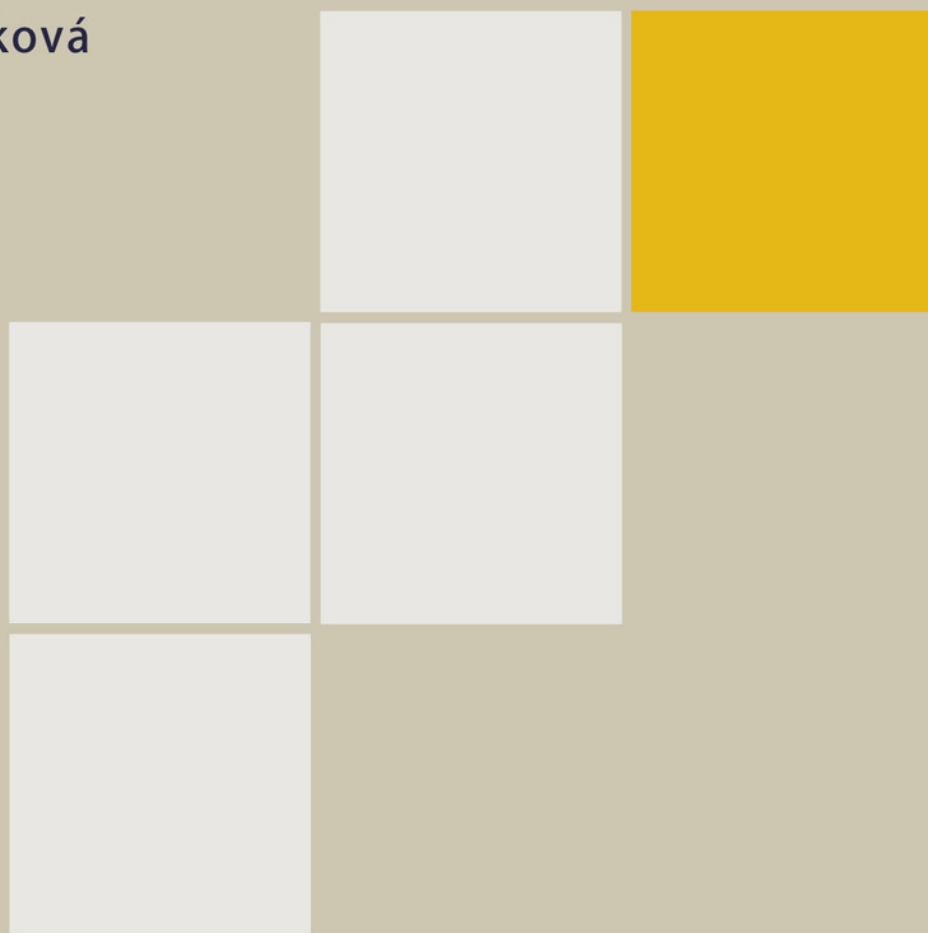


ZMĚNY V ČESKÉM PIVOVARSTVÍ NA PŘELOMU TISÍCILETÍ

Vratislav Kozák

Věra Kozáková



Změny v českém pivovarství na přelomu tisíciletí

Vratislav Kozák, Věra Kozáková

Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2013

KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Kozák, Vratislav

Změny v českém pivovarství na přelomu tisíciletí / Vratislav Kozák, Věra Kozáková. – 1. vyd. – Zlín : VeRBuM, 2013. – 102 s.

ISBN 978-80-87500-45-3

663.4 * 663.4:005.71 * 338 * (437.3)

- pivovarnictví – Česko

- pivovary – Česko

- pivo – Česko

- ekonomická transformace – Česko – od 1989

- monografie

663 - Průmysl nápojů. Kvasný průmysl. Průmysl pochutin [19]

Recenzovali: **doc. Ing. Zdeněk Dytrt, CSc.**
 Ing. Alena Klapalová, Ph.D.

Monografii doporučila k publikaci
Vědecká redakce nakladatelství VeRBuM

- © doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D.
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně,
Fakulta managementu a ekonomiky, 2013
Mgr. Věra Kozáková, Ph.D.
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií, 2013
© Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2013

ISBN 978-80-87500-45-3

O autorech

doc. Ing. Vratislav KOZÁK, Ph.D.



V roce 1980 úspěšně ukončil studium na Vysoké škole chemicko-technologické v Praze, Fakultě potravinářské a biochemické technologie, katedře kvasné chemie a bioinženýrství. Následujících šest let pracoval jako technolog výroby piva a sladu v Jihomoravských pivovarech, k.p. Brno. Odtud přešel do progresivního JZD Agrokombinátu Slušovice, kde se zapojil do najíždění biochemického provozu BIO II, který produkoval biopesticidy Bathurin a Moskytur. Později zastával funkci zástupce ředitele MOSYV II – Moderní systém výživy.

V roce 1990 se vrátil do pivovarství ve funkci ředitele odštěpného závodu. Při této funkci úspěšně vystudoval Mezinárodní čtyřstranné manažerské postgraduální studium na katedře ekonomiky a řízení strojírenské výroby Fakultě strojní Vysokého učení technického v Brně, neboť již v transformačním období (přechod z centrálně řízené ekonomiky na tržní) si uvědomoval význam zákazníka pro úspěšné působení firmy na trhu. Studium probíhalo mimo VUT v Brně i na Univerzitě Mikoláše Koperníka v Toruni, Univerzitě v Kyjevě a Univerzitě v Rize.

V roce 1994 se vrátil do akademického prostředí. Na Fakultě managementu a ekonomiky působí již od jejího založení. Je dlouholetým předsedou Akademického senátu této fakulty a působí i v Akademickém senátu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Profesně zabývá se především marketingem s důrazem na CRM a marketingovou komunikací. Je autorem nebo spoluautorem téměř 200 publikací a pěti užitečných vzorů.

Je členem České marketingové společnosti, kde působí v jejím prezidiu a zároveň je předsedou regionálního klubu ČMS ve Zlíně. Spolupracuje s firmami v oboru marketingových průzkumů, prognózování trhu, účinných forem marketingové komunikace, a především v oblasti budování a rozvíjení vztahů se zákazníky.

Mgr. Věra KOZÁKOVÁ, Ph.D.

Od roku 1995 působí na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně (UTB), nejprve jako ředitelka Ústavu jazyků (od roku 2005), aktuálně jako ředitelka Centra jazykového vzdělávání na Fakultě humanitních studií (FHS) Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně.

Vyučuje německý a ruský jazyk se zaměřením na profesně orientovanou výuku v nefilologických oborech. Doktorské studium absolvovala v Olomouci v oboru filologie ruského jazyka na katedře slavistiky. Tvůrčí a výzkumnou činnost propojuje s výukou cizích jazyků. Spolupracuje na projektech s ostatními fakultami, podporuje rozvoj mezinárodní spolupráce prostřednictvím projektů: EACEA SprichWort a AKTION. V rámci česko-rakouské spolupráce se zabývala výzkumem kultury, turistikou a gastronomií obou zemí. Je členem Vědecké rady FHS, členkou Akademického senátu FHS i UTB, členkou České pedagogické společnosti (ČPdS), členkou výboru České a slovenské asociace učitelů jazykových center na vysokých školách (CASAJC).

Obsah

Úvod	9
Metodologie	10
1. Historie pivovarnictví v ČR	11
1.1 Spotřeba piva	13
1.2 Trh piva.....	15
1.3 Rozdělení pivovarů podle velikosti	16
1.3.1 Homebrewer	17
1.3.2 Minipivovar	17
1.3.3 Restaurační pivovar	17
1.3.4 Regionální pivovar	18
1.3.5 Průmyslový pivovar	18
1.3.6 České minipivovary.....	18
1.3.7 České průmyslové pivovary	19
2. Výroba piva	20
2.1 Tradiční výroba piva.....	20
2.1.1 Suroviny	20
2.1.2 Varna	21
2.1.3 Chlazení mladiny.....	21
2.1.4 Hlavní kvašení.....	22
2.1.5 Dokvašení.....	22
2.1.6 Filtrace.....	23
2.1.7 Stáčení a expedice	23
2.1.8 Europivo	24
3. Druhy, vlastnosti a označování piv	26
3.1 Obsah a chuť	26
3.2 Stupňovitost piva a spotřební daň	26
3.3 Stupně a procenta.....	27
3.4 Jak se dělí piva.....	27

4. Transformace českého pivovarského průmyslu	28
4.1 Historické pozadí	28
4.1.1 Odbyt piva v centrálně plánované ekonomice	29
4.1.2 Počátek transformace a liberalizace	30
4.2 Výsledky transformace	30
4.2.1 Postavení českého piva ve světě.....	30
4.2.2 Způsoby distribuce piva ve světě a v Čechách.....	32
4.2.3 Největší vývozci piva na světě	33
4.2.4 Export piva v České republice.....	33
4.2.5 Produkce pivovarů v České republice.....	36
4.2.6 Stav zaměstnanců v pivovarech	40
4.2.7 Vývoj počtu českých pivovarů	40
4.3 Nejvýznamnější pivovarnické skupiny v ČR	42
4.3.1 Plzeňský Prazdroj, a. s.....	42
4.3.2 Pivovary Staropramen, a. s.....	44
4.3.3 Heineken Česká republika.....	46
4.4 Budoucnost českého pivovarnictví.....	47
4.4.1 Očekávaný ekonomický vývoj	47
4.5 Programy pro veřejnost.....	48
5. Zavádění marketingu v transformačním období do roku 1993 (případová studie).....	50
5.1 Marketing jako záchrana.....	51
5.2 Zavádění marketingu do života	51
5.3 Plnění marketingových cílů	52
5.4 Poprodejní marketing.....	52
5.5 Další nedostatky marketingové práce.....	53
6. Přístup reklamních agentur k pivovarům (případová studie) .	54
6.1 Výběr reklamní agentury	54
6.2 Přístup reklamní agentury.....	55
6.3 Sponzoring	56
6.4 Výsledky spolupráce.....	57

7. Ochucená piva (mediální rešerše).....	58
7.1 Nástup nového produktu.....	58
7.2 Rozvoj trhu	60
7.3 Obaly.....	61
8. Výzkum vnímání ovocných piv.....	63
8.1 Odvrátí ochucená piva klesající trend spotřeby piva?.....	63
8.1.1 Cíl a metodika	63
8.1.2 Výsledky.....	64
8.1.3 Závěr.....	72
8.2 Preference značky piva mezi studenty vysokých škol v České republice a na Slovensku	73
8.2.1 Cíle a metodika.....	73
8.2.2 Výsledky.....	74
8.2.3 Závěr.....	83
8.3 Trend konzumace piva mezi studenty vysokých škol v České republice.....	83
8.3.1 Cíl a metodika	83
8.3.2 Výsledky.....	84
8.3.3 Závěr.....	90
Závěr	91
Summary	94
Literatura	97

Úvod

Málokterý obor v České republice se na přelomu tisíciletí tak výrazně proměnil, jako pivovarství. Výrazným zásahem byla transformace národního hospodářství – tedy přechod od centrálně řízené ekonomiky na tržní. Snížil se počet činných průmyslových pivovarů téměř na polovinu – na současných 44. Významné pivovary se staly (s výjimkou národního podniku Budvar České Budějovice) majetkem nadnárodních skupin. Poněkud slabou útěchou je, že se piva i nadále prodávají pod původními značkami.

V této publikaci autoři sumarizují svůj dlouhodobý výzkum tohoto oboru, ve kterém spoluautor po dobu deseti let pracoval a který se pro něj i po návratu na akademickou půdu stal jedním z hlavních směrů jeho dlouhodobé výzkumné činnosti. Spolu se spoluautorkou byli zapojeni do česko-rakouského programu AKTION „Komunikační aktivity jako součást marketingu pro zachování rakouské a české pivní kultury: Cesta z krize“. Do tohoto projektu byli zapojeni i studenti UTB ve Zlíně a studenti Wirtschaftsuniversität Wien. Studenti obou univerzit na toto téma zpracovávali diplomové a bakalářské práce, z nichž bylo v této publikaci rovněž čerpáno. Autoři také využili závěry šetření studentů, které vedli v rámci studentské vědecké a odborné činnosti (SVOČ).

Výzkum, jehož závěry jsou shrnuty v této monografii, byl primárně zaměřen na transformaci pivovarství, proměny jeho marketingu a vytváření konkurenčního prostředí. Samostatná část knihy je věnována analýze postavení nejvýznamnějších pivovarských skupin. Další část publikace je věnována výzkumu úspěšného vstupu ochucených piv na konzervativní český pivní trh. V poslední části jsou výsledky tři šetření, která byla zaměřena právě na vnímání ochucených piv, věrnost spotřebitelů ke značkám piva a trendu konzumace piva mezi studenty vysokých škol v České republice.

Tato monografie by nemohla vzniknout bez spolupráce s řadou studentů, jimž by autoři chtěli tímto poděkovat a zároveň vyjádřit víru, že problematika pivovarství bude i nadále představovat zajímavý výzkumný problém, na jehož řešení bude tato spolupráce pokračovat.

Metodologie

V monografii bylo použito více výzkumných metod. Úvodní část zabývající se historií pivovarství v České republice, typu pivovarů a technologického postupu výroby piva byla zpracována na základě analýzy a výběru sekundárních zdrojů. V části výzkumu výsledků transformace českého pivovarského průmyslu bylo využito terénní šetření zejména formou pozorování, přičemž spoluautor využil svou desetiletou praxi v pivovarství a následnou spolupráci s několika firmami a odborníky působícími v oboru. Obdobně se postupovalo ve výzkumu změn marketingu v transformačním období.

V kapitole zabývající se nejvýznamnějšími pivovarnickými skupinami v ČR a nástupu ochucených piv byly použity jak sekundární zdroje, tak i interview s manažery těchto pivovarů. V případě posledních tří výzkumů bylo použito dotazníkové šetření.

1. Historie pivovarnictví v ČR

Pivo se v našich krajinách vařilo už od pravěku, první písemné zmínky o tom se podle Nováka (2009) objevují roku 993, kdy biskup Vojtěch vysvětil Břevnovský klášter benediktýnů, kde se mimo tradičního vína a medoviny vyrábělo i pivo. To říká též nadační listina datovaná k témuž roku, která uděluje práva ke skladování a vaření piva. V jejím případě se sice jedná o falzifikát ze 13. století, ale to nic nemění na podstatě, že kláštery byly v té době velkými výrobci piva a falzum mělo pouze písemně potvrdit danou tradici.

Rozkvět piva u nás se tedy odhaduje na přelom tisíciletí, kdy se v Evropě objevily takové zemědělské nástroje jako pluh, brány, chomout a podkovy, což zefektivnilo polní práce a přineslo větší výnosy obilovin. To byl nutný předpoklad k rozšíření obilných nápojů. A právě z této doby pochází první oficiální písemná zmínka o vaření piva na území dnešní České republiky, jíž je nadační listina vyšehradské kapituly z roku 1088. Tehdy mohl vařit pivo kdokoliv, kdo k tomu měl potřebné prostředky. Až později vznikla první várečná privilegia.

Prvním významným privilegiem bylo právo mílové (v okruhu jedné míle od městských bran, nesměl nikdo sladovat ani vařit pivo), udělované královským městům od 13. století. V ostatních městech bez tohoto práva se pivo vařit nesmělo. Brzy ovšem panstvo postřehlo, jak velký je užitek z pivovarnictví, a začalo stavět své vlastní pivovary i v místech zasahujících do výsad měst a práva mílového. Mezi šlechtou a měšťany tím vznikaly konflikty, při kterých tekla i krev. Šlechta z tohoto boje vyšla vítězně a dosáhla ustanovení, kde právo výroby a odbytu piva a lihovin zůstalo vyhrazeno třem stavům: panskému, měšťanskému a duchovnímu. Vařila se piva bílá, kde ječmen byl nahrazen jinou surovinou, většinou pšenicí, a piva ječná zvaná červená (piva vařená na staro), obě na vrchní kvašení. Dle Nováka (2009) se po vaření silného piva ze znovu vylouhovaného mláta vařilo znovu slabé pivo „řídké, mladé neboli patoky“. Větel tohoto piva býval o 3 až 4 groše levnější a sloužil k celodennímu pití, byl to totiž všudypřítomný zdravý nápoj, který nahrazoval nezdravou a zkaženou středověkou vodu. Pili ho lidé při práci, malé děti a studenti ve škole a dalo by se přirovnat k dnešním nealkoholickým pivům, naopak silné pivo bylo určené do šenku.

Počet panských pivovarů vzrůstal a důsledkem bylo ekonomické oslabení měst. Počátkem 17. století byl počet pivovarů na hranici tří tisíc, toto množství se zredukovalo sdružováním malých statků a dvorů ve větší celky a panství. Dalším redukčním faktorem byl vývoj městského pivovarnictví,

zakládaly se společné pivovary, které rušily malé pivovárky v jednotlivých právozárečných domech (PIVETY ©2001 – 2012).

V Českých zemích udělal pro pivovarnictví asi nejvíc František Ondřej Poupě (1753 – 1805), který jako jeden z prvních na světě začal používat teploměr a také takzvané moštové váhy nebo sacharometr, jimiž zjišťoval obsah extraktu v pivu. Svým odborným německy psaným spisem z roku 1794 *Die Kunst des Bierbrauens (Umění vaření piva)* předčil všechny doposud vydané pivovarnické publikace. Mimo jiné nabádal k tomu, aby se pivo vařilo podle čistotního zákona a především z ječmene. Jeho největší zásluhou je založení první pivovarské školy u nás, která sídlila v Brně. Vyučovalo se na ní, jak pivo vařit, jak se k němu chovat a co do něho dávat (Nováková a Richter, 2009).

První světová válka silně omezila výrobu piva. Všichni bojeschopní pracovníci pivovarů byli povoláni na frontu, pivovary musely armádě dát i koně a voly, čímž byl ochromen rozvoj piva a dovoz surovin. Armáda též rekvírovala pivovarská zařízení z mědi, mosazi a bronzu a začal být nedostatek surovin, piva se vařila z různých náhražek. Během první světové války poklesl počet pivovarů z 648 na 526. Mnohem horší byl však propad v ročním výstavu piva po válce, který klesl z 11 miliónů hektolitrů na necelých 1,5 miliónů hektolitrů (Chládek, 2007).

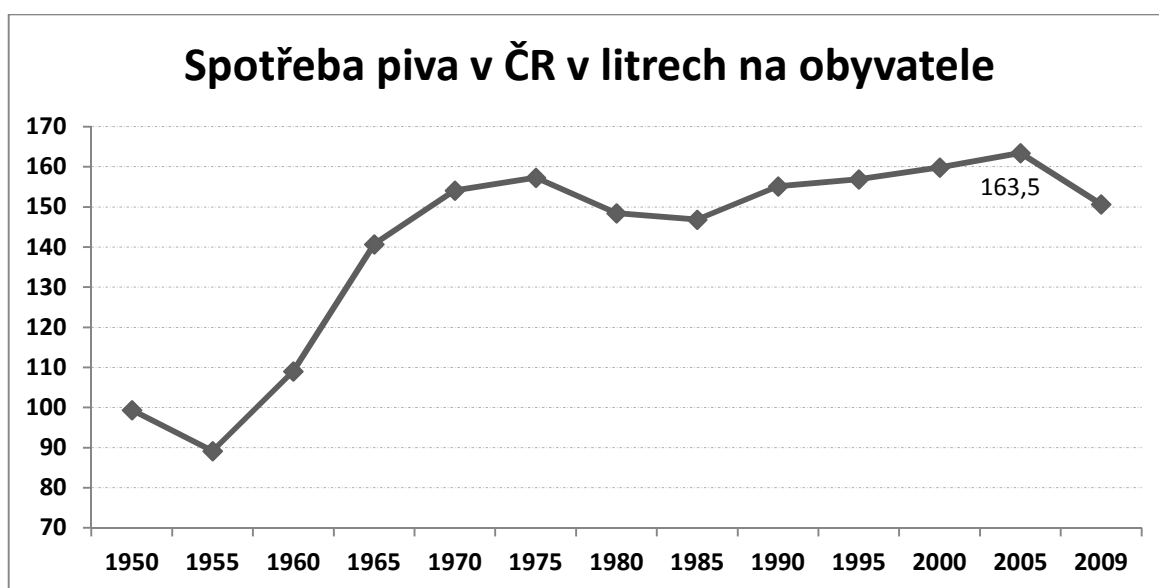
Podle Novákové a Richtera (2009) se pivovarnictví u nás výrazně rozvinulo až po roce 1842. V té době u nás působilo asi 560 pivovarů, přičemž v celém Rakousku-Uhersku jich byla necelá tisícovka. Většina pivovarů byla ale v hrozném stavu, a tak mladá republika, která měla spoustu jiných problémů, neměla prostředky do pivovarů investovat. Vše se zhoršilo po druhé světové válce, kdy spousta pivovarů už ani nespustila výrobu.

Politické změny v naší zemi po roce 1989 přinesly změnu i v pivovarnickém průmyslu. V té době fungovalo v českých zemích celkem 71 pivovarů. Od začátku ledna 1990 byl zrušen koncern Pivovary a sladovny, ze kterého vzniklo nejdříve 8 samostatných státních pivovarských podniků. Až na menší výjimky (Budějovický Budvar) byly všechny pivovary zprivatizovány, ty největší z nich se dostaly do rukou zahraničních majitelů. Na druhou stranu díky investicím těchto zahraničních majitelů se většina pivovarů dostala na velmi dobrou technickou úroveň, před rokem 1989 nemyslitelnou, což se jistě odráží i v kvalitě vyráběného piva, rostoucím objemu výroby, exportu a konečně i k faktu, že Česká republika drží rekord ve spotřebě litrů piva na osobu (Chládek, 2007).

1.1 Spotřeba piva

Pivovarnictví je bezesporu jedním z nejvýznamnějších a nejpobulárnějších odvětví v rámci národního hospodářství. Český národ je odpradávná považován za národ pivařů, což dokazuje i průměrná spotřeba na jednoho obyvatele, která je i přes klesající tendence posledních let stále celosvětově nejvyšší. Kromě toho jsou česká piva velmi úspěšná také v zahraničí.

Pokorný (2008, s. 103) ve své části zprávy pro Ministerstvo zemědělství uvádí: „Při mírném poklesu spotřeby, ekonomické problémy světové a domácí ekonomiky v roce 2008 celkovou produkci našich pivovarů výrazně neovlivnily a ta byla trvale nahrazována významným nárůstem exportu.“



Obrázek 1: Vývoj spotřeby piva v ČR v letech 1950 – 2009. Zdroj: Český statistický úřad, 2012 (vlastní zpracování)

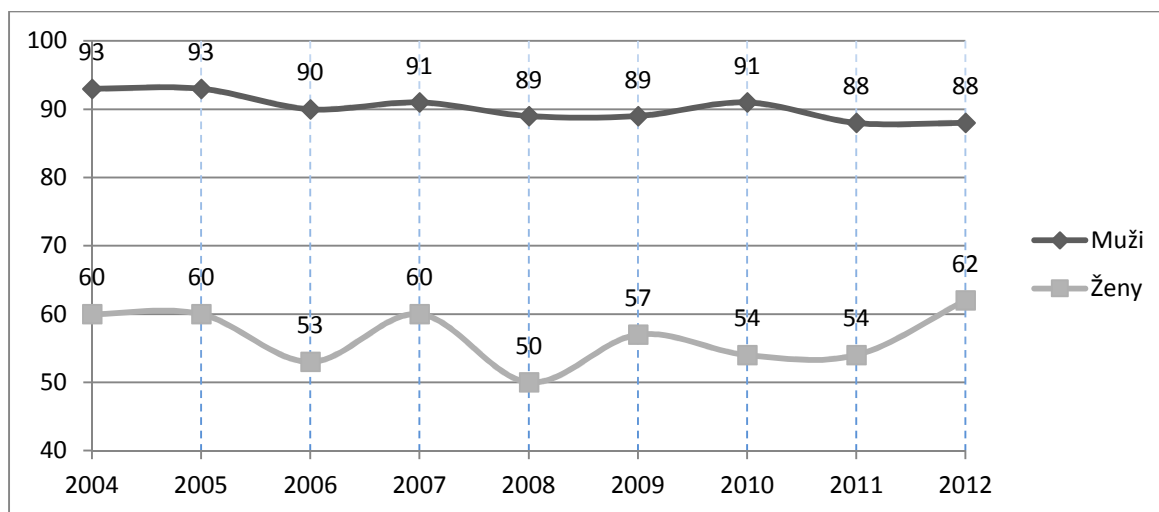
V další části zprávy pro ministerstvo Pokorný (2008, s. 104) konstatuje: „Nadále si ČR udržuje světové prvenství ve spotřebě piva na obyvatele s výrazným přispěním zahraničních turistů, kteří podle odhadů vypijí v českých restauracích zhruba 15 % uvařeného piva. Na druhé straně také turisté z ČR do určité míry pijí pivo v zahraničí, včetně exportu z ČR. Výrazně také v nárůstu výroby pomáhá propagace národních značek a rozvoj malých a středních regionálních pivovarů, se zaměřením na pestrost produkce. V posledních letech se ukazuje, že řada malých i středních pivovarů i přes složitou ekonomickou situaci a vystavení silné konkurenci velkých pivovarů si nachází svůj okruh zákazníků svými specifickými výrobky.“

V grafu je nicméně možné si všimnout, že spotřeba piva v České republice v posledních letech pozvolna klesá. Od rekordního roku 2005, kdy každý

Čech vypil v průměru téměř 164 litrů piva, se podle dat Českého statistického úřadu spotřeba snížila na necelých 145 litrů v roce 2010. Přitom ještě v letech 2006 a 2007 podle stejného zdroje stagnovala průměrná spotřeba na 159 litrech. V roce 2008 klesla na hodnotu 157 litrů vypitého piva na osobu a o rok později dokonce na 151 litrů. V roce 2009 se pak ukazatel propadl o dalších zhruba 6 litrů, což je nejvyšší tempo poklesu spotřeby piva od roku 1993.

Český svaz pivovarů a sladoven na svých stránkách *České-pivo.cz* (2011) komentuje spotřebu piva takto: „Jednoznačně nejčastěji si česká veřejnost všímá zlepšení v nabídce druhů piva na trhu, posunu v kvalitě čepování, zlepšení v kvalitě piva jako takového, chuti piva a jeho společenské prestiže. Naopak nepříznivě hodnotí český konzument růst cen piva. Trend poklesu konzumace piva považujeme za logický důsledek několika jevů. Je to především vliv dlouhodobých změn v životním stylu obyvatel, rostoucí tlak na pracovišti s cílem intenzivněji využívat pracovní dobu a v neposlední řadě rovněž fakt, že generace velkých konzumentů piva postupně odchází. S tím souvisí také intenzivní snaha prezentovat pivo jako nízkoalkoholický nápoj, který je nicméně třeba konzumovat střídavě. Velmi potěšitelný je posun v náhledu na fakt, že konzumenti vnímají jeho zlepšující se kvalitu, rozvíjející se nabídku na trhu a také rostoucí prestiž našeho piva.“

Pokles tuzemské spotřeby piva potvrzuje také průzkum, který pro Český svaz pivovarů a sladoven provedlo Centrum pro výzkum veřejného mínění. Podle této zprávy průměrný počet vypitých püllitrů za týden klesl v případě českých mužů z 9,5 v roce 2009 na 7,7 v roce následujícím. Podíl lidí, kteří pijí pivo, se přitom v České republice dlouhodobě výrazně nemění. Jak ukazuje obrázek č. 2, u mužů je to hodnota blízká 90 % a mezi ženami kolísá kolem 50 – 60 %.



Obrázek 2: Podíly konzumentů piva mezi muži a ženami v letech 2004 – 2012. Zdroj: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2012