

Obchodní značka

Úvod:

Úkolem mého referátu je objasnit význam obchodní značky pro moderní marketing. V první části se pokusím stručně vysvětlit teoretickou podstatu tohoto problému, tak jak jí vnímá soudobá teorie marketingu. Ve druhé části na příkladu n.p. Budvar dokumentuji, jaký význam má značka na obchodní úspěšnost piva zejména v zahraničí.

1. Význam obchodní značky pro soudobý marketing

Obchodní značka¹ (také bývá používán anglický termín *brand*) je termín z oblasti z oblasti obchodu a marketingu označující značku konkrétních výrobků (v menší míře služeb, organizace nebo i jednotlivce). Je pod ní chápáno nejen logo a značka, ale hlavně podstata toho, jak zákazníci vnímají a jak se ztotožňují se zbožím, které je v rámci dané značky vyráběno.

Obchodní značka má následující účely:²

- sjednocuje určité zásady a hodnoty výrobce (např. kvalitu, konkurenční nebo zákaznické výhody, dodatečné služby a bonusy, celkovou úroveň, prestiž...)
- tento soubor zásad a hodnot dané značky asociuje (spojuje, symbolizuje) do zboží pod touto značkou vyráběného
- usnadňuje identifikaci tohoto značkového zboží (nebo služeb) zákazníky
- dodává určitou přibližnou (i když neexplicitní) záruku kvality, vycházející ze zvučnosti dané značky (či alespoň předpoklad, že tuto úroveň jakosti lze očekávat)
- pro zákazníka vytváří něco, k čemu může do určité míry přimknout (pro některé značky existují fan kluby, pravidelné (sponzorované) soutěže, různé doprovodné/ studijní/ obecně prospěšné programy, atd.)
- pro výrobce představuje brand výhodu stanovit pro tyto výrobky vyšší ceny (resp. ceny, které odpovídají „zvučnosti“ dané značky)

¹ http://cs.wikipedia.org/wiki/Obchodn%C3%AD_zna%C4%8Dka

² http://cs.wikipedia.org/wiki/Obchodn%C3%AD_zna%C4%8Dka

Hodnota obchodní značky se odvíjí od těchto kategorií:³

- *Znalost jména značky*
- *Věrnost značce*
- *Vnímaná kvalita*
- *Asociace spojené se značkou*

Značky mají základní tři formy:

- Individuální značka – každý výrobek představuje samostatnou značku (výrobky firmy Unilever najdeme na trhu pod různými značkami – Rama, Flora, Perla, Algida, Hellman's)
- Rodinná značka – všechny výrobky vystupují na trhu pod jednotnou značkou (např. Panasonic, Maggi)
- Kombinovaná značka – představuje kombinaci značky individuální se značkou rodinnou, přičemž může být dominantní značka rodinná (např. Volkswagen Golf a Volkswagen Passat), nebo může být dominantní značka individuální a značka rodinná je pouze určitou zárukou kvality (např. Nesquick, Nescafé firmy Nestle, Diorissimo od firmy Dior).

Jaký je význam obchodních značek pro fungování trhu?

Význam obchodních značek je především informační. Jejich cílem je odlišit produkt jednotlivých výrobců a umožnit spotřebiteli snazší orientaci v záplavě tržních produktů. Konkrétní značka je spojována například s určitou úrovní kvality produktu, služeb spojených s prodejem výrobku i s jeho užíváním a v neposlední řadě i symbolem statutu pro kupujícího.

Nejhodnotnější obchodní značka světa

Nejhodnotnější značkou světa je podle žebříčku společnosti Millward Brown Optimor⁴ internetový vyhledávač Google. Společnost značku letos ocenila na 100,039 miliard dolarů, což je o 16 procent více než v minulém roce. Na druhém místě skončil Microsoft (76,249 miliard dolarů) a třetí příčku obsadila Coca-Cola (67,625 miliard).

³ <http://www.asistentka.cz/node/7517>

⁴ <http://www.mesec.cz/aktuality/nejhodnotnejsi-znacka-sveta-stoji-100-mld-dolaru/>

2. Obchodní značka Budvar

1) Historie n.p. Budvar:

Je tomu již přes 700 let, co bylo slavným českým králem Přemyslem Otakarem II. Založeno královské město České Budějovice, v těch dobách zvané Budweis. A nedlouho poté bylo budějovickému měšťanstvu uděleno stejným panovníkem i právo várečné. A tak se v Budějovicích začalo vařit pivo.

Pivovar dnes⁵

Národní podnik Budějovický Budvar je dnes moderní a akční firmou, která je postavena

na pevných základech. Pivovar obstál v tvrdém boji s konkurencí, za níž stojí obří nadnárodní koncerny. V současné době je posledním z velkých pivovarů, které mají výhradně český kapitál. V roce 2009 vystavil Budějovický Budvar 1,28 mil. hektolitrů piva. Pivovar Budějovický Budvar, n. p. je dlouhodobě jedním z nejúspěšnějších potravinářských podniků v České republice. Téměř polovina produkce je vyvážena do více než 50 zemí všech světadílů. V roce 2009 vystavil Budějovický Budvar 1 280 000 hektolitrů piva.



Obchodní značky Budvar

Budvar používá k propagaci svých výrobků celou řadu obchodních značek, které jsou chráněny jako obchodní známka.

Ochrannou známkou⁶ je označení grafického znázornění, tvořené zejména slovy, písmeny, číslicemi, barvou, kresbou nebo tvarem výrobku či jeho obalu, určené k rozlišení výrobků nebo služeb.

Na stránce Úřadu průmyslového vlastnictví můžeme najít tyto zaregistrované ochranné známky:⁷

ÚPV-ČR [1897 / 113063](#) BUDVAR Slovní Platný dokument

ÚPV-ČR [451 / 113066](#) BUDVAR - BUDEJOVICKE PIVO Slovní Platný dokument

ÚPV-ČR [8853 / 113312](#) BUDVAR Kombinovaná Platný dokument

ÚPV-ČR [2150 / 150384](#) BUDVAR Slovní grafická Platný dokument

⁵ <http://budweiser-budvar.cz/o-nas/historie-a-soucasnost.html#restrictedContent>

⁶ <http://www.upv.cz/cs/prumyslova-prava/ochranné-znamky.html>

⁷ <http://isdv.upv.cz/portal/pls/portal/portlets.ozs.frm>

ÚPV-ČR [3868 / 151780](#) BUDVAR GRANAT Kombinovaná Zaniklý dokument

ÚPV-ČR [17071 / 153462](#) BUDVAR AZBUKA Kombinovaná Platný dokument

ÚPV-ČR [40292 / 157622](#) BUDWEISER BUDVAR B Kombinovaná Platný dokument

ÚPV-ČR [40293 / 157623](#) BUDVAR BUDWEISER Kombinovaná Platný dokument

ÚPV-ČR [43888 / 159506](#) BUDWEISER BUDVAR Slovní grafická Platný dokument

ÚPV-ČR [44635 / 159974](#) BUDEJOVICKY BUDVAR Slovní grafická Platný dokument

ÚPV-ČR [53308 / 165534](#) BUDVAR Kombinovaná Platný dokument

ÚPV-ČR [83957 / 174208](#) BUDWEISER BUDVAR Kombinovaná Platný dokument

ÚPV-ČR [99061 / 202644](#) BUDEJOVICKY BUDVAR Kombinovaná Platný dokument

OHIM [750562](#) Budejovický Budvar Obrazová Zapsaná

OHIM [749531](#) Budějovický Budvar Obrazová Zapsaná



ORIGINAL PIVNICE BUDVARKA:

V roce 2003 začal Budějovický Budvar budovat síť značkových pivnic. Pivnice Budvarka mají originální a tradiční interiér s dominantním výčepem a s posezením rozděleným do boxů. V **ORIGINAL PIVNICI**



BUDVARKA je velký důraz kladen na podávání kvalitně ošetřeného piva, a to jak čepovaného, tak i lahvového. Na jídelním lístku najdeme zejména jídla tradiční české kuchyně, pivní speciality, ale i zástupce kuchyně mezinárodní.

Výskyt Budvarky:



Obchodní značka užívá různé druhy reklamy:

Billboardy Budweiser Budvar:



Známkoprávní problémy

Pivovar je vlastníkem 308 ochranných známek ve 101 zemích. Mezi nejznámější patří Budweiser Budvar, Budweiser, Budvar, Bud a Budějovický Budvar. Ve Spojených státech amerických a Kanadě se pivo prodává pod obchodní značkou Czechvar.

Od počátku 20. století trvá spor mezi pivovarem Budějovický Budvar a americkým pivovarem Anheuser-Busch o vlastnictví ochranných známek. Probíhalo více než 40 soudních pří a 70 správních řízení před patentovými úřady. V současné době si Americký pivovar Anheuser-Busch nemůže zaregistrovat výraz Budweiser jako ochrannou známku pro Evropskou unii. V některých zemích bloku totiž práva na toto označení byla přiznána českému pivovaru Budějovický Budvar.

3) ZÁVĚR

V tomto referátu jsme se dozvěděli co to vlastně obchodní značka je či jaké jsou její formy. Na příkladu n.p. Budvar jsme si mohli blíže ujasnit hlavní problémy, které je při budování značky třeba řešit.