recommendation for the seller of this liqueur wine.

Keywords: trade, wine, import, production, competitiveness, market, maker, price, Moldova, Moravia, costs

Obsah

1 Úvod.....	10
2 Cíl práce a metodika	11
2.1 Cíl práce	11
2.2 Metodika	12
3 Teoretická východiska	16
3.1 Víno jako produkt	16
3.1.1 Společná ustanovení pro označování produktu	18
3.1.2 Zatřídění vína v České republice	20
3.2 Trh s vínem ve světě a v České republice	22
3.2.1 Produkce vína ve světě	22
3.2.2 Produkce vína na tuzemském trhu	25
3.2.3 Spotřeba vína v České republice.....	27
3.2.4 Mezinárodní obchod s vínem.....	29
3.2.5 Obchod s vínem v České republice.....	31
3.2.6 Situace na trhu s vínem v Evropské unii.....	35
3.2.7 Situace na trhu s vínem v ČR.....	37
3.2.8 Export moldavských vín do EU	37
3.3 Česká republika a obchodní politika EU, clo a spotřební zatížení.....	38
3.3.1 Podmínky dovozu a regulace podnikání a obchodu uvnitř a mimo EU	39
3.3.2 Postup při dovozu vína do České republiky ze zemí mimo EU	40
3.3.3 Potřebná dokumentace pro dovoz vína z třetích zemí	41
3.3.4 Nástroje společné obchodní politiky.....	41
3.4 Cena.....	42
3.4.1 Náklady na produkci/dovoz	42
3.4.2 Holandský test cenové citlivosti	42
4 Vlastní práce	45
4.1 Porovnání nákladů na výrobu odrůdových vín v Moldávii a v České republice	45
4.1.1 Náklady na výrobu a dovoz 1 láhve odrůdového vína (0,75 l) z Moldávie do ČR	45
4.1.2 Náklady na výrobu 1 láhve odrůdového vína v České republice	47
4.2 Zjišťování zájmu o stávající produkt	51
4.3 Vyhodnocení a diskuze	52
4.3.1 Vyhodnocení dotazníkových šetření.....	52
4.3.2 Diskuze a doporučení prodejci	59

5 Závěr.....	60
6 Seznam použitých zdrojů	61
6.1 Tištěné publikace	61
6.2 Internetové zdroje.....	63
Přílohy.....	65

Seznam grafů

Graf 1 – Konzumace vína v letech 2002-2015	28
Graf 2 – Vývoj mezinárodního obchodu s vínem v letech 2000-2015.....	31
Graf 3 – Import vína do České republiky	33
Graf 4 – Dovoz vína do ČR v tis. hl	34
Graf 5 – Westendorpův test cenové citlivosti	44
Graf 6 – jak často respondenti kupují víno	52
Graf 7 – kombinace nákupní frekvence a pohlaví	53
Graf 8 – jaký původ vína respondenti nejvíce preferují?.....	54
Graf 9 – znají návštěvníci vinotéky moldavské, likérové víno Kagor Pastoral? ...	55
Graf 10 – nejčastěji nakupovaná likérová vína.....	56
Graf 11 - pohlaví.....	56
Graf 12 – věková hranice respondenta	57
Graf 13 – nejvyšší dosažené vzdělání	57
Graf 14 – vyhodnocení testu cenové citlivosti vína Kagor Pastoral.....	58

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Třídění vín v ČR	20
Tabulka 2 – Deset největších producentů vína ve světě	24
Tabulka 3 – Rozloha vinic velkých vinařských zemí (ha) v letech 2000-2007.....	25
Tabulka 4 – Produkce vína v ČR	25
Tabulka 5 – Sklizeň hroznů révy vinné v ČR v letech 2004-2015	26
Tabulka 6 – Vývoj obchodní bilance s vínem v ČR v letech 2005-2014 (v mil. Kč)	32
Tabulka 7 – přímé náklady na výrobu 1 láhve moldavského výrobce	46
Tabulka 8 – nepřímé náklady na výrobu 1 láhve moldavského výrobce.....	46
Tabulka 9 – Kalkulace jednotlivých nákladů pomocí kalkulačního vzorce	47
Tabulka 10 – přímé náklady na výrobu 1 láhve českého výrobce.....	48
Tabulka 11 – nepřímé náklady na výrobu 1 láhve českého výrobce	48
Tabulka 12 – Kalkulace jednotlivých nákladů pomocí kalkulačního vzorce	49

1 Úvod

Réva vinná se považuje za ekonomicky nejvýznamnější plodinu, plocha světových vinic činí 7,66 mil. hektarů, z toho samozřejmě největší část zaujímají vinice v Evropě. Kvůli klimatickým podmínkám nelze víno pěstovat po celém území Evropské unie, ale hlavně ve státech jižně položených. Česká republika je známá především díky rekordní spotřebě piva na osobu/rok, ale také spotřeba vína v posledních letech stoupla. Poptávka vína v ČR mnohonásobně převyšuje produkci tuzemských výrobců, tudíž tento nedostatek je třeba pokrýt vínem ze zahraničí.

Do České republiky se dováží vína z celého světa. Nejrozšířenější zahraniční vína na českém trhu jsou vína ze Španělska, Itálie Francie, Chile, Makedonie, Austrálie, Jihoafrické republiky, Rakouska a Moldávie.

Obchod s vínem v ČR nabývá dynamického rozvoje, je to nejen rozšíření portfolia nabízených vín, ale i rostoucí zájem o vinařství, vinařskou turistiku a vín samotných. Čím dál více roste i znalost spotřebitelů o víně, je to dáno tím, že jsou v dnešní době nepřehledné množství produktů a informací o nich. Pokud chce výrobce vstoupit na trh s novým, modifikovaným produktem a být konkurenceschopný, musí si zjistit u svých stávajících i potenciálních zákazníků zájem o tento produkt, pochopit a respektovat přání a zájem zákazníků, znát jejich nákupní zvyklosti i chování a nabídnout to, po čem spotřebitelé touží. Měl by si také zjistit cenu, za kterou si jsou spotřebitelé ochotni tento výrobek koupit a cenu, kterou by už za výrobek nevyňaložili. Ideální je pohybovat se v tomto rozmezí. Jedním z nejdůležitějších faktorů při výběru je cena.

Podstatou samotné práce je porovnat míru konkurenceschopnosti vybraných moldavských odrůdových vín a českých odrůdových vín a získané výsledky okomentovat. Další část práce je zaměřena na zjištění znalostí zákazníků vinotéky v Kralupech nad Vltavou o moldavském likérovém víně Kagor Pastoral. Zjišťování probíhalo pomocí dotazníkových šetření, které byly rozdány mezi zákazníky vinotéky v Kralupech nad Vltavou. Celkem bylo dotazováno 150 respondentů. Optimální cenová hranice tohoto vína byla zjištěna pomocí holandského testu cenové citlivosti (Van Westendorpův test). Výsledky byly interpretovány a následně provedené doporučení pro prodejce tohoto vína, konkrétně vinotéce v Kralupech nad Vltavou.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem práce je identifikovat míru konkurenceschopnosti odrůdového révového vína dováženého z Moldávie oproti tuzemským odrůdovým vínům, interpretovat získané výsledky a na základě dílčích výsledků formulovat doporučení pro prodejce.

Dílčí cíle zahrnují:

- vyhodnocení trendu na trhu révového vína v ČR (především z hlediska importu),
porovnání nákladů na výrobu a dovoz 1 láhve odrůdových bílých a červených vín vybraného vinaře v Moldávii s náklady potřebnými na výrobu jedné láhve odrůdových bílých a červených vín vybraného tuzemského výrobce k ověření konkurenceschopnosti moldavského vína na českém trhu, zdůvodnění získaných výsledků
- provedení jednoduchého spotřebitelského průzkumu k ověření zájmu a cenového rozpětí o stávající moldavský produkt Kagor Pastoral
- vymezení doporučení pro dovozce a prodejce vína Kagor Pastoral

2.2 Metodika

Metodika teoretické části práce spočívá zejména ve vytvoření teoretických poznatkových východisek na základě dostupné odborné literatury, právních předpisů, kontrolních orgánů, Českého statistického úřadu, Státní zemědělské a potravinářské inspekce, odborných periodik a internetových zdrojů relevantních institucí státní správy.

Metodika vlastní práce zahrnuje analýzu situace a trendu na trhu lahvovým vínem v ČR (především z hlediska importu), provedení nákladové kalkulace pomocí klasického kalkulačního vzorce sečtením všech přímých i nepřímých nákladů na výrobu odrůdových lahvových vín v Moldávii. Byla zvolena vína bílá Sauvignon Blanc (v ČR Sauvignon) a Traminer (v ČR Tramín Červený) a červená vína Cabernet Sauvignon a Pinot Noir (v ČR Rulandské modré). Tato vína byla vybrána, protože to jsou nejčastěji prodávané odrůdy ve vinotéce v Kralupech nad Vltavou, na jejíž statistiky je tato práce zaměřena. Pro získání potřebných dat pro vyčíslení všech nákladů přímých i nepřímých, byl osloven moldavský výrobce odrůdových vín „DK Intertrade“ SRL.

Celkové náklady byly rozděleny na přímé a nepřímé. Mezi přímé náklady byla zahrnuta výrobní cena samotného vína o objemu 0,75 litrů, náklady související s lahvováním vína (skleněná láhev, korek, etikety, termokapsle atd.), nepřímé náklady zahrnují náklady na odpisy komerčních budov a strojů (linky), náklady na energie (el. energie, voda, plyn), mzdy zaměstnanců režijních i administrativních, doprava kamionem z Moldávie do ČR včetně všech cestovních poplatků (dálniční známka, pojištění, pohonné hmoty atd.) a nákladů na proclení vína. Pro všechny propočty byl použit kurz ke dni 08.09.2017 26,100 Kč/Euro. Pro sumarizaci celkových nákladů na výrobu 1 láhve vína byl použit klasický kalkulační vzorec.

Pro získání dat na výrobu odrůdového vína v ČR byl dotazován český výrobce z moravského regionu, např. výrobce „B“, nepřeje si být blíže jmenován kvůli ochraně interních informací. Tento vinař v dnešní době hospodaří na 25 hektarech vlastních vinic. Společnost k výrobě vína používá nejmodernější techniku a technologii jako například řízení kvašení.

Vína zrají v nerezových tancích a pro archivaci některých odrůd jsou použity dřevěné sudy¹ barrique. V posledních letech se vinařství zaměřuje na přírodnější způsob kvašení a minimalizuje se množství použitých ušlechtilých kvasinek. Celkové náklady na výrobu 1 láhev odrůdového vína se skládají z přímých i nepřímých nákladů, tyto náklady byly sestaveny z identických položek, jako náklady na víno v Moldávii, rozdíl je v ceně výroby samotného vína. Vyšší cena je zapříčiněna zejména horšími klimatickými podmínkami pro pěstování vinné révy a tudíž i o dost nižší produkci. Situace na českém trhu s vínem je taková, že se vyprodukuje jen malá část toho, co se spotřebuje, zbytek se importuje ze zahraničí. Rozdílné jsou také ceny na láhev, korek, termokapsle a etikety. I nepřímé náklady se odlišují, zvláště mzdy pracovníků, je to způsobeno rozdílnou kupní silou a politickou situací v obou zemích. Pro výpočet konečné ceny 1 láhve odrůdového vína od výrobce byl použit také klasický kalkulační vzorec. Výsledné částky v obou případech byly porovnány a okomentovány dle stanoveného cíle.

V další části této práce byl sestaven dotazník pro stálé návštěvníky vinotéky v Kralupech nad Vltavou s cílem zjistit zájem o stávající produkt likérové víno Kagor Pastoral a cenové rozpětí, za jakou si jej jsou ochotni zákazníci koupit. Celkem bylo dotazováno 150 respondentů v období od 25. října do 13. listopadu 2017. Dotazníky byly rozdány v tištěné podobě pro jejich 100 % návratnost, zároveň zákazníci zůstali v naprosté anonymitě.

Tiskopis obsahoval celkem 11 uzavřených otázek.

- První otázka směřovala na frekvenci nákupu vína ve vinotéce v Kralupech nad Vltavou. Smyslem této otázky je zjistit, jak často zákazníci navštěvují vinotéku.
- Druhá otázka se týkala toho, zda hraje roli při výběru vína jeho původ. Zde je patrné, že toto kritérium nemá vliv při výběru, naprostá většina uvedla, že původ vína nerozlišují.
- Cílem třetí otázky bylo zjistit, zda respondenti znají moldavské, likérové víno Kagor Pastoral, a zda ho ochutnali nebo mají zájem ochutnat.
- Smyslem čtvrté otázky bylo zjistit, jaké likérové víno zákazníci nejvíce nakupují. Nejvíce spotřebitelů odpovědělo, že nekupuje likérové víno (celkem 82) a 56 odpovědělo, že kupuje Kagor Pastoral. Zbylých 12 kupují Portská vína.

¹ Foto používaných dřevěných sudů a nerezových tanků je součástí přílohy této práce

- Pátá až osmá otázka se týkala přímo Van Westendorpova testu cenové citlivosti.

Testování probíhalo tak, že se respondentům rozdaly tiskopisy s řadou cen v relativně malých intervalech, seřazených od nejnižších hodnot po nejvyšší. U dvou výroků, které hodnotí testovanou cenu jako levné, postupuje respondent od nejnižší ceny až k ceně, kterou označí za odpovídající danému výroku. U zbylých dvou výroků hodnocených jako drahé postupuje dotazovaný od nejvyšší ceny, označí opět cenu odpovídající danému výroku. Zjištěné hodnoty se vyhodnotí v podobě kumulovaných hodnot zjištěných četností, a to u prvních dvou statementů (levných) zdola a u druhých dvou statementů (drahých) shora (tedy v opačném pořadí, než postupovali respondenti). Grafické znázornění křivek je pak východiskem pro cenové úvahy.

Respondentům byly kladeny otázky v tomto pořadí, jejichž cílem bylo určení intervalů přijatelných cen.

- „Při jaké ceně na této škále by tento produkt byl tak levný, že byste pochyboval/a o jeho kvalitě?“
- „Při jaké ceně na této škále byste řekl/a, že je to pro Vás dobrá koupě?“
- „Při jaké ceně byste řekl/a, že je produkt už drahý, ale ještě byste zvažoval/a jeho koupi?“
- Při jaké ceně už je pro Vás produkt příliš drahý, abyste zvažoval/a jeho koupi?“

Respondenti vyplňovali 4 škály cen od 80 Kč do 300 Kč. Ceny byly řazeny vzestupně od nejnižší po nejvyšší.

- Otázky devět, deset a jedenáct směřovaly na pohlaví, věk a dosažené vzdělání respondenta. Důležité je vědět, na jaké pohlaví a jakou věkovou kategorii zákazníků by se mělo zaměřit, zda více nakupují muži nebo ženy a v jaké věkové kategorii.

Na otázku „kombinace nákupní frekvence a pohlaví“ odpovídá graf číslo sedm.

Výsledky dotazníkových šetření byly vyhodnoceny pomocí grafu a následně okomentovány a otázky pět až osm, týkající se ceny, byly zhodnoceny pomocí holandského testu cenové citlivosti (Van Westendorpův cenový test). Graf obsahuje 4 významné body – optimální cenový bod (OCB - představuje cenu, která se setkává

s relativně nejmenším odporem spotřebitelů), bod marginální levnosti (BKL), bod marginální drahoty (BKD) a indiferentní cenový bod (ICB).

V závěru této práce na základě vyhodnocení všech dotazníků a zjištění optimální prodejní ceny produktu Kagor Pastoral bylo stanoveno doporučení pro prodejce na co se zaměřit, zda snížit cenu nebo podpořit marketingovou stránku produktu či dělat pravidelné degustace, aby se tento produkt dostal do povědomí lidí.

3 Teoretická východiska

V této kapitole je přiblížen trh s vínem v České republice i ve světě, vývoj produkce i spotřeby vína. Mezinárodní i tuzemský obchod s vínem zaměřený hlavně na import. Vývoj obchodní bilance s vínem za posledních 14 let. Dále je zde zmínka o spotřební a celní problematice v České republice, podmínkách dovozu láhvového vína z Moldávie do ČR a související potřebné dokumenty pro dovoz vína.

3.1 Víno jako produkt

Víno lze formulovat jako výrobek, jenž vzniká úplným nebo částečným alkoholovým kvašením čerstvých či rozemletých hroznů nebo moštu získaného z hroznů. Tento alkoholový mok vzniká proměnou růstových pletiv plodu révy vinné, účinkem činnosti mikroorganismů. Struktura a vývoj vína jsou přímo ovlivněny biochemickými procesy (Kraus, 2008).

Vinnou révu a víno v České republice upravuje národní legislativa vztahující se k problematice vinohradnictví a vinařství - Zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství) (Zákon č. 321/2004 Sb.).

Jakost a chuť vína závisí na mnoha důležitých faktorech, těmi jsou počasí, půda, doba a způsob zrání vína, sklizeň hroznů a způsob jeho skladování. Pro víno je nejvhodnější teplý a sluneční podzim bez dlouho trvajících srážek nejlépe dvakrát za měsíc. Doporučuje se spíše kamínková či písčité půda, protože kořeny révy jdou do značné hloubky, kde čerpají vodu a živiny. Fáze zrání hroznů začíná zabarvováním bobulí v srpnu a končí sklizní. Tato doba je nejdůležitější pro hrozny, jelikož listy produkují cukr a ukládají jej v bobulích. Čím více tepla a světla mají, tím více cukru produkují, čím více je cukru, tím je vyšší obsah alkoholu ve víně. Září se počítá jako nejdůležitější měsíc v roce. Zralost hroznů je finální, je-li cukr a kyselina ve správném poměru (Priewe, 2003).

Sklizeň je poslední pracovní fází ve vinici. To, jak rychle se réva sklídí, má velký vliv na jakost vína. Základem pro stanovení doby sklizně je cukernatost hroznů (Hubáčková, 2000).

Nádoby a zařízení potřebné ke sklizni a přepravě hroznů by měly být čisté a vyrobené z vhodných materiálů, které nebudou způsobovat kontaminaci. Neoptimálnější je ruční sklizeň do plastových či nerezových beden, kterých se hrozny již rovnou transportují, zabrání se tak zbytečnému přesunu hroznů, jenž negativně ovlivní kvalitu a chuť vína (Pavloušek, 2011).

Dalším velice důležitým faktorem, který ovlivňuje jakost vína je způsob jeho skladování. Mělo by se skladovat tak, aby nedocházelo k úbytku na kvalitě vína. Láhvová vína by se měla skladovat při teplotě 10 až 15 °C, jsou-li uzavřené korkovými zátkami, musí se pokládat naležato. Víno by se nemělo vystavovat přímému slunci a teplota ve skladovacích prostorách by neměla výrazně kolísat. Nedoporučuje se ani zbytečné přemísťování láhví (Kraus, 1997).

Obchod s vínem je poháněn požítkem milióny spotřebitelů, odhalující zcela odlišné preference, jejich naprostá zvědavost a touha prohloubit své znalosti o tom, jak se víno vyrábí a způsob, jak jej nejlépe ocenit. Víno se stalo diferencovaným zemědělským artiklem s vysokou přidanou hodnotou. Trh s vínem je notoricky heterogenní. Když se zákazníci rozhodnou koupit určité víno, pouze reagují pozitivně na seznam atributů či charakteristik, které jim byly poskytnuty prostřednictvím produktů marketingového mixu (Spahni, 2000).

3.1.1 Společná ustanovení pro označování produktu

Na základě zákona č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství) §16

- ✓ Požadavky na označování produktu stanoví předpisy Evropské unie, tento zákon a prováděcí právní předpis. Uvádět v označování produktu nebo na jeho etiketě jiné údaje než údaje stanovené předpisy Evropské unie, tímto zákonem a prováděcím právním předpisem je zakázáno.
- ✓ U produktu se dále nesmí uvádět údaje poukazující na zesílený účinek, jako například sousloví „zdravotní víno“ nebo „posilující víno“ nebo slova „přírodní“ nebo pravé“.
- ✓ U jakostního vína stanovené oblasti se v označení uvede obsah zbytkového cukru, který se nachází v konečném produktu v souladu s předpisy EU.
- ✓ Na obale určeném pro spotřebitele je možné informovat o získaném ocenění, popřípadě medaile ze soutěží a výstav. Bylo-li víno s chráněným označením původu nebo chráněným zeměpisným označením vyrobeno z tuzemských hroznů, uvede výrobce uvádějící toto víno do oběhu na etiketě pro spotřebitele.
- ✓ Na etiketě je možné uvést, že splňuje požadavky pro účely církví a náboženské společnosti, bez jejich souhlasu, nemůže tyto informace uvádět.
Je zakázáno označovat jako víno: nápoje ze zředěného hroznového moštu, produkt vyrobený na území ČR jiným postupem nebo užitím jiných konzervačních nebo přídatných látek, než stanoví předpisy EU, směsi vína s alkoholickými nápoji vyrobenými z ovoce, sladu, medu, rostlin nebo jiných výluhů (Eagri, 2009).

Náležitosti etikety na láhvi vína

Informace na etiketách evropských vín je přesně definováno směrnicemi Evropské komise. Od roku 2009 bylo zrušeno označení pro stolní vína. Nyní existuje jen název „víno“, dále víno CHZO (Chráněné zeměpisné označení) a CHOP (Chráněný zeměpisný původ). Označení a původ a ročník odrůdy smí být uveden za podmínek, že 85 % hroznů pochází z daného roku. U vín bez CHOP/CHZO nemohou být uvedeny odrůdy. Vína bez CHOP/CHZO, která byla vyrobena v tuzemsku ze zahraničních hroznů, nesmí být na etiketě nebo v obchodním označení použit výraz „odrůdové víno“.

Pojmenování CHZO se používá v tuzemských podmínkách pro Zemské víno s dalším označením oblasti – české nebo moravské. Značka CHOP se využívá pro jakostní víno v oblasti Čechy a Morava. Jakostní víno s přívlastkem z oblasti Čech a Morava je v každém případě doplněno o vinařskou podoblast CHOP a vždy opatřeno evidenčním číslem. Etiketa by měla obsahovat jméno vinaře nebo název obchodní firmy producenta, obsah zbytkového cukru, číslo šarže, skutečný obsah alkoholu, objem vína v láhvi, informace o tom, že víno obsahuje oxid siřičitý (Pavloušek, 2015).

3.1.2 Zatřídění vína v České republice

Zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství) § 26 stanovuje následující jakostní třídy pro česká a moravská vína, uvedená v tabulce 1.

Tabulka 1 – Třídění vín v ČR

Kategorie vín	Minimální cukernatost hroznů	Přirozený obsah alkoholu
Stolní víno	11 °NM	6,5 % obj.
Zemské víno	14 °NM	8,3 % obj.
Jakostní víno - Odrůdové - Známkové	15 °NM 15 °NM	8,9 % obj. 8,9 % obj.
Jakostní víno s přívlastkem - Kabinetní víno - Pozdní sběr - Výběr z hroznů - Výběr z bobulí - Výběr z cibéb - Ledové víno - Slámové víno	19 °NM 21 °NM 24 °NM 27 °NM 32 °NM 27 °NM 27 °NM	11,3 % obj. 12,5 % obj. 14,3 % obj. 16,1 % obj. 19,0 % obj. 16,1 % obj. 16,1 % obj.

Zdroj: Kraus (2008)

Z výše uvedené tabulky je patrné, že nejméně cukernatosti hroznů a nejnižší obsah alkoholu (6,5 % obj.) má stolní víno, tj. nejnižší kategorie vín. Nejvyšší cukernatost a nejvyšší obsah alkoholu má naopak výběr z cibéb.

Stolní víno

Nejnižší kategorie vín, u kterých může být zvyšována cukernatost přidávkem sacharózy. Může být vyráběno z odrůd neregistrovaných, stolních a moštových, na etiketě nesmí být uvedena odrůda, oblast a ročník vína.

Zemské víno

Vyšší kategorie stolních vín, je to zemské víno vyrobené jen z tuzemských hroznů. Na etiketě nesmí být uvedena odrůda, je-li ve víně zastoupena minimálně 85 % podílem. Na etiketě může být uvedeno ročník vína a zeměpisné označení.

Jakostní víno

Je zatříděno jako odrůdové či známkové, etiketa obsahuje název vinařské oblasti, obce či viniční tratě tehdy, pocházejí-li hrozny výhradně z uvedené lokality.

Jakostní víno přívlastkové

Tyto vína smějí být vyrobeny pouze z hroznů, rmutů nebo hroznového moštu maximálně tří odrůd, jejichž hrozny byly sklizeny ve vinicích jedné vinařské oblasti. Mezi jakostní vína přívlastková se řadí: kabinetní víno, pozdní sběr, výběr z hroznů, výběr z bobulí, výběr z cibéb, ledové, slámové víno (Kraus, 2008).

3.2 Trh s vínem ve světě a v České republice

Světový trh s vínem se během pěti let dramaticky změnil. V roce 2004 a 2005 vítězila nadprodukce vína. Produkce a spotřeba v roce 2004 přesáhla 64 mil. hl a o rok později 49 mil. hl. (Fao, 2000).

3.2.1 Produkce vína ve světě

Rozloha světových vinic činí 7,66 mil. ha, z toho největší rozlohu zaujímá vinice v Evropě (57,9 %), proto evropské země patří mezi desítku největších vinařských zemí. Evropská unie zaujímá první místo na trhu s vínem. Její podíl na světové produkci a spotřebě vína představuje 60 % (Fojtíková, 2008).

V posledních letech se sklizeň v EU neustále snižuje. V roce 2009 byla v pořadí třetí nejnižší (po letech 2007 a 2008) v posledních patnácti letech a dosáhla výše 159,8 milionu hl. Meziročně byl patrný pokles produkce zejména na severu Evropy a naopak vzestup na jihu. Nižší sklizeň zaznamenali v Německu, Rakousku, Česku, Slovensku, Maďarsku, Řecku a Španělsku. Naopak vyšší byla ve Francii, Itálii, Portugalsku, Rumunsku a Bulharsku (Bublíková, 2011).

V EU je trvalý přebytek vyprodukovaného vína nad vínem spotřebovaným, ale trend je pozitivní, přebytek v posledních 12 letech klesá. Kolem roku 2000 tak činil přibližně 30 % produkce vína, v roce 2011 „jen“ 15 % (Zajícová, 2012).

Ve třetích zemích byla sklizeň v roce 2009 (70,1 mil. hl), vyšší oproti roku 2007 (68,5 mil. hl), ale nižší ve srovnání s rokem 2008 (72,1 mil. hl). USA po letech překročily hranici 20 mil. hl, 10 mil. hl se poprvé přiblížila Chile, sklizeň v Austrálii po letech růstu poklesla 11,6 mil. hl, značný pokles zaznamenali i v Argentině a Brazílii, zatímco na ustálené hranici zůstala Jihoafrická republika a Nový Zéland (Bublíková, 2011).

Celková produkce vína se v roce 2011 pohybovala kolem 260 mil. hl a byla nižší ve srovnání s předcházejícím rokem o 4 %. Lze ji tedy považovat za nízkou ve srovnání s EU. Produkce EU se 153 mil. hl. patří spolu s ročníky 2007 a 2008 k nejnižším za posledních patnáct let. Nízká sklizeň, která ovlivnila celkový stav v EU, byla v Německu, Itálii, Rakousku, Maďarsku a Rumunsku. Mírně nižší sklizeň byla i ve Francii a ve Španělsku. Naopak Portugalsko zaznamenalo meziročně vyšší produkci asi o 900 tis. hl.

Nižší byla produkce vína i mimo EU. Nejnižší v posledních třech letech byla v JAR, Austrálii a Novém Zélandu. Meziročně nižší produkce vína byla i v USA, Chile, Brazílii a ve Švýcarsku. Naopak výrazný meziroční nárůst produkce (+33 %) byl zaznamenán v Argentině (Zajícová, 2012).

Po silném ročníku 2013 (291 mil. hl) bylo v roce 2014 dosaženo jen průměrné sklizně ve výši 279 mil. hl vína. To odpovídá průměrnému výnosu 37 hl vína na hektar, čili 5 tunám hroznů na hektar. Ve skutečnosti je výnos vyšší, protože menší část hroznů se nezpracovává na víno. Meziroční pokles světové produkce odpovídá roční produkci Austrálie. Evropská unie je předním světovým producentem vína. V letech 2009 až 2014 průměrná roční produkce činila 167 mil. hektolitřů, to představuje 45 % světových vinařských oblastí, 65 % výroby, 57 % světové spotřeby a 70 % exportu v globálním měřítku (Bublíková, 2015).

Produkcí vína v roce 2014 ve výši 271 mil. hektolitřů poklesla sklizeň o 6 % a vrátila se tak na dlouhodobý průměr. Ročník byl klimaticky náročný, což bylo pro vývoj sklizně směrodatné hlavně v Evropě. Na první místo v produkci vína se dostala znovu Francie s 46,2 mil. hl, následovala Itálie, kde došlo k poklesu o 15 %. USA dosáhlo již třetím rokem po sobě dobré produkce vína výši 22,5 mil. hl i přes nepříznivé počasí. Naproti tomu se v Chile sklídilo 10 mil. hl výrazně méně, obdobně jako v řadě zemí východní Evropy. Rekordní sklizeň byla na Novém Zélandu (3,2 mil. hl) a meziroční nárůst produkce o 16 % zaznamenali v Německu (9,7 mil. hl) (Vinařský věštník, 2014).

Tabulka 2 – Deset největších producentů vína ve světě

Pořadí	Stát	Sklizeň 2014 (tis. hl)
1.	Francie	46 698
2.	Itálie	44 739
3.	Španělsko	41 620
4.	USA	22 300
5.	Argentina	15 197
6.	Austrálie	12 000
7.	JAR	11 316
8.	Čína	11 178
9.	Chile	10 500
10.	Německo	9 334

Zdroj: Křístková (2014)

Klesající trend v produkci vína za posledních 15 let se pomalu obrací na růst ve Francii, Španělsku a Německu, kdežto v Itálii, Portugalsku Rumunsku dále pokračuje. Mimo evropské země roste trvale produkce v USA, Argentině, Austrálii, Číně, JAR, Chile a Novém Zélandu (Vinařský věštník, 2014).

Produkce vína v EU byla průměrná, sice nižší než v roce 2013, ale vyšší oproti létům 2010-2012. Celkem bylo v EU vyprodukováno 14 mil. hl vína. Meziroční nárůst produkce o 11 % vykazala Francie, Německo, naopak Itálie vyprodukovala o 17 % vína méně, Rumunsko o 20 %, Řecko o 13 % a Bulharsko dokonce o 30 % méně. V Chile byla sklizeň meziročně o 18 % nižší (Křístková, 2014).

Tabulka 3 – Rozloha vinic velkých vinařských zemí (ha) v letech 2000-2007

Země	2000	2001	2002	2005	2006	2007
Španělsko	1 180 800	1 235 000	1 228 000	1 161 411	1 200 000	1 200 000
Francie	915 000	914 000	912 000	854 824	842 026	830 000
Itálie	830 000	825 000	848 000	754 978	786 300	770 000
USA	356 500	415 000	412 000	378 320	379 271	380 000
Portugalsko	253 000	250 000	262 000	222 517	222 528	222 600
Rumunsko	250 000	47 000	250 000	170 975	187 094	184 310
Čína	205 000	-	210 000	411 300	484 000	503 500
Argentina	209 392	205 000	207 000	211 838	218 991	220 000
Austrálie	139 861	148 000	159 000	153 204	158 167	163 951
Chile	103 876	105 000	110 000	178 000	180 000	182 000
Jižní Afrika	105 566	106 331	107 000	112 589	112 717	115 000
Německo	104 724	103 605	104 000	98 785	99 172	99 500
Maďarsko	127 000	125 000	93 000	86 028	75 634	86 800
Bulharsko	81 281	80 000	97 200	126 842	128 857	120 341

Zdroj: Fao (2000)

3.2.2 Produkce vína na tuzemském trhu

Produkce vína se za poslední 3 roky pohybuje okolo 500 tis.hl/rok.

Z celkové produkce vína v ČR připadají cca 2/3 na bílá vína a 1/3 připadá na vína červená. Přehled produkce vína v ČR viz tabulka č. 4 (Bublíková, 2015).

Tabulka 4 – Produkce vína v ČR

	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
Produkce vína (tis.hl)	570	366	650	487	650	536	750

Zdroj: Bublíková (2015, 2016)

Sklizeň hroznů révy vinné v ČR

Sklizeň hodnotných hroznů v nejlepší úrovni zralosti a v dobrém zdravotním stavu je následující postup v produkci kvalitních vín. Určení optimálního termínu sklizně si žádá důkladné ohodnocení zralosti hroznů (Pavloušek, 2011).

V roce 2011 sklizeň z celkové plochy 16 006 ha činila 91 253 t s průměrným výnosem 5,70 t/ha, potvrdila data z ČSÚ, která nezahrnuje drobné vinaře a samozásobitelé (Zajícová, 2012).

V roce 2013 se sklídilo celkem 74 721 tun hroznů révy vinné, což je o 25 % více než v roce 2012. Výnos hroznů révy vinné byl na úrovni 4,77 t/ha (Křístková, 2014).

Dle údajů Českého statistického úřadu bylo v roce 2014 sklizeno celkem 63 533 tun hroznů révy vinné, což je o 15 % méně než v roce předchozím. Výnos hroznů révy vinné se pohyboval na úrovni 4,03 t/ha. Dlouhodobý trend ve vývoji celkové sklizně a výnosu hroznů révy vinné znázorňuje tabulka č. 5.

Hodnota sklizených moštových hroznů dosáhla téměř 1,2 mld. Kč (meziroční pokles o 0,3 mld. Kč). Po započtení všech průměrných dotací vznikla podle SV ČR v roce 2014 ve vinohradnictví ztráta ve výši 5,70 Kč/kg, tj. 25 tis. Kč/ha, průměrná rentabilita vinohradnictví pak vychází záporná, a to -5 % (Bublíková, 2015).

Tabulka 5 – Sklizeň hroznů révy vinné v ČR v letech 2004-2015

Hrozny révy vinné	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Celková sklizeň (tis. t)	69	62	57	99	98	68	45	91	59	74	63	90
Meziroční index (%)	X	-10	-8	-72	-1	-30	-33	99	-34	25	-15	43
Výnos (t/ha)	5,38	4,39	3,71	5,82	6,03	4,27	2,87	5,7	3,83	4,77	4,03	5,73
Meziroční index (%)	X	-18	-15	57	4	-29	-33	99	-33	25	-16	42

Zdroj: Bublíková (2016)

Dle údajů svazu vinařů ČR zhruba polovinu hroznů každoročně prodávají pěstitelé v ČR zpracovatelům. Tento podíl však není konstantní, pohybuje se od 48 do 66 % sklizeného množství hroznů. Pěstitelské podniky prodávají hrozny nikoliv dle cukernatosti a výnosu hroznů či jejich ceny v daném roce, ale na základě již dřívějšího rozhodnutí o jejich prodeji. To znamená, že zhruba 56 % sklizených hroznů bude v každém roce prodáno.

Svaz vinařů ČR dělá pravidelné průzkumy výsledků hroznů v členských podnicích a jejich data zahrnují cca 1/5 – 1/4 plochy vinic ČR. Při posledním zpracování výsledků se zjišťovalo, zda průměrná cena hroznů v ČR v letech 1997- 2013 byla závislá na jejich cukernatosti, výnosu či pouze na daném roku. Výsledky šetření ukázaly, že průměrná cena moštových hroznů v jednotlivých letech zcela nezávisí na cukernatosti či výnosu hroznů, ale jen na daném roku. Z toho plyne, že cenu ovlivňují i jiné než pěstitelské faktory. Zcela jistě je to nabídka a poptávka na trhu s vínem zásoby vína apod. Cena hroznů se meziročně zpravidla mění jen málo (Křístková, 2014).

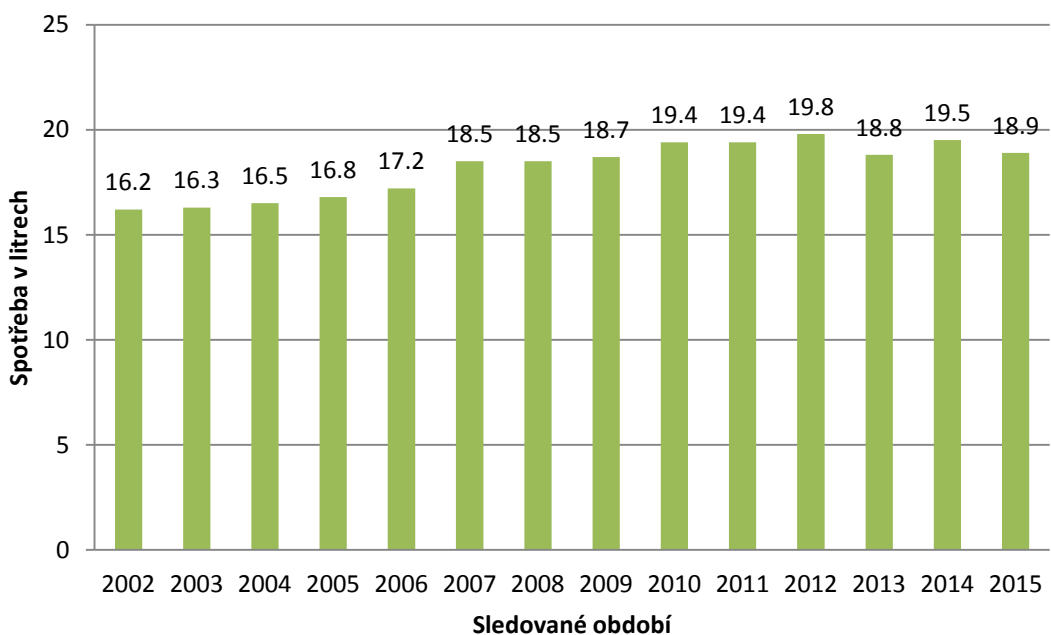
V ČR výrazně převažuje výroba vinařských produktů v režimech „vína s CHOP“, tj. vína s chráněným označením původu, a „vína s CHZO“, tj. vína s chráněným zeměpisným označením. Tento režim stanovuje nařízení Rady (ES) č. 1234/2007 (Bublíková, 2015).

3.2.3 Spotřeba vína v České republice

Spotřeba vína i hroznů má dlouhodobě vzrůstající trend. Zatímco se v roce 2003 spotřeba vína v ČR pohybovala okolo 16,3 litrů na osobu za rok, v roce 2009 se tato spotřeba dle ministerstva zemědělství zvýšila na 19,1 litrů za osobu a rok. I nadále se odhaduje zvyšování spotřeby jak vína, tak i stolních hroznů (Bublíková, 2010).

Konzumace vína má dlouhodobý rostoucí tendenci. Data ČSÚ napovídají, že spotřeba vína v České republice po druhé světové válce a následujícím převratu v letech 1948-1958 se pohybovala kolem 6 litrů/osoba/rok. V letech 1960-1990 se zvýšila na 13 litrů/osoba/rok. V roce 2003 se spotřeba vína dostala na přibližně 16 litrů na osobu a v roce 2010 se konzumace vína zvýšila o 19 % na 20 litrů na obyvatele a rok (Půček, 2011).

Graf 1 – Konzumace vína v letech 2002-2015



Zdroj: ČSÚ (2002-2015)

Od roku 2000 do roku 2007 se spotřeba vína trvale zvyšovala, pak nastal dvouletý propad o 12 mil. hl a šest let stabilní spotřeby. Spojené státy americké jsou stále nejvyšším spotřebitelským státem světa vzhledem k vínu (30,7 mil. hl). Meziroční změna byla pouze o 1%. Od roku 2000 se v USA zvýšila spotřeba vína o 45%. Ve Francii se snížila meziroční spotřeba o 0,9 mil. hl na 27,9 mil. hl a v Itálii dokonce o 1,4% (Bublíková, 2015).

Spotřeba vína v EU dlouhodobě klesá, celosvětová spotřeba vína se však zvyšuje. Za posledních patnáct let stoupla z 230 na 245 milionů hl. V USA se spotřebovalo v celé historii poprvé více vína než v Itálii (26 milionů hl), konzumace vína se zvyšuje i v Kanadě. ČR se řadí mezi státy s výrazným nárůstem spotřeby vína. Přebytek vína na trhu se ročně pohybuje kolem 30 mil. hl (čtyřicetinasobná roční produkce ČR) (Křístková, 2014).

V některých zemích mimo Evropu nastalo v roce 2011 oživení ve spotřebě vína. Například v USA se meziročně zvýšila spotřeba vína téměř o 1 mil. hl a má tak předpoklad být v nejbližších letech jedničkou v jeho spotřebě. V Číně se meziročně zvýšila spotřeba vína dokonce o více než 1 mil. hl. V Argentině, JAR, Austrálii a Novém Zélandu byla spotřeba vína v roce 2011 srovnatelná se stavem v roce 2010 (Zajícová, 2012).

V roce 2013 spotřeba vína ve světě mírně klesla na 238,7 mil. hl, tzn. pokles o 2,5 mil. hl ve srovnání s rokem 2012. Nicméně ve srovnání s rokem 2008, lze ohodnotit spotřebu v posledních letech jako stabilizovanou. Největším spotřebitelem vína ve světě byly v roce 2013 Spojené státy americké, a to díky objemu 29,1 mil. hl spotřebovaného vína (Křístková, 2014).

V průměru se spotřeba vína v Evropské unii pohybuje kolem 27 litrů na osobu za rok. Očekává se, že se během deseti let spotřeba vína v České republice přiblíží průměru EU (Půček, 2011).

V Evropské unii v roce 2013 pokračoval u tradičních spotřebitelských zemí klesající trend ve spotřebě: ve Francii o 2,1 mil. hl na 28,1 mil. hl, v Itálii o 0,8 mil. hl na 21,7 mil. hl a ve Španělsku o 0,2 mil. hl na 9,1 mil. hl. Portugalsko (4,5 mil. hl) a Velká Británie (12,7 mil. hl) zaznamenali konstantní spotřebu, v Německu došlo k mírnému navýšení spotřeby na 20,3 mil. hl (Křístková, 2014).

Spotřeba vína se v roce 2014 odhaduje na 240 mil. hl. To je mírný pokles o 2,4 mil., to je zhruba roční produkce Rakouska nebo Maďarska. V průměru tak tvoří spotřeba vína 3,3 litru za rok na každého obyvatele země (Bublíková, 2015).

3.2.4 Mezinárodní obchod s vínem

Trh s vínem se stále více rozšiřuje a rostoucí konkurence na světových trzích je způsobena kvalitou, která mění strukturu kvality francouzské výroby vína (Anderson, 2004)

Obchod vínem ve světě se v roce 2010 zvýšil na 93 mil. hl. Od roku 2000 došlo k jeho propadu jen v roce 2009 (87 mil. hl). Podíl vína, které je součástí mezinárodního obchodu se tak blíží 40 % veškeré produkce vína. V posledních dvaceti letech se tak podíl mezinárodně obchodovaného vína zdvojnásobil (Zajícová, 2012).

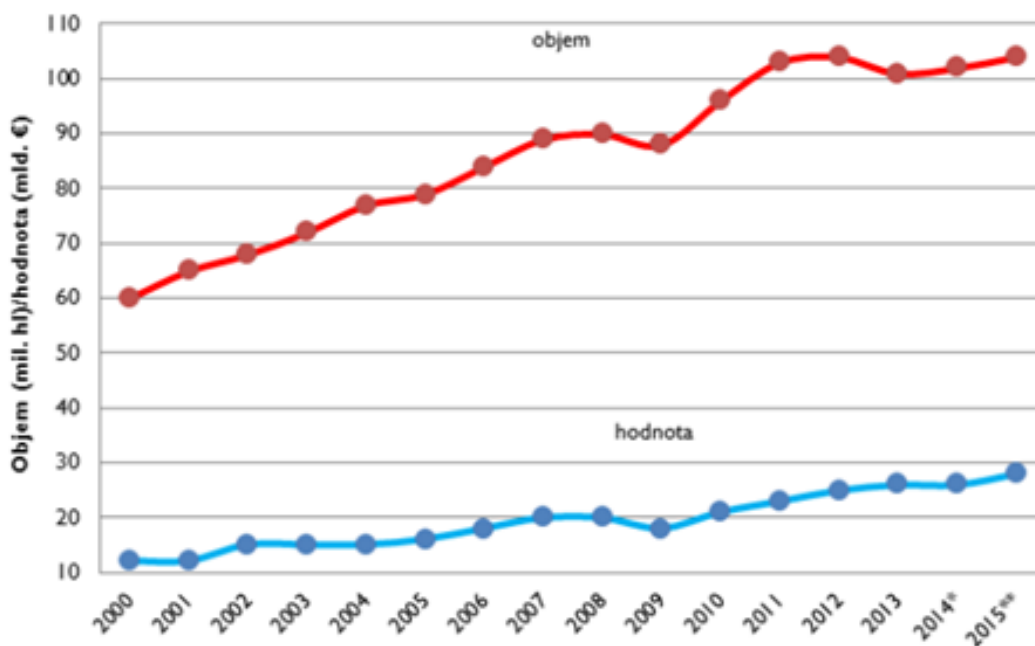
Světový obchod vínem v roce 2013 poklesl o 2,2 % na zhruba 98 mil. hl., i když díky rostoucím cenám bylo dosaženo celkové navýšení příjmů z tohoto obchodu, a to o 1,5 % na 25,7 mld. EUR. Láhvové víno zůstalo i v roce 2013 nadále dominantním obchodním zbožím (Křístková, 2014).

Obchod, co do objemu, dosáhl 104 mil. hl, což znamená opětovné zvýšení, meziročně o 2,5 %. V hodnotovém vyjádření stagnoval na 26 miliardách EUR. ČR se na tomto objemu obchodu, především dovozem, podílela 1,4 % a na jeho hodnotě 0,6 %.

Největším vývozcem vína se stalo Španělsko s meziročním nárůstem objemu o 22 %, dosáhlo podílu 21,8 % na veškerém vývozu vína ve světě. Byl to ale vývoz objemu na úkor hodnoty, finančně se vývoz meziročně snížil o 5%. Podstatným důvodem k tomu bylo zrušení podpor EU na destilaci. Naopak vývoz meziročně snížila Argentina (o 16 %), Chile a JAR (o 9 %) (Bublíková, 2015).

Moldavská republika je jeden z nejmenších členských států SNS, disponuje však prostřednictvím velmi vhodných přírodních podmínek, velkými viničními plochami (úrodné černozemě) a také pradávnými vinařskými tradicemi jako v sousedním Rumunsku. V této agrární velmoci se v důsledku vážnoucího vývozu obhospodařuje jen zhruba 100 000 hektarů révy, i když jsou viniční plochy daleko větší. S vinicemi se lze setkat v Moldavsku takřka na každém kroku, nejlepší pěstitelské oblasti jsou však na jihu a kolem hlavního města Kišiněv. Vyrábějí se zde spíše vína bílá a to hlavně Ryzlink Vlašský, Sauvignon Blanc, Tramín, Chardonnay, Pinot Gris atd. Z modrých odrůd zde prospívá zejména Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir aj. (Dominé, 2015).

Graf 2 – Vývoj mezinárodního obchodu s vínem v letech 2000-2015



Zdroj: Bublíková (2016)

Z grafu číslo 2 vyplývá, že vývoj mezinárodního obchodu má rostoucí tendenci, co se objemu i hodnoty týče. Nejvyšší hodnoty lze sledovat v roce 2015, kdy byl objem více než 100 mil. hl a hodnota téměř 30 mld. Eur.

3.2.5 Obchod s vínem v České republice

Dovoz vína do ČR stále roste. Zatímco u sudového vína jde spíše o množství dle situace na trhu, zcela se to týká po vstupu ČR do EU pro víno láhvé. V roce 2004/2005 bylo dovezeno 1,26 mil. hl vína, v roce 2009/2010 to již bylo 1,77 mil. hl. Zatím co láhvé víno se v roce 2004/2005 podílelo na celkovém objemu dovozu 36,5 %, v roce 2010/2011 to bylo již 47 % (Bublíková, 2011).

Celkový dovoz vín do ČR se v roce 2011 nepatrně zvýšil oproti roku 2010 na celkových cca 1 588 tis. hl, což představovalo skoro 3 401 mil. Kč. Došlo k mírnému nárůstu u dovozu vín v obalech do i nad 2 litry (Zajícová, 2012).

Roste ale i vývoz vína z ČR, a to jak lahvé, tak i sudové. Vývoz sudového vína roste mnohonásobně rychleji, což není právě v zájmu České republiky. Preferenční by byl vývoz produktu s větší přidanou hodnotou. Pro fixní růst exportu je větší prioritou růst vývozu láhvého vína, a to i proto, že ČR nemá dostatek hroznů pro zajištění tuzemské spotřeby vína (Zajícová, 2013).

V posledních pěti letech se zvýšil export láhvého vína na dvojnásobek, ale v posledním roce vývoz klesl. V relativním vyjádření poměru dovozu a vývozu tvořil objem tuzemského exportu lahvého vína v roce 2004/2005 jen 8,5 % dovozu stejné komodity a za šest let tento poměr vzrostl na 14,1 %. U sudového vína je situace zcela jiná, ale jedná se o extenzivní směr expanze. Nyní se vyváží něco přes 176 tis. hektolitřů sudového vína, tj. přibližně 45 % veškeré české produkce nebo 20 % toho, co jako sudové víno ČR doveze (Zajícová, 2012).

Vývoj obchodní bilance s vínem popisuje tabulka č. 6.

Tabulka 6 – Vývoj obchodní bilance s vínem v ČR v letech 2005-2014 (v mil. Kč)

Rok	Dovoz	Vývoz	Rozdíl
2005	-2 290	147	-2 143
2006	-2 699	193	-2 506
2007	-3 143	293	-2 850
2008	-3 275	415	-2 860
2009	-3 139	385	-2 754
2010	-3 260	464	-2 796
2011	-3 563	550	-3 013
2012	- 3 685	553	- 3 132
2013	- 4 170	811	-3 359
2014	- 3 933	702	-3 231
2015	- 4 137	547	- 3 590

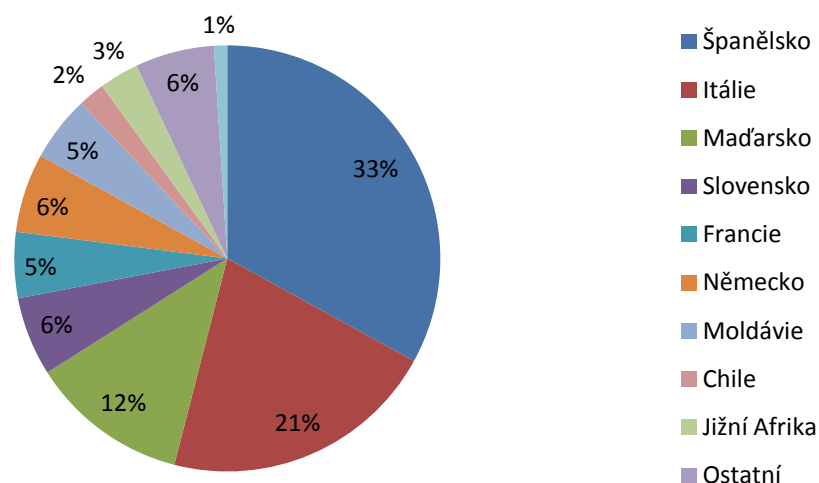
Zdroj: Bublíková (2016)

Záporné saldo zahraničního obchodu České republiky již přesáhlo 3 miliardy Kč ročně, i když se v roce 2014 snížilo o 128 milionů Kč. Obdobně jako objem i hodnota vyvezeného vína v posledních deseti letech má narůstající tendenci (s výjimkou v letech 2009 a 2014). Finanční hodnota ročně spotřebovaného vína na tuzemském trhu (společně s tuzemskou produkcí a s přidanou hodnotou dovezeného sudového vína) se pak pohybuje přibližně kolem 6 miliard Kč. Nejvíce finančních prostředků za dovezené víno skončilo v Itálii (870 mil. Kč), pak následuje Francie (729 mil. Kč) a Španělsko (615 mil. Kč). Přitom z Francie se dovezlo asi 26 % objemu vína ve srovnání s Itálií, čtvrté místo zaujímá Německo (370 mil. Kč.), následované Maďarskem (317 mil. Kč) a Slovenskem (240 mil. Kč) (Bublíková, 2015).

Česká republika vyváží víno téměř jen na Slovensko. Z 239 tis. hl vyvezeného vína za 667 mil. Kč tam skončilo 217 tis. hl. Zbytek se exportoval do Polska a Nizozemska (Zajícová, 2013).

Přibližně 88 % objemu do ČR importovaného vína bylo dodáno z členských zemí EU a ve finančním vyjádření to činilo přibližně 85 % celkové částky. Z nečlenských zemí jde především o Moldavsko, Chile a JAR (Bublíková, 2015).

Graf 3 – Import vína do České republiky

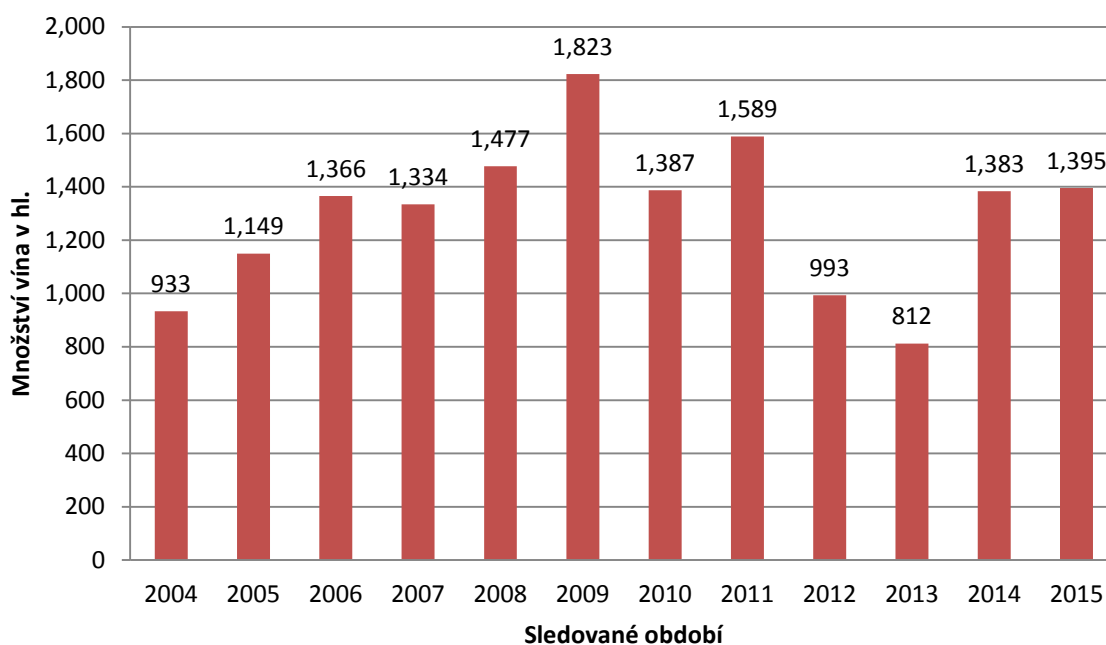


Zdroj: Bublíková (2015)

V roce 2012/2013 došlo již druhým rokem k celkovému poklesu dovozu vína do ČR. Zatímco u sudového je to podle situace na trhu, u vína láhiového jde o stále rostoucí trend. U láhiového vína jsou meziroční odchylky minimální a trend za posledních 9 let stále narůstá (Zajícová, 2013).

Celkem v roce 2014 bylo do České republiky dovezeno téměř 1,4 mil. hl vína v hodnotě 4 021 477 tis. Kč. Největší procento vína bylo dovezeno ze Španělska (33 %), Itálie (22 %) a Maďarska (10 %) (Bublíková, 2015).

Graf 4 – Dovoz vína do ČR v tis. hl



Zdroj: Situační a výhledová zpráva (2004-2016)

3.2.6 Situace na trhu s vínem v Evropské unii

Od krize z konce roku 2008 nedošlo ještě k značnému oživení. Ve Francii se sice zvýšila spotřeba vína meziročně o 1 mil. hl, ale v předešlém roce o 1,3 mil. hl klesla. V Německu je spotřeba stabilní, ve Španělsku, Anglii a Portugalsku nepatrně poklesla. Podle prvních odhadů se v roce 2011 spotřeba vína v členských zemích EU meziročně snížila asi o 1 %. V některých zemích mimo Evropu nastalo v roce 2011 oživení ve spotřebě vína (Zajícová, 2013).

S roční produkcí vína kolem 175 mil. hl se Evropská unie drží na první příčce na trhu s vínem. Nalézá se zde 45 % světových vinic a její podíl na světové výrobě a spotřebě vína představuje 57 %. EU zajišťuje také 70 % celkového světového vývozu. Vzhledem k odlišnosti klimatických podmínek se víno nepěstuje na celém území Evropské unie. K nejseverněji položeným producentům patří dosud Lucembursko, Rakousko a Německo. Tyto tři členské země však vyrobí ročně pouze 7,4 % z celkového množství unijního vína. Za velmoce evropského vinařství se považuje Francie, Itálie a Španělsko. Srovnání těchto zemí však ukazuje, že jejich struktura je velmi odlišná. Tyto rozdíly představují dílčí překážky při vytváření společné organice trhu s vínem, která musí brát ohled na rozdílné klimatické podmínky v jednotlivých zemích, množství použitých odrůd a tradiční postupy při výrobě vína (Fojtíková, 2008).

Vzhledem k nadprodukcí na evropském a světovém trhu je konkurence mezi pěstitelskými oblastmi poměrně silná. Nejvyšší intenzity dosahuje na trhu s nejlevnějšími a nejméně kvalitními stolními víny. Zatímco poptávka po levných stolních vínech klesá, spotřebitelé stále více preferují kvalitní vína z konkrétní oblasti (Fojtíková, 2008).

Současná společná organizace trhu s vínem je realizována na základě pravidel přijatých v roce 1999 a je založena na následujících principech:

- ✓ Regulace nabídky vína. Vzhledem k nadprodukcí na evropském a světovém trhu je veškeré rozšiřování vinic zakázáno až do roku 2010. Povolena je pouze opakovaná výsadba na obnovu vinic. Opatření se týká zejména výsadby nekvalitních stolních vín, po nichž poptávka na světovém trhu klesá.
- ✓ Podpora kvality vína. Mezi opatření na podporu kvality patří mimo jiné soubor daných enologických pravidel, které je třeba dodržovat při výrobě vína. Týkají se například přidávání látek do vína nebo zvyšování stupně alkoholu apod. Patří sem i ochrana zeměpisných označení výrobních oblastí, zákaz kompenzace evropských a dovážených vín apod.
- ✓ Mechanismy regulace trhu. V kategorii stolních vín, kde dosud byla garance odbytu celkem vysoká, což vedlo k vytváření nadprodukce, přistoupila EU k postupnému snižování intervenčních opatření. Evropská unie reguluje trh podporou soukromého skladování nebo přiznáváním destilační prémie pro tu část sklizně hroznů, z níž se víno nevyrábí.

Vzhledem k dnešním trendům, kdy spotřeba vína v EU soustavně klesá a zároveň dochází ke každoročnímu nárůstu dovozu vín o 10 %, zatímco vývoz roste pomaleji, lze toto odvětví označit v EU za ztrátové a neefektivní. EU každý rok vynaloží přibližně půl miliardy EUR na likvidaci nadbytečného vína, pro které není zajištěn odbyt.

Současná politika má za cíl zvýšit konkurenceschopnost evropských vinařů, zlepšit pověst evropských vín a zvýšit podíl evropských producentů vína jak uvnitř EU, tak v zahraničí. Zároveň usiluje o zjednodušení pravidel a jejich větší transparentnost a efektivnost, aby tak došlo k vyrovnaní nabídky a poptávky (Fojtíková, 2008).

3.2.7 Situace na trhu s vínem v ČR

Za období od vstupu ČR do EU tuzemská produkce značně kolísá a vývoj nelze předpovídat. Dlouhodobý vývoj spotřeby vína vykazuje velmi spolehlivý trend, kde lze meziročně očekávat minimální odchylky, stejně jako u vývozu. Spotřeba vína i vývoz se trvale zvyšují, v případě spotřeby dochází v poslední době spíše ke stabilizaci (Bublíková, 2015).

Produkce roku 2011 byla nízká, oproti pětiletému průměru (2006-2010) ve výši 164 mil. hl. činila jen 157 mil. hl., stejně jako v roce předešlém. Sklizeň byla v obdobném objemu jako v roce 2010, ve výši 108 mil. hl. (Zajícová, 2013).

Pozitivní je nárůst vývozu vína z ČR. V roce 2005 to byl objem ve výši 5 % tuzemské produkce, v roce 2006 již 10 %, v roce 2007 až 25 %, v letech 2008 a 2009 byla produkce 22 %, v roce 2010 s nízkou sklizní 40 % a v roce 2011 dokonce 65 %. V roce 2012 došlo k poklesu na 31 % a v roce 2013 se téměř vrátil export na hladinu z roku 2011, opět na více než polovinu tuzemské produkce. V roce 2014 pak dosáhl asi 1/3 vyprodukovaného vína v ČR. Tyto data jsou ovlivněna samozřejmě nejenom exportovaným množstvím tuzemského vína a sklizní, ale určitě zde působí i faktor obchodu s vínem, kdy naprostá většina exportovaného vína nepochází z ČR. Což ale na konečnou bilanci vína na našem území nemá vliv. Stejně tak uvedená procenta kolísají i s výší tuzemské sklizně (Bublíková, 2015).

3.2.8 Export moldavských vín do EU

Moldavsko zvyšuje export alkoholických výrobků, zvláště vína do Evropské unie a do zemí, které nejsou součástí EU, informuje o tom nezávislý informační portál NOI.md.

Podle oficiálních statistik přiložených v platební bilanci ve třetím čtvrtletí roku 2014 objem vývozu moldavských vín a koňaku do zemí EU v lednu až září 2014 činil 24,15 mil. USD, tj. o 6 % více oproti stejnému období roku 2013. Nejvíce vína se vyvezlo do Polska, kdy v lednu až září 2014 bylo exportováno v hodnotě 6,62 mil. USD, o 4,4 % více než ve srovnání se stejným obdobím roku 2013. Vývoz moldavských alkoholických nápojů do České republiky byl nižší o 20,4 % a dosáhl 4,95 mil. USD (Stepanov, 2015).

3.3 Česká republika a obchodní politika EU, clo a spotřební zatížení

ČR se vstupem do Evropské unie formálně vzdala práva uskutečňovat samostatnou obchodní politiku a připojila se k celní unii, která na dovozy a vývozy z třetích zemí uplatňuje jednotné úpravy obchodních vztahů, relevantní pro všechny členské státy EU (Fričová, 2016).

Clo neboli celní poplatek je dávka vybíraná státem při přechodu zboží přes celní hranici. Stát jej vybírá kvůli ochraně tuzemského trhu před konkurencí z okolních zemí. Dále je to prostředek ekonomické formy politického boje a v neposlední řadě je to nástroj, z něhož putují peníze do státního rozpočtu. Na výběr cel dohlíží celní správa (celní úřad) dané země a upravuje ho celní zákon nyní nově č. 242/2016 (Celní správa, 2016).

EU je celní unií vytvořenou dle pravidel WTO (World Trade Organization), jejíž hlavním cílem je reciproční odstraňování překážek obchodu a snaha pomoci nejchudším zemím světa. Evropská unie má jednotný celní kodex a jednotný celní sazebník. Evropský celní sazebník je v podobě Integrovaného tarifu evropského společenství (TARIC), který se vydává pro dovozce i vývozce. TARIC lze nalézt na stránkách: https://europa.eu/european-union/business/import-export_en#9 (Zajícová, 2012).

Účelem celního řízení je rozhodnout o propuštění zboží do navrženého celního režimu a uplatnit příslušná tarifní či netarifní obchodněpolitická a fiskální opatření.

Při dovozu zboží jsou vyměřovány a vybírány

- ✓ dovozní clo,
- ✓ dovozní poplatky zavedené v rámci společenské zemědělské politiky,
- ✓ daň z přidané hodnoty,
- ✓ spotřební daň,
- ✓ další nepřímé daně.

Při vývozu zboží jsou vyměřovány a vybírány

- ✓ vývozní clo,
- ✓ vývozní poplatky zavedené v rámci společné zemědělské politiky.

Současně vzniká také nárok na odpočet daně z přidané hodnoty (BusinessInfo, 2007).

3.3.1 Podmínky dovozu a regulace podnikání a obchodu uvnitř a mimo EU

V rámci společného trhu EU nejsou pro pohyb zboží uvnitř unie stanovena žádná cla ani kvóty. Pro dovozy ze zemí mimo EU platí společný celní sazebník. Vzhledem k neexistenci hraničních kontrol a celního řízení mezi státy EU byla zakotvena povinnost evidovat daňové a statistické údaje. Neplnění těchto povinností je postihováno sankcemi. Statistikou vnitřního obchodu se zabývá systém INTRASTAT (informace na k dispozici na stránkách www.czso.cz) (Zajícová, 2014).

Po vstupu České republiky do Evropské unie se za dovoz vína do ČR považuje pouze dovoz vína ze třetích zemí. Pro obchodování v rámci EU platí volný oběh zboží s tím, že víno musí splňovat požadavky právních předpisů EU. Pro dovoz vína z třetích zemí platí zvláštní režim. To znamená, že pro dovoz produktů v odvětví vína z třetích zemí jsou stanoveny zvláštní podmínky. Dovozy vína z třetích zemí je ošetřeno nařízením (EU) č. 1308/2013 a nařízením Komise (ES) č. 555/2008 (SZPI, 2017).

Oznamovací povinnost pro dovoz vína z třetích zemí do zemí EU

Příjemce nebaleného vína, vinných hroznů čerstvých, jiných než stolní hrozny, moštu, rektifikovaného moštového koncentrátu nebo rmutu přepraveného z jiného členského státu Evropské unie nebo ze třetí země, oznámí bezprostředně po jejich příchodu do prvního místa dodání na území České republiky, nejpozději však do 12 hodin po tomto příchodu, jejich množství a údaje Ústavu prostřednictvím Registru podle odst. 2 § 14a zákona č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství. Oznamuje se skutečné místo, kde se tyto produkty nacházejí (tj. kde byly vyloženy a jsou skladovány). Oznamovací povinnost dle § 14a příjemce nebaleného vína uskutečňuje ohlášením na UKZUZ (Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský) prostřednictvím Portálu farmáře na příslušném formuláři. Příjemcem ve smyslu § 14a zákona č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství se rozumí provozovatel, který je jako příjemce uveden v průvodním dokladu², na který byl produkt přepraven do ČR. Pro řádné splnění oznamovací povinnosti je nutné, aby byl provozovatel včas zaregistrován na portálu farmáře (SZPI, 2017).

3.3.2 Postup při dovozu vína do České republiky ze zemí mimo EU

Dovoz vína z třetích zemí zatěžuje následující celní a daňová povinnost:

1. Clo – v momentě, kdy zboží překročí hranice Evropské unie, je na něj uvaleno clo. Zboží je osvobozeno od cla, jestliže je na toto zboží v určitém státě otevřena preferenční kvóta. Preferenční kvóty lze čerpat pouze dováženým zbožím s prokázaným původem z jedné země nebo skupiny zemí, pro kterou je kvóta určena. Preferenční kvóta je vyjádřena preferenčními podmínkami, které stanovuje Evropská komise.

V praxi to funguje tak, že při proclení vína z třetích zemí se zaplatí celní jistota. Celní úřad požádá kompetentní orgán v Bruselu o potvrzení otevření kvóty. Po obdržení potvrzení se dovozci vrátí celní jistina. V případě, že preferenční kvóta je vyčerpaná při proclívání vína z třetích zemí, musí být uhrazeno clo. Po uhrazení cla je víno vpuštěno do oběhu.

² Vzor průvodního dokladu je vložen v příloze této práce.

Moldávie patří ke státům, pro které je otevřena preferenční kvóta, tzn. výše cla je nulová.

2. Spotřební daň – spotřebním daním podléhají všechna likérová vína, vinné nápoje a meziprodukty z dovozu ze zemí mimo EU, u kterých je obsah alkoholu vyšší než 15 %, všechna šumivá vína a vína, do kterých byl přidán líh, tzn. líh, který nevznikl kvašením v tomto víně (Vlastní šetření, 2017).

3.3.3 Potřebná dokumentace pro dovoz vína z třetích zemí

- Certifikát VII – dokument, který určuje původ vína, odrůdy vinné révy, z jakých bylo víno vyrobeno, stát výrobce, výrobce, množství v litrech a obsah alkoholu.
- Faktura Invoice – obsahuje název vína, dodané množství, cenu za litr a celkovou cenu.
- CMR dokument – přepravní dokument, který obsahuje údaje o přepravci, jakým prostředkem je víno přepraveno, množství vína v litrech a váha vína v kg.
- Rozbor vína z moldavské zemědělské a potravinářské inspekce – udává hlavně celkový alkohol, množství síry (volné a vázané) ve víně a cukernatost.
- Kopie celní deklarace státu, ve kterém bylo víno začleno – tento dokument spadá pod kompetenci celní správy. Je zde uveden kód zboží podle celního sazebník, název produktu (vína), množství v litrech, odesílatel a odběratel.
- Smlouva - určuje vztah mezi dodavatelem a odběratelem včetně obchodních a platebních podmínek (Vlastní šetření, 2017).

3.3.4 Nástroje společné obchodní politiky

společná obchodní politika disponuje několika nástroji, jejíž cílem je:

- 1) prosazování otevřeného a mnohostranného obchodního systému ve světě
- 2) ochranu zájmu EU a členských zemí hlavně v případech, kdy by měl volný obchod nepříznivé dopady, co se ekonomické situace týče, prosperity, zaměstnanosti či obchodní bilance v EU.

Pomocí cel EU chrání určitá odvětví před zahraniční konkurencí nebo naopak podporuje import produktů, o které má zájem jako o vstupy nezbytné pro rozvoj výroby. Kvóty jsou rozšířeny zejména v obchodě se zeměmi, které nejsou členy Světové obchodní organizace (WTO) (Zajícová, 2014).

3.4 Cena

Cena má mnoho charakteristik, lze ji např. charakterizovat takto: je to suma peněz požadovaná za produkt nebo službu, nebo suma hodnot, které zákazníci smění za výhody vlastnictví nebo užívání produktu či služby. (Kotler, 2007).

3.4.1 Náklady na produkci/dovoz

Klasický kalkulační vzorec

+ přímý materiál

+ přímé mzdy

+ ostatní přímé náklady

+ výrobní (provozní režie)

VLASTNÍ NÁKLADY VÝROBY

+ správní režie (odpisy správních budov)

VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU

+ odbytové náklady (např. skladování, propagace, expedice)

ÚPLNÉ VLASTNÍ NÁKLADY VÝKONU

+ zisk (ztráta)

CENA VÝKONU (Business center, 2017).

3.4.2 Holandský test cenové citlivosti

Jedná se o PSM (Price sensitivity Meter) a označuje se také jako Westendorpova metoda. Je založen na třech zásadních poznacích o vztazích spotřebitele a cen, které jsou stále platné:

- Existence **cenových prahů** či prahových hodnot – jedná se o velikost podnětů, na jejichž základě dochází ke změnám ve vnímání nebo hodnocení.
- Teorie „**rozumné ceny**“ – to je odhad, že spotřebitel má určitou představu o sumě, kterou ochoten zaplatit za určitý výrobek, jež uspokojuje jejich přání, za kvalitu, kterou předpokládá.

- „Cena jako ukazatel kvality“ – jde o cenu produktu jako ukazatel kvality, prostřednictvím ní si spotřebitelé tvoří představu o akceptovatelných cenách pro zboží různé kvality.

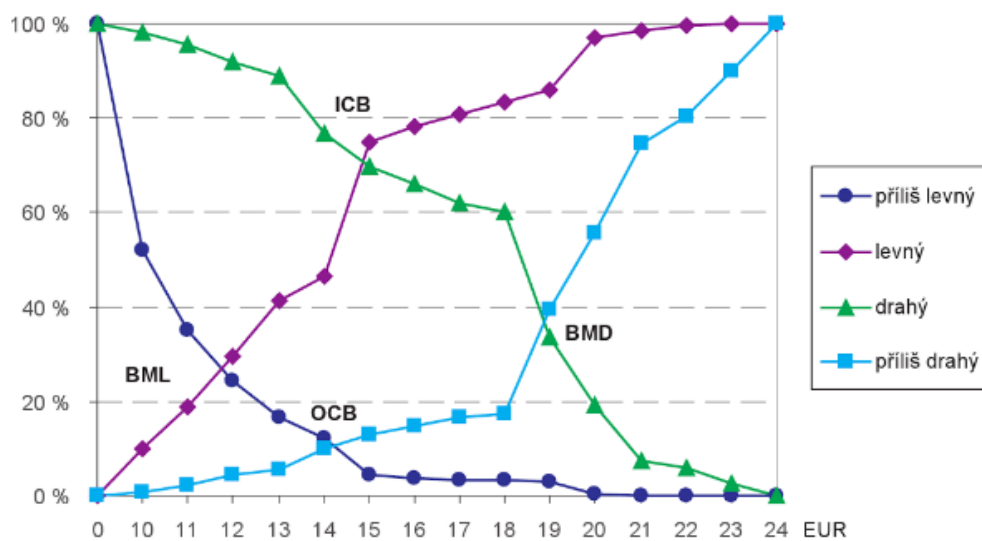
Test se skládá ze čtyř základních otázek, které jsou kladeny respondentům ke klasifikaci ceny a odpovědi se zapisují na vzestupně nebo sestupně uspořádaných cenových škálách:

1. Při jaké ceně na stupnici je výrobek natolik levný, že vznikají pochybnosti o kvalitě?
2. Při jaké ceně na stupnici je výrobek levný?
3. Při jaké ceně začíná být výrobek drahý?
4. Při jaké ceně je výrobek tak drahý, že by si jej nikdy nekoupil?

Ověření cenové citlivosti podává relevantní informace o rozložení psychologických prahů a určuje optimální cenový bod nebo optimální cenové rozpětí, což je znalost pro cenovou strategii nezbytná. Optimální cenový bod (OCB) lze definovat jako částku, při které stejný počet zákazníků považuje produkt za „příliš levný“ a „příliš drahý“. Při této ceně se maximalizuje podíl těch, pro které není cena příliš levná ani příliš drahá a zároveň se minimalizuje podíl těch, kteří považují cenu za příliš drahou nebo příliš levnou.

Indiferentní cenový bod (ICB) – bod, ve kterém je podíl těch, kteří považují produkt za levný stejný, jako těch, pro které je cena příliš vysoká. Ve vztahu k trhu se tato cena považuje za standardní. Bod marginální levnosti (BML) – bod, při kterém stejný počet lidí řadí produkt mezi „příliš levný“ a „drahý“. Naopak bod marginální drahoty (BMD) je bod, kdy stejný počet lidí považuje produkt za „levný“ a „příliš drahý“. Pokud by cena byla vyšší, zvýšil by se podíl těch, kteří považují cenu za příliš vysokou (Vysekalová, 2011).

Graf 5 – Westendorpův test cenové citlivosti



Zdroj: Vysekalová (2011)

Westendorpova metoda má poměrně dobrou vypovídací schopnost a bývá různým způsobem modifikována. Zanesení křivek do grafu je pak základ pro cenové úvahy. Graf vytváří klasický tvar, u něhož se sleduje:

- Bod neutrální ceny – kříží se relativně nízká a relativně vysoká cena. Lze říci, že v tomto bodě je možné docílit nejvyššího poptávkového efektu.
- Bod cenového optima – kříží se extrémně vysoká a extrémně nízká cena. Zpravidla se blíží k neutrální ceně (Zamazalová, 2010).

4 Vlastní práce

4.1 Porovnání nákladů na výrobu odrůdových vín v Moldávii a v České republice

V této kapitole jsou porovnány náklady na výrobu a dovoz 1 láhve odrůdového bílého vína Sauvignon a Tramín, červeného vína Cabernet Sauvignon a Pinot Noire (Rulandské modré) o objemu 0,75 litrů z Moldávie do ČR a náklady na výrobu a rozvoz stejných odrůd vín v České republice.

Náklady jsou rozdělené na přímé a nepřímé náklady. Tyto odrůdy byly zvoleny z dvou hlavních důvodů

1. Zvolené odrůdy se pěstují v obou sledovaných zemích
2. Zvolené odrůdy jsou nejčastěji kupované ve vinotéce v Kralupech nad Vltavou

4.1.1 Náklady na výrobu a dovoz 1 láhve odrůdového vína (0,75 l) z Moldávie do ČR

Pro porovnání nákladů na výrobu a distribuci odrůdového vína v Moldávii byl vybrán výrobce DK Intertrade, který vlastní vinařský závod a 200 hektarů vinic. Tato společnost byla založena v roce 2001 a zaměstnává 150 pracovníků. Vinařský závod se nachází v jižní části Moldavska, poblíž města Vulcanesti. Budovy a vinice jsou v osobním vlastnictví společnosti.

Dle získaných zdrojů od výše uvedené společnosti DK „Intertrade“ SRL náklady na výrobu jednoho litru odrůdového vína jsou

o objemu 0,75 l odrůdového, suchého, bílého vína Sauvignon Blanc jsou průměrně 0,35 Euro, tedy zhruba 9,10 Kč/0,75 litrů, pro výrobu vína Traminer jsou náklady o 15-17% vyšší, tedy 0,40-0,41 Euro za 0,75 litrů, pro všechny propočty byl použit kurz ČNB k 08.09.2017 26,100 Kč/Euro. Po přepočtení kurzem je to 10,44 Kč. Tento rozdíl je způsoben menší úrodností odrůdy Traminer, např. pokud se na rozloze 1 hektaru sklídí 5 tis. kilogramů hroznů odrůdy Tramín, u odrůdy Sauvignon Blanc je to 6 tis. kg.

Pro výrobu červeného odrůdového vína Cabernet Sauvignon jsou náklady 0,41 Euro, přepočteným kurzem je cena 10,70 Kč/0,75 litrů. Naopak u odrůdy Pinot Noir je to zhruba o 5-6% méně, přibližně 0,39 Euro, což je 10,18 Kč/0,75 litrů. Tento rozdíl je dán menší úrodností odrůdy Cabernet Sauvignon. Na rozloze 1 ha se sklídí méně hroznů Cabernet Sauvignon než hroznů Pinot Noir. Významným faktorem ovlivňující úrodnost vinné révy je počasí. Dalším faktorem je způsob řezu vinné révy na vinicích.

Přímé náklady

Tabulka 7 – přímé náklady na výrobu 1 láhve moldavského výrobce

Skleněná láhev	5 Kč
Korek	2 Kč
Kapsle	0,5 Kč
Etikety (2x)	2 Kč
Kartónová krabice	1 Kč

Zdroj: údaje od společnosti „DK Intertrade“

Nepřímé náklady

Tabulka 8 – nepřímé náklady na výrobu 1 láhve moldavského výrobce

Odpisy (amortizace komerčních budov a strojů)	2 Kč
Elektrická energie, plyn a voda	3 Kč
Mzdy režijních a administrativních pracovníků	5 Kč

Zdroj: údaje od společnosti „DK Intertrade“

Celkové náklady jedné trasy na dopravu externím moldavským přepravcem z Moldávie do České republiky, konkrétně do Prahy – 1700 km činí 1500 Eur. Klasický kamion uveze 15 tisíc láhví. Rozdělením nákladů na dopravu počtem láhví vyjde celkový náklad na dopravu jedné láhve 0,75 litrů vína z Moldávie do ČR. $1500/15000 = 0,1$ Euro/1 láhev *26,100 = 2,61 Kč

Pro spočtení celkové prodejní ceny 1 láhve jednotlivých odrůdových vín byla sestavena tabulka č. 9, která obsahuje klasický kalkulační vzorec

Tabulka 9 – Kalkulace jednotlivých nákladů pomocí kalkulačního vzorce

	Sauvignon B.	Traminer	Cabernet Sauv.	Pinot Noir
Přímý materiál	19,60 Kč	20,94 Kč	21,20 Kč	20,68 Kč
Přímé mzdy	5,00 Kč	5,00 Kč	5,00 Kč	5,00 Kč
Výrobní režie	5,61 Kč	5,61 Kč	5,61 Kč	5,61 Kč
Vlastní náklady výroby	30,21 Kč	31,55 Kč	31,81 Kč	31,29 Kč
Správní režie	2,00 Kč	2,00 Kč	2,00 Kč	2,00 Kč
Vlastní náklady výkonu	32,21 Kč	33,55 Kč	33,84 Kč	33,29 Kč
Marže	15,00 Kč	15,00 Kč	15,00 Kč	15,00 Kč
Prodejní cena 1 láhve	47,21 Kč	48,55 Kč	48,84 Kč	48,29 Kč

Zdroj: vlastní šetření (2017)

Dle výsledných dat z kalkulačního vzorce je patrné, že celková výrobní cena 1 láhve odrůdového vína Sauvignon Blanc o objemu 0,75 litrů je 47,21 Kč, u odrůdového vína Traminer je to 48,55 Kč za 1 láhev. Výrobní cena červeného vína Cabernet - Sauvignon je 48,84 Kč a Pinot Noir je výrobní cena 48,29 Kč. Tyto ceny zahrnují veškeré výrobní a přepravní náklady.

Vyšší cena červených vín je dána zpravidla tím, že jsou náročnější na pěstování, potřebují více slunce a delší dobu zrání. Doba zrání u červených hroznů je zhruba o 20-30 dní delší než je tomu u bílých hroznů, doba zrání závisí hlavně na těchto faktorech:

- ✓ cukernatost hroznů
- ✓ klimatické podmínky
- ✓ kvalita půdy

4.1.2 Náklady na výrobu 1 láhve odrůdového vína v České republice

V České republice se vyrobí jen cca 10-15 % poptávaného množství, zbylých 90-80 % se musí dovážet ze zahraničí a tento fakt se negativně odráží na ceně vína pro konečného spotřebitele. Ne vždy tomu tak je, mnohdy se víno koupí levněji ze zahraničí (např. z Moldávie než se vyrobí v tuzemsku, viz. vlastní výsledky vypočtené tabulky č. 9). Nedostatek vína může být ovlivněn několika faktory, mezi ty základní patří klimatické podmínky, kvalita půdy, rozloha vinic, metoda výsadby a ošetřování révy vinné (vlastní šetření, 2017).

Dle zjištěných informací od tuzemského anonymního výrobce „B“, přímé náklady na výrobu odrůdového suchého vína o objemu 0,75 litrů jsou následující: Sauvignon 18,00 Kč, cena Tramínu Červeného se pohybuje okolo 20 Kč za 0,75 litr, u červených vín jsou ceny vyšší z 2 hlavních důvodů:

- ✓ červené hroznové víno se sklízí o dost později než bílé, nechává se dozrát kvůli vyšší cukernatosti,
- ✓ úrodnost červených hroznových vín je o něco nižší než u bílých, hlavním činitelem jsou klimatické podmínky, které jsou v ČR nedostačující pro pěstování červených hroznů.

Výrobní cena 1 láhve o objemu 0,75 litrů odrůdového vína Cabernet Sauvignon je 27 Kč a výroba 1 láhve o objemu 0,75 litrů odrůdového vína Pinot Noir (Rulandské modré) je 25 Kč.

Přímé náklady

Tabulka 10 – přímé náklady na výrobu 1 láhve českého výrobce

Skleněná láhev	8 Kč
Korek	3 Kč
Kapsle	1 Kč
Etikety (2x)	5 Kč
Kartónová krabice	1,5 Kč

Zdroj: údaje od firmy „B“

Nepřímé náklady

Tabulka 11 – nepřímé náklady na výrobu 1 láhve českého výrobce

Odpisy (amortizace komerčních budov a strojů)	3,5 Kč
Elektrická energie, plyn a voda	5 Kč
Mzdy režijních a administrativních pracovníků	8 Kč

Zdroj: údaje od firmy „B“

Celkové náklady na přepravu externím českým přepravcem z moravského regionu do Prahy cca 300 km činí 12000 Kč. V tom jsou zahrnuty veškeré cestovní poplatky. Klasický kamion uveze 15 tisíc láhví. Rozdělením nákladů na dopravu počtem láhví vyjde celkový náklad na dopravu jedné láhve vína z Moravského regionu do Prahy. $12000/15000 = 0,80$ Kč

Pro výpočet celkové prodejní ceny 1 láhve jednotlivých odrůdových vín byla sestavena tabulka č. 12, která obsahuje klasický kalkulační vzorec

Tabulka 12 – Kalkulace jednotlivých nákladů pomocí kalkulačního vzorce

	Sauvignon	Tramín	Cabernet Sauv.	Pinot Noir
Přímý materiál	36,50 Kč	38,50 Kč	45,50 Kč	43,50 Kč
Přímé mzdy	8,00 Kč	8,00 Kč	8,00 Kč	8,00 Kč
Výrobní režie	5,80 Kč	5,80 Kč	5,80 Kč	5,80 Kč
Vlastní náklady výroby	50,30 Kč	52,30 Kč	59,30 Kč	57,30 Kč
Správní režie	3,50 Kč	3,50 Kč	3,50 Kč	3,50 Kč
Vlastní náklady výkonu	53,80 Kč	55,80 Kč	62,80 Kč	60,80 Kč
Zisk	35,00 Kč	35,00 Kč	35,00 Kč	30,00 Kč
Prodejní cena 1 láhve	88,80 Kč	90,80 Kč	98,80 Kč	90,80 Kč

Zdroj: vlastní šetření (2017)

Dle výsledných dat z kalkulačního vzorce je patrné, že celková výrobní cena 1 láhve odrůdového vína (zahrnující výrobní a přepravní náklady z Moravy do Prahy) pro odrůdové víno Sauvignon činí 88,80 Kč, pro Tramín Červený je cena 90,80 Kč, pro červená odrůdová vína činí cena Cabernet Sauvignon 98,80 Kč a Pinot Noir (Rulandské modré) 90,80 Kč. Uvedené ceny jsou bez DPH.

Na základě výše vypočtených údajů je patrné, že u moldavského výrobce jsou náklady na výrobu a dovoz odrůdových vín Sauvignon, Tramín a Pinot Noir (Rulandské modré) téměř o 46 % menší než jsou u českého výrobce. U odrůdového vína Cabernet - Sauvignon je to rozdíl téměř o 50 %.

Tyto difference jsou dány:

1. odlišnými náklady na pěstování a sklizeň samotných hroznů (cena pohonných hmot traktorů, které jsou zapojeny do technologického procesu výroby a mzdy pracovníků),
2. odlišnými náklady na přímý materiál v jednotlivých státech (láhev, etiketa, korek, kapsle),
3. odlišnými cenami na energie (elektrická energie a plyn pro kotelny, voda),

Marže, kterou si výrobce přidá k výrobní ceně vína na 1 láhev o objem 0,75 litrů v Moldavsku je 15 Kč, v ČR je to 35 Kč na 1 láhev o objemu 0,75 litrů. Tento rozdíl je způsoben odlišnou mírou kupní síly v Moldavsku a v České republice a dále je tato odlišnost způsobena aktuálními cenami vína na trhu v Moldavsku a na trhu v ČR. V Moldavsku jsou schopni výrobci víno vyrobit téměř za polovinu ceny oproti českým výrobcům. Tento rozdíl se značně projeví v konečné ceně vína.

4.2 Zjišťování zájmu o stávající produkt

Tato kapitola je zaměřena na zjišťování zájmu o stávající produkt likérové víno Kagor Pastoral v láhvi o objemu 0,75 litrů formou dotazníkového šetření. Víno Kagor je na trhu již několik let, ale mnoho lidí o tomto produktu dodnes neví. Zájem byl zkoumán prostřednictvím dotazníkových šetření. Vyplňovali jej návštěvníci vinotéky v Kralupech nad Vltavou, kde se likérové víno Kagor Pastoral prodává. Zjišťovalo se, zda zákazníci toto víno znají a zda si jej kupují. Pokud ano, tak za jakou cenu. Moldavské červené likérové víno Kagor Pastoral se vyrábí z přezrálých hroznů odrůdy Cabernet-Sauvignon. Hrozny se sklízí při cukernatosti mezi 26 - 32 gramy zbytkového cukru³. Sběr hroznů probíhá při prvních mrazech, proto je sklizeň velice náročná. Vyšší cena tohoto vína je dána také tím, že je Kagor Pastoral dolihovaný vinným destilátem (vínovicí) pro zastavení kvašení a pro zachování vysoké cukernatosti ve víně. Kagor Pastoral obsahuje 16 % alkoholu a 160 gramů zbytkové cukru.

Původ tohoto vína pochází z Francie, jehož název je spjatý s jihofrancouzským městem Cahors, kde se podobná vína pěstovala již od 13. století. Nyní se moldavský Kagor dodává i pro britský královský dvůr.

Dle získaných zdrojů od společnosti DK Intertrade je výrobní cena jedné láhve vína Kagor Pastoral o objemu 0,75 litrů 0,76 Euro. Použije-li se stanovený kurz ČNB k 08.09.2017 26,100 Kč/Euro, celková výrobní cena samotného vína vychází na 19,836 Kč. Ostatní náklady (láhev, korek, etikety, kartonová krabice, kapsle, odpisy, mzdy, energie atd.) činí celkem 20,50 Kč. Celková cena 1 láhve o objemu 0,75 litrů včetně všech přímých i nepřímých nákladů činí 40,50 Kč. Toto víno podléhá podle zákona o spotřebních daních č. 353/2003 spotřební dani, jelikož se jedná o víno dolihované vinným destilátem a má obsah alkoholu vyšší než 15 %. Je třeba k ceně vína připočítat spotřební daň, která je ve výši 17,55 Kč. Finální cena 1 láhve vína Kagor Pastoral činí 58,05 Kč.

³ Pojem zbytkový cukr se rozumí obsah cukru ve víně, který neprokvasil na alkohol. Vína s vyšším obsahem zbytkového cukru se zpravidla vyznačují nižším obsahem alkoholu.

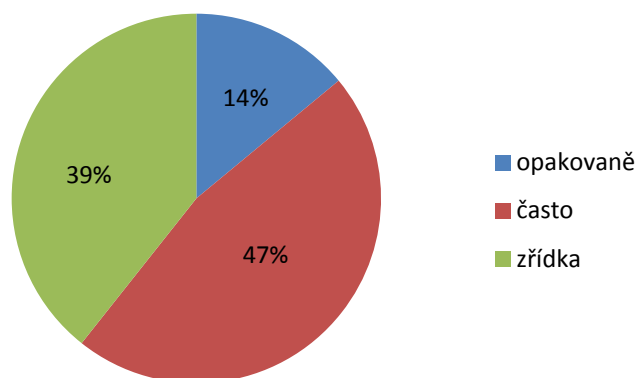
4.3 Vyhodnocení a diskuze

Dotazníkový průzkum byl sestaven s cílem zjistit zájem o stávající produkt víno Kagor Pastoral, zda jej respondenti někdy ochutnali a za jakou cenu by si jej byli ochotni ve vinotéce v Kralupech nad Vltavou koupit. Celkem bylo dotazováno 150 respondentů.

4.3.1 Vyhodnocení dotazníkových šetření

První otázka v dotazníkovém šetření se týkala frekvence nákupu vína ve vinotéce v Kralupech nad Vltavou. Jak uvádí graf č. 6, ze 150 respondentů 59 navštěvuje vinotéku méně než 1x týdně (39 %). 70 respondentů odpovědělo 1x týdně, což je téměř 47 %. Nejméně dotazovaných (21) odpovědělo, že navštěvují vinotéku opakovaně, celkem 14 % z celkového vzorku lidí.

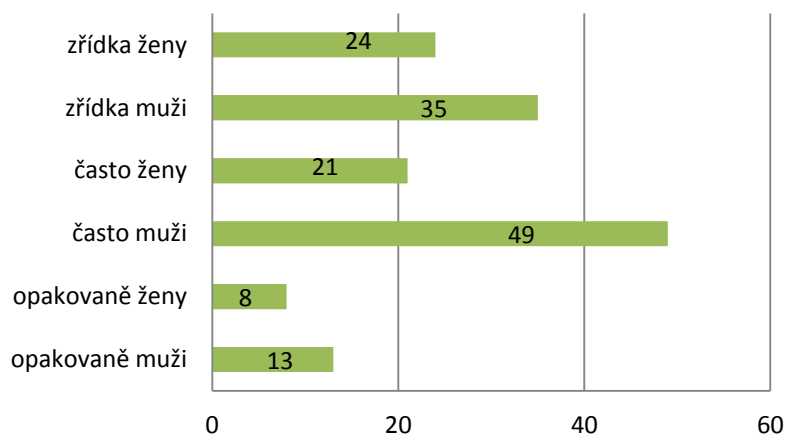
Graf 6 – jak často respondenti kupují víno



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

Na základě grafu č. 7 vyplývá, že nejčastěji víno nakupují muži. Odpověď „často (1x týdně)“ označili 49krát, ženy odpověď „často“ zaškrtnuly 21krát. Naopak ženy ze všech tří odpovědí nejvíce zaškrtovaly odpověď „zřídka (méně než 1x týdně)“.

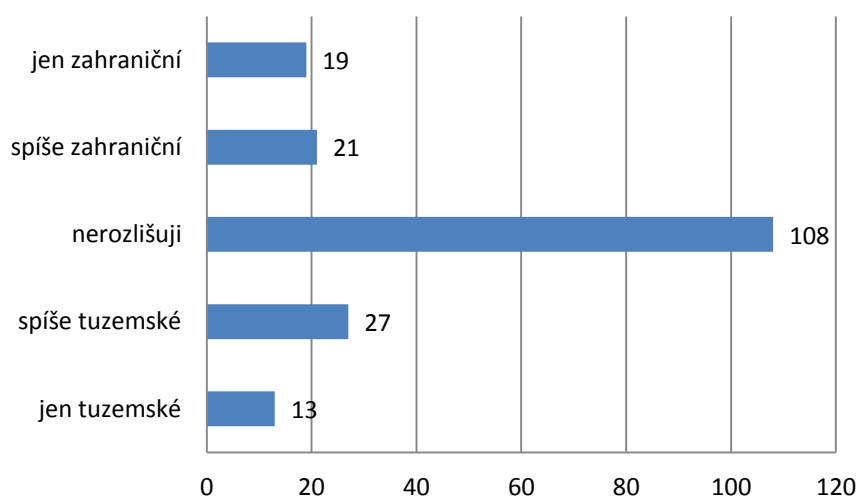
Graf 7 – kombinace nákupní frekvence a pohlaví



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

V druhé otázce bylo cílem zjistit, zda spotřebitele ovlivňuje původ vína či nikoliv. Z grafu číslo osm je patrné, že při výběru vína jeho původ respondenty nijak zvláště neovlivňuje, takto odpovědělo celkem 108 dotazovaných (72 %). Téměř 9 % zákazníků preferuje jen tuzemská vína, 18 % dává přednost spíše tuzemským vínům, oproti tomu skoro 13 % vybírá jen zahraniční vína a 14 % spíše zahraniční.

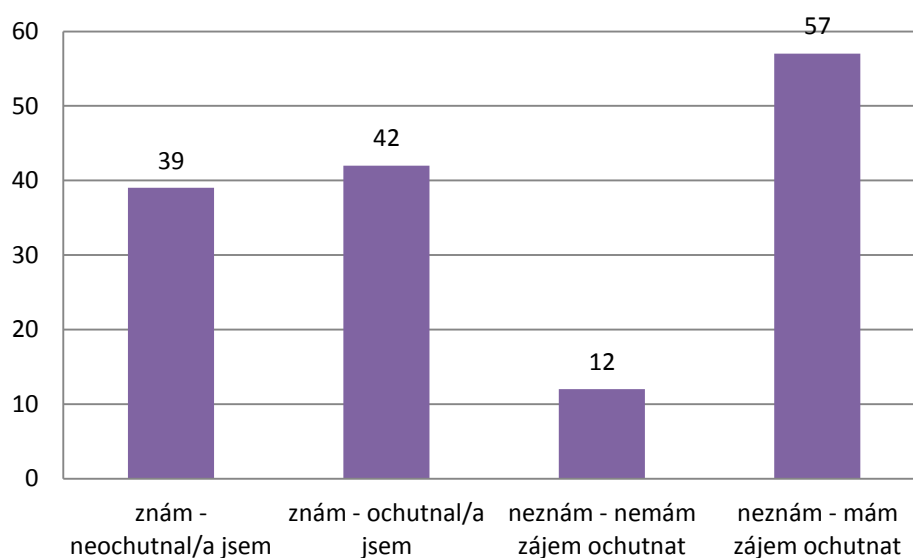
Graf 8 – jaký původ vína respondenti nejvíce preferují?



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

Na otázku, zda respondenti znají víno Kagor Pastoral a mají zájem ho ochutnat, nejvíce z nich odpovědělo, že neznají, ale mají zájem toto víno ochutnat. Tuto odpověď označilo celkem 57 dotazovaných. Nejméně lidí označilo odpověď „neznám – nemám zájem ochutnat“. 42 respondentů odpovědělo „znám – ochutnal/a jsem“ a zbylých 39 respondentů toto víno zná, ale dosud ho neochutnali.

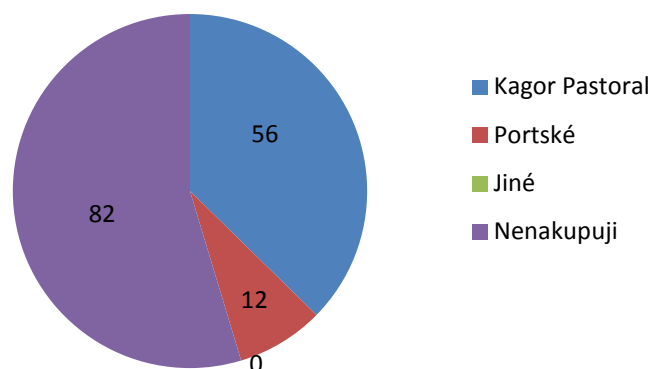
Graf 9 – znají návštěvníci vinotéky moldavské, likérové víno Kagor Pastoral?



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

Otázka čtvrtá se týkala zájmu o likérová vína, konkrétně o víno Kagor Pastoral, Portské a jiné. Odpověď „jiné“ nikdo z dotazovaných neoznačil. Víno „Kagor Pastoral“ zaškrtno celkem 56 respondentů, Portské víno nakupuje 12 dotazovaných a zbylých 82 dotazovaných odpovědělo, že nekupují likérové víno, viz. graf číslo deset.

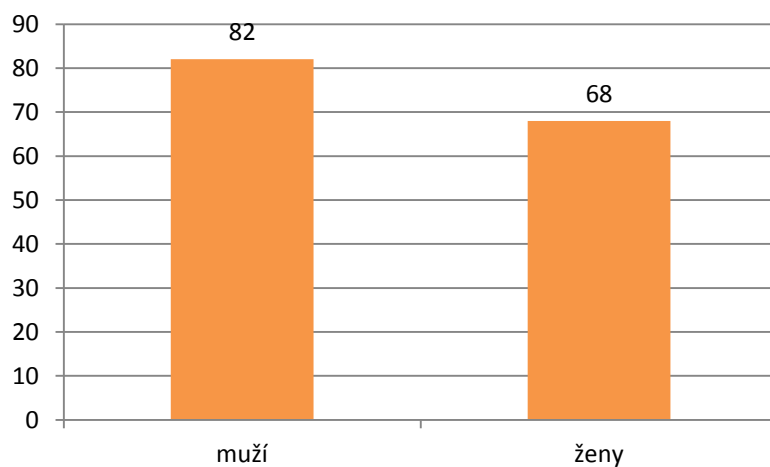
Graf 10 – nejčastěji nakupovaná likérová vína



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

Otázka číslo devět se týkala pohlaví respondentů, z níže uvedeného grafu lze vidět, že mezi dotazovanými převyšovalo mužské pohlaví. Potvrzuje se tím to, že muži nakupují víno častěji než ženy, jak je uvedeno v grafu číslo 7.

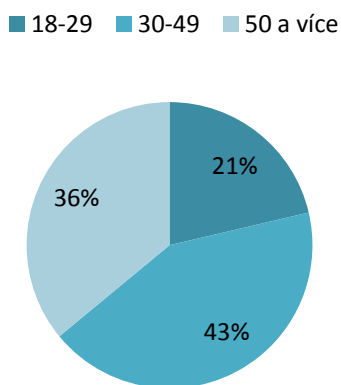
Graf 11 - pohlaví



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

Z grafu číslo 12 vyplývá, že nejčastější návštěvní skupinou jsou zákazníci ve věku od 30 do 49 let. Tento věk se v dotaznících objevil celkem 64 krát (43 %), druhé místo zaujímají respondenti ve věku 50 a více let (36 %) a nejméně vinotéku navštěvují zákazníci ve věku od 18 do 29 let.

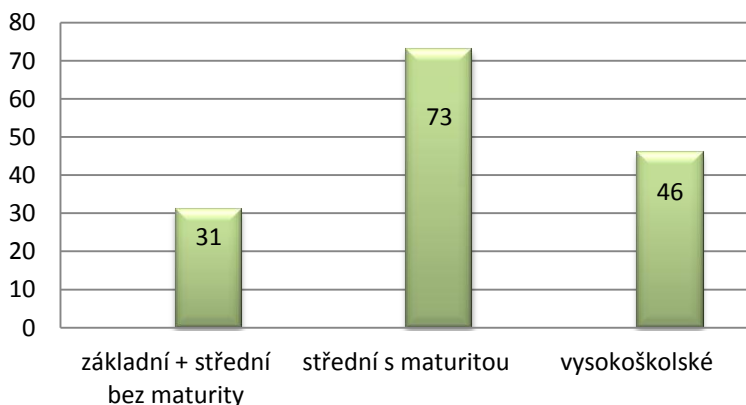
Graf 12 – věková hranice respondenta



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

Vinotéku nejčastěji navštěvují lidé se středoškolským maturitním vzděláním. Takto odpověděla téměř polovina dotazovaných (49 %), na druhém místě jsou vysokoškoláci (31 %) a nejméně odpovídali respondenti se základní a střední školou bez maturity (20 %).

Graf 13 – nejvyšší dosažené vzdělání

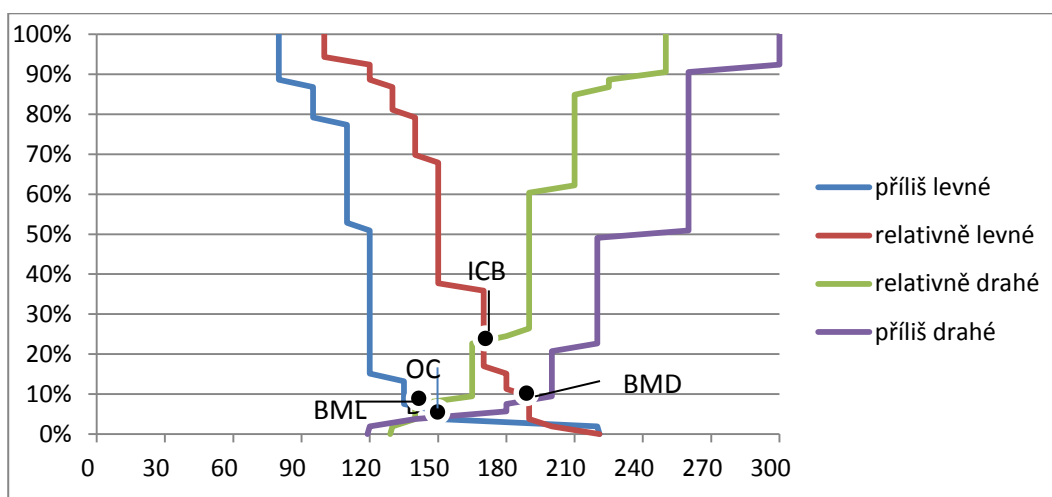


Zdroj: Vlastní šetření (2017)

Výsledkem tvorby testu cenové elasticity neboli holandského testu cenové citlivosti je optimální cenový bod (Optimal Price Point). Jak uvádí Vysekalová (2011), ve své publikaci, tento bod představuje cenu, která se setkává s relativně nejmenším odporem spotřebitelů. Jedná se o průsečík křivek „příliš levné“ a „příliš drahé“, hodnota v grafu číslo čtrnáct, která odpovídá tomuto bodu je 151 Kč. Téměř 87 % respondentů si myslí, že částka 80 Kč je příliš levná a naopak 92 % lidí uvedlo, že 300 Kč za láhev je příliš drahé. 94 % dotazovaných odpovědělo, že částka 100 Kč je relativně levná a naopak 91 % lidí označilo relativně drahé sumu 250 Kč.

Indiferentní cenový bod (ICB) neboli bod cenové nezaujatosti, kdy totožný počet dotazovaných označilo cenu jako nízkou i vysokou dle grafu číslo 14 se rovná hodnotě 170 Kč. Je to bod, ve kterém je většina zákazníků lhostejná k ceně. Takto odpovědělo 22 % respondentů. Bod marginální levnosti (BML) leží na průsečíku křivek „příliš levné“ a „relativně drahé“, jeho hodnota se rovná sumě 140 Kč a naopak bod marginální drahoty (BMD), bod, jehož průsečík leží na průsečíku křivek „příliš drahé“ a „relativně levné“, odpovídá částce 190 Kč. Prostor mezi BML a BMD se nazývá rozsah přijatelných cen a je to interval od 140 Kč do 190 Kč. Ceny by neměly být stanoveny mimo tento interval. Podle Vysekalové (2011) BML a BMD jsou body, při kterých stejný počet respondentů řadí produkt mezi „příliš levný“ a drahý“, „příliš drahý“ a „levný“.

Graf 14 – vyhodnocení testu cenové citlivosti vína Kagor Pastoral



Zdroj: Vlastní šetření (2017)

4.3.2 Diskuze a doporučení prodejci

Na základě vyhodnocených dotazníkových šetření lze říci, že nejčastěji ve vinotéce v Kralupech nad Vltavou nakupují muži ve věkové kategorii 30 až 49 let se středním vzděláním s maturitou. Prodejci vína Kagor Pastoral je doporučeno zaměřit se na tuto skupinu segmentu, umístit regál s vínem Kagor Pastoral v úrovni očí na viditelné místo, případně informovat zákazníky o tom, že si toto víno mohou ve vinotéce zakoupit.

Původ vína respondenty spíše neovlivňuje a zákazníci se pro koupi vína rozhodují například na základě předešlých zkušeností, na základě doporučení ve vinotéce nebo dle svého intuitivního rozhodování.

Část dotazovaných ovšem původ vína zohledňuje, může to být ovlivněno například tím, že chtějí podpořit tuzemské výrobce a tuzemský trh s vínem nebo jim tuzemské víno jednoduše chutná. Naopak volbu zahraničních vín preferují, jelikož Česká republika nemá ideální podmínky pro pěstování vinné révy a zahraniční státy, např. Moldávie, Španělsko, Francie, tyto podmínky má a jsou plná slunce.

Dále z dotazníkových šetření vyplynulo, že velké množství zákazníků o víně Kagor Pastoral neví a nikdy ho neochutnali. Tito zákazníci by v budoucnu mohli být potenciálními kupujícími tohoto produktu, pokud by se jim výrobek správně nabídnul a přišli by na jeho chuť. Mělo by se zaměřit i na skupiny respondentů, kteří odpověděli, že výrobek znají, ale neochutnali ho a naopak znají a ochutnali. Zde se doporučuje zařadit pravidelné ochutnávky tohoto vína ve vinotéce, mít stále otevřenou láhev pro zákazníka k ochutnání a nabídnout nejen samotné víno, ale i jeho přidanou hodnotu, která tkví ve výrobě tohoto neobyčejného moku. Je doporučeno také poskytnout toto víno jako sponzorský dar např. na maturitní, městské a jiné plesy ve městě Kralupy nad Vltavou, aby se o víně Kagor Pastoral dozvědělo větší množství lidí z tohoto města. Velikou bariérou prodeje tohoto vína je zřejmě vyšší prodejní cena (170 Kč) ve srovnání s cenou, která vyšla v testu cenové citlivosti a optimální cenový bod se rovná ceně 150 Kč. Cena by tedy měla být v intervalu přijatelných cen, viz. graf číslo 13 a neměla by být vyšší než 190 Kč. Následující způsob, jak zvýšit prodejnost tohoto vína je jeho zlevnění na zmíněných 150 Kč. Je důležité, aby si Kagor Pastoral získal oblibu, povědomí a věrnost zákazníků a na základě jeho výborné a netradiční chuti jej zákazníci kupovali, ať už na dárek či pro svou vlastní spotřebu. Kagor Pastoral je možnou alternativou portského, červeného vína za dostupnou cenu.

5 Závěr

Obchod vínem se v České republice každým rokem rozšiřuje, dokazuje to neustálý růst importu, exportu, produkce i spotřeby. Spotřeba vína v České republice je mnohočetně vyšší než je produkce a čeští a moravští vinaři jsou nuceni značnou část kupovat ze zahraničí.

Cílem této diplomové práce bylo identifikovat míru konkurenceschopnosti vybraných odrůdových vín dovážených z Moldávie oproti tuzemským odrůdovým vínům.

Vypočtené výsledky v tabulkách 9 a 11 ukázaly, že z pohledu ceny odrůdová vína dovážená z Moldávie do České republiky mají budoucí potenciál a jsou konkurenceschopná na českém trhu, navzdory tomu, že moldavští výrobci mají v poměru s českými vyšší náklady na dovoz a pojištění vína, na mzdy řidičům externí dopravní společnosti a další náklady spojené s odbytem. Dalším možným faktorem pro uplatnění moldavských odrůdových vín na českém trhu je kvalita vína, která je vysoká díky příznivým klimatickým podmínkám v Moldávii.

Výrobci v České republice vyrobí vína stejné odrůdy ve srovnání s moldavskými téměř o polovinu draž. Je to dáno rozdílnou cenou na materiál, mzdy pracovníků a odlišnou kupní silou a obchodní politikou v obou zemích. Dalším cílem bylo zjistit povědomí a znalost lidí o moldavském, likérovém víně Kagor Pastoral. Z dotazníkových šetření vyplynulo, že 46 % dotazovaných toto víno vůbec nezná. Lze tedy říci, že to může být jedna z bariér prodeje tohoto vína. Další bariérou je zřejmě cena, která je vyšší ve srovnání s optimální cenovou hranicí. Nejvíce navštěvují vinotéku muži ve věku od 30 do 49 let se středoškolským vzděláním s maturitou. Prodejcem bylo doporučeno zaměřit se na tento segment kupujících, snížit cenu vína na 150 Kč a zařadit pravidelné ochutnávky tohoto vína ve vinotéce v Kralupech nad Vltavou, aby zákazník mohl víno před nákupem ochutnat a věděl tak, co v podstatě kupuje. Je třeba zapracovat nejen na ceně tohoto vína, ale také především vylepšit marketingovou stránku, například reklamou v městském zpravodaji či promo videem, které může být zveřejněno na sociálních sítích. Závěrem této práce je třeba zdůraznit, že víno Kagor Pastoral je produkt, který k sobě má velmi málo substitutů. Nejbližším substitutem jsou portská vína, která ovšem jsou mnohem dražší a někteří lidé si je koupit nemohou. Je tedy důležité zákazníkovi tento produkt správně nabídnout a prodat.

6 Seznam použitých zdrojů

6.1 Tištěné publikace

ANDERSON, Kym. *The world's wine markets: globalization at work*. Northampton, MA: Edward Elgar Pub., c2004. ISBN 1843764393.

BUBLÍKOVÁ, Lenka. *Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2011. ISBN 978-80-7084-982-8 .

BUBLÍKOVÁ, Lenka. *Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2015. ISBN 978-80-7434-253-0.

DOMINÉ, André, Eckhard SUPP, David SCHWARZWÄLDER, et al. *Víno*. Praha: Slovart, 2015. ISBN 9788073917012.

FOJTÍKOVÁ, Lenka a Marian LEBIEDZIK. *Společné politiky EU: historie a současnost se zaměřením na Českou republiku*. Praha: C.H. Beck, 2008. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7179-939-9.

HUBÁČKOVÁ, Marta. *Základy pěstování révy vinné*. Praha: Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR, 2000. Rostlinná výroba (Institut výchovy a vzdělávání Ministerstva zemědělství ČR). ISBN 80-710-5216-7.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

KRAUS, Vilém, Zdeněk KUTTELVAŠER a Bohumil VURM. *Encyklopedie českého a moravského vína*. Praha: Melantrich, 1997. ISBN 80-702-3250-1.

KRAUS, Vilém, Zuzana FOFFOVÁ a Bohumil WURM. *Nová encyklopedie českého a moravského vína*. 2. Praha: Praga Mystica, 2008. ISBN 80-867-6700-0.

KŘÍŠTKOVÁ, Marie. *Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2014. Beckova edice ekonomie. ISBN 978-80-7434-176-2.

PAVLOUŠEK, Pavel. *Pěstování révy vinné: moderní vinohradnictví*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3314-2.

PAVLOUŠEK, Pavel a Pavla BUREŠOVÁ. *Vše, co byste měli vědět o víně: --a nemáte se koho zeptat*. Praha: Grada, 2015. ISBN 978-80-247-4351-6.

PRIEWE, Jens. *Nová škola vína: [vše o světě vína]*. Praha: Knižní klub, 2003. ISBN 80-242-1047-9.

PŮČEK, M. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky [online]. 2011 [cit. 2016-09-28]. ISSN 12127884.

SPAHNI, Pierre. *The international wine industry*. 2nd ed. Cambridge: Woodhead, 2000. ISBN 18-557-3542-3.

VYSEKALOVÁ, Jitka. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3528-3.

ZAJÍCOVÁ, Pavla. *Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2012. ISBN 978-80-7434-046-8.

ZAJÍCOVÁ, Pavla. *Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno*. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky, 2013. ISBN 978-80-7434-140-3.

ZAMAZALOVÁ, Marcela. *Marketing*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-115-4.

6.2 Internetové zdroje

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export [online]. Daň z piva a daň z vína a meziproductů, 2010 [cit.2016-09-21]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/dan-z-piva-a-dan-z-vina-a-meziproductu-3472.html>

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export [online]. Společné organizace trhu, 2009 [cit. 2016-10-01]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spolecne-organizace-trhu-komodity-5143.html#vino43>

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export [online]. Cla a celní řízení v mezinárodním obchodu, 2007 [cit. 2017-11-06]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/cla-a-celni-rizeni-v-mezinarodnim-obchod-7677.html>

Businesscenter.cz: Kalkulační vzorec [online]. [cit. 2017-11-24]. Dostupné z: <https://business.center.cz/business/pojmy/p1974-kalkulacni-vzorec.aspx>

Celní správa České republiky [online]. [cit. 2016-10-02]. Dostupné z: <https://www.celnisprava.cz/cz/clo/Stranky/default.aspx>

Český statistický úřad [online]. Praha: Český statistický úřad, 2003-2016 [cit. 2017-11-24]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

Eagri: SOT s vínem [online]. [cit. 2017-11-10]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zatrideni-vina/reva-vinna-a-vino/sot-s-vinem/100048427.html>

Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno [online]. Praha, 2004-2016 [cit. 2017-11-10]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zatrideni-vina/revavinna-a-vino/situacni-a-vyhledove-zpravy/>

FRIČOVÁ, Vítězslava: *Euroskop.cz, věčně o Evropě* [online]. [cit. 2016-09-27]. Dostupné z: <https://www.euroskop.cz/680/sekce/obchodni-politika/>

Investment Centre Division: FAO [online]. 2009 [cit. 2016-09-24]. Dostupné z: <http://www.fao.org/docrep/012/al176e/al176e.pdf>

Státní zemědělská a potravinářská inspekce [online]. [cit. 2017-11-06]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/clanek/vino.aspx?q=Y2hudW09NQ%3D%3D>

STEPANOV, George: *NOI.md: Portal informacional independent* [online]. 2015 [cit. 2016-09-27]. Dostupné z: http://www.noi.md/md/news_id/54106#close

Svaz vinařů: Vinařský věstník [online]. [cit. 2017-11-08]. Dostupné z: http://www.svcr.cz/uploads/download/Vestnik/2014/vinarsky_vestnik_12_2014.pdf

Vyhláška č. 323/2004 Sb., ze dne 5. května 2004, kterou se provádějí některá ustanovení zákona o vinohradnictví a vinařství, dostupné také z www.eagri.cz/public/web/mze/legislativa/pravni-predpisy-mze/tematicky-prehled/Legislativa-Mze_uplna_zneni_vyhlaska-2004-323-vino.html

Zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů, v platném znění, dostupné také z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-321>

Přílohy

Příloha 1 – vzor průvodního dokladu při uvádění vinařských produktů do oběhu.....	66
Příloha 2– Foto dřevěných sudů „Barrique“ a nerezových tanků.....	67
Příloha 3– Foto vinotéky v Kralupech nad Vltavou	68
Příloha 4– vzor dotazníku	69

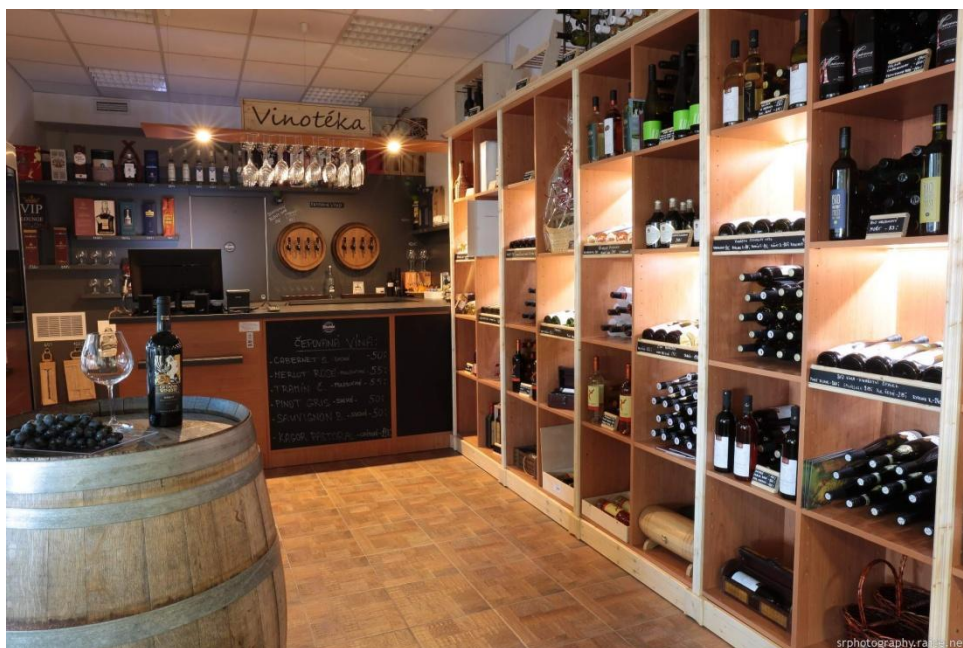
Příloha 1 – vzor průvodního dokladu při uvádění vinařských produktů do oběhu

1. Odesílatel (jméno a adresa)	2. Referenční číslo	
	4. Příslušný orgán pro místo odeslání (jméno a adresa)	
3. Příjemce (jméno a adresa)	6. Datum odeslání	
	7. Místo doručení	
5. Přepravce a jiné přepravní údaje		
8. Označení produktu		9. Množství
10. Doplňující údaje stanovené členský státem, z něhož je zásilka odesílána		
11. Osvědčení (pro některá vína)		
12. Kontroly, které provedl příslušný orgán	Podnik podepisujícího a telefonní číslo	
	Jméno podepisujícího	
	Místo, datum	
	Podpis	

Příloha 2– Foto dřevěných sudů „Barrique“ a nerezových tanků



Příloha 3— Foto vinotéky v Kralupech nad Vltavou



Příloha 4– vzor dotazníku

Dobrý den,

chtěla bych Vás požádat o vyplnění dotazníku, který se týká moldavského likérového vína Kagor Pastoral. Všechny uvedené odpovědi jsou anonymní a budou použity pouze ke zpracování mé diplomové práce. Předem Vám děkuji za jeho vyplnění.

1. Jak často nakupujete víno v naší vinotéce? (vyberte jednu z možností)

- opakovaně (více než 1x týdně)
- často (1x týdně)
- zřídka (méně než 1x týdně)

2. Jaký původ vína nejvíce preferujete? (vyberte jednu z možností)

- jen tuzemské
- spíše tuzemské
- nerozlišuji
- spíše zahraniční
- jen zahraniční

3. Znáte moldavské likérové víno Kagor Pastoral? (vyberte jednu z možností)

- znám – neochutnal jsem
- znám – ochutnal jsem
- neznám – nemám zájem ochutnat
- neznám – mám zájem ochutnat

4. Nejčastěji nakupuji likérové víno (vyberte jednu z možností)

- Kagor Pastoral
- Portské
- Jiné
- Nenakupuji

5. Při jaké ceně na této škále by tento produkt (Kagor) byl tak levný, že byste pochyboval/a o jeho kvalitě?

80	95	110	120	135	150	160	175	180
----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

6. Při jaké ceně na této škále byste řekl/a, že je to pro Vás dobrá koupě?

100	120	130	140	150	170	180	190	200
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

7. Při jaké ceně byste řekl, že je produkt už drahý, ale ještě byste zvažoval/a jeho koupi?

120	130	140	150	165	190	210	225	250
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

8. Při jaké ceně už je pro Vás produkt (Kagor) příliš drahý, abyste zvažoval/a jeho koupi?

120	130	150	165	180	200	220	260	300
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

9. Jaké je Vaše pohlaví?

- Muž
- Žena

10. Jaký je Váš věk?

- 18-29
- 30-49
- 50 a více

11. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- základní + střední bez maturity
- střední s maturitou
- vysokoškolské

Zdroj: vlastní zpracování (2017)