

ODVĚTVÍ VINAŘSTVÍ V DIGITÁLNÍ EKONOMICE

WINE SECTOR IN DIGITAL ECONOMY

Helena Chládková, Renata Černíková

Anotace

Digitální ekonomika a rozvoj internetu přináší pro podniky nové příležitosti ale i ohrožení, zasahuje do všech odvětví národního hospodářství, zemědělství není výjimkou.

Příspěvek se zabývá využíváním internetu při prezentaci výrobků vinařských firem a prodeji vína v ČR. Srovnává úroveň poskytovaných informací na internetových stránkách vinařskými podniky v České republice a hodnotí příležitosti a hrozby v odvětví vinařství spojené s rozvojem tohoto media.

Používání internetu výrobci vína v České republice má rostoucí tendenci. 62 % členů Českomoravské vinohradnické a vinařské unie již dnes internet využívá, většina velkých a středních podniků má vlastní internetové stránky. Příležitosti pro vinaře v České republice, při využívání tohoto média, spočívají prozatím především ve zvýšení obecné informovanosti spotřebitelů o víně a o nabídce jednotlivých vinařských firem. Webové stránky producentů přispívají k lepší orientaci spotřebitelů na trhu vína a některé z nich umožňují i přímý prodej konečným spotřebitelům.

Annotation

Digital economy and expansion of Internet bring new opportunities and threats for businesses. They influence all sectors of national economy, and agriculture is no exception.

The paper describes use of Internet in presentation of wine products, and also in sales of wine in the Czech Republic. The level of provided information on web sites by wine producers in the Czech republic is compared. Opportunities and threats in the wine sector connected with expansion of Internet are evaluated as well.

The trend of using Internet by wine producers in the Czech Republic is growing. Currently, 62 % of members of Czech Viniculture and Wine Union use Internet; most of the big and medium size businesses have their own web sites. Opportunities for wine producers in the Czech Republic connected with use of Internet currently include especially improvement of the general knowledge of consumers about wine and wine producers' supply. Web sites help to improve the orientation of customers on the wine market and some of them also enable direct sales to final consumers.

Klíčová slova

Odvětví vinařství, výrobce vína, Internet, příležitost, hrozba

Key words

Wine sector, wine producer, Internet, opportunity, threat

Úvod

Internetové podnikání není ničím mystickým. Tak jako tomu bylo kdykoliv v historii, také dnešní doba přináší nové prvky, které mění stávající podnikatelské prostředí. Probíhající změny je možno považovat za hrozbu, ale stejně dobře je lze využít jako výhodu v konkurenčním boji. Elektronické podnikání se od klasického liší médiem internetu a právě toto médium poskytuje elektronickým obchodům základní konkurenční výhodu a tou je jeho globálnost. Díky globálnosti internetu je každá informace, která je na internet umístěna, k dispozici v celém tomto médiu, bez ohledu na hranice států nebo kontinentů. Globálnost internetu tak přináší pro oblast elektronických obchodů dvě důležité konkurenční výhody, širší sortimentu - neboť i ty nejvíce specializované položky si mohou v globální komunitě internetu najít své potenciální zákazníky a specializaci.

Pro naše podniky by největší konkurenční výhodou v oblasti elektronického obchodování mohlo být dořešení celé služby prodeje koncovým zákazníkům v dané lokalitě. Nejčastější možností je spojení elektronického obchodu s klasickými prodejny. Tento smíšený typ obchodu přinese zákazníkovi bohatost sortimentu a jednoduchost nalezení zboží, které si pak zákazník vyzvedne v kamenném obchodě. Odlíšení v kvalitě dodávky může výrobce také využít lokální kurýrní službu nebo i jinou provozovnu umístěnou blízko zákazníka.

Cíl a metodika

Cílem tohoto příspěvku je provedení analýzy internetových stránek výrobců vína v České republice a dále na základě průzkumu trhu ve vinotékách zjistit současný stav ve využívání tohoto média.

Předmětem analýzy je odvětví vinařství – tedy výroba a prodej vína v České republice. Výrobci vína jsou rozlišováni na *vinařské podniky* - akciové společnosti, společnosti s ručením omezeným, komanditní společnosti nebo veřejné obchodní společnosti působící v odvětví a *drobné vinaře* - fyzické osoby nebo samostatně hospodařící rolníci.

Výsledky jsou rozděleny do dvou částí.

V první části je provedena analýza internetových stránek podnikatelských subjektů v ČR vyrábějících a prodávajících víno. Nejprve je hodnocena dostupnost a možnost nalezení www-stránek vinařských podniků internetovým vyhledávačem www.seznam.cz pomocí klíčových slov – *víno*, *výroba vína* a *výrobce vína* a přes katalog podniků *výrobci vín*.

Ze všech nalezených internetových stránek jsou vybrány www-stránky 10 podniků a 10 drobných vinařů a jsou analyzovány podle metodického postupu hodnocení prováděného ve Vinařském obzoru – odborném časopise pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem.

Na každé internetové stránce podniku jsou posuzovány - **přehlednost** (přehlednost stránky, snadnost orientace v poskytovaných informacích), **aktuálnost** (aktuálnost uváděných informací podle data aktualizace stránky), **grafika** (grafická úprava stránky, barevné rozlišení), **navigace** (snadnost obsluhy odkazů a pohybu na internetové stránce).

Samostatně je posuzován **obsah** internetových stránek. Pozornost je věnována základním informacím o podniku, nabídce produktů, ceníku, možnosti objednávky vína přes internet a dalším doplňkovým informacím a službám.

Všechna kritéria jsou hodnocena v tabulce body 1-10. Hodnota 1 je minimální, hodnota 10 je maximální. Hodnocení je provedeno na základě subjektivního posouzení jednotlivých kritérií a vzájemného srovnání vybraných www-stránek vinařských podniků a drobných vinařů.

Druhá část výsledků obsahuje vyhodnocení průzkumu trhu v 65-ti vinotékách v rámci Jihomoravského kraje. Tento průzkum je pilotním průzkumem k provedení hloubkových rozhovorů s majiteli vinoték a s vedoucími úseku prodeje vína v supermarketech a hypermarketech.

Sběru dat se zúčastnili studenti druhého ročníku PEF MZLU v Brně. Vinotéky byly vybírány náhodným výběrem bez opakování, podle bydliště studentů, v těchto městech: Blansko, Boskovice, Brno, Hodonín, Kuřim, Kyjov, Tišnov a Znojmo. Každý student položil majiteli vinotéky okruh otázek, které se týkaly především struktury nabídky, cenových relací, struktury prodeje, dodavatelů, podpory prodeje a využívání internetu. Vzhledem k tématu příspěvku jsou uvedeny pouze výsledky týkající se využívání internetu.

Získaná data byla vyhodnocena prostřednictvím kontingenčních tabulek aplikace Microsoft Excel.

Příspěvek je součástí řešení výzkumného záměru PEF MZLU v Brně č. GA MSM 431100007 a projektu řešeného ústavem managementu pro NAZV č. 1025/3MZ3276.

Výsledky a diskuse

Prostřednictvím internetového vyhledávače www.seznam.cz bylo pomocí klíčových slov *víno*, *výroba vína* a *výrobce vína* i katalogu podniků *výrobci vín* celkem nalezeno 74 různých odkazů na vinařské podniky nebo drobné vinaře. Vlastní www-stránky mělo 49 z nich (66 %), 25 odkazů (34 %) obsahovalo pouze jméno podniku nebo vinaře s kontaktní adresou.

34 odkazů (46 %) se týkalo podniků. Téměř všechny (31 odkazů) obsahovaly www-stránky příslušného podniku, pouze 3 informovaly jen o kontaktní adrese. Při podrobnější analýze lze konstatovat, že vlastní internetovou stránku mají všechny větší a významnější podniky v odvětví. Vyhledávačem pomocí klíčových slov byly nalezeny www-stránky Bohemia Sekt, Českomoravská vinařská, a.s., VINIUM, a.s. Velké Pavlovice, Znovín Znojmo, a.s., Vinné sklepy Valtice a.s., České vinařské závody, a.s, Soare sekt, a.s. atd.

40 nalezených odkazů (54 %) se týkalo drobných vinařů. V tomto případě pouze 18 odkazů obsahovalo i www-stránku, 22 informovalo pouze o kontaktní adrese.

Nejvíce odkazů bylo nalezeno pomocí klíčového slova *výroba vína* - 35 různých odkazů, pomocí klíčového slova *víno* 15 různých odkazů a prostřednictvím klíčového slova *výrobce vína* 10 různých odkazů. Katalog podniků *výrobci vín* obsahoval 34 různých odkazů. Některé odkazy se v rámci vyhledávání podle jednotlivých klíčových slov opakovaly.

Shrnutí výsledků internetového vyhledávání vinařských podniků a drobných vinařů je uvedeno v 0.

Tab 1: Počet nalezených odkazů na vinařské podniky a drobné vinaře na www.seznam.cz

	nalezené odkazy celkem		vlastní www-stránka		pouze adresa	
Podniky	34	46 %	31	42 %	3	4 %
Drobní vinaři	40	54 %	18	24 %	22	30 %
Celkem	74	100 %	49	66 %	25	34 %

Pramen: Vlastní práce

V odvětví vinařství působí v současné době asi 470 subjektů, které mají výrobu hroznového vína jako převažující předmět činnosti (dle www.albertina.cz). Jedná se o cca 85 podniků (akciová společnost, společnost s ručením omezeným, komanditní společnost nebo veřejná obchodní společnost) a 385 drobných vinařů (fyzická osoba nebo samostatně hospodařící rolník). Lze tedy konstatovat, že pomocí internetového vyhledávače

www.seznam.cz byly nalezeny odkazy asi 40 % všech podniků a 10 % všech drobných vinařů v odvětví, z nichž vlastní www-stránku mělo 37 % podniků, ale pouze 5 % drobných vinařů.

Přehlednost, grafika i navigace www-stránek u většiny hodnocených vinařských podniků byly na velmi dobré úrovni, která se významně nelišila. Problémy s navigací se vyskytovaly na stránce Českých vinařských závodů, a.s, kdy nebylo možné se na stránkách pohybovat bez návratu na stránku úvodní a pouze pomocí odkazu „zpět“. Špatně se orientovalo v textu a informacích na stránkách Vína Mikulov, a.s, což bylo způsobeno především spojením www-stránek celého uskupení Bohemia Sekt, Českomoravská vinařská, a.s. Horší kvality byla také grafika www-stránek Družstevních vinných sklepů Hodonín, s.r.o.

Úroveň www-stránek drobných vinařů již vykazovala podstatnější rozdíly. Polovina hodnocených stránek, z hlediska přehlednosti, grafiky a navigace, byla velmi dobrá a srovnatelná s úrovní stránek vybraných podniků. Jednalo se především o stránky ing. Miloše Michlovského, ing. Petra Adamce – Vinařství Palávius, ing. Jiřího Horta – Vinařství Hort, ing. Františka Veverky a ing. Zdeňka Formana. Úroveň ostatních hodnocených www-stránek drobných vinařů z hlediska výše uvedených kritérií byla naopak velmi nízká - jednoduchá a málo zajímavá grafika, nevhodný způsob navigace atd.

Problematická u podniků i u drobných vinařů byla aktuálnost uváděných informací. Na většině hodnocených internetových stránkách nebylo uvedeno datum poslední aktualizace a nebylo možné tuto informaci zjistit ani z jiných údajů obsažených na stránkách.

Hodnocení www-stránek podle přehlednosti, aktuálnosti, grafiky a navigace je uvedeno v 0.

Tab. 2: Hodnocení www-stránek vybraných vinařských podniků a drobných vinařů

Podniky	www-adresa	Kritéria hodnocení www- stránky			
		přehlednost	aktuálnost	Grafika	Navigace
Víno Mikulov, a.s. ¹	www.bohemiasekt.cz	6	-	10	7
VINIUM, a.s. Velké Pavlovice	www.vinium.cz	10	10	9	10
Znovín Znojmo, a.s.	www.znovin.cz	8	9	9	10
Vinné sklepy Valtice a.s.	www.vsvaltice.cz	9	-	9	10
České vinařské závody, a.s	www.cvz.cz	8	-	8	5
Družstevní vinné sklepy Hodonín,s.r.o	www.dvshodonin.cz	8	-	5	10
Vinné sklepy Lechovice, s.r.o.	www.vslechovice.cz	9	-	9	10
Patria Kobylí,a.s.	www.vinozkobyli.cz	9	-	9	10
MORÁVIA VÍNO s.r.o.	www.vinomorava.com	8	-	7	9
VÍNO Blatel, a.s.	www.blatel.cz	9	-	7	8
drobní vinaři	www-adresa	přehlednost	aktuálnost	Grafika	Navigace
Miloš Michlovský Ing. CSc. ²	www.michlovsky.com	10	-	10	10
Ivan Váňa - České vinařství Chrástce	www.ceske-vinarstvi.cz	8	10	7	9
Zdeněk Forman Ing. - Vinařství	www.volny.cz/zdenek.forman/	9	-	7	9
Jaroslav Tuček - Vinařství	www.jtucek.cz/jtvino.htm	8	-	6	-
Antonín Straka – výroba a prodej vína	www.straka.webzdarma.cz	5	10	2	5
Petr Adamec Ing. - Vinařství Palávius	www.palavius.cz	10	5	9	9

Stanislav Míšek - Vinařství	www.mujweb.cz/www/sklipek/	6	-	4	3
František Veverka - Vinařství	www.vinarstvi-veverka.cz	9	10	9	10
Pavel Vrba - Vinařství	www.vino.znojensko.com	7	-	8	-
Jiří Hort Ing. – Vinařství Hort	www.vinohort.cz	9	10	8	10

Pramen: Vlastní práce

Pozn 1: součást uskupení Bohemia Sekt

Pozn 2: 1. 6. 2003 se výroba vína ing. Miloše Michlovského transformovala na akciovou společnost s názvem VINSELEKT MICHLOVSKÝ a.s.

Z hlediska obsahu jednotlivých hodnocených internetových stránek významnější rozdíly existovaly především v možnosti nákupu vína přes internet. Na www-stránkách podniků bylo možné koupit popřípadě objednat víno přímo na sedmi stránkách z deseti, u drobných vinařů tato možnost existovala pouze v případě ing. Michlovského.

Základní informace o podniku - kontaktní adresa, historie, současná situace podniku - byly obsaženy na všech hodnocených stránkách. Rovněž nabídku vlastních produktů (s výjimkou Vinařství Jaroslava Tučka) bylo možné na všech stránkách nalézt. Ceník nabízených produktů chyběl v případě 3 podniků a 3 drobných vinařů.

Doplňkové služby a informace poskytovaly na www-stránkách 3 z hodnocených podniků a 4 z drobných vinařů. Týkaly se především typů pro spotřebitele - jak číst etikety, jak vybírat a nakupovat víno, jak chutnat víno; dále stránky obsahovaly informace o různých akcích spojených s vínem v regionu, ve kterém podnik či vinař působí a také nabídku na možnost pořádání společenských akcí ve vinných sklepech aj.

Hodnocení obsahu www-stránek vybraných podniků a drobných vinařů je uvedeno v 0.

Tab 3: Hodnocení obsahu www-stránek vybraných vinař. podniků a drobných vinařů

Podniky	Obsah www-stránky					hodnocení
	základní informace	nabídka produktů	ceník	možnost nákupu přes internet	doplňkové služby a informace	
Víno Mikulov, a.s.*	Ano	ano	ano	Ano	ano	10
VINIUM, a.s. Velké Pavlovice	Ano	ano	ano	Ano	-	10
Znovín Znojmo, a.s.	Ano	ano	ano	Ano	ano	10
Vinné sklepy Valtice a.s.	Ano	ano	ano	Ano	-	10
České vinařské závody, a.s	Ano	ano	ano	Ano	-	9
Družstevní vinné sklepy Hodonín, s.r.o	Ano	ano	-	-	-	5
Vinné sklepy Lechovice, s.r.o.	Ano	ano	ano	Ano	ano	10
Patria Kobyli, a.s.	Ano	ano	-	-	-	4
MORÁVIA VÍNO s.r.o.	Ano	ano	-	-	-	4
VÍNO Blatel, a.s.	Ano	ano	ano	Ano	-	8

drobní vinaři	Obsah www-stránky					Hodnocení
	základní informace	nabídka produktů	ceník	Možnost nákupu přes internet	doplňkové služby a informace	
Miloš Michlovský Ing. CSc.	Ano	ano	ano	Ano	ano	10
Ivan Váňa - České vinařství Chrást	Ano	ano	ano	-	-	7
Zdeněk Forman Ing.- Vinařství	Ano	ano	-	-	-	5
Jaroslav Tuček – Vinařství	Ano	-	-	-	-	1
Antonín Straka–výroba a prodej vína	Ano	ano	-	-	-	3
Petr Adamec Ing. -Vinařství Palávius	Ano	ano	ano	-	ano	9
Stanislav Míšek – Vinařství	Ano	ano	ano	-	-	5
František Veverka - Vinařství	Ano	ano	ano	-	ano	8
Pavel Vrba – Vinařství	Ano	ano	ano	-	-	6
Jiří Hort Ing. – Vinařství Hort	Ano	ano	ano	-	ano	9

Pramen: Vlastní práce

Celkově je možné konstatovat, že internetové stránky podniků byly na vyšší úrovni především z hlediska obsahu jednotlivých www-stránek a poskytovaných informací.

Výsledky vyplývající z průzkumu ve vinotékách.

Ve vinotékách byla majitelům položena otázka, zda a jakým způsobem využívají internet. Z celkového počtu 65-ti respondentů 22 (34%) uvedlo, že internet vůbec nevyužívají. 13 (20%) respondentů uvedlo, že mají své www-stránky s různými informacemi, včetně prodeje vína prostřednictvím internetu. 7 (11%) respondentů má své www-stránky s informacemi o vlastní prodejně, o nabízeném sortimentu a o konání různých akcí, ale nenabízí prodej. 11 (17%) dotázaných nemá vlastní stránky, ale internet využívá především ke zjišťování obecných informací o víně, informací o sortimentní a cenové nabídce jednotlivých producentů a využívají elektronickou poštu. 8 (12%) dotázaných uvedlo, že v současné době využívají pouze elektronickou poštu, ale uvažují o intenzivnějším využívání internetu a vybudování vlastních www-stránek. Majitelé 3 vinoték v Brně v současné době budují vlastní www-stránky.

Všechny odpovědi majitelů vinoték k přístupu k internetu v jednotlivých městech dokumentuje Tab. 4.

Tab 4: Využívání internetu ve vinotékách ve vybraných městech Jihomoravského kraje

Využívání internetu	Město								
	Blansko	Boskovice	Brno	Hodonín	Kuřim	Kyjov	Tišnov	Znojmo	Celkem
Budují vl. Stránky	-	-	3	-	-	-	-	-	3
Stránky bez prodeje	-	1	6	-	-	-	-	-	7
Stránky včetně prodeje	-	1	9	-	-	-	-	3	13
Neuvedli	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Nevyužívají	3	-	17	-	-	1	1	-	22
Uvažují o vlastních stránkách *	-	-	4	3	-	-	1	-	8
K získávání informací	1	-	8	-	1	-	1	-	11
Celkem	4	2	48	3	1	1	3	3	65
Využívání internetu v %	Město								
	Blansko	Boskovice	Brno	Hodonín	Kuřim	Kyjov	Tišnov	Znojmo	Celkem
Budují vl. Stránky	-	-	6%	-	-	-	-	-	5%
Stránky bez prodeje	-	50%	13%	-	-	-	-	-	11%
Stránky včetně prodeje	-	50%	19%	-	-	-	-	100%	20%
Neuvedli	-	-	2%	-	-	-	-	-	1%
Nevyužívají	75%	-	35%	-	-	100%	33%	-	34%
Uvažují o vlastních stránkách *	-	-	8%	100%	-	-	33%	-	12%
K získávání informací	25%	-	17%	-	100%	-	34%	-	17%
Celkem	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pramen: Vlastní práce

* v současné době využívají pouze E-mail

Využívání internetu se projevilo také u další otázky dotazníku, která se týkala způsobu získávání dodavatelů. 11 (17%) respondentů uvedlo, že své dodavatele získali prostřednictvím internetu. Nejčastější způsob jak dotázaní získali dodavatele byl prostřednictvím obchodních zástupců producentů. Takto odpovědělo 21 (32%) respondentů. 19 (29%) dotázaných osobně navázalo kontakt s producenty vína. Internet byl tedy třetím nejdůležitějším způsobem pro získání dodavatelů.

Závěr

Z analýzy vybraných internetových stránek výrobců vína se dá obecně říci, že přehlednost, grafická úprava a navigace byla u většiny podniků na velmi dobré úrovni, bez zásadních rozdílů mezi jednotlivými podniky. U drobných vinařů již byly patrný podstatnější rozdíly v úrovni těchto základních ukazatelů. Nedostatek téměř u všech sledovaných stránek byl spatřován v nemožnosti ověřit si aktuálnost uvedených údajů. Z hlediska obsahu www-stránek existují největší rozdíly mezi podniky a drobnými producenty v možnosti nákupu vína prostřednictvím internetu. U podniků umožňuje nákup 7 z 10 sledovaných podniků, ale pouze 1 drobný vinař.

Co se týče využívání internetu majiteli vinoték, pak je patrné, že vzrůstá zájem o využívání tohoto média. Vzhledem ke stále rostoucímu počtu vinoték je zcela nepochybně konkurenční výhodou prezentace firmy na vlastních www-stránkách s informacemi o sortimentu, cenách, speciálních akcích a možnosti prodeje vína prostřednictvím internetu.

Literatura

DONÁT, J.: *e-Business pro manažery*. Grada Publishing, 2000, Praha, ISBN 80-247-9001.
ČESKOMORAVSKÁ VINOHRADNICKÁ A VINAŘSKÁ UNIE. *Vinařský obzor - odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. roč. 93/2000, 94/2001, 95/2002, ISSN 1212-7884.
www.albetina.cz - firemní monitor.
www.seznam.cz

Kontakt

Helena Chládková, Ústav managementu, PEF MZLU v Brně, tel. 545 132 027, E-mail chlad@mendelu.cz