



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra geografie

Bakalářská práce

Pivovarnictví v ČR po roce 1989 – globalizace versus ekonomická lokalizace

Vypracovala: Lucie Vébrová

Vedoucí práce: Mgr. Michal Vančura, Ph.D.

České Budějovice 2017

Prohlášení:

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam i o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne:

.....

Lucie Věbrová

Poděkování:

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu své bakalářské práce Mgr. Michalovi Vančurovi, Ph.D. za cenné rady a připomínky, které mi poskytl při tvorbě této práce.

Anotace

VÉBROVÁ, L. (2017): Pivovarnictví v ČR po roce 1989 – globalizace versus ekonomická lokalizace. Bakalářská práce. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Pedagogická fakulta, Katedra geografie, České Budějovice, 79 s.

Bakalářská práce se zabývá ekonomickou globalizací a ekonomickou lokalizací a jejich vlivem na vývoj pivovarnictví v České republice po roce 1989. Tyto dva zmíněné procesy jsou v práci charakterizovány, přičemž důraz je kladen zejména na jejich základní projevy v českém pivovarnictví. Ekonomická globalizace má v České republice vliv na průmyslové pivovary, z nichž je většina vlastněna nadnárodními společnostmi. Ekonomická lokalizace se projevuje poměrně novým trendem v pivovarnictví, a to zakládáním minipivovarů.

Dále je provedena analýza pivovarnického průmyslu České republiky pomocí dostupných dat a informací s důrazem na faktory ekonomické globalizace a ekonomické lokalizace. K vytvoření analýzy jsou použita data průmyslových pivovarů a minipivovarů za profilové roky 1989, 2000 a 2015.

Klíčová slova: pivovarnictví, globalizace, ekonomická globalizace, ekonomická lokalizace, nadnárodní společnost, Česká republika, průmyslový pivovar, minipivovar, výstav piva

Annotation

VÉBROVÁ, L. (2017): Brewing in the Czech Republic after 1989 – globalization against economic localization. Bachelor's thesis. University of South Bohemia in České Budějovice, Faculty of Education, Department of Geography, České Budějovice, 79 p.

The bachelor's thesis discusses the economic globalization and the economic localization and their influence on the development of the brewing industry in the Czech republic after 1989. These two above mentioned processes are described in this paper, where the emphasis is placed on basic manifestations of economic globalization and economic localization in the Czech brewing industry. Economic globalization has an impact on industrial breweries in the Czech republic most of which are owned by transnational corporations. Economic localization represents relatively new trend in the industry manifested by the establishment of microbreweries.

Further of the analysis of the breweries in the Czech republic was done from available data and information where factors of the economic globalization and the economic localization are highlighted. Data of industrial breweries and microbreweries in sectional years 1989, 2000 and 2015 were used for the analysis.

Key words: brewing, globalization, economic globalization, economic localization, transnational corporation, Czech republic, industrial brewery, microbrewery, beer production

Obsah

1	ÚVOD	7
1.1	Cíle práce.....	8
1.2	Hypotézy	9
2	METODICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	10
2.1	Rozbor literatury.....	12
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE	16
3.1	Globalizace	16
3.2	Ekonomická globalizace.....	18
3.2.1	Nadnárodní společnosti.....	19
3.2.2	Projevy globalizace a ekonomické globalizace v České republice	22
3.3	Ekonomická lokalizace.....	23
3.3.1	Projevy ekonomické lokalizace v České republice.....	25
4	ANALÝZA EKONOMICKÉ GLOBALIZACE V PIVOVARNICKÉM PRŮMYSLU ČESKÉ REPUBLIKY	27
4.1	Stručná analýza pivovarnického průmyslu ve světě.....	27
4.2	Analýza vývoje pivovarnického průmyslu v České republice po roce 1989 ...	28
4.2.1	Struktura průmyslových pivovarů v České republice v roce 2015	37
4.2.2	Export piva v České republice	41
4.2.3	Spotřeba piva v České republice.....	42
4.2.4	Počet pracovníků v pivovarnickém průmyslu České republiky.....	43
4.3	Pivovarnické nadnárodní skupiny v České republice jako fenomén ekonomické globalizace.....	45
4.3.1	Strategické postupy pivovarnických skupin v České republice ovládnutými nadnárodními společnostmi	47
5	ANALÝZA EKONOMICKÉ LOKALIZACE V PIVOVARNICKÉM PRŮMYSLU ČESKÉ REPUBLIKY	51
5.1	Charakteristika minipivovarů	51
5.2	Vývoj minipivovarů v České republice po roce 1989.....	52
5.3	Projevy ekonomické lokalizace v pivovarnictví České republiky	56
5.4	Typologie vzniku minipivovarů v České republice.....	58
6	PIVA V OBCHODNÍCH ŘETĚZCÍCH ČESKÉ REPUBLIKY	60
7	ZÁVĚR	61
8	POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE	64
	SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ, MAP A PŘÍLOH.....	70
	PŘÍLOHY	72

1 ÚVOD

Pivovarnictví je v České republice významným průmyslovým odvětvím v národním hospodářství, o čemž svědčí i zdejší spotřeba piva a obliba tohoto alkoholického nápoje u Čechů. Po roce 1989 prošlo pivovarnictví České republiky výraznými změnami, jako je restrukturalizace, privatizace či ovládnutí českého pivovarnického trhu zahraničními společnostmi.

V České republice spadá pivovarnictví dle CZ-NACE do kategorie 11 Výroba nápojů, která patří do odvětví zpracovatelského průmyslu. Oddíl se člení na dalších sedm podskupin, přičemž skupina 11.05 zahrnuje výrobu piva. Pivo je v České republice považováno za národní nápoj a je součástí chráněného zeměpisného označení (CHZO) (PANORAMA ZPRACOVATELSKÉHO PRŮMYSLU ČR 2016).

Stěžejními tématy práce jsou globalizace, ekonomická globalizace, ekonomická lokalizace a zejména jejich vliv na české pivovarnictví. Ekonomická globalizace a ekonomická lokalizace jsou zcela odlišné pojmy. Při ekonomické globalizaci se podniky snaží ovládnout co největší množství zahraničního trhu a získat co největší zisk. Ekonomická lokalizace se zaměřuje pouze na místní trhy, využívá místních zdrojů a jejím cílem je uspokojení potřeb místních obyvatel.

Třetí kapitola bakalářské práce je rozdělena na dvě části, které se zabývají charakteristikou globalizace a ekonomické lokalizace. U globalizace je úvodní část věnována obecné globalizaci, kde jsou popsány její základní projevy. Jsou jimi např. přesun výroby do rozvojových zemí, které disponují levnou pracovní silou, či časoprostorová komprese, kdy čas a vzdálenost již v současném světě nehrají téměř žádnou roli. Další část tvoří ekonomická globalizace, na niž navazují nadnárodní společnosti, které jsou hlavním tahounem ekonomické globalizace. Charakteristice ekonomické lokalizace se věnuje druhá podkapitola. Součástí obou podkapitol jsou obecné projevy ekonomické globalizace a ekonomické lokalizace v České republice.

Další kapitoly práce se věnují problematice českého pivovarnictví. Čtvrtá kapitola podává přehled o vývoji pivovarnictví a vlivu globalizace zejména na velké pivovary. Ekonomická globalizace má na pivovarnictví České republiky velmi výrazný vliv a také mnohem větší vliv než ekonomická lokalizace. Po roce 1989 začaly velké pivovary ovládat mocné zahraniční společnosti. Většina velkých pivovarů je v majetku nějaké zahraniční firmy. Mezi nejznámější zahraniční společnosti ovládající český pivovarnický trh patří AB InBev, Heineken, Asahi a Molson-Coors. Ještě donedávna byl na českém pivovarnickém trhu nejsilnější nadnárodní společností SABMiller, který však je od roku

2016 součástí skupiny AB InBev. Jediný českobudějovický Budvar patří stále do rukou státu. Nejvýznamnější pivovarnickou společností České republiky je skupina Plzeňský Prazdroj, jejíž výstav přesahuje každý rok sedm milionů hektolitrů (hl). Vliv nadnárodních společností na české pivovarnictví s sebou přinesl mnoho změn, které jsou v kapitole charakterizovány. Kapitola je také doplněna informacemi o exportu piva, spotřebě piva a počtu pracovníků v pivovarnickém průmyslu České republiky.

Bakalářská práce se v páté kapitole zaměřuje na analýzu ekonomické lokalizace a jejího vlivu při vzniku minipivovarů. Nejprve se práce zabývá charakteristikou minipivovarů, jejich vývojem, kdy jejich počet neustále rapidně roste, a nakonec vlivy ekonomické lokalizace na minipivovary, které vycházejí zejména z výše zmíněné charakteristiky minipivovarů. Kapitolu doplňuje vytvořená typologie vzniku minipivovarů. Podstatné také bylo odlišení minipivovarů od velkých pivovarů a charakteristika jejich rozdílných pivovarnických praktik.

Minipivovary vznikají jako reakce na globalizaci a ovládnutí velkých pivovarů zahraničními společnostmi, která je doprovázena jistou unifikací ve výrobě. Jejich počet neustále vzrůstá. V roce 1989 byl v České republice jediný minipivovar U Fleků, jak uvádí A. Kratochvíle (2005). Do roku 2000 se počet minipivovarů zvýšil na 25 a k roku 2015 jich bylo 302.

Šestá kapitola práce zahrnuje informace o prodeji piva v obchodních řetězcích, přičemž hlavním cílem bylo zjistit, zda jsou v hypermarketech jako je např. Kaufland a Albert dostupná piva, která vyrábějí minipivovary a zda se při prodeji piva v hypermarketech uplatňují principy ekonomické lokalizace. Kapitola je zpracována na základě terénního průzkumu ve vybraných obchodních řetězcích.

1.1 Cíle práce

Cílem bakalářské práce bylo zhodnotit procesy ekonomické lokalizace a ekonomické globalizace v pivovarnickém průmyslu České republiky po roce 1989. Charakterizovat proces ekonomické globalizace a ekonomické lokalizace, vymežit, jakým způsobem se zmíněné procesy projevují. Jejich projevy následně ukázat na vývoji českého pivovarnictví. Tedy provést analýzu vlivu ekonomické globalizace zejména s ohledem na nadnárodní společnosti, na pivovarnický průmysl v České republice po roce 1989. Dále analyzovat vývoj segmentu minipivovarů pivovarnického průmyslu v České republice po roce 1989 jako příklad ekonomické lokalizace, kdy největší boom minipivovarů nastal až po roce 2000.

Dílčím cílem práce bylo vytvořit základní databáze průmyslových pivovarů a minipivovarů za profilové roky 1989, 2000 a 2015. Databáze byly utvářeny pomocí tabulek, map a grafů. Součástí databáze je roční výstav každého pivovaru, podle kterého je možné zjistit, jak je pivovar významný, velikost daného pivovaru, a zda se jedná o průmyslový pivovar či minipivovar.

1.2 Hypotézy

Na základě literatury Jeníček (2002), Hines (2000), Hasman, Hána, Materna (2016) o procesu ekonomické globalizace a ekonomické lokalizace a o vývoji pivovarnictví v České republice v post-sociálním období předpokládáme, že se tyto procesy v prostorovém vyjádření doplňují, a tedy si významněji velké a malé skupiny nekonkurují.

Na základě publikace A. Kratochvíle (2005) a dalších zdrojů, např. ročenek Pivovarského kalendáře, které vydává Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, lze předpokládat, že se vývoj pivovarnického průmyslu v České republice po roce 1989 jasně etapizoval a mohou být identifikována poměrně ostře ohraničená období s výrazně typickými trendy v prostorovém vývoji pivovarnického průmyslu.

2 METODICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

Pro potřeby bakalářské práce bylo důležité si stanovit, jakým způsobem budou pivovary České republiky rozděleny. Pivovary můžeme rozdělit do několika skupin. Nejčastěji se jedná o kvantitativní ukazatele, jako je např. velikostní dělení, při kterém jsou pivovary rozděleny dle výstavu, tedy objemu celkové produkce piva za rok. Výstav je pro práci nejdůležitější charakteristikou pivovarů. Z hlediska výstavu můžeme dělit pivovary na (NOVOTNÝ 2014):

- Malé (celkový roční výstav pivovaru je maximálně do 200 000 hl).
- Střední (celkový roční výstav pivovaru je v rozpětí od 200 000 do 500 000 hl).
- Velké (celkový roční výstav pivovaru je vyšší jak 500 000 hl).

Verhoef (2003) se zabývá odlišným dělením pivovarů. Pivovary dělí na:

- Homebrewer (roční produkce piva je jedna várka s 10 litry).
- Minipivovar (celkový roční výstav pivovaru je maximálně do 10 000 hl).
- Restaurační pivovar (celkový roční výstav pivovaru je maximálně do 200 000 hl).
- Regionální pivovar (celkový roční výstav pivovaru je maximálně do 500 000 hl).
- Velkopivovar (celkový roční výstav pivovaru je vyšší jak 500 000 hl).

Další možné členění pivovarů je dle zákona o spotřebních daních č. 353/2003 Sb. Zákon vymezuje malé nezávislé pivovary s výstavem do 200 000 hl ročně (SBÍRKA ZÁKONŮ ČESKÁ REPUBLIKA 2003). Pivovary do 10 000 hl jsou nazývány minipivovary a mají nejnižší spotřební daň. Přesáhne-li pivovar hranici 10 000 hl ročně, poté se označuje jako průmyslový pivovar (NOVOTNÝ 2014).

Pro účely bakalářská práce byly pivovary rozděleny dle výše zmíněného členění do dvou skupin, a to na minipivovary a průmyslové pivovary. Jako minipivovary jsou označovány pivovary s výstavem do 10 000 hl ročně, zatímco průmyslové pivovary musí mít výstav nad 10 000 hl ročně. Proto se může stát, že některé pivovary, které jsou v jiných zdrojích vnímány stále jako průmyslové, se v analýze bakalářské práce propadly do kategorie minipivovarů.

Součástí analýzy pivovarnického průmyslu jsou základní databáze v profilových rocích 1989, 2000 a 2015, podle kterých můžeme pozorovat změny ve vývoji a v koncentraci pivovarnického průmyslu. Rok 1989 byl vybrán proto, že v té době stále trval komunistický režim a pivovary měly úplně odlišnou strukturu svého působení, než mají v současnosti. Po rozpadu Sovětského svazu do roku 2000 probíhalo velké množství

změn, ať už se jedná o privatizaci, restituci či o počáteční vliv zahraničního kapitálu na český pivovarnický trh. Tabulka Průmyslové pivovary v České republice v roce 2000 pomohla získat přehled o změně struktury pivovarů od roku 1989. Rok 2015 poskytuje informace o současném pivovarnickém průmyslu, kdy se již průmyslové pivovary dělí na dvě skupiny. Jednu skupinu tvoří samostatné pivovary a druhou skupinu pivovarnické společnosti se svými začleněnými pivovary, kterých je v současné době v České republice šest.

Data za rok 1989 byla získána z databáze Českého statistického úřadu (ČSÚ) Provozovny ústředně řízeného průmyslu v roce 1989 a z publikace A. Kratochvíle (2005). Zdrojem analýzy stavu pivovarů v roce 2000 byl Pivovarský kalendář za rok 2002 a kniha od A. Kratochvíle (2005). Data za rok 2015 byla čerpána z Pivovarského kalendáře 2016, kde jsou však dostupná data výstavů pivovarů pouze za rok 2014, konkrétně k 31. 12. 2014. Vytvořené tabulky vždy obsahují název pivovaru, v jakém kraji a obci se daný pivovar nachází, a výstav pivovaru k danému sledovanému roku.

V práci bylo zpracováno množství grafů. Pro lepší přehlednost byly použity grafy sloupcové. Některá data, se kterými se v grafech pracovalo, byla opět dostupná pouze k roku 2014. Získaná data byla také prezentována pomocí grafického vyjádření prostorového vývoje pivovarnického průmyslu na základě map v Geografických informačních systémech. Mapovými výstupy jsou kartodiagramy. Mapa, která se týkala pivovarnických koncernových podniků byla zpracována na principu kartogramu propojeného s kartodiagramem.

Jak již bylo zmíněno, data o pivovarech byla získávána zejména z Pivovarského kalendáře. Tyto údaje byly doplněny informacemi z webového portálu www.pivovary.info.cz. Je nutné podotknout, že pokud bylo čerpáno z různých zdrojů, data nejsou vždy stejná, což je poměrně velký problém. Liší se hodnoty ročních výstavů pivovarů a rozdíly jsou např. i v informacích o vzniku pivovarů. Také se v množství zdrojů velmi liší např. hodnoty exportu piva, spotřeby piva či další důležité charakteristiky, týkající se pivovarnického průmyslu. Mohou se tedy objevit různé nesrovnalosti s odlišnými zdroji, proto je důležité podotknout, že stěžejním zdrojem získání dat pro analýzu pivovarnického průmyslu byly ročenky Pivovarský kalendář, které vycházejí každý rok již od roku 1999 a vydává je Český ústav pivovarský a sladařský. Proto tedy mohou být považovány za nejpřesnější zdroj.

Dalším problémem, se kterým se autorka bakalářské práce potýkala, byla nedostupnost dat týkající se zaměstnanosti v pivovarnickém průmyslu České republiky.

Počty zaměstnanců za jednotlivé pivovary nebylo možné dohledat. V některých publikacích se udával pouze celkový počet zaměstnanců za některé roky. Data o počtu pracovníků v jednotlivých průmyslových pivovarech byla získána pouze k roku 1989 a 1999.

Součástí kapitoly Analýza ekonomické lokalizace v pivovarnickém průmyslu České republiky je podkapitola s názvem Typologie vzniku minipivovarů. Cílem této podkapitoly bylo charakterizovat, proč se minipivovary nacházejí právě v dané obci a určit možné lokalizační faktory vzniku minipivovarů. Podkapitola byla zpracována na základě vlastního názoru, prostudované literatury a nahlédnutí do některých webových stránek minipivovarů. Webové stránky však nejsou uvedeny v seznamu literatury, neboť sloužily pouze jako inspirace a nebyly z nich čerpány žádné informace.

2.1 Rozbor literatury

Bakalářská práce čerpá z literatury, kterou lze rozdělit do tří okruhů. Jedná se o autory zabývající se globalizací a ekonomickou globalizací, ekonomickou lokalizací a o autory, kteří se ve svých dílech věnují pivovarnictví v České republice po roce 1989. První část bakalářské práce se zabývá globalizací a ekonomickou globalizací.

Globalizační procesy se začaly prosazovat již na přelomu 18. a 19. století v důsledku expanze Evropy do celého světa. Příčinou vzniku globalizace byla průmyslová revoluce a o její rozvoj se postaral technologický pokrok. Autoři se problematice globalizace začali věnovat až ve druhé polovině 20. století (LEHMANNOVÁ 2003).

Pro charakteristiku procesu globalizace bylo využito publikace od V. Jeníčka (2002) Globalizace světového hospodářství. V. Jeníček je jedním z hlavních českých autorů zabývajících se globalizací. Kniha poskytuje komplexní přehled o procesu globalizace. Globalizaci popisuje, zabývá se jejími determinanty, sférami a zkoumá její projevy. Poslední kapitola publikace je věnována růstům, rizikům a asymetrii globalizace. Obdobné problematice se věnují Z. Lehmannová (2003), J. Keller (2007) a CH. Epping (2004). Z. Lehmannová (2003) se zabývá historickou podstatou a historickými předpoklady globalizace. J. Keller (2007) globalizaci vnímá z dvojího pohledu, a to jako první a druhou fázi, a popisuje spory o povaze globalizace. Obecnému pojetí globalizace se věnuje CH. Epping (2004). Taktéž bylo pro charakteristiku globalizace využito publikace Ministerstva pro místní rozvoj s názvem Globalizace v cestovním ruchu. Publikace je dostupná na internetu a poskytla základní informace o globalizaci.

Součástí prvního okruhu je podmnožina globalizace, a to ekonomická globalizace. Jedná se o jeden z hlavních proudů globalizace, který utváří současnou ekonomiku. Tematicke ekonomické globalizace se opět věnuje již zmíněný V. Jeníček. Ekonomická globalizace je dále doplněna informacemi od J. Fárka, z jeho článku *Ekonomika Indie – po váhavém startu impozantní nástup* (2004). V publikaci podobně jako V. Jeníček popisuje hlavní faktory ekonomické globalizace, uvádí její klady a podává přehled o tom, jaký ekonomická globalizace zapříčiňuje rozvoj. Jako poslední bylo pro popis ekonomické globalizace čerpáno z knihy s názvem *Mezinárodní politika* od J. Fárka a J. Foltýna (2001). Tematicke nadnárodních společností se věnuje V. Toušek, J. Kunc, J. Vystoupil a kol. (2008) v knize *Ekonomická a sociální geografie* a již zmíněný V. Jeníček (2000). Značné informace o nadnárodních společnostech jsem čerpala také z publikace od I. Rolného a L. Laciny (2001).

Ekonomická lokalizace není v České republice ani ve světě tak známá jako globalizace. Její počátek nastal v 2. polovině 20. století. Je nutné podotknout, že se prakticky jedná o nový pojem, proto autorů pojednávajících o ekonomické lokalizaci není mnoho. Mezi českými autory dominují N. Johanisová a E. Fraňková. Ekonomickou lokalizaci shrnuje N. Johanisová ve své knize *Kde peníze jsou služebním, nikoliv pánem* vydané v roce 2008. Její popis ekonomické lokalizace je zčásti zaměřen na kritiku globalizace a vyjádření toho, v čem je ekonomická lokalizace lepší než globalizace. Publikace *Lokální ekonomiky v souvislostech aneb Produkce a spotřeba z blízka* od E. Fraňkové (2015) poskytla ucelený přehled o tom, co je ekonomická lokalizace, jak se projevuje a jací autoři se jí věnují. Posledním autorem, od kterého se v práci čerpá, je S. Kutáček (2007). Ze zahraničních autorů se jako první teorií lokální ekonomiky zabýval C. Hines v knize *Localization A Global Manifesto* (2000). Charakteristice ekonomické lokalizace se ze zahraničních autorů dále věnují C. Lucasová (2003), R. Doutwahite (1996), H. Norberg-Hodgeová (1996) a P. Desai & S. Riddlestone (2002).

Bakalářská práce se dále zabývá tím, jak se globalizace, ekonomické globalizace a ekonomické lokalizace v České republice projevují. Informace o vlivu globalizace na Českou republiku byly čerpány z bakalářské práce T. Jakši (2009/2010). O tom, jaký vliv má či měla globalizace na Českou republiku, neexistují téměř žádné publikace.

Projevy ekonomické lokalizace v České republice byly popsány na základě výzkumu agentury Ipsos (2016), který je vůbec prvním výzkumem týkajícím se tohoto tématu. Konkrétní příklady lokální ekonomiky v České republice uvádí ve své knize E. Fraňková (2015). Dále bylo pro charakteristiku ekonomické lokalizace v ČR využito

webových stránek www.lokalniekonomiky.cz a www.lokalni-ekonomika.cz. K měření lokální ekonomiky slouží tzv. lokální multiplikátor, o němž se zmiňuje ve své publikaci S. Kutáček (2007).

Pivovarnictvím v České republice se zabývá A. Kratochvíle. Pro potřeby bakalářské práce byla používána jeho kniha Pivovarství českých zemí v proměnách 20. století. Kniha poskytuje přehledný a kvalitní vývoj pivovarnictví až do roku 2000. Součástí publikace je množství tabulek.

Téměř veškerá data týkající se průmyslových pivovarů i minipivovarů byla čerpána z Pivovarských kalendářů. Jedná se o ročenky, ve kterých je uveden seznam všech průmyslových pivovarů a minipivovarů, které v České republice existovaly k danému roku. Seznam je téměř u všech pivovarů doplněn ročním výstavem. Zbylé informace týkající se např. spotřeby piva a exportu piva jsou zpracovány formou tabulek. Nevýhodou však bylo, že aktuální data byla u všech pivovarů v Pivovarských kalendářích dostupná za rok 2014. Pivovarský kalendář vychází vždy v aktuální rok, v současnosti bylo tedy čerpáno z Pivovarského kalendáře pro rok 2016, ale data výstavů byla dostupná o dva roky dozadu, tedy za rok 2014.

Pro potřeby bakalářské práce bylo také čerpáno z různých článků zabývajících se pivovarnictvím, jako je článek od J. Hasmana, D. Hány a K. Materny (2016) v Časopise geografie, či článek M. Ulricha v Geografických rozhledech (2006) a z Atlasu pivovarnictví České republiky (2010). Na současné nadnárodní společnosti, které ovládají český trh, poukazuje J. Pulec (2014) ve své diplomové práci Geografická analýza pivovarnického průmyslu. K velké změně v českém pivovarnictví došlo na konci roku 2016, kdy se rozhodlo o prodeji Plzeňského Prazdroje japonské společnosti. Podmínky prodeje, jeho cenu a další informace uvádějí články na internetových stránkách www.ekonomika.idnes.cz. Informace o historii jednotlivých průmyslových pivovarů poskytuje webová stránka www.pivovary.info.cz, na které je také dostupný seznam se všemi minipivovary založenými v České republice po roce 1989. Množství doplňujících informací bylo získáno z oficiálních stránek pivovarů a pivovarnických nadnárodních společností.

Na principy fungování minipivovarů poukazují ve své knize H. Večerková a J. Kiss (2004). Analýzou minipivovarů se ve své bakalářské práci zabývá K. Pojmanová (2008). Velmi kvalitní článek o minipivovarech vydala Mladá fronta Dnes (2016). Článek se zabýval tím, jaké rozdíly jsou mezi minipivovary a průmyslovými pivovary patrné, jak se pivo v minipivovarech vyrábí či jaké zákazníky minipivovary uspokojí.

Příkladem ekonomické lokalizace u minipivovarů může být udělování označení Regionální potravina. Podmínky, které je nutné dodržovat, aby daný produkt mohl získat Regionální potravinu, jsou uvedeny na webové adrese www.regionálnipotravina.cz. Součástí stránek je také přehled všech pivovarů, které toto ocenění získaly.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

3.1 Globalizace

Globalizace je fenomén, který zasahuje téměř do všech oblastí lidské činnosti. Není možné ji popsat pouze pomocí jediného oboru. Její vliv prolíná zejména do oborů ekonomických, technických a společenskovedných (JENÍČEK 2002). Nejdůležitější podmnožinou globalizace je ekonomická globalizace, které byla v bakalářské práci věnována největší pozornost. Nejprve bylo ale zapotřebí obecně charakterizovat proces globalizace.

V současném světě je globalizace významným pojmem. Prolíná se téměř do všech oblastí života, zejména do ekonomiky a financí. Příčinou jejího vzniku bylo zavedení dělby práce ve světě, dostatek surovin, kvalitní poptávka a zapojení komparativních výhod do dělby práce, mezi něž patří levná pracovní síla (GLOBALIZACE V ČR 2012).

Globalizace má dvě etapy vývoje. Nejprve měly hlavní roli národní státy, které za účelem rozvojové pomoci modernizovaly země jihu. Jih poté vyvážel levné suroviny na sever a přebytečné suroviny ze severu naopak putovaly na jih. Ve druhé vývojové etapě dominují globalizaci nadnárodní korporace, které na jihu využívají levné pracovní síly a nižších daní (KELLER 2007).

Počátek globalizace nenastal všude ve stejný čas, ale záleželo na vyspělosti země a její geografické poloze. Pro všechny státy není globalizace prospěšná. Např. v zemědělských státech díky ní docházelo ke snížení hrubého domácího produktu (HDP) a zaměstnanosti. Proto se globalizovaný svět rozděluje na tzv. bohatý sever a chudý jih. Bohatý sever je označení pro Evropu, Severní Ameriku a jihovýchodní Asii. Na druhé straně jsou pak chudým jihem označovány bývalé kolonie, tedy většina Afriky (JENÍČEK 2002).

Jedním z hlavních determinantů, které výrazně ovlivňují globalizaci, je rozvoj technologií. V průběhu let došlo ke zdokonalení dopravních a komunikačních technologií. Náklady na přepravu zboží, osob, peněz i informací se snížily. Také nastal velký rozvoj ekonomiky na globální úrovni. V současné době se vývoj zaměřuje na výrobu tzv. nehmotného zboží a souvisí s rozvojem terciéru, kvartéru a v neposlední řadě i kvintéru (JENÍČEK 2002).

Díky globalizaci rostou ekonomiky, zvyšuje se životní úroveň obyvatelstva, vzrůstá gramotnost a délka života. V některých zemích zabránila globalizace chudobě.

Na mnoha místech je více pracovních příležitostí, jinde naopak o práci kvůli globalizaci lidé přicházejí, neboť centrum výroby se přesouvá do jiných zemí (EPPING 2004).

Mezi další hlavní determinanty globalizace patří časová a prostorová transformace kapitálu. Globalizace je závislá na dění ve světě a svět se díky ní propojuje. Tzv. volný obchod pomáhá k odstranění překážek v obchodu, napomáhá k plynulému pohybu zboží či služeb, přičemž využívá technologického pokroku. Vlivem technologického pokroku se postupem času vytvořily finanční trhy, ve kterých dochází k volnému pohybu kapitálu, jenž v současnosti figuruje globální ekonomice (JENÍČEK 2002).

Globalizace se urychluje v závislosti na kvalitnější a rychlejší dopravě. Je možný rychlý přesun peněz, kvalita nabízeného zboží roste a snižují se jeho ceny (GLOBALIZACE V ČR 2012).

Propojení světa se nazývá tzv. časoprostorová komprese, kdy velké vzdálenosti při globalizaci již nehrají roli. Propojení světa zapříčiňuje, že se svět prostorově i časově zmenšuje. Geografické uspořádání neboli prostorové zmenšení světa určuje tzv. hospodářský prostor. Hospodářský prostor vymezuje ekonomické vazby mezi subjekty, kdy není brána v potaz geografická poloha. Infrastruktura v přepravě zboží a informací se neustále rozvíjí a její logistika se zlepšuje. Díky prostorovému zmenšení světa je možný přesun výroby do zemí s levnější pracovní silou či přesun kapitálu tam, kde bude mít nejvyšší hodnotu. Typickým příkladem je automobilový průmysl, jehož výroby se koncentrují v Asii a mateřské firmy provádějí pouze práce s vysokou přidanou hodnotou, zejména výzkum a vývoj (JENÍČEK 2002).

Při globalizaci se v ekonomice snaží prodat co nejvíce produktů za nejnižší náklady. Produkty se vyrábějí ve velkovýrobě a podniky se uskupují ve velkých městských centrech (JENÍČEK 2002).

Globalizace s sebou přináší pozitivní důsledky, ale také mnoho problémů. Mezi pozitivní důsledky patří zlepšení životní úrovně, roste nabídka i kvalita zboží a služeb, dostupné je větší množství komunikačních prostředků, klesají prodejní i výrobní ceny, vznikají nová pracovní místa a je volnější přístup k informacím. Mezi problémy globalizace patří znečištění životního prostředí a již zmíněný rozdíl mezi bohatým severem a chudým jihem. V rozvinutých zemích jsou velké rozdíly mezi nejvyššími a nejnižšími příjmy. Vzrůstá jak politický, tak i ekonomický vliv nadnárodních společností. Snadněji nastávají krize, neboť současná ekonomika je nestabilní. Prohlubuje se chudoba, hlad, nemoci a v chudých zemích začínají války (JENÍČEK 2002).

3.2 Ekonomická globalizace

Ekonomická globalizace je podmnožinou globalizace. Můžeme ji charakterizovat jako pokračující internacionalizaci světového hospodářství. Jedním z hlavních pilířů ekonomické globalizace je integrace národních ekonomik do ekonomického systému světa, kdy se svět začíná více propojovat ekonomickými aktivitami. Při ekonomické globalizaci dochází ke zvýšení závislosti trhů a výroby zemí. Na významu získává obchod se službami a zbožím. Rozvíjí se technologie a pohyb kapitálu. Ekonomické globalizaci dominují informační technologie, ve kterých je důležitá dobrá znalostní a informační základna. Data jsou díky ní přeměňována na informace a znalosti, pomocí kterých firma dosahuje svých cílů. Podniky získávají konkurenční výhody s použitím informačních technologií a udržují si tak svůj post na trhu. Proto do informačních technologií investují velké množství financí. Povinností firmy je přizpůsobit se novým segmentům či vývojovým trendům, které na trhu vznikají (JENÍČEK 2002).

Při ekonomické globalizaci vzkvétá zahraniční obchod, zvyšuje se migrace, transfery technologií a toky kapitálu. Některé země však neumějí dobře zacházet se zahraničním kapitálem. Z toho důvodu vzniká jejich zadlužení, v nejhorších případech dochází až k finanční krizi. Svět se z technologického, informačního i hospodářského hlediska propojuje. Trhy i ekonomiky států se začínají otevírat světu a jsou více provázané. Výrazně se zlepšuje produktivita práce, zrychlují se inovace a modernizují produkční struktury. Roste konkurence a kapitál se stává více dostupným. Výrazným rysem ekonomické globalizace je překonání bariér v prostoru. Vzdálenost již není nepřekonatelnou překážkou (FÁREK 2004).

Díky neustálému technologickému vývoji se stabilizují či snižují ceny, zlepšují podmínky podnikání a roste efektivita téměř všech aktivit. Ekonomická globalizace však má i svá negativa, která jsou označována jako transformační změny. Transformačními změnami můžeme označit např. úbytek pracovních míst kvůli přesunu výroby do jiných států či konkurenci levných dovozů (FÁREK 2004).

I přes veškeré kritiky je ekonomická globalizace stále více efektivní a ekonomiky se jí snaží přizpůsobovat. Do procesů hospodaření jednotlivých zemí vnikají zahraniční prvky, jako jsou vnější dluhy, společné podniky či zahraniční investice. Vznikají zóny volného obchodu, utvářejí se mezinárodní finanční a vědeckovýzkumné kapacity (FÁREK 2004).

Při ekonomické globalizaci se firmy v současné době pohybují na globalizovaném trhu, kde je velká konkurence. Zisk je založen na snižování nákladů. Probíhá outsourcing,

při kterém se firmy snaží co nejintenzivněji využívat nákladů. Podniky proto svoji výrobu přesouvají do rozvojových zemí s efektivnější prací a kapitálem v oblasti s nejvyšší přidanou hodnotou. Tyto rozvojové země, jako je Čína a Indie, mají dobré telekomunikační spojení a jsou nakloněny investorům. Jedním z hlavních ekonomických zdrojů Číny a Indie je proto export (FÁREK 2004).

Mezi další znaky ekonomické globalizace patří růst významu vnější finanční infrastruktury. Dochází k uvolňování kapitálových toků, utváří se nové finanční nástroje a probíhají elektronické transakce (FÁREK, FOLTÝN 2001).

Státy se pomocí obchodu se zbožím, toků investic a finančního kapitálu integrují. Stále větší množství zboží je nakupováno v zahraničí. Země s levnější pracovní silou se specializují na výrobu nenáročného zboží, zatímco bohatší země se zaměřují na odbornou a kvalitnější produkci (JENÍČEK 2002).

Součástí ekonomické globalizace jsou dva odlišné pojmy, a to ekonomický růst a ekonomický rozvoj. Ekonomický růst je možné vyjádřit dle tempa růstu hrubého domácího produktu na obyvatele. Jeho vývoj lze zkoumat pomocí působení faktorů a podmínek, které HDP ovlivňují. Ekonomický růst je ovlivněn růstem populace. Čím vyšší tempo růstu populace je, tím je zároveň nižší tempo růstu HDP na obyvatele. Výrazný vliv na ekonomický růst má také technický pokrok, akumulace kapitálu, míra specializace a organizace výroby či přírodní zdroje (JENÍČEK 2002).

Do ekonomického rozvoje zahrnujeme strukturální změny a změny týkající se hospodářské politiky, mezi které patří změna úrokových sazeb a přepisů daní. Strukturálními změnami se rozumí např. změny v zaměstnanosti, ve vlastnických vztazích či v životní úrovni (JENÍČEK 2002).

3.2.1 Nadnárodní společnosti

Nadnárodní společnosti neboli také multinational corporations či transnational corporations (TNC) jsou hlavními protagonisty ekonomické globalizace. Díky svému prostorovému rozmístění patří k výrazným mechanismům globální ekonomické integrace a utváří tak pracovní trh (TOUŠEK, KUNC, VYSTOUPIL A KOL. 2008). Jako nadnárodní společnost můžeme označit podnik, který je vlastníkem aktiv minimálně ve dvou zemích (JENÍČEK 2002).

Podle toho, čím se nadnárodní společnosti zabývají, se dělí na (JENÍČEK 2002):

- Vertikálně integrované (pobočky zpracovávají stejný výrobek, ale jiným stupněm zpracování).
- Horizontálně integrované (pobočky se zabývají stejnou činností).
- Konglomerátní neboli složené (kombinace vertikální a horizontální integrace, specializací nadnárodní společnosti může být i více činností).

Vertikální integrace je spojení distribučních řetězců, které na sebe logicky navazují. Naproti tomu v integraci horizontální se velké společnosti utvářejí na jedné úrovni dodavatelsko-odběratelských vztahů (JENÍČEK 2002).

Nadnárodní společnosti začaly vznikat od 70. let. 20. století. V tomto období vzrostl význam rozvojových zemí, které se staly potřebnými pro globální trh, neboť do nich nadnárodní společnosti začaly přesouvat svoji výrobu. Díky vlivu nadnárodních společností se v těchto zemích začala rozvíjet industrializace (GLOBALIZACE V CR 2012).

Zatímco výrobu nadnárodní společnosti koncentrují do rozvojových zemí, jejich hlavní podniková sídla se nacházejí ve vyspělých zemích, v místech, kde daná společnost původně vznikla. Tyto země pak díky působení nadnárodních společností mají zajištěn růst své ekonomiky (GLOBALIZACE V CR 2012).

TNC jsou charakteristické tím, že se ve všech oblastech, kde působí, chovají jako jeden subjekt. Jejich hlavním zaměřením je efektivita. Snaží se co nejvíce využít veškeré dostupné zdroje, i za cenu překonání různých bariér. Ke svému podnikání využívají zejména výsledků vědeckého výzkumu (JENÍČEK 2002).

Obrovský vzestup nadnárodních korporací zapříčiňují úspory z rozsahu. Ty jsou získávány pomocí již zmíněné vertikální a horizontální integrace. Vyšší výkonnosti dosahují v určitých odvětvích společnosti tím, že jejich podniky neustále velikostně rostou a díky tomu mohou vyrábět čím dál více zboží, které pak dodávají na globální trh. Jediným příkladem, kde není možné dosáhnout úspor z rozsahu, jsou továrny (JENÍČEK 2002).

Každou nadnárodní společnost tvoří mateřský a dceřiný podnik. Mateřským podnikem je označováno sídlo podniku, které svým dceřiným společnostem v zahraničí poskytuje zkušenosti, strategie týkající se marketingu a různé technologie. Informace získávají podniky dceřiné a poté je využívají firmy mateřské (ROLNÝ, LACINA 2001).

Podle počtu procent, které vlastní mateřský podnik v podniku dceřiném v zahraničí, se nadnárodní společnosti dělí na (JENÍČEK 2002):

- Filiálku (mateřský podnik vlastní 100 %).
- Pobočku (ve vlastnictví mateřského podniku je téměř polovina).

Afilaci (ve vlastnictví je čtvrtina, tedy 25 % majetku dceřiného podniku).

Pobočky nadnárodních společností vznikají díky přímým zahraničním investicím mateřské firmy, a to akvizicí již existujícího podniku, výstavbou nových provozoven nebo fúzí dvou či více podniků z různých zemí (KONEČNÝ 2014). Země na své území lákají zahraniční investice, státy jsou povinny zahraniční investice chránit a ve veřejné správě se snaží vytvořit prostředí, které bude pro zahraniční investory atraktivní (DAMBORSKÝ, ŘÍHOVÁ 2008). Nástrojem pro přilákání kapitálu ze zahraničí jsou investiční pobídky, které investorům poskytují finanční podporu (KONEČNÝ 2014).

Dalším dělením nadnárodních korporací je jejich zapojení do světového hospodářství, dle této definice se dělí na (JENÍČEK 2002):

- Etnocentrické (zaměřují se na původní zemi, jedná se o strategii celosvětovou).
- Polycentrické (jejich orientací je země hostitelská, jedná se o strategii mnohonárodnostní).
- Geocentrické (zabývají se světovou strategií, mezi hlavní cíle patří pouze cíle ekonomické).

Pro fungování nadnárodních společností jsou potřebné konkurenční výhody, které vycházejí z celosvětové sítě distribuce a výroby. Mezi hlavní složky konkurenčních výhod patří financování, výzkum, vývoj a získávání informací o trhu. Nadnárodní společnosti mají velkou produkci a v důsledku toho je jejich výroba více specializovaná. Výzkum a vývoj probíhá v zemích, které pro to mají nejlepší předpoklady. Součástí výzkumného centra je vždy kvalifikovaná pracovní síla a dostupné technologie (ROLNÝ, LACINA 2001).

Nadnárodní společnosti mají v místě svého působení vliv na zlepšení podnikání. V jejich blízkosti je typická koncentrace účetních, poradenských a finančních firem. TNC nabízejí v dané oblasti kvalifikovaná pracovní místa a zvyšují místní rozpočty. Pracovní místa nabízejí rovněž subdodavatelské podniky. Poskytováním množství pracovních míst

mají nadnárodní společnosti vliv na snížení nezaměstnanosti v dané oblasti a svým pracovníkům nabízejí vyšší platy než firmy, které působí na domácím trhu (BALOUN 2010).

Nadnárodní společnosti tvoří pracovní místa až pro statisíce zaměstnanců. Mívají více než sto poboček a jejich tržby můžeme srovnat s hrubým domácím produktem vyspělých zemích (KONEČNÝ 2014).

3.2.2 Projevy globalizace a ekonomické globalizace v České republice

Za dob komunistického režimu v České republice probíhala ekonomika na základě centrálního plánování. Zahraničním obchodem se mohly zabývat pouze některé podniky. Ani po roce 1989 se situace nezměnila. Zboží vyrobené v Česku nebylo ve světě konkurenceschopné ani úspěšné (JAKŠA 2009/2010).

Od 2. poloviny 90. let zapříčinila globalizace v České republice několik výrazných změn. České republice se otevřel svět, neboť již nebyla sociálním státem. Byla zde zajištěna stabilní měna (OBČANSKÁ NAUKA STUDIUM 2009). Díky liberalizaci mezinárodního obchodu začal do země proudit zahraniční kapitál. Zlepšila se ekonomika i export. Česká republika se začala modernizovat. Vznikaly nové technologie, dostupné byly nové léky. Snadno se získávaly informace o dění ve světě. Změny proběhly také v oblasti cestování, které se stalo rychlejší a levnější. Nově byla poskytována možnost studia či pracovních zkušeností v zahraničí (MŮJ STUDIJNÍ SVĚT ONLINE 2007).

Situace se postupem času neustále zlepšovala. Nyní je Česká republika otevřenou ekonomikou. Objem zahraničního obchodu je rozsáhlý. Zejména funguje vývoz přeshraniční, v mezinárodních výrobních řetězcích. Česká republika má navázané obchodní vztahy zejména s Německem, a to díky automobilovému průmyslu (JAKŠA 2009/2010).

Pro české firmy jsou zahraniční investice důležitým faktorem. Zahraniční investice utvářejí nová pracovní místa, zmírňují nezaměstnanost a podniky díky nim získávají lepší dodavatelské zakázky. Firmy, které vlastní zahraniční kapitál, mají větší produktivitu než firmy na domácí půdě. Pomocí zahraničního kapitálu jsou vybaveny lepšími technologiemi a mají větší možnost být součástí globálních produkčních řetězců. Negativem zahraničních investic je, že jsou jimi znevýhodňovány firmy české (JAKŠA 2009/2010).

3.3 Ekonomická lokalizace

Jako ekonomickou lokalizaci označujeme způsob hospodaření, kdy dochází k využití místních, tedy lokálních zdrojů. Jejím základním cílem je uspokojení lokálních potřeb obyvatel žijících v daném místě, v co nejkratší vzdálenosti (LUCAS 2003).

Teorií ekonomické lokalizace se jako první zabýval Colin Hines (2000) ve své knize *Localization A Global Manifesto*, kde ji vnímá jako kladnou alternativu globalizace. Podle něho je ekonomická lokalizace cílená, morální, legislativní a ekonomická podpora místních podniků, ve kterých jsou zaměstnáni místní lidé. Kapitál pochází z místních zdrojů a využívají jej místní trhy. Dle Hinese přináší s sebou ekonomická lokalizace pozitivní důsledky. Zvyšuje se úroveň demokracie, kvalita života a ochrana životního prostředí. Rozvíjí se obnovitelné zdroje energie, roste zájem o veřejnou dopravu a zemědělství se stává ekologičtější (HINES 2000).

Hlavními faktory ovlivňující lokální ekonomiku jsou místní obyvatelé a samosprávy. Lokální ekonomika závisí na místní spotřebě, ve které hraje obyvatelstvo důležitou roli a samosprávy výrazně ovlivňují výši obrátu lokální ekonomiky. V ekonomické lokalizaci dominují lokálně vlastněné podniky, které nepodporují dovoz surovin. Zkracují se tak dopravní vzdálenosti k získání potřebných surovin, neboť se využívá místních zdrojů energie, potravin, základních surovin a místní vody. Dovoz nastává až v případě, pokud oblast není schopna poptávku po surovinách sama pokrýt (HINES 2000). Lokálně vyrobené potraviny jsou zdravější, kvalitní a zejména čerstvé. Nemají v sobě tolik chemikálií, neboť se nikam nepřevážejí (NORBERG-HODGE 1996).

Desai a Riddleston (2002) pojmenovali ekonomickou lokalizaci jako bioregionální přístup. V něm státy uspokojují své potřeby z místních zdrojů a dovážejí pouze produkty, které mají vysokou přidanou hodnotu. Základním požadavkem bioregionálního přístupu je soběstačnost a důraz na přírodu (DESAI, RIDDLESTONE 2002).

Evropské regiony ještě před sto lety fungovaly na principu lokální ekonomiky. Postupem času však došlo v ekonomické, morální i sociální oblasti ke změně, která měla na lokální ekonomiku negativní dopad. Změnu zapříčinil vznik globalizace. Téměř každý stát je závislý na dovozu potravin. Lokální ekonomika proto podporuje vlastní pěstování potravin, např. na svých zahrádkách (LOKÁLNÍ-EKONOMIKA.CZ 2016). Ekonomická lokalizace by se však od globalizace neměla úplně odříznout. Měla by se pokusit najít rovnováhu mezi lokální, regionální, národní a mezinárodní úrovní (FRAŇKOVÁ 2015).

V ekonomické lokalizaci hrají důležitou roli obnovitelné zdroje, mezi které patří např. využití slunce, větru, vody či biomasy. Pomocí obnovitelných zdrojů mohou lidé ušetřit velké množství finančních prostředků a zároveň přispívají ke zlepšení životního prostředí (LOKÁLNÍ-EKONOMIKA.CZ 2016). Díky lokální produkci a spotřebě se např. snižují emise CO₂ (FRAŇKOVÁ 2015).

Ekonomická lokalizace slouží k uspokojení lidských potřeb na Zemi. Zajišťuje kvalitnější sociální zázemí a lepší společenské vztahy (FRAŇKOVÁ 2015). Snaží se vytvářet decentralizovaný vývoj ve venkovských oblastech, čímž zabraňuje stěhování obyvatel do měst (SCHUMACHER 2000). Lokální ekonomika zapříčiní postupem času migraci z měst na venkov, neboť venkov se stane více soběstačným a role měst začne upadat (DOUTHWAITE 1996). Ekonomická lokalizace vytváří soběstačnost regionů, zemí a komunit. Malé oblasti by se měly zaměřit pouze na výrobu toho, na co samy stačí. Při lokální ekonomice není nikdo závislý na ostatních, ale pouze sám na sobě v daném území (JOHANISOVÁ 2008). Díky podporování lokální ekonomiky vznikají nová pracovní místa, která se utvářejí zejména na venkově (DESAI, RIDDLESTONE 2002).

Ekonomický potenciál je v ekonomické lokalizaci vytvářen pomocí vlastního úsilí, dovedností a slouží pro potřeby místních obyvatel. Ekonomika se v místě oživuje, prosperuje, snaží se navracet k tradicím a je nezávislá na politice či vládě (LOKÁLNÍ-EKONOMIKA.CZ 2016).

O ekonomickou lokalizaci se lidé snaží z mnoha důvodů. Mezi hlavní patří např. obnova kulturního, venkovského či ekonomického života v dané oblasti. Lidé mají obavy z nestabilního globalizovaného trhu v oblasti cen a dodávek energie. Dalším důvodem může být snaha o zlepšení zemědělské krajiny a přírody (KUTÁČEK 2007).

Jako příklad ekonomické lokalizace je možné uvést např. místní zemědělství, městské zahrádky či elektrárny vlastněné obcí. Lokálně se produkuje zelenina, ovoce, barviva, keramika, dřevo, stavební materiály a mnoho dalšího (FRAŇKOVÁ 2015).

K měření místní ekonomiky slouží lokální multiplikátor, který popisuje míru ekonomické lokalizace, jak moc se peníze v daném místě otáčejí a kolik jich putuje pryč. Je prvním krokem lokálních ekonomik, jak dosáhnout udržitelného rozvoje (KUTÁČEK 2007).

Ve 20. letech 20. století teorii lokálního multiplikátoru vymyslel John Maynard Keynes. Multiplikátor je upraven pro potřeby místní ekonomiky. Neposkytuje přesnou hodnotu, ale udává pouze informace o koloběhu peněz. Obecní úřady, podniky či obchody dle něho mohou vypočítat, jak velkou roli hrají v místní ekonomice. Lokální multiplikátor

vytvoří místním ekonomikám přehled o jejich výdajích, kolik výdajů v místě zůstane a kolik jich odteče pryč. Dle výsledků si pak mohou subjekty svoje aktivity změnit tak, aby se daný region či místo začaly více rozvíjet. Lokální multiplikátor se označuje zkratkou LM3, neboť tok peněz je možné zkoumat pouze do třetího otočení. Pomocí LM3 se tedy sleduje koloběh peněz v určitém regionu či místě. Budou-li se peníze v obci točit vícekrát, přinesou obyvatelstvu větší bohatství (KUTÁČEK 2007).

3.3.1 Projevy ekonomické lokalizace v České republice

Agentura Ipsos provedla pro Asociaci malých a středních podniků a živnostníků ČR (ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR 2016) průzkum, který byl vytvořen u příležitosti Roku řemesel. Průzkum se týkal zájmu spotřebitelů o lokální produkci. Jedná se o vůbec první průzkum týkající se tohoto tématu.

Třetina spotřebitelů se při svém nákupu orientuje na malé specializované obchody. Dvě třetiny spotřebitelů volí raději potraviny české, neboť jsou kvalitnější. Větší poptávka je také po původu potravin. Tři pětiny rodin si pěstují potraviny vlastní a 50 % obyvatel České republiky si vypěstované plodiny zpracovává do vlastních výrobků.

Lokální výroba tedy v Česku výrazně stoupá a je spotřebiteli podporována. Obyvatelé by chtěli, aby i stát lokální ekonomiku více podporoval, což by vedlo k udržení mladých lidí ve venkovských oblastech.

Hlavními faktory ovlivňujícími zájem o lokální produkci v České republice je dostupnost, specializace a originalita produktů. Tři čtvrtiny obyvatel využívají pro svůj nákup hypermarkety. Naproti tomu jedna třetina dochází do místního pekařství, řeznictví, na farmářské trhy či do obchodů s různou specializací. Spotřebitelé vidí lokální produkci jako dobrý vliv na udržení krajinného rázu. Producenti a prodejci se při lokální činnosti musí více zaměřovat na marketingovou aktivitu.

Poptávka po lokálních surovinách bude po vzoru evropských zemí čím dál vyšší. Hlavní důraz je kladen na vliv potravin na zdraví. Potraviny pěstované lokálně mají lepší nutriční i chuťové vlastnosti a jsou pro naše zdraví prospěšné. Je však zapotřebí zvýšit nabídku obchodů, které se budou na lokální produkty zaměřovat, poskytnou parkovací místa pro zákazníky a zajistit zákazníkům vjezd do center měst. Ne všechny výše zmíněné aspekty však mají podporu místních samospráv.

Česká republika má stále mnoho domácích producentů a pěstitelů. Prodejce podporují nezávislé cechy, asociace a komory, zatímco vláda a Evropská unie je podporuje nejméně. V České republice se lokální produkce projevuje zejména při nákupu

ovoce, zeleniny, masa a pekařských výrobků (ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR 2016).

Praktickým příkladem ekonomické lokalizace, který je typický pro Českou republiku, je komunitně podporované zemědělství. To je založeno na principu přímého kontaktu prodejce se zákazníkem. Spotřebitelé odebírají po celou sezónu zboží u určitého zemědělce. Není však dáno přesné množství zboží a z čeho budou jednotlivé dodávky složeny. K lednu 2015 bylo v Česku 15 těchto skupin (FRANĀKOVÁ 2015).

Česká republika byla ještě před rokem 1990 na dovozu potravin ze zahraničí nezávislá. V současné době dovážíme i zboží, kterého je v Česku dostatek. Dovoz potravin je přitom velmi nákladný, zapřičiňuje růst státního dluhu a kvalita dováženého zboží se snižuje (LOKÁLNÍ-EKONOMIKA.CZ 2016).

V roce 2016 se v České republice konala Konference lokální ekonomiky. Proběhla v konferenčním centru Trisia v Třinci. Organizátorem konference byl Institut 2080 a konala se pod záštitou Ministerstva pro místní rozvoj, Asociace krajů, Unie zaměstnavatelských svazů a Svazu měst a obcí. Cílem konference bylo podat posluchačům informace o rostoucím významu ekonomické lokalizace, varovat před globální ekonomikou, charakterizovat ekonomickou lokalizaci jako fenomén, popsat její principy a přiblížit subjekty, které se jí účastní. Součástí konference byl návod, jak ekonomickou lokalizaci uplatňovat. Další probíraná témata na konferenci se týkala lokální daně, lokální měny, lokálního vzdělání a lokální energetiky (LOKÁLNÍ EKONOMIKY 2016).

4 ANALÝZA EKONOMICKÉ GLOBALIZACE V PIVOVARNICKÉM PRŮMYSLU ČESKÉ REPUBLIKY

4.1 Stručná analýza pivovarnického průmyslu ve světě

K roku 2014 se ve světě vyrobilo 1 960 235 000 hl piva. Největším výrobcem piva byla se svým výstavem 492 190 000 hl Čína. Druhé místo obsadily USA s výstavem 225 947 000 hl a třetí místo Brazílie se 140 460 000 vyrobených hl piva. Z Evropy na tom bylo nejlépe Německo, které se v celkové výrobě piva nachází hned za Brazílií. Mezi kontinenty zaujímal první místo ve výrobě piva Asie, poté Amerika, Evropa, Afrika a Austrálie. V Evropě se k roku 2014 vyrobilo 522 829 000 hl piva (PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ 2016).

Mezi největší pivovarnické společnosti ovládající světový pivní trh patří AB InBev a Heineken. Ještě donedávna mezi ně spadal i SABMiller, který však společnost AB InBev odkoupila. V roce 2014 vyrobila belgická AB InBev 411,5 milionů hl piva. V tomtéž roce byl její podíl na světové produkci piva 21 % (PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ 2016).

První zmínky o vaření piva společnosti AB InBev nalezneme již v roce 1366. Společnost začala svůj vývoj se značkou Stella Artois vyráběnou v Belgii, kde firma doposud sídlí. Původně nesla společnost název pouze InBev, v roce 2008 se však spojila s americkou společností Anheuser-Busch a vznikl název Anheuser-Busch InBev tedy AB InBev. V současnosti má AB InBev přes 200 000 poboček ve více než 50 zemích světa. Zabírá devět geografických celků, jejichž sídly jsou Leuven v Belgii jakožto hlavní sídlo, Woking, Shanghai, Melbourne, Johannesburg, Sao Paulo, Buenos Aires, Bogotá, Mexico City a New York. Počet pivních značek se ve světě pohybuje okolo 400. Společnost AB InBev prodává piva ve více než 100 zemích (AB INBEV 2016).

Společnost SABMiller sídlící v Londýně vznikla v roce 2002 spojením jihoafrických South African Breweries a Miller Brewing, pivovarnické skupiny sídlící v USA. Před sloučením společností nesla skupina název pouze SAB. Do doby, než vznikl AB InBev, byla nejvýraznější pivovarnickou světovou společností. Ještě donedávna byla druhou nejsilnější společností na trhu, dokud se nedohodla společně s AB InBev o odkoupení (WIKIPEDIA 2016). AB InBev odkoupením společnosti SABMiller získala třetinu světového pivovarnického trhu (IDNES.CZ/EKONOMIKA 2016a).

Společnost Heineken, která je ve světovém pivovarnickém trhu na druhém místě, vznikla v Amsterdamu. Své výrobky dodává do 192 zemí a pohybuje se v 70 státech světa (HEINEKEN 2016a).

Mezi další výrazné společnosti působící na světovém pivovarnickém trhu patří např. společnost Carlsberg se sídlem v Dánsku, China Res. Snow Brewerie, Tsingtao Brewery Group, obě zmíněné společnosti sídlí v Číně a Molson-Coors v USA a Kanadě (viz Tabulka 1) (PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ 2016). V tabulce je stále uveden SABMiller, neboť se jeho odkoupení uskutečnilo až v roce 2016.

Tabulka 1: Deset největších nadnárodních pivovarnických společností světa v roce 2015

Nadnárodní společnost	Sídlo společnosti	Výstav k 31. 12. 2014 (v mil. hl)	Podíl na světové výrobě piva (v %)
AB InBev	Belgie	412	21
SABMiller	Velká Británie	188	10
Heineken	Nizozemí	181	9
Carlsberg	Dánsko	123	6
China Res. Snow Breweries	Čína	118	6
Tsingtao Brewery Group	Čína	72	4
Molson-Coors	USA a Kanada	59	3
Yanjing	Čína	53	3
Kirin	Japonsko	47	2
BGI/Groupe Castel	Francie	32	2

Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016)

4.2 Analýza vývoje pivovarnického průmyslu v České republice po roce 1989

Pivovarnictví je v České republice nejvýznamnějším odvětvím potravinářského průmyslu, ve kterém v průběhu let došlo k velkým změnám. Před rokem 1989 byla struktura pivovarů následující. Stát určil jednotlivým pivovarům tzv. „rajon“ působnosti, kde mohl prodávat své pivo. Každý region měl jinou působnost a charakteristické vlastnosti. Jediným pivovarem, který mohl své pivo prodávat i mimo svůj region, byl Plzeňský Prazdroj (KRATOCHVÍLE 2005). Z hlediska výstavu a produkce piva na tom byly díky tomuto uspořádání pivovary podobně, žádný z nich přímo nevyčnival, a tak si nemohly konkurovat (HASMAN, HÁNA, MATERNA 2016).

Celý pivovarnický průmysl centrálně řídila Výrobně hospodářská jednotka (VHJ) Pivovary a sladovny, konkrétně koncern Praha. VHJ svůj provoz ukončila v lednu roku

1989 (KRATOCHVÍLE 2005). Přehled pivovarnických koncernových podniků v České republice v roce 1989 shrnuje Tabulka 2.

Tabulka 2: Pivovarnické koncernové podniky v České republice v roce 1989

Koncernový podnik	Výstav piva 1989 (v tis. hl)	Počet závodů	Počet pracovníků**
Jihočeské pivovary kp* České Budějovice	1 829	9	1 245
Jihomoravské pivovary kp Brno	2 389	14	2 473
Pražské pivovary kp Praha	1 971	1	333
Severomoravské pivovary kp Přerov	1 589	8	1 485
Středočeské pivovary kp Velké Popovice	2 034	13	1 767
Severočeské pivovary kp Louny	1 435	10	1 673
Východočeské pivovary kp Hradec Králové	1 795	15	1 672
Západočeské pivovary kp Plzeň	3 156	5	2 089
Celkem	16 198	75	12 737

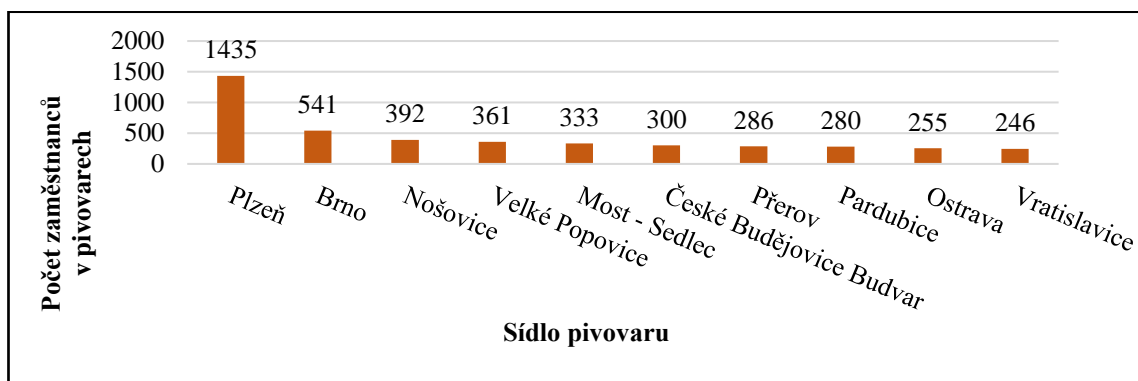
Zdroj: KRATOCHVÍLE (2005), VANČURA (2002) vlastní zpracování

* Koncernový podnik, ** Počet pracovníků je uveden za celé pivovarnické skupiny, jsou tedy zahrnuty i sladovny, sodovkárny, stáčírny, podniková ředitelství a další

V roce 1989 působilo v České republice osm pivovarnických skupin, které byly státními podniky. Celkový počet pivovarů byl 75. Každý pivovar měl několik závodů. Největším počtem závodů se pyšnily Východočeské pivovary v Hradci Králové, a to 15 závodů. Naopak nejmenší počet závodů měly Západočeské pivovary se sídlem v Plzni. Kromě závodů byly součástí pivovarů sodovkárny, sladovny, stáčírny a sklady piva. Některé pivovary měly svá podniková ředitelství, která sídlila ve městě, jehož název pivovar nesl (VANČURA 2002). Celkový výstav pivovarů v roce 1989 činil 16 198 000 hl piva. Největší podíl na celkovém počtu výstavu měly Západočeské pivovary s výstavem 3 156 000 hl. Je tedy patrné, že nejmenší počet závodů nemá na roční výstav piva téměř žádný vliv (KRATOCHVÍLE 2005).

Počet pracovníků v pivovarnickém průmyslu České republiky v roce 1989 byl 12 737 (VANČURA 2002). Pivovary s největším počtem zaměstnanců v roce 1989 shrnuje Graf 1. Rozmístění koncernových podniků s jejich začleněnými pivovary znázorňuje Mapa 1.

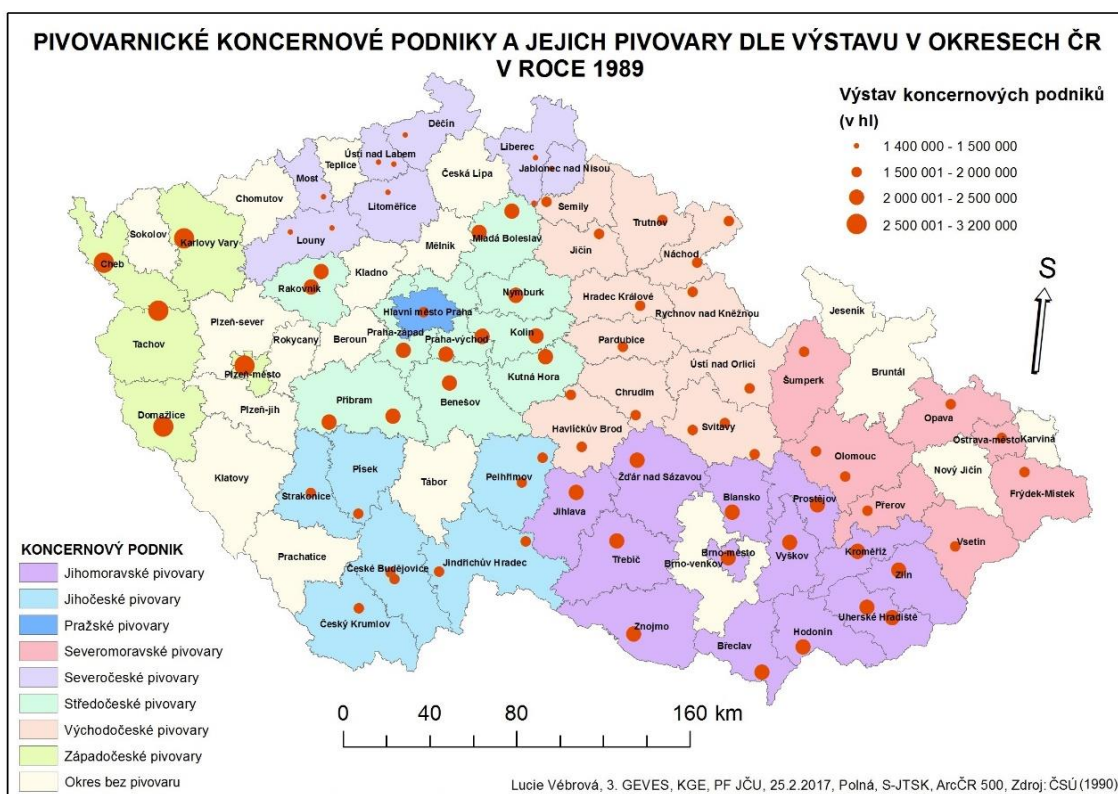
Graf 1: Deset pivovarů s nejvyšším počtem zaměstnanců v České republice v roce 1989



Zdroj: ČSÚ (1990), vlastní zpracování

Z Grafu 1 lze vyčíst, že největším počtem zaměstnanců se v roce 1989 pyšnil pivovar v Plzni, který měl více než 1 400 zaměstnanců. Již v té době se jednalo o pivovar s největší produkcí, proto je počet zaměstnanců tak vysoký. Druhým pivovarem dle počtu zaměstnanců byl pivovar v Brně, jehož počet zaměstnanců se pohyboval okolo 500. Zbylé pivovary v České republice měly počet zaměstnanců pouze od 200 do 400.

Mapa 1: Pivovarnické koncernové podniky dle výstavu a jejich pivovary v okresech ČR v roce 1989



Mapa 1 zobrazuje pivovarnické koncernové podniky s jejich začleněnými závody. Některé okresy České republiky nebyly součástí žádného pivovarnického koncernového podniku. Ve svém rajónu působnosti je proto zásoboval vždy blízký pivovar.

Po roce 1989 vznikla v České republice nová organizační struktura pivovarů. V důsledku ukončení provozu VHI pivovarů se vytvořilo 12 nových pivovarů. Některé pivovarnické závody se brzy začaly osamostatňovat, čímž vznikaly nové státní podniky. Pivovar Velké Popovice, Pivovar Klášter a Pivovar Krušovice se vyčlenily ze závodu Pivovary Velké Popovice. Budějovický Budvar se osamostatnil od Pivovarů České Budějovice. Sedm samostatných pivovarů vzniklo z Pivovarů Louny. Nově vzniklými pivovary byly Ústecké pivovary, Pivovary Vratislavice nad Nisou, Pivovar Louny, Pivovar Most, Pivovar Žatec, Pivovar Litoměřice a Pivovar Děčín. Pivovar Starobrnno se oddělil od závodu Pivovary Brno. Stejným případem byl i Pivovar Prostějov. Ze zbývajících závodů se pak vytvořily Pivovary a sodovkárny Brno. Z Pivovarů Přešov se oddělil Pivovar Ostravar a Radegast. Ostatní závody se uskupily do nového názvu Moravskoslezské pivovary Přešov (KRATOCHVÍLE 2005).

Na počátku 90. let začala rozsáhlá restituce, kdy byly pivovary vraceny zpět do rukou původních vlastníků. Jedná se např. o minipivovar U Fleků či o pivovar Vysoký Chlumeč. Privatizace v roce 1991 zapříčinila změnu vlastníků dvou pivovarů. Z českokrumlovského pivovaru se stal po změně vlastníka Pivovar Eggenberg a z humpoleckého pivovaru Pivovar Bernard, jenž nesl název po novém vlastníkovi (KRATOCHVÍLE 2005).

V době transformace se výroba začala koncentrovat do průmyslových pivovarů. Jednalo se o projev globalizace po vzoru států západní Evropy. Kromě koncentrace pivovarnického průmyslu začaly změny probíhat také v technologické a legislativní oblasti. Ve velkých pivovarech se projevoval jeden z výrazných znaků globalizace, a to dovoz chmele, který nastal spolu se začátkem transformace. Ve světě je chmel nadbytek, což zapříčiňuje snižování jeho ceny. Další surovina potřebná pro výrobu piva je slad. V České republice byla po roce 1989 většina sladoven zrušena (ULRICH 2006).

Objem produkce se během transformace neměnil. Velký nárůst zaznamenal export piva, který probíhal zejména do zemí západní Evropy. Nejvíce se vyvážel Plzeňský Prazdroj a Budějovický Budvar. Mezi hlavní odběratele českého piva stále patřilo Německo (ULRICH 2006).

Po roce 1992 začaly český pivovarnický trh ovládat zahraniční nadnárodní společnosti (KRATOCHVÍLE 2005). Hlavním principem globálních produkčních sítí byl

zájem odlišných aktérů z více oblastí. Nutností pivovarů bylo přizpůsobit se trhu. Pivovary Nymburk, Pardubice a Benešov se stále orientovaly pouze na svůj region, který jim byl udělen před rokem 1989, neboť nestačily zvyšující se konkurenci. Snažily se tedy co největší podíl produkce udržet ve svém regionu. Většina pivovarů své trhy rozšiřovala dál, než tomu bylo v důsledku přiděleného regionu. Jejich hlavním cílem bylo ovládnout, pokud možno co největší podíl na trhu, v co největší prostorové vzdálenosti (HASMAN, HÁNA, MATERNA 2016). Na strukturu průmyslových pivovarů v roce 2000 poukazuje Tabulka 3.

Tabulka 3: Průmyslové pivovary v České republice v roce 2000

Kraj	Název pivovaru	Začleněné pivovary	Město	Rok vzniku	Výstav 2000 (v hl)
Hlavní město Praha	Pražské pivovary	Staropramen	Praha	1869	1 157 174
		Braník	Praha	1898	731 118
		Ostravar	Ostrava	1897	440 602
Moravskoslezský	Zlatovar		Opava	1825	115 272
	Pivovar Radegast		Nošovice	1970	2 076 883
Jihočeský kraj	Pivovary České Budějovice		Pelhřimov	1552	36 789
			Strakonice	1649	121 414
	Budějovický Budvar		České Budějovice	1895	1 347 272
	Pivovar Bohemia Regent		Třeboň	1379	112 949
	Jihočeské pivovary	Samson	České Budějovice	1795	199 473
	Pivovar Eggenberg		Český Krumlov	1560	47 180
	Městský pivovar Platan		Protivín	1598	156 810
Jihomoravský	Jihomoravské pivovary		Vyškov	1680	78 234
	Starobrno		Brno	1872	568 973
	Hostan		Znojmo	1720	213 220
	Pivovar Černá Hora		Černá Hora	1298	185 139
Vysočina	Měšťanský pivovar Havlíčkův Brod		Havlíčkův Brod	1834	167 528
			Humpolec	1597	106 712
	Pivovar Jihlava a sodovkárna Jihlava		Jihlava	1860	130 000
Královéhradecký	Městský pivovar Nová Paka		Nová Paka	1872	65 700
	Pivovar Broumov		Broumov	1348	25 620
	Krakonoš		Trutnov	1582	128 760
	Pivovar Náchod		Náchod	1872	148 433
Liberecký	Hols Vratislavice		Vratislavice	1872	14 856
	Pivovar Svijany		Svijany	1564	106 476
Pardubický	Měšťanský pivovar v Poličce		Polička	1517	72 942
	Pivovar Pardubice		Pardubice	1871	99 231
	Pivovar a sodovkárna Svitavy		Svitavy	1888	82 672
	IMEX Premium		Hlinsko	1913	88 935
Plzeňský	Rodinný pivovar Chodovar		Chodová Planá	1573	75 078

Pokračování Tabulky 3:

Plzeňský	Plzeňský Prazdroj (Plzeňský Prazdroj + Gambrinus)		Plzeň	1869	4 914 929
Středočeský	Benešov		Benešov	1897	156 269
	Pivovar Nymburk		Nymburk	1895	149 494
	A + C		Kováň	1434	23 966
	Pivovar Herold Březnice		Březnice	1506	22 641
	Královský pivovar Krušovice		Krušovice	1581	790 091
	Pivovar Velké Popovice		Velké Popovice	1874	748 733
	Pivovar Klášter		Klášter Hradiště nad Jizerou	1570	111 654
	Kutná Hora		Kutná Hora	1573	102 250
	Lobkowiczký pivovar		Vysoký Chlumeč	1466	50 522
Zlínský	Pivovar Janáček		Uherský Brod	1894	63 563
Ústecký	SAAZ		Žatec	1801	33 173
	Korunní pivovar		Litoměřice	1720	40 009
	Pivovar Louny		Louny	1892	233 639
	Drinks Union		Ústí nad Labem – Krásné Březno	1867	267 700
			Velké Březno	1753	238 041
Olomoucký	PMS	Pivovar Holba	Hanušovice	1874	442 365
		Pivovar Litovel	Litovel	1893	233 250
		Pivovar Zubr	Přerov	1872	386 162

Zdroj: KRATOCHVÍLE (2005), PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2002), vlastní zpracování

V porovnání s Tabulkou 1 můžeme v Tabulce 3 pozorovat výrazné změny v pivovarnickém průmyslu. Z osmi původních pivovarnických skupin v roce 1989 vzniklo v důsledku privatizace a restituce 50 samostatných pivovarů. K největším pivovarům té doby patřil Plzeňský Prazdroj. Plzeňský Prazdroj byl pivovar velkého rozsahu. Jeho výstav činil 4 914 929 hl. Mezi další pivovary, které měly výrazně vliv na český pivovarnický trh, patřily Pražské pivovary, pod něž spadal pivovar Staropramen, Braník a Ostravar. Druhý největší podíl na výstavu zaujímal Staropramen se svým výstavem 1 157 174 hl. Dalším významným pivovarem byl Pivovar Radegast s výstavem 2 076 883 hl a Budějovický Budvar s výstavem 1 347 272 hl, který je i v současné době jediným pivovarem vlastněným státem. Ostatní průmyslové pivovary se na celkovém výstavu nepodílely již tak výraznými čísly. Jejich výstavy jsou za rok 2000 zpravidla nižší než 500 000 hl.

Pivovary Samson, Regent a Platan spadaly ještě v roce 1998 pod Jihočeské pivovary. Pivovary se potýkaly s neustálým poklesem výstavu, který byl spojen se zadlužením společnosti kvůli neustále se rozvíjejícím kapacitám v pivovaru. V důsledku zadlužení bylo potřeba pivovary Platan a Regent prodat. Budoucnost pivovaru Samson je zmiňována v podkapitole 4.3. Výstav Jihočeských pivovarů, mezi které již patřil pouze Pivovar Samson (viz předchozí Tabulka 3), v roce 2000 poklesl o 58 % oproti roku 1995 a úvěr dosáhl 500 milionů (KRATOCHVÍLE 2005). Veškeré průmyslové pivovary v roce 2000 znázorňuje Mapa 2.

Mapa 2: Průmyslové pivovary v okresech ČR dle výstavu v roce 2000



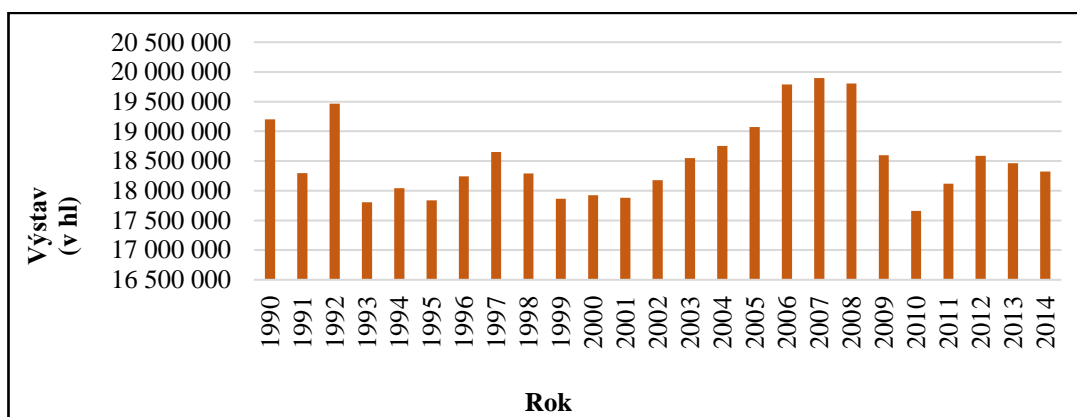
Podniky jsou v dnešní době kvůli globalizaci nuceny lokalizovat své aktivity do různých zemí, aby co nejvíce zefektivnily svoji výrobu, a to i za cenu snížení kvality piva. Vznikají tak obchodní řetězce, které zahrnují aktivity spojené s výrobou, marketingem, transportem a prodejem piva (HASMAN, HÁNA, MATERNA 2016). Marketingem se většinou zabývají místní podniky, neboť znají místní prostředí a potřeby zákazníka (PULEC 2014).

Kvalitu piva snižuje zahraničními společnostmi zaváděná licenční výroba, díky níž vyrábějí pivovary svá piva mimo původní výrobní místa. Česká piva se tak vaří

v zahraničí v pivovarech, které patří dané nadnárodní společnosti. Problém pak představuje jiné chemické složení vody, která se musí následně upravovat tak, aby odpovídala kvalitě vody v původní lokalitě (PULEC 2014).

Mezi další negativa globalizace můžeme zařadit vliv globalizace na celkový výstav průmyslových pivovarů, uzavírání pivovarů a neustále klesající počet pivovarů. Výstav rostl pouze těm pivovarům, které byly ovládnuty zahraničními společnostmi, ostatním většinou klesal, či nestoupal tak rapidně. Některým průmyslovým pivovarům výstav piva poklesl tak, že jsou již řazeny mezi minipivovary (HASMAN, HÁNA, MATERNA 2016). Celkový výstav dle jednotlivých let nám přibližuje Graf 2.

Graf 2: Celkový roční výstav průmyslových pivovarů v České republice v letech 1999–2014

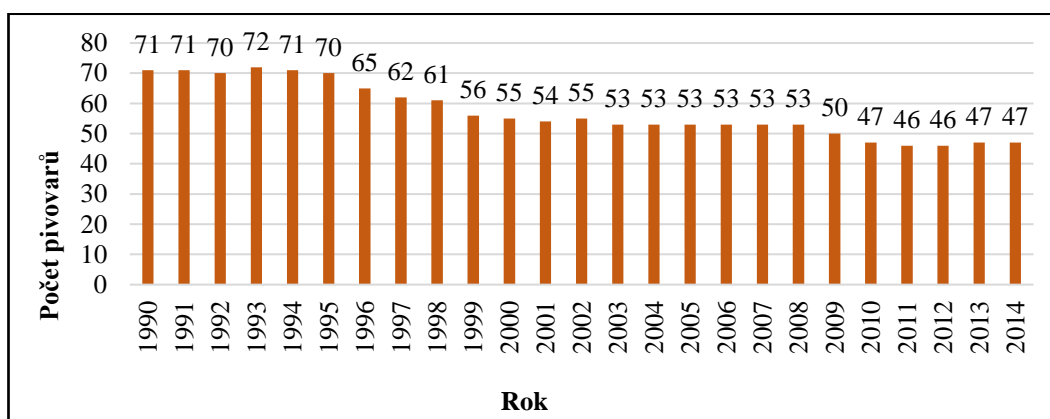


Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), vlastní zpracování

Výstav výrazně stoupl pouze v letech 2006, 2007 a 2008, kdy dosahoval více než 19 500 000 hl. Od posledního zmíněného roku má celkový výstav spíše klesající charakter a rok 2007 již nikdy nedohnal. Výstav piva od roku 2008 klesá kvůli ekonomické krizi, která celý svět v roce 2008 zasáhla. Naopak od roku 2000 do roku 2008 výstav stále stoupl. I od začátku sledovaného období, to je od roku 1990, byl výstav vyšší než v roce 2014, kdy nedosahoval ani hodnoty 18 500 000 hl.

Díky vlivu zahraničních společností bylo potřeba zefektivnění výroby (ATLAS PIVOVARNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY 2010). Množství neefektivních pivovarů se tak začalo uzavírat. Docházelo ke koncentraci českého pivovarnictví, přičemž počet průmyslových pivovarů neustále klesal (viz Graf 3) (PULEC 2014).

Graf 3: Celkový počet* průmyslových pivovarů v České republice v letech 1990–2014



Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), vlastní zpracování

*Celkový počet zahrnuje veškeré průmyslové pivovary a minipivovary, které byly součástí Českého svazu pivovarů a sladoven

V Grafu 3 je pracováno s daty za všechny samostatné průmyslové pivovary. Tedy i za ty, které jsou již součástí nějaké pivovarnické skupiny. Jak již bylo dříve v analýze zmíněno, počty průmyslových pivovarů neustále klesají. Klesající tendence začaly již v roce 1993. K roku 2014 fungovalo v České republice 47 průmyslových pivovarů. Do skupiny minipivovarů spadly kvůli poklesu výstavu pivovary Broumov, Únětický pivovar či Pivovar Eggenberg, Velké množství pivovarů mezi lety 1990 až 2014 zaniklo. Za zánikem pivovarů stojí již několikrát zmiňovaný vliv nadnárodních společností. Výroba v pivovarech se přesouvá na jiné místo a uzavření pivovarů je jejich rozhodnutím. K roku 2014 bylo uzavřeno 27 pivovarů. Přehled zaniklých pivovarů shrnuje Tabulka 3. Některé zaniklé pivovary svoji výrobu obnovily (viz Tabulka 4). Po obnovení výroby pivovary však již nejsou schopny docílit stejné produkce, jako tomu bylo před jejich uzavřením.

Tabulka 4: Zaniklé průmyslové pivovary v České republice od roku 1990

Pivovar	Rok zániku	Pivovar	Rok zániku	Pivovar	Rok zániku
Jablonec nad Nisou	1990	Děčín	1997	Litoměřice	2002
Cheb	1994	Jarošov	1997	Svitavy	2002
Studená	1994	Most – Sedlec	1998	Opava	2004
Dobruška	1995	Praha – Holešovice	1998	Praha – Braník	2007
Uherský Ostroh	1995	Prostějov	1998	Kutná Hora	2009
Domažlice	1996	Hradec Králové	1998	Znojmo	2009
Karlovy Vary	1996	Lanškroun	1999	Louny	2010
Břeclav	1996	Bylnice	1999	Ústí nad Labem	2011
Vsetín	1997	Olomouc	2000	Český Krumlov	2014
Celkem			27		

Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), vlastní zpracování

Tabulka 5: Obnovení výroby v pivovarech České republiky od roku 1990

Pivovar	Zastavení výroby	Obnovení výroby
Vratislavice nad Nisou	1998	2000
Rakovník	1996	2006
Podkovář	2007	2011
Břeclav	1996	2014
Celkem		4

Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), vlastní zpracování

4.2.1 Struktura průmyslových pivovarů v České republice v roce 2015

V roce 2015 působilo na českém pivovarnickém trhu šest pivovarnických společností a 26 samostatných průmyslových pivovarů. Pivovarnickými skupinami byly Pivovary Staropramen, Heineken ČR a Plzeňský Prazdroj. Tyto tři společnosti jsou vlastněny nadnárodními společnostmi, proto je o nich více zmiňováno v následující podkapitole 4.4, která se zabývá vlivem nadnárodních společností na český pivovarnický trh. Zbylými třemi pivovarnickými společnostmi, které již nejsou vlastněny zahraničním kapitálem, jsou PMS Přerov, Lif Group a Pivovary Lobkowicz group.

PMS Přerov vznikly z bývalých Moravskoslezských pivovarů Přerov. Název PMS Přerov a.s. získala firma v roce 2000. K roku 2003 byla skupina čtvrtou největší pivovarnickou společností v ČR. Součástí skupiny jsou pivovary Holba, Litovel a Radegast Nošovice (PIVOVARY.INFO 2009).

Od roku 2007 firma K Brewery Group vlastnila pivovar Svijany, Náchod a Malý Rohozec. Zadlužený jihlavský pivovar získala v roce 2008. Roku 2010 všechny pivovary kromě jihlavského odkoupila česká společnost LIF Group, v jejímž vlastnictví jsou dodnes (IDNES.CZ/EKONOMIKA 2010).

K Brewery Group se roku 2012 přejmenovala na Pivovary Lobkowicz Group. Společnost si od roku 2012 do současnosti udržela pivovary Platan, Jihlava, Klášter Hradiště nad Jizerou, Rychtář, Vysoký Chlumeč, Uherský Brod a Černá Hora (PIVOVARY LOBKOWICZ 2016). Všechny pivovarnické společnosti České republiky jsou uvedeny v Tabulce 6.

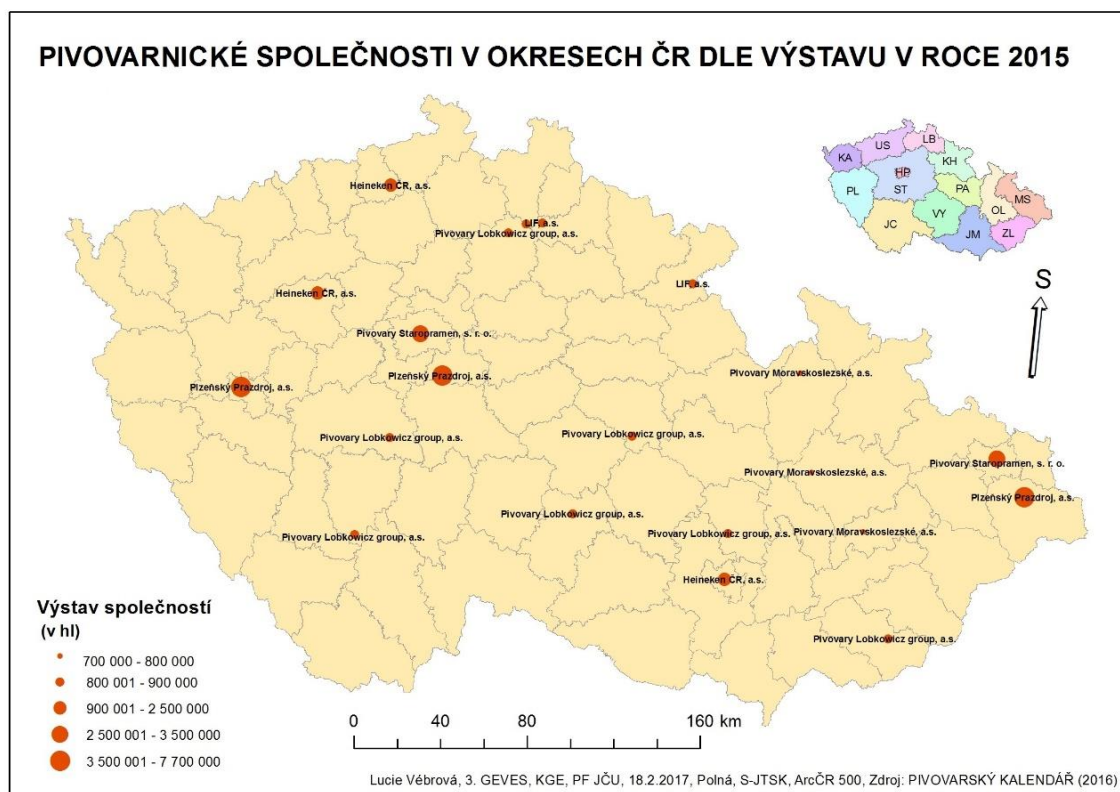
Tabulka 6: Pivovarnické společnosti a jejich začleněné pivovary v České republice v roce 2015

Společnost/vlastník	Kraj	Název pivovaru	Město	Rok vzniku	Výstav 2014 (v hl)
Pivovary Staropramen/ Molson Coors	Praha	Pivovar Staropramen	Praha	1869	3 086 873
	Moravskoslezský	Pivovar Ostravar	Ostrava	1897	
Heineken ČR/ Heineken	Jihomoravský	Starobrno	Brno	1872	2 199 303
	Středočeský	Krušovice	Krušovice	1581	
	Ústecký	Velké Březno	Velké Březno	1753	
Plzeňský Prazdroj/ SABMiller	Plzeňský	Plzeň (Prazdroj + Gambrinus)	Plzeň	1842	7 654 743
	Moravskoslezský	Radegast Nošovice	Nošovice	1970	
	Středočeský	Velké Popovice	Velké Popovice	1874	
Pivovary Lobkowicz group	Jihomoravský	Pivovar Černá Hora	Černá Hora	1298	854 000
	Jihočeský	Pivovar Platan	Protivín	1598	
	Zlínský	Pivovar Uherský Brod	Uherský Brod	1894	
	Vysočina	Pivovar Jihlava	Jihlava	1860	
	Středočeský	Pivovar Klášter Hradiště	Klášter Hradiště nad Jizerou	1570	
		Pivovar Vysoký Chlumeč	Vysoký Chlumeč	1466	
	Pardubický	Pivovar Rychtář	Hlinsko	1913	
LIF Group	Liberecký	Pivovar Svijany	Svijany	1564	802 000
		Pivovar Rohozec	Malý Rohozec	1850	
	Královéhradecký	Pivovar Náchod	Náchod	1872	
PMS Přerov	Olomoucký	Pivovar Holba	Hanušovice	1874	749 719
		Pivovar Litovel	Litovel	1893	
		Pivovar Zubr	Přerov	1872	

Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), vlastní zpracování

Dle předchozí Tabulky 6 v České republice nejvýrazněji působí společnosti Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen a Heineken. Součástí každé společnosti je několik začleněných pivovarů. Jedná se o pivovary, které se nejvíce podílejí na utváření celkového ročního výstavu. Největší pivovarnickou společností je, byl a stále dlouho bude Plzeňský Prazdroj. V roce 2015 činil jeho výstav 7 654 743 hl, což je jednou tolik než výstav Pivovarů Staropramen, které se s celkovým výstavem nacházejí hned za Plzeňským Prazdrojem. Tak vysoký výstav nám o Prazdroji prozrazuje, že se jedná o pivovarnickou skupinu světového významu. Rozmístění pivovarnických společností v České republice znázorňuje Mapa 3. V následující Tabulce 7 byl vytvořen přehled samostatných průmyslových pivovarů.

Mapa 3: Pivovarnické společnosti v okresech ČR dle výstavu v roce 2015



Tabulka 7: Průmyslové pivovary v České republice v roce 2015

Kraj	Název pivovaru	Město	Rok vzniku	Výstav 2014 (v hl)
Jihočeský kraj	Dudák, Měšťanský pivovar Strakonice	Strakonice	1649	62 420
	Budějovický Budvar	České Budějovice	1895	1 453 110
	Pivovar Bohemia Regent	Třeboň	1379	72 628
	Pivovar Samson	České Budějovice	1795	93 355
Jihomoravský	Czech Beverage Industry Company	Vyškov	1680	20 000
	Zámecký pivovar	Břeclav	2013	14 245
Vysočina	Měšťanský pivovar Havlíčkův Brod	Havlíčkův Brod	1834	89 524
	Pivovar Chotěboř	Chotěboř	2009	21 240
	Pivovar Poutník	Pelhřimov	1552	46 926
	Pivovar Bernard	Humpolec	1597	259 949
Královéhradecký	Pivovar Nová Paka	Nová Paka	1872	34 612
	Pivovar Krakonoš	Trutnov	1582	107 364
	Pivovar Primátor	Náchod	1872	130 722
Liberecký	Pivovar Hols Vratislavice	Vratislavice nad Nisou	1872	89 000
	Pivovar Svijany	Svijany	1564	568 390
	Pivovar Rohozec	Turnov	1850	69 500
Pardubický	Měšťanský pivovar v Poličce	Polička	1517	108 888
	Pardubický pivovar	Pardubice	1871	86 011
Plzeňský	Pivovar Chodovar	Chodová Planá	1573	48 216
	Pivovar Ferdinand	Benešov u Prahy	1897	22 238

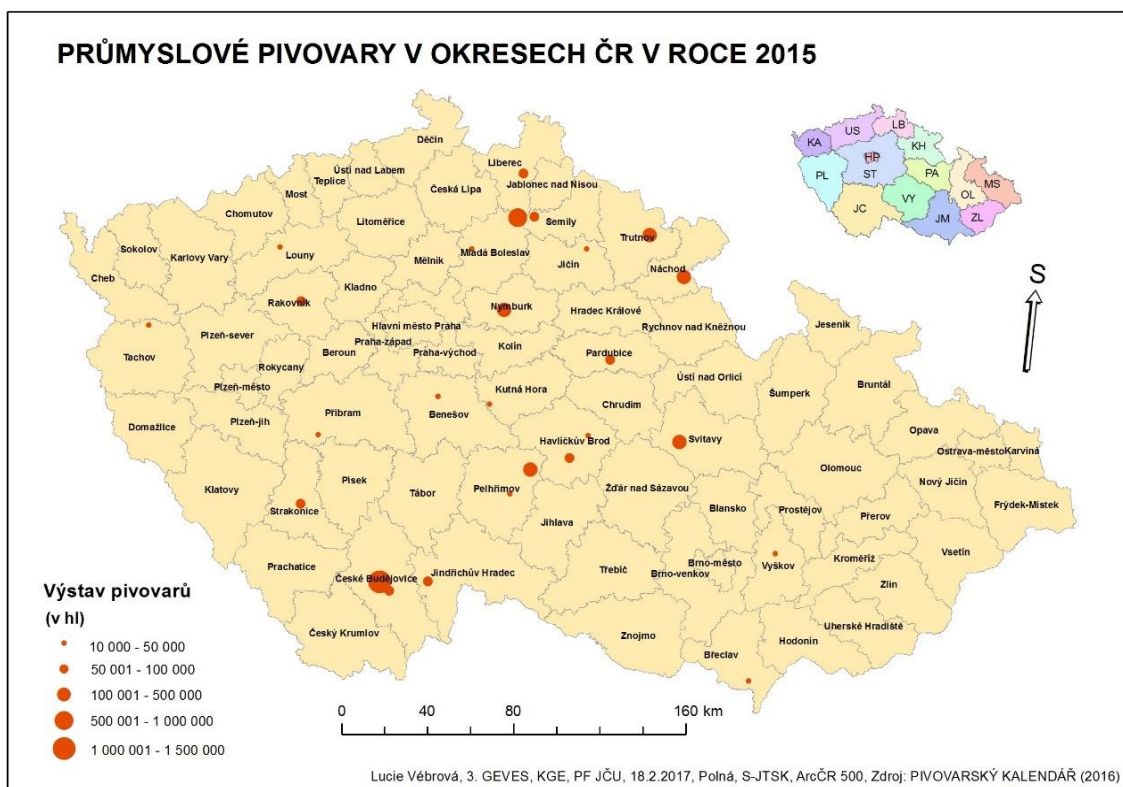
Pokračování Tabulky 7:

Středočeský	Pivovar Kácov	Kácov	1457	30 127
	Pivovar Nymburk	Nymburk	1895	170 594
	Tradiční pivovar v Rakovníku	Rakovník	1454	97 357
	Pivovar Podkovář	Kováň	1434	12 000
	Pivovar Herold	Březnice u Příbrami	1506	10 042
Zlínský	Žatecký pivovar	Žatec	1801	36 165

Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), vlastní zpracování

Předchozí Tabulka 7 nám podává přehled o průmyslových pivovarech v roce 2015. Podobně jako u Tabulky 1 a 2 můžeme pozorovat výrazné změny v uspořádání pivovarnického průmyslu. Z původních 50 samostatných pivovarů v roce 2000 zůstalo k roku 2015 pouze 26 samostatných pivovarů. Jediným pivovarem, který spadá do tohoto členění a jehož roční výstav je vyšší než u ostatních pivovarů začleněných v tabulce, je Budějovický Budvar. Jeho výstav činil k roku 2015 1 453 110 hl. Tím se řadí na čtvrté místo hned po pivovarnických skupinách Plzeňský Prazdroj, Heineken a Pivovary Staropramen. Po roce 2000 již nové průmyslové pivovary téměř nevznikaly. Výjimkami byly Pivovar Chotěboř a Zámecký pivovar Břeclav. Na strukturu samostatných průmyslových pivovarů v roce 2015 poukazuje Mapa 4.

Mapa 4: Průmyslové pivovary v okresech ČR v roce 2015

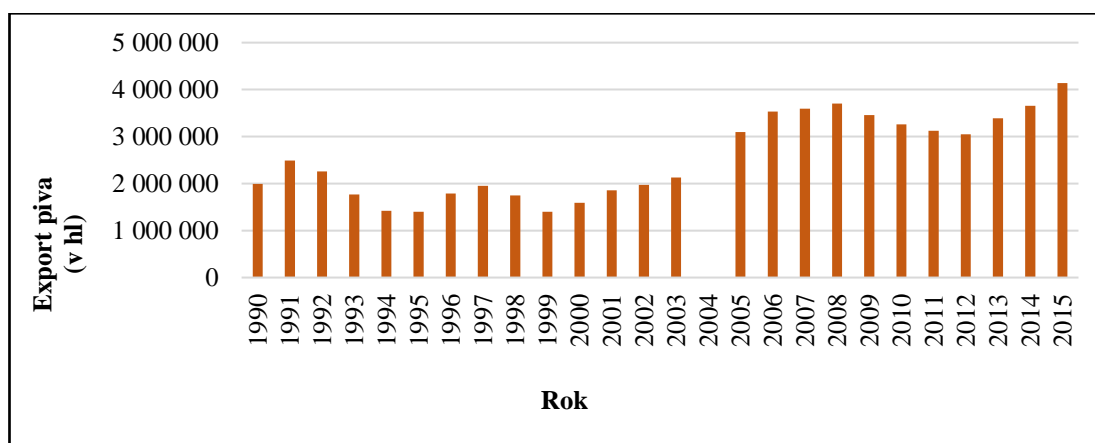


4.2.2 Export piva v České republice

Export piva je možné rozčlenit do tří kategorií dle roků. První kategorií je export piva do roku 1989. Pivo se vyváželo ve většině případů do socialistických zemí. Vývoz byl podložen mezistátními dohodami o výměně zboží, dohody vytvářela Rada vzájemné hospodářské pomoci. Neexistoval žádný trh. Vývoz však někdy směřoval i do zemí nesocialistických, kde se tržní mechanismus již uplatňoval. Druhá skupina vývozu začala vznikat po rozdělení Československé republiky. Po rozpadu SSSR nebyl o české pivo ve světě zájem a pivovary si musely budovat nové místo na trzích, zejména v západní Evropě a Severní Americe. Mezi největší odběratele českých piv v roce 1990 patřilo např. Slovensko, Maďarsko a Německo. V roce 2000 dominovaly stejné země jako v roce 1990, export se zvýšil do Velké Británie a USA. Mezi největší podniky zaměřující se na export patřily pivovarnické skupiny Plzeňský Prazdroj, Budějovický Budvar a Pražské pivovary (KRATOCHVÍLE 2005).

K roku 2014 se z České republiky nejvíce piva, včetně nealkoholického, vyváželo do zemí Evropské unie. Největší import českých piv zaznamenalo Německo, Slovensko, Švédsko, Rusko a Velká Británie. V porovnání s rokem 2000, kdy dominovalo také Maďarsko, se v roce 2014 tato země propadla až na šesté importní místo. Celkem bylo české pivo dováženo do 90 zemí světa (PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ 2016). V roce 2015 bylo importní zemí českého piva na prvním místě Slovensko, až na druhém místě bylo Německo, zatímco Polsko oproti roku 2014 předstihlo Švédsko a Velkou Británii. Z hlediska mimoevropských zemí se pivo nejvíce vyváželo do Ruska, v porovnání s rokem 2014 se však export do této země výrazně snížil (ŠÁMAL 2016). Roční export piva v České republice vyjadřuje Graf 4.

Graf 4: Export piva v České republice v letech 1990–2015



Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDŘÁŘ (2016), vlastní zpracování

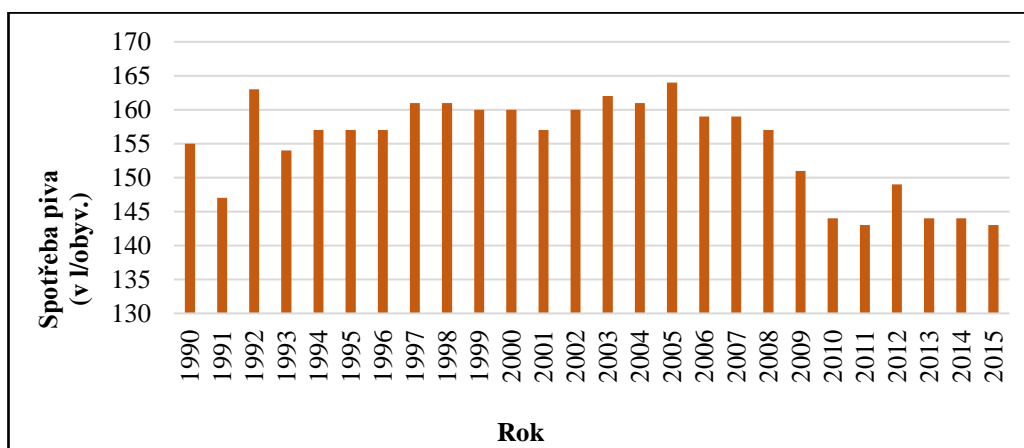
Graf 4 zobrazuje vývoj exportu od roku 1990 až do roku 2015. Patrné jsou různé vývojové trendy. Do roku 2003 hodnota exportu někdy stoupala, jindy naopak klesala. Nejvyšší export nastal v roce 1991, což je pravděpodobně spojeno s pádem komunistického režimu, a česká piva se tak mohla vyvážet i jinam než pouze do socialistických zemí. Export byl téhož roku 2 500 000 hl. Ve srovnání s léty 1994, 1995 a 1999, kdy export nedosahoval ani 1,5 milionu hl, se vývoz zvýšil téměř o 1 milion hl.

V devadesátých letech patřil k největším exportérům piva Budějovický Budvar, který každý rok vyvážel 50 % ze svého celkového výstavu. Na celkové hodnotě exportu piva se podílel více než 30 % (VANČURA 2002). K roku 2004 nebyla hodnota vývozu dohledána. Další vývojový trend nastává od roku 2005, kdy export piva rapidně stoupá a na podobné pozici, více než 3 000 000 hl ročně, se udržuje až dodnes. Po roce 2008, podobně jako v Grafu 1, kvůli ekonomické krizi export piva mírně klesal. Od roku 2012 export opět stoupá. Nejvyšších hodnot dosáhl v roce 2015, a to 4 139 000 hl, přičemž se oproti roku 2014 export zvýšil téměř o 500 000 hl. V roce 2014 se na export zaměřoval zejména Plzeňský Prazdroj a Budějovický Budvar (PANORAMA ZPRACOVATELSKÉHO PRŮMYSLU ČR 2015).

4.2.3 Spotřeba piva v České republice

Spotřeba piva je významným údajem v pivovarnickém průmyslu. Měří se v litrech na obyvatele. Do celkové spotřeby piva je zahrnuto také množství piv, které v České republice vypijí zahraniční turisté. Ve světě je známo, že spotřeba piva v České republice dosahuje v porovnání s ostatními státy nejvyšších hodnot (KRATOCHVÍLE 2005). K roku 2015 byla Česká republika na prvním místě ve spotřebě piva se 143 litry na osobu. Druhé místo zaujímá Německo se 113 litry piva na obyvatele a třetí místo pak Rakousko se 108 litry (BEER WEB 2016). V následujícím Grafu 5 je patrné, že spotřeba v České republice však dosahovala i vyšších hodnot, než je tomu v současnosti. Spotřeba se pohybuje přibližně okolo 143 litrů na obyvatele, zatímco mezi lety 1994 až 2008 se pohybovala v hodnotách nad 160 litrů.

Graf 5: Spotřeba piva v České republice v letech 1990–2015



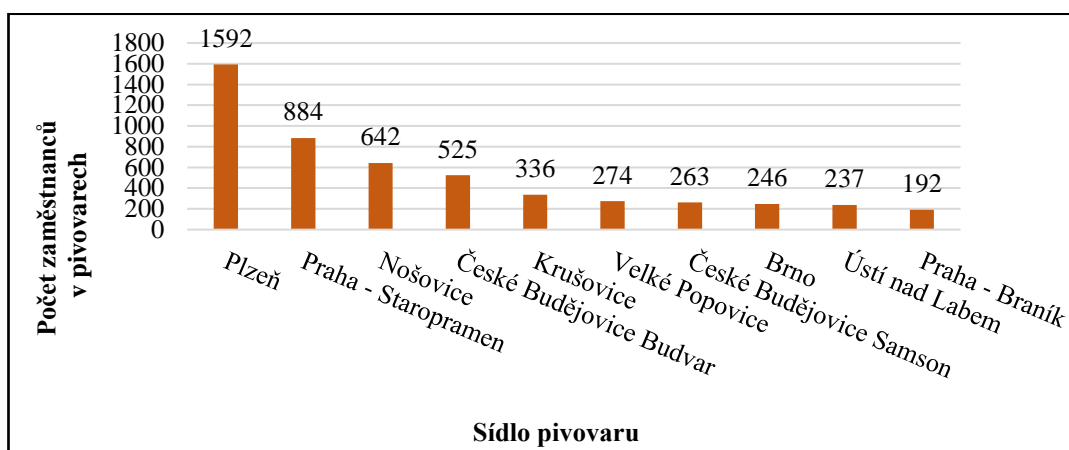
Zdroj: ŠÁMAL (2016), ČSÚ (2012), vlastní zpracování

4.2.4 Počet pracovníků v pivovarnickém průmyslu České republiky

Počty zaměstnanců jsou dalším problémovým a téměř nedohledatelným údajem u pivovarnického průmyslu. Kratochvíle (2005) ve své knize uvádí, že počty pracovníků nebyly ani dříve centrálně sledovány, neboť byly často tajemstvím pivovarnických společností. V současné době byly počty zaměstnanců dohledány pouze od roku 2009, a to ve Zprávě o stavu českého pivovarství a sladařství za rok 2012. Dostupné jsou však pouze do roku 2012, od roku 2012 již opět nebyl počet pracovníků sledován. Kvůli nedostatečným údajům tedy nebylo možné vytvořit např. mapy týkající se počtu zaměstnanců v pivovarnickém průmyslu České republiky, neboť by neměly téměř žádnou vypovídající hodnotu.

V roce 1994 bylo v pivovarnickém průmyslu zaměstnáno 7 161 zaměstnanců. V roce 1997 se jejich počet zvýšil na 7 819 zaměstnanců. Celkově se však počet pracovníků v pivovarech a sladovnách oproti roku 1992 snížil z původních 14 000 zaměstnanců v roce 1992 na 11 000 zaměstnanců v roce 2000 (KRATOCHVÍLE 2005). Pivovary s největším počtem pracovníků v roce 1999 přibližuje Graf 6.

Graf 6: Deset pivovarů s nejvyšším počtem zaměstnanců v České republice v roce 1999



Zdroj: VANČURA (2002), vlastní zpracování

Graf 6 se oproti Grafu 1 výrazně změnil. Do deseti pivovarů s nejvyšším počtem zaměstnanců spadají jiné pivovary než v roce 1989, což je dáno změnou struktury pivovarů. Do první desítky již nespadá např. pivovar v Přerově, Pardubicích, Vratislavicích či v Mostu – Sedleci. Novým významným pivovarem se stal pivovar v Krušovicích, Pivovar Samson v Českých Budějovicích a Pivovar Staropramen. Obdobně jako v roce 1989 má nejvyšší počet zaměstnanců pivovar v Plzni. Počet zaměstnanců v plzeňském pivovaru však nijak zvlášť nenarostl. Na druhém místě se nachází Pivovar Staropramen s 884 pracovníky. U pivovaru v Nošovicích se počet zaměstnanců oproti roku 1989 zvýšil na dvojnásob. Podobně je na tom také Budějovický Budvar, ve kterém počet zaměstnanců vzrostl o 200. Zatímco v roce 1989 byl pivovar v Brně na druhém v místě, v roce 1999 ztrácel na významu a počet jeho zaměstnanců se snížil z více než 500 na necelých 250.

Pracovní místa se v pivovarnictví rozdělují na přímou zaměstnanost, kdy jsou osoby zaměstnány přímo v pivovarech, a nepřímou zaměstnanost, která tvoří distribuční řetězce. Počet přímo zaměstnaných v pivovarnictví v České republice v roce 2009 byl cca 7 500. K roku 2010 se snížil na 6 300 zaměstnanců. V roce 2011 se opět zvýšil na 6 800 zaměstnanců. V roce 2012 počet přímo zaměstnaných osob v pivovarnictví České republiky vzrostl oproti roku 2011 téměř o 3 % a celkový počet zaměstnanců byl přibližně 7 000 pracovníků (ŠÁMAL, VESELÝ, PAULŮ 2012).

Nepřímá zaměstnanost vytváří více pracovních míst. V roce 2009 byl počet jejich zaměstnanců 18 500, zatímco v roce 2012 se snížil na 17 000. Pivovary v roce 2015

poskytovaly pracovní místa pro cca 24 000 zaměstnanců. V porovnání s rokem 2009 to je o 8 % méně (ŠÁMAL, VESELÝ, PAULŮ 2012).

4.3 Pivovarnické nadnárodní skupiny v České republice jako fenomén ekonomické globalizace

Příliv zahraničního kapitálu do českého pivovarnictví nastal po roce 1992. Jako první začaly globalizační procesy Pražské pivovary, které se staly partnerskou firmou Bass PLC z Velké Británie. Firma Bass PLC byla v té době největším světovým výrobcem piva. Vlastnila 10 pivovarů a její roční výstav činil 13 milionů hl. Pražské pivovary chtěly partnerstvím docílit vyšších výnosů a zvýšit export po celé Evropě i jinde. Vlastníkem Pražských pivovarů se britská firma stala již v roce 1995, kdy odkoupila pivovary Vratislavice nad Nisou a Ostravar. Cílem společnosti Bass PLC bylo do roku 2000 dosáhnout 20% podílu na českém trhu, to se jim však nepodařilo (KRATOCHVÍLE 2005).

Pivovar Krušovice získala v roce 1994 německá firma Binding Brauerei AG, která byla součástí nadnárodní společnosti Dr. Oetker (PIVOVARY.INFO 2014). Započala rekonstrukce a přestavba pivovaru, díky nimž se výstav zvedl na více než 1 milion hektolitrů. Pivovar získal nový název Královský pivovar Krušovice. Ve stejném roce firma odkoupila polovinu akcií pivovaru Starobrnno (KRATOCHVÍLE 2005) a také dění ovlivňovala ve znojenském Hostanu (VANČURA 2002).

Plzeňský Prazdroj spolu s pivovarem Radegast ovlivňovala NOMURA, finanční společnost z Japonska. Pivovar Radegast se stal brzy součástí Plzeňského Prazdroje, jež ho odkoupil za 3,5 miliardy korun. Později Prazdroj ovlivňoval dění také v pivovaru v Nošovicích a ve Velkých Popovicích. Roku 1999 došlo k volnému seskupení Prazdroje, Velkých Popovic a Radegastu. Již zmíněná finanční firma NOMURA pak nově vzniklý podnik prodala v roce 1999 společnosti SAB, jejíž celý název byl South African Breweries. Za odkoupení získala firma NOMURA 22 miliard korun českých. Součástí jednoho podniku se Prazdroj, Velké Popovice a Radegast staly v roce 2002, kdy se do obchodního rejstříku zapsaly jako Plzeňský Prazdroj, a.s. Společnost SAB byla velmi významnou nadnárodní pivovarnickou společností té doby. Její roční výstav činil 54 milionů hektolitrů, počet zaměstnanců pracujících pro tuto společnost se pohyboval okolo 49 000 (KRATOCHVÍLE 2005) a byla čtvrtou největší pivovarnickou skupinou světa. Díky seskupení Prazdroje, Velkých Popovic a Radegastu vznikla ve střední a východní Evropě nejsilnější pivovarnická společnost (VANČURA 2002).

Do pivovarnického průmyslu České republiky investovala společnost SAB od roku 1999 do roku 2008 více než 14 miliard korun. Hlavní investice šly do Plzeňského Prazdroje a jeho značky Pilsner Urquell, který se začal nově vyvážet do Černé Hory, Albánie, Jihoafrické republiky, Kypru či do Argentiny. Prazdroj tak výrazně upevnil svůj vliv na zahraničním pivovarnickém trhu. Z investic se nakupovalo kvalitnější vybavení, zvyšovaly se výrobní kapacity pivovaru, snižovala se spotřeba tepla, energie a vody (PULEC 2014).

20 % akcií jihlavského pivovaru získal v roce 1995 Brauerei Zwetl, rakouský pivovar, který však bohužel pivovar špatně vedl a brzy se ho pokoušel prodat. Nový vlastník se nenašel, tak jej převedl na management pivovaru. Roku 2000 část podílu pivovaru získala firma Bockhold N.V. z Belgie, která začala vývoz jihlavského piva orientovat do Belgie, Velké Británie či Německa (PIVOVARY.INFO 2015a).

V průběhu let začaly český trh kromě již zmíněného SAB Milleru ovládat také dvě další největší pivovarnické společnosti světa. Byly jimi Anheuser-Busch InBev (dříve nazýván Interbrew) a Heineken. Tyto tři společnosti vyráběly na našem trhu více než 75 % produkce z celkového výstavu (ATLAS PIVOVARNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY 2010).

Zahraniční společnost Interbrew sídlící v Belgii se na český pivovarnický trh dostala v roce 2000 odkoupením Pražských pivovarů od firmy BASS PLC. Firma Bass PLC Interbrewu odprodala necelých 80 % akcií Pražských pivovarů. V pivovaru Braník se začala vařit značka společnosti Interbrew Stella Artois. Nový název Pivovary Staropramen získaly Pražské pivovary v roce 2003. Pivovar Braník v roce 2007 již nově přejmenovaná firma AB InBev zrušila a výroba byla přesunuta do Pivovaru Staropramen. Vlastnictví Staropramenu ukončila firma AB InBev v roce 2010, kdy jej prodala skupině CVC Capital Partners. Tato skupina Staropramen vlastnila do roku 2012, než byl opět odkoupen, a to společností Molson Coors Brewery, v jejímž vlastnictví je Staropramen dodnes. Součástí Pivovarů Staropramen je také Pivovar Ostravar (PIVOVARY.INFO 2013).

Roku 2001 se Pivovar Samson přejmenoval na Budějovický měšťanský pivovar. Zadlužený pivovar, stále jako poslední a jediný pivovar spadající pod Jihočeské pivovary, se majitelé od roku 2009 pokoušeli prodat. Prodej se majitelům Samsonu podařil až v roce 2011. Pivovar získala česká firma JD Beer Invest, jejímž vlastníkem byla společnost Collis z Nizozemí. Ve vlastnictví firmy pivovar dlouho nezůstal. V roce 2012 jednu jeho část odkoupila společnost Harvestor z Kypru, díky níž se pivovar rozdělil na dvě části,

a to Pivovar Samson a.s. a Budějovický měšťanský pivovar. Budějovický měšťanský pivovar připadl společnosti AB InBev. Celý pivovar, spolu s Pivovarem Samson, získala společnost v roce 2014 (PIVOVARY.INFO 2015b).

Společnost Drinks Union v roce 2008 odkoupil pivovarnický koncern Heineken. V té době byly součástí Drinsk Unionu pivovary Krásné Březno, Velké Březno a Louny. Od společnosti Binding Brauerei AG získal Heineken v České republice také Pivovar Krušovice. Krušovice se roku 2009 sloučily se Starobrnem a roku 2010 bylo všech pět pivovarů přejmenováno na společnost Heineken Česká republika (PIVOVARY.INFO 2014).

Výrazná změna na českém pivovarnickém trhu nastala v roce 2016, kdy pivovarnickou skupinu Plzeňský Prazdroj odkoupila japonská skupina Asahi. Společnost Asahi zaplatila za Plzeňský Prazdroj a další čtyři evropské pivovary, které dosud rovněž vlastnila společnost SABMiller, 200 miliard korun. Skupina Asahi považovala Plzeňský Prazdroj za nejlepší pivovar z pěti odkoupených pivovarů a byla spokojena i z toho důvodu, že je v České republice největší spotřeba piva na hlavu ve srovnání s celým světem (IDNES.CZ/EKONOMIKA 2016b).

Jako další příklady zahraničního kapitálu v České republice je možné zmínit např. Rakovnický pivovar vlastněný ruským podnikatelem. Pivovar v Žatci, který je ve vlastnictví anglického podnikatele, jehož firma nese název Kordoni Holdings Limited a má sídlo na Kypru (PULEC 2014). Humpolecký Bernard vlastní od roku 2001 z poloviny belgická společnost Duvel Moortgat N.V. zaměřující se na výrobu speciálních piv (PIVOVARY.INFO 2015c).

4.3.1 Strategické postupy pivovarnických skupin v České republice ovládnutými nadnárodními společnostmi

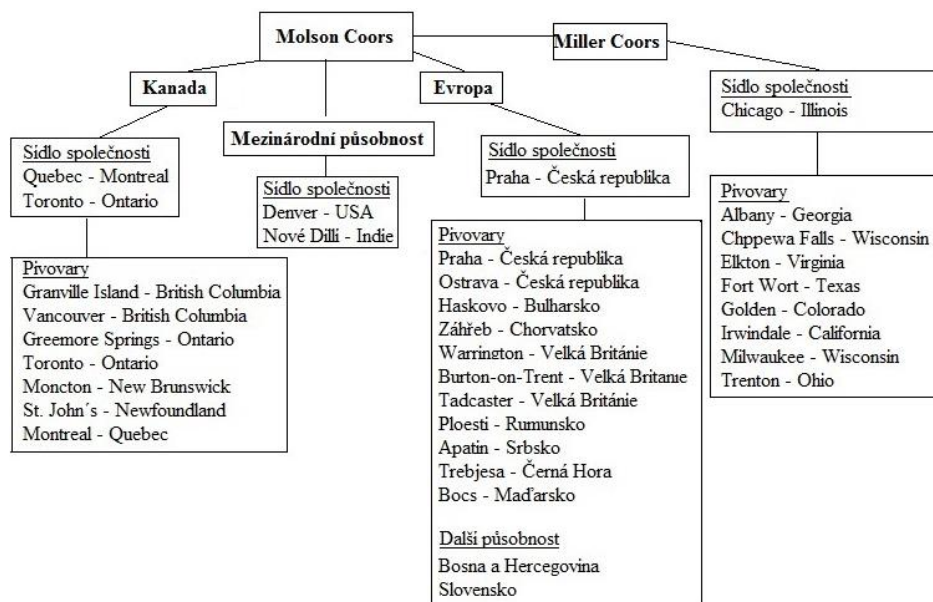
V České republice je možné pozorovat u velkých pivovarnických skupin, jaký vliv na ně mají nadnárodní řetězce. Každá pivovarnická skupina má jiné strategické postupy. Některé pivovary kladou důraz na české tradice a v jejich nabídce převažují ve větší míře české značky piva. Naopak větší vliv nadnárodní společnosti v daném pivovaru značí větší distribuce zahraničních piv a nižší podíl českých značek.

Pivovary Staropramen, které jsou součástí společnosti Molson Coors, nabízejí na českém trhu své typické české značky jako je Staropramen, Braník, Velvet a Ostravar. Svoji nabídku obohacují místními ochucenými pivy Staropramen Cool a Sládkovou limonádou. Skupina se však nezabývá pouze prodejem českých piv, ale nabízí také

značky zahraničních pivovarů. V pivovaru Staropramen se vyrábí nejvýznamnější značka belgické nadnárodní pivovarnické skupiny AB InBev, a to Stella Artois. V nabídce Staropramenu je také produkt Lefe, který však již AB InBev vyrábí v zahraničí. Pivovar Staropramen dále distribuuje na českém a slovenském trhu mexickou značku piva Corona, která patří k pěti nejhodnotnějším světovým značkám piva. Společnost Staropramen nabízí ochucená piva skupiny Molson Coors cider a belgickou značku Hoegaarden. Strategií společnosti Staropramen je tedy prodej českých i zahraničních piv (PIVOVARY STAROPRAMEN 2017).

Skupina Staropramen má v rámci nadnárodní skupiny Molson Coors významné postavení. Pivovary Staropramen jsou pro celý evropský kontinent centrálním sídlem této společnosti. Jsou hlavním a nejdůležitějším pivovarem skupiny Molson Coors v Evropě. Jeho výrobky společnost dodává do třiceti zemí světa (MOLSON COORS 2016). Na strukturu nadnárodní společnosti Molson Coors poukazuje Obrázek 1.

Obrázek 1: Působnost nadnárodní společnosti Molson Coors v roce 2016



Zdroj: MOLSON COORS (2016), vlastní zpracování

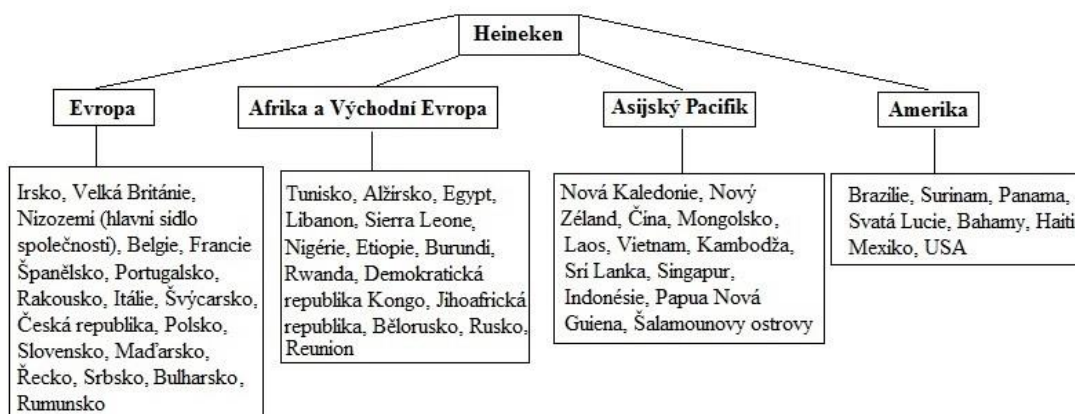
Z Obrázku 1 lze vidět, že společnost Molson Coors působí zejména v Kanadě a Evropě, kde má nejvíce pivovarů. Podskupinu Molson Coors tvoří společnost Miller Coors, která vyrábí tradiční značky společnosti a své pivovary má pouze v Americe.

Obdobnou strategii jako Pivovary Staropramen má společnost Heineken, která distribuuje zejména zahraniční piva. Nejvýznamnější značkou je nizozemský Heineken. Zahraniční portfolio doplňuje nizozemská značka Desperados a jihoafrický Strongbow

vyráběný v Johannesburgu. Z českých značek nabízí skupina Heineken Starobrno, Krušovice, Zlatopramen, Břežňák, Zlatý Bažant, Hostan, Louny a pivo Dačický (HEINEKEN 2017). Podobně jako v případě Staropramenu je možné pozorovat u českého Heinekenu velký vliv nadnárodního koncernu Heineken.

Česká společnost Heineken nemá v rámci celého nadnárodního uskupení takové postavení jako Pivovary Staropramen ve skupině Molson Coors. Je pouze jednou z mnoha evropských pivovarnických společností, které skupina vlastní. Nadnárodní koncern Heineken působí v Evropě, Africe, Východní Evropě, Asijském Pacifiku a v menší míře také v Americe (viz Obrázek 2).

Obrázek 2: Působnost nadnárodní společnosti Heineken v roce 2016



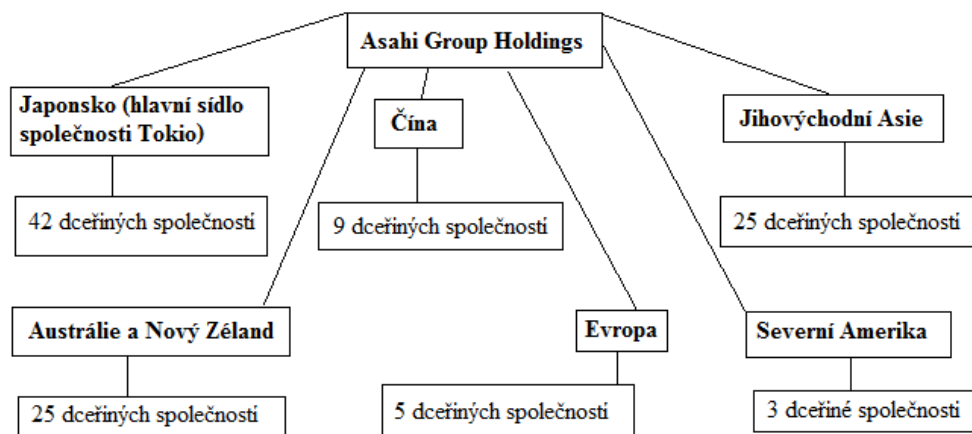
Zdroj: HEINEKEN (2016b), vlastní zpracování

Společnost Plzeňský Prazdroj se se svojí strategií výrazně odlišuje od předchozích dvou společností. Dává důraz na českou tradici a nabídka pivních značek je ryze česká. Jedinou zahraniční značkou, kterou Plzeňský Prazdroj nabízí, je ovocný cider Kopparberg vyráběný ve švédském městě Kopparberg. Plzeňský Prazdroj dodává na trh 11 českých pivních značek, mezi něž patří Pilsner Urquell, Gambrinus, Kozel, Radegast, Birell, Excelent, Mater a Klasik. Nabídka je doplněna ovocnými pivy Frisco a Kingswood (PLZEŇSKÝ PRAZDROJ 2017).

Orientaci pouze na české značky ponechala pivovaru i nadnárodní společnost SABMiller, které byl pivovar donedávna součástí. Díky ní se stal Plzeňský Prazdroj významnou pivovarnickou společností České republiky a světa, i když neměl tak velké výrobní kapacity jako ostatní pivovary, které společnost vlastnila. Byl z nich však nejvýkonnější (MÜLLER 2007). Na stejné pozici se Plzeňský Prazdroj nachází i v současné době ve vlastnictví společnosti Asahi. Nadnárodní skupina Asahi ovládá

zejména asijské trhy. Působí však také v Austrálii, Novém Zélandě, vlastní tři dceřiné společnosti v Severní Americe a jedinou společností v Evropě, kterou je Plzeňský Prazdroj (viz Obrázek 3).

Obrázek 3: Působnost nadnárodní společnosti Asahi Group Holding v roce 2016



Zdroj: ČESKÁ TELEVIZE (2016), vlastní zpracování

5 ANALÝZA EKONOMICKÉ LOKALIZACE V PIVOVARNICKÉM PRŮMYSLU ČESKÉ REPUBLIKY

5.1 Charakteristika minipivovarů

Prvním pivovarem, který můžeme označit jako minipivovar, byl pražský pivovar U Fleků, jehož založení se datuje k roku 1499 (MLADÁ FRONTA DNES 2016). Ostatní minipivovary v České republice začaly vznikat až po roce 1989. Jde tedy o poměrně nový trend v pivovarnictví (VEČERKOVÁ, KISS 2004). Většinou se jedná o pivovary, které jsou přímo spojeny s restaurací, a tak je můžeme označit také jako restaurační minipivovary. Produkce minipivovarů se pohybuje okolo 500 až 3 000 hl za rok. Maximální výše výstavu pro minipivovary je 10 000 hl ročně (MLADÁ FRONTA DNES 2016). Malý objem minipivovarů je oproti průmyslovým pivovarům výhodou, neboť minipivovary se lépe přizpůsobují poptávce na trhu a mohou na ni snadněji reagovat, čímž mají konkurenční výhodu oproti průmyslovým pivovarům (VERHOEF 2003).

Minipivovary zakládají dvě skupiny lidí. Jednou z nich jsou milovníci piva, pro které je vaření piva i jejich koníčkem. Druhou skupinu tvoří podnikatelé, kteří minipivovar zakládají pouze z důvodu zisku (MLADÁ FRONTA DNES 2016).

Téměř veškerá produkce piva v minipivovarech se zkonsumuje ve vlastních restauracích. Pouze malá část produkce se vyváží do blízkého okolí. Piva vyrobená v minipivovarech bývají nefiltrovaná, kvasnicová, důraz je kladen na čerstvost piva a různorodost, množství piv se vyrábí dle potřeb.

Charakteristická jsou piva s vyšším podílem alkoholu vyráběná dle původních receptur (VEČERKOVÁ, KISS 2004). Rozšířena je výroba nealkoholických, pšeničných či speciálních piv. Speciálními pivy lákají minipivovary nové zákazníky (POJMANOVÁ 2008).

Konzumenti chtějí dobrou kvalitu piva za přijatelnou cenu, nepotřebují vysoko-stupňový speciál a žádné originální chutě. Všechny tyto požadavky mohou minipivovary nabídnout (MLADÁ FRONTA DNES 2016). Minipivovary však mají vyšší náklady spojené s výrobou piva, s čímž je spojena i vyšší cena. Průmyslové pivovary jim pak levnějšími pivy konkurují (EURO PORTÁL 2013).

Průmyslové pivovary rozšiřují svůj sortimentu, aby i ony měly nad sortimentem minipivovarů navrch. Průmyslové pivovary se snaží u piva získat co největší trvanlivost,

zatímco piva v minipivovarech jsou většinou určena k okamžité spotřebě (MLADÁ FRONTA DNES 2016).

Malé pivovary mohou více experimentovat, vše si dělají na základě vlastních zkušeností a získaných znalostí. Svým návštěvníkům poskytují širokou škálu dalších služeb, jako je neobvyklá kuchyně či možnost podílet se na přípravě piva. Mnoho minipivovarů také návštěvníkům nabízí podívanou na výrobu piva, která je spojena s jeho ochutnávkou (VEČERKOVÁ, KISS 2004).

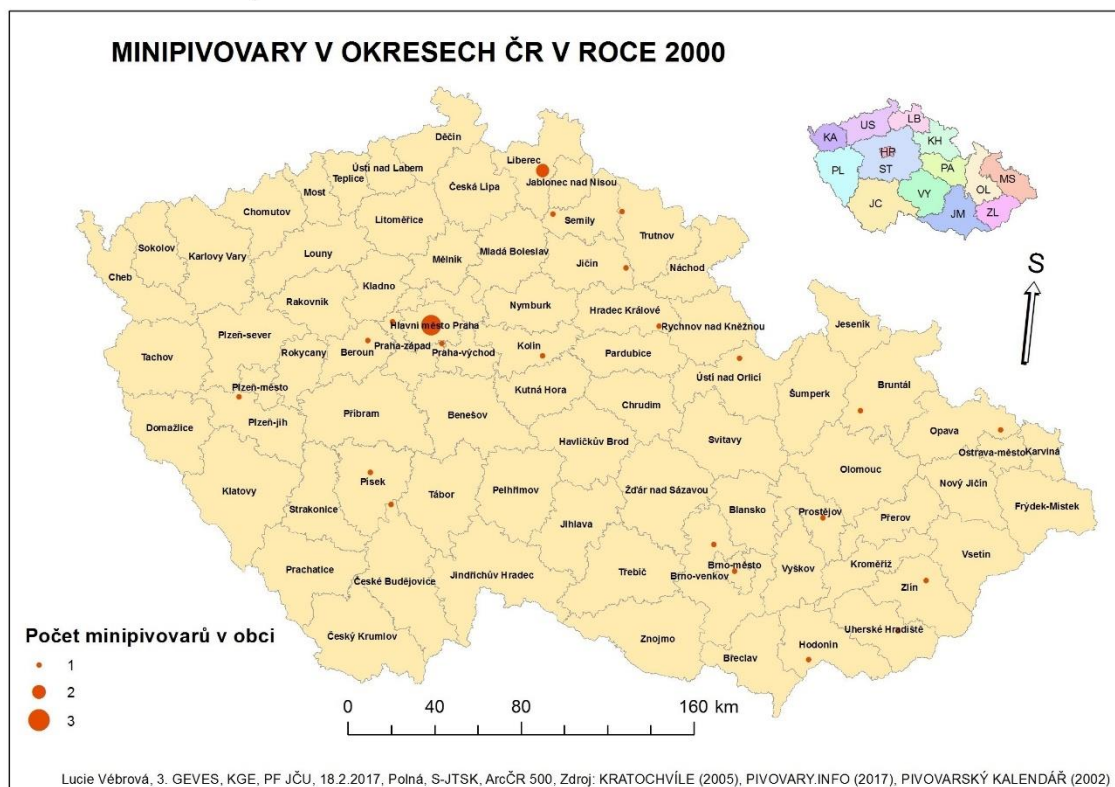
Minipivovary často vznikají na atraktivních místech cestovního ruchu. Bývají součástí hotelů či penzionů (VEČERKOVÁ, KISS 2004). Vznikají v horách, lákají na pivní turistiku, někdy jsou spojeny s agroturistikou. Jsou vázány na staré památky, zejména kláštery, které díky minipivovarům opět získávají zájem turistů. Vznikají v továrnách, starých zemědělských usedlostech, tvrzích či zámcích. Svoji nabídku zpestřují pivními lázněmi, koupelemi, exkurzemi či poskytováním různých kurzů (MLADÁ FRONTA DNES 2016).

Kromě turistů uspokojují minipivovary návštěvníky v jejich blízkém okolí. Poskytují kulturní obohacení daného regionu, čímž se region dostává do popředí společenského a ekonomického zájmu. Pořádají různé zábavy či trhy (DENÍK 2016). Nabízí práci místním obyvatelům (ČESKÝ SVAZ PIVOVARŮ A SLADOVEN 2012), přičemž průměrný počet zaměstnanců u jednoho minipivovaru je do deseti pracovníků (DENÍK 2016).

5.2 Vývoj minipivovarů v České republice po roce 1989

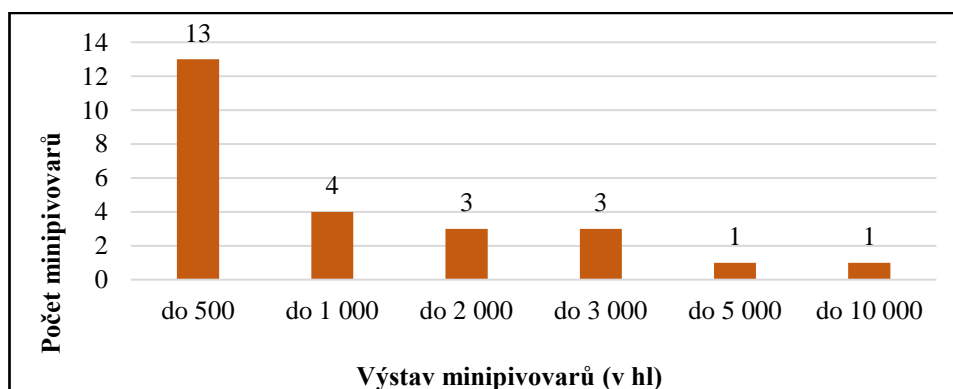
V této části bakalářské práce byl vytvořen přehled minipivovarů v profilových rocích 2000 a 2015, obdobně jako v předchozí kapitole u průmyslových pivovarů. Oproti průmyslovým pivovarům je u minipivovarů vynechán rok 1989, neboť byl v roce 1989 v České republice pouze jeden minipivovar. U minipivovarů vývoj probíhal opačným způsobem než u průmyslových pivovarů. Počet průmyslových pivovarů od roku 1989 klesal, zatímco počty minipivovarů rapidně rostou. Ve větší míře začaly minipivovary vznikat až od roku 1991. K roku 2000 se počet minipivovarů navýšil na 25, číslo však bylo stále malé. Mapa 5 zobrazuje přehled minipivovarů fungujících v roce 2000.

Mapa 5: Minipivovary v okresech ČR v roce 2000



Předchozí Mapa 5 nezobrazuje výstav minipivovarů, neboť v Praze a Liberci se nachází více než jeden minipivovar. Minipivovary v České republice dle výstavu byly proto zpracovány do grafu (viz Graf 7). Kvůli velkému počtu minipivovarů není možné je rozdělit jednotlivě. Výstavy byly rozděleny do jednotlivých intervalů, do kterých následně spadá určitý počet minipivovarů.

Graf 7: Minipivovary v České republice v roce 2000 dle výstavu

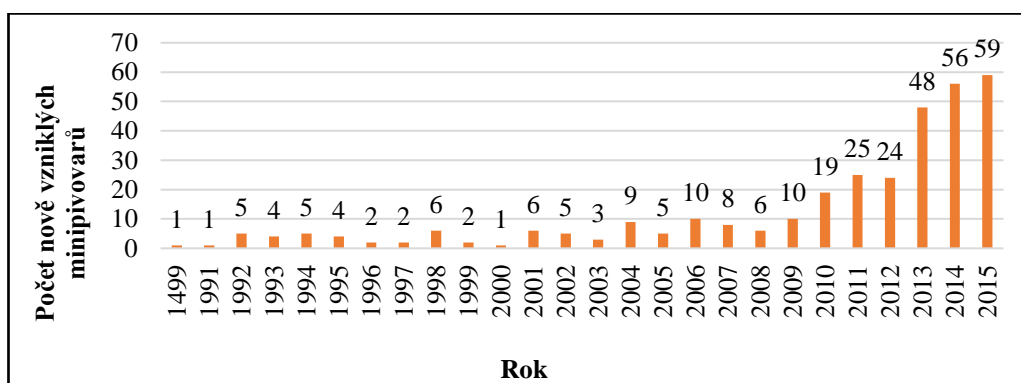


Zdroj: KRATOCHVÍLE (2005), PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2002), PIVOVARÝ.INFO (2017), vlastní zpracování

Dle předchozího Grafu 7 měl pouze jeden minipivovar výstav vyšší než 5 000 hl, většina minipivovarů vyprodukovala množství piva maximálně do 500 hl.

Počty minipivovarů každým rokem stoupají. Růst minipivovarů můžeme vnímat jako reakci na globalizační procesy, při kterých dochází ke snižování počtu průmyslových pivovarů. Nutné je však podotknout, že i když je v České republice více než 300 minipivovarů, na celkovém výstavu piva se podílejí velmi málo (HASMAN, HÁNA, MATERNA 2016). Na vzniklé minipivovary poukazuje Graf 8.

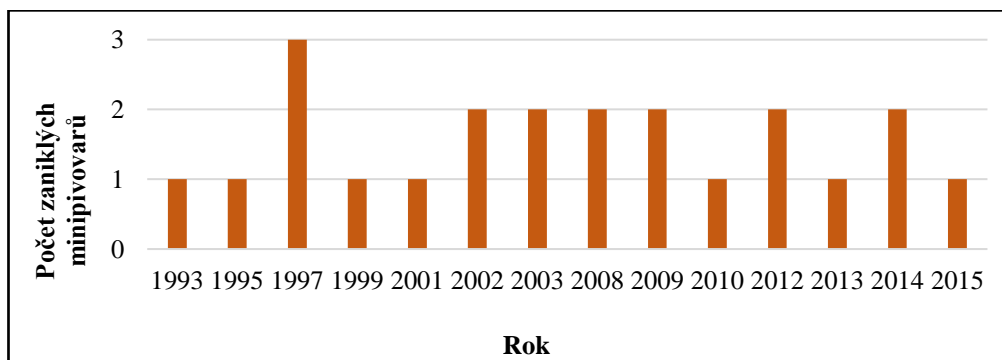
Graf 8: Počet vzniklých minipivovarů v České republice dle jednotlivých let od roku 1499



Zdroj: PIVOVARY.INFO (2017), vlastní zpracování

Graf 8 podává přehled o nově vzniklých minipivovarech od roku 1499. Z grafu lze přibližně od roku 2009 pozorovat rostoucí trend vzniku minipivovarů. Počty minipivovarů jsou velmi vysoké. S tím je však spojeno i množství zaniklých minipivovarů, které se již nedokázaly udržet na trhu a konkurovat ostatním. Počet zaniklých minipivovarů přibližuje Graf 9. Z důvodu jejich velkého počtu jsou počty zaniklých minipivovarů daleko vyšší než u zaniklých průmyslových pivovarů.

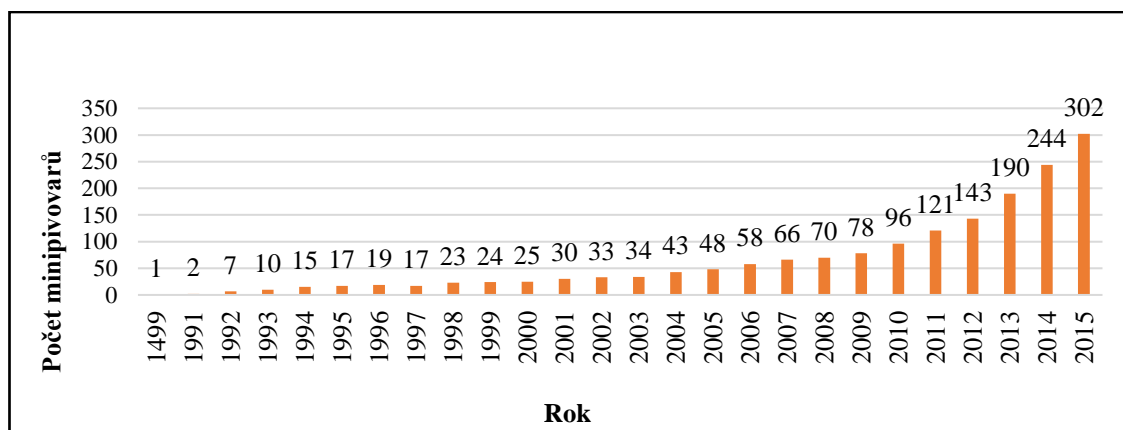
Graf 9: Počet zaniklých minipivovarů v České republice po roce 1989



Zdroj: PIVOVARY.INFO (2017), vlastní zpracování

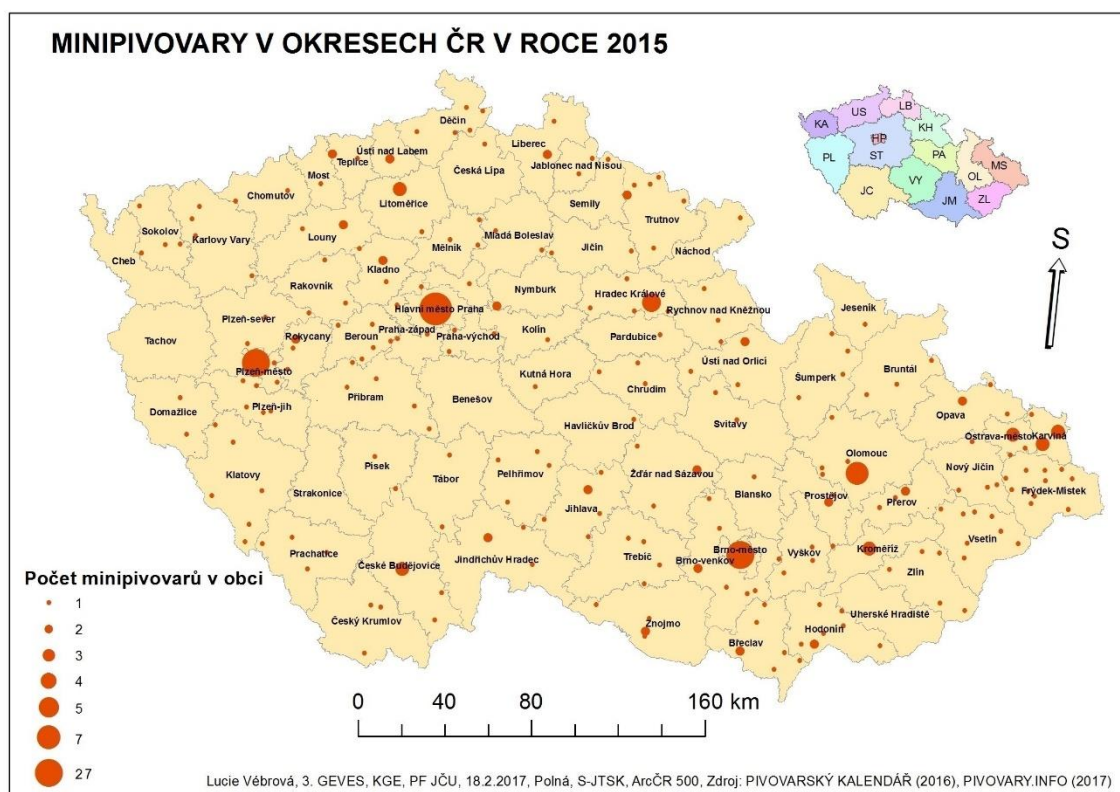
K roku 2016 bylo v ČR evidováno více než 400 minipivovarů. Dle Českého svazu pivovarů a sladoven by v České republice mohlo fungovat a současně i vydělávat až 1 000 minipivovarů (MLADÁ FRONTA DNES 2016). Neustále se zvyšující počet existujících minipivovarů znázorňuje Graf 10. Na počet a rozmístění minipivovarů v roce 2015 poukazuje Mapa 6.

Graf 10: Počet existujících minipivovarů v České republice dle jednotlivých let od roku 1499



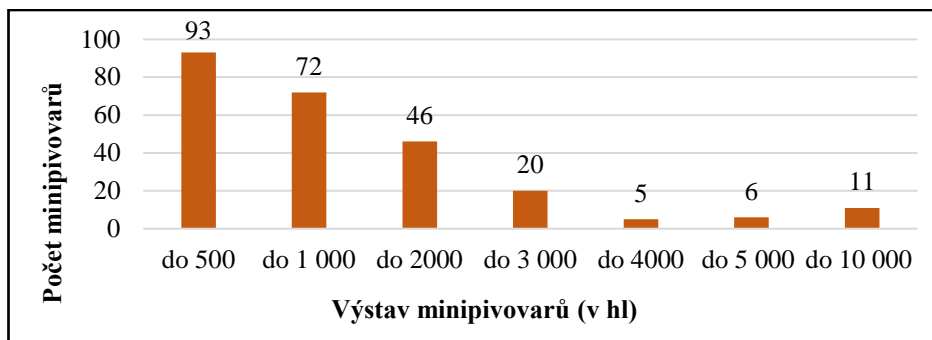
Zdroj: PIVOVAR.INFO (2017), vlastní zpracování

Mapa 6: Minipivovary v okresech ČR v roce 2015



V roce 2015 se počet minipivovarů vyšplhal na 302. Mnoho obcí má více než jeden minipivovar (viz předchozí Mapa 6). Nejvíce se jich nachází v Praze, Brně, Olomouci, Plzni, v Českých Budějovicích či v Hradci Králové. Praha se pyšní 27 minipivovary. Největší koncentrace minipivovarů, více než 30, je v tomto roce v kraji Jihomoravském, Moravskoslezském a Středočeském. Nejméně minipivovarů měl kraj Liberecký, pouze sedm. Výstavy minipivovarů v roce 2015 zobrazuje Graf 11.

Graf 11: Minipivovary v České republice v roce 2015 dle výstavu



Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), PIVOVAR.INFO (2017), vlastní zpracování

Obdobně jako v roce 2000 je v České republice nejvíce minipivovarů s výstavem maximálně do 500 hl. Velký počet minipivovarů je také s výstavem do 1 000 a do 2 000 hl. Zatímco v roce 2000 měl pouze jeden minipivovar výstav vyšší než 5 000 hl, k roku 2015 jich bylo již 11. Vyšší počet minipivovarů s výstavem nad 5 000 hl je dán tím, že se množství průmyslových pivovarů v průběhu let se svým výstavem propadlo až na hodnotu minipivovaru. Můžeme však pozorovat i opačný trend, kdy se z minipivovaru stává průmyslový pivovar. Z celkových 302 minipivovarů uvedených v Grafu 11 nebyl u 50 z nich výstav v pramenech dohledán.

5.3 Projevy ekonomické lokalizace v pivovarnictví České republiky

Ekonomická lokalizace nemá na minipivovary v České republice takový vliv jako ekonomická globalizace na průmyslové pivovary. Některé její projevy však na minipivovarech můžeme pozorovat. Mnohé základní principy projevů ekonomické lokalizace na minipivovarech jsou zpracovány z podkapitoly 5.1, která se zabývala charakteristikou minipivovarů.

Za základní projev ekonomické lokalizace u minipivovarů můžeme považovat to, že uspokojují zejména místní zákazníky, neboť jejich piva se nikam nedovážejí a konzumují se pouze v daném minipivovaru. O projev ekonomické lokalizace se jedná

i v případě, že místní pivo konzumují turisté. Piva se konzumují přímo v minipivovarech či ve vlastních restauracích. Minipivovary nabízejí k pivu místní pokrmy.

Piva jsou v minipivovarech vyráběna na základě původních receptur, využívají se zejména místní zdroje. Důležitá je kvalita piva, která závisí na místní vodě, proto musí být minipivovary budovány na místech, kde je pitná voda opravdu kvalitní. Důraz je kladen na čerstvost piva, je tedy důležité čerpat pouze z místních surovin, neboť při dovozu surovin se snižuje jejich kvalita. Jelikož se jedná o piva čerstvá, mají velmi malou trvanlivost.

Zaměstnanci v minipivovarech jsou místní obyvatelé. Minipivovar mohou vést na základě vlastního uvážení, na rozdíl od průmyslových pivovarů, na jejichž provoz dohlíží zahraniční společnosti a bez jejich souhlasu není nic možné.

Neustálý růst počtu minipivovarů značí zvyšující se zájem o místní produkci piv. Většina českého piva se vyrábí z domácích surovin. Není to však typické pouze pro minipivovary, ale i pro pivovary průmyslové. Z toho lze vyvodit, že ekonomická lokalizace má částečně vliv i na průmyslové pivovary.

Ekonomická lokalizace se v případě minipivovarů může projevat také označením minipivovaru jako Regionální potravina. Označení Regionální potravina vydává Ministerstvo zemědělství, které tím podporuje zemědělskou místní produkci a lokální potraviny. Aby určitý produkt mohl být označen za Regionální potravinu, musí splňovat určité požadavky. Musí se jednat o zemědělský či potravinářský výrobek, jenž se vyrábí v daném regionu a pro jehož vytvoření byly použity pouze místní zdroje. Výrobek také musí být vyroben z tradičních surovin, které jsou typické pro daný region a má typické charakteristiky daného regionu. Za region se považuje kraj. Regionální potravina se uděluje na šest let a její vydání musí být podepsáno hejtmanem daného kraje a ministrem zemědělství. Spotřebitelé tak vědí, že produkty, které si koupili, jsou kvalitní, čerstvé a jejich původ je z místní produkce. Jedná se o ty nejkvalitnější potraviny, které může místní trh v kraji poskytnout. K roku 2017 se Regionální potravina bude udělovat již po sedmé. U pivovarů je Regionální potravinou vždy označen konkrétní pivní produkt. Přehled pivovarů, jež jsou nebo byly držitelem Regionální potraviny, nám ukazuje Tabulka 8. Značku Regionální potravina získávají zejména minipivovary, ale můžeme se s ní setkat i v případě průmyslových pivovarů snažících se o lokální produkci, která je spojena s ekonomickou lokalizací (REGIONÁLNÍ POTRAVINA 2016).

Tabulka 8: Pivovary, jejichž produkt byl oceněn Regionální potravinou

Kraj	Výrobce	Rok získání ocenění Regionální potravinou
Jihočeský	PRECIS HOLDING (Pivovar Kněžíněk)	2014
Jihomoravský	Vesnický pivovar OHRADA	2013
	CZECH BEVERAGE INDUSTRY COMPANY	2012
	PIVO KVASAR	2011
	Jihomoravské pivovary	2010
Karlovarský	Kynšperský pivovar	2016
	Kynšperský pivovar	2013
	Pivovar PERMON	2015
	Pivovar PERMON	2014
	Systém NET Line (Pivovar Permon)	2012
Královéhradecký	Staročeský pivovárek	2012
	Staročeský pivovárek	2014
	Městský Podorlický pivovar	2013
Liberecký	Pivovar Příchovice	2016
	Hols, Pivovar Vratislavice	2015
	PIVOVAR ROHOZEC	2013
	SKLÁRNA A MINIPIVOVAR NOVOSAD & SYN	2011
Olomoucký	CHOMOUT	2016
	Pivovar Litovel	2015
	Pivovar ZUBR	2012
	Pivovar ZUBR	2011
	Pivovar HOLBA	2010
Pardubický	Pivovar Rychtář	2016
	Pivovar Rychtář	2013
	VESELKA LITOMYŠL	2014
	Pardubický pivovar	2011
Plzeňský	LUKRÉCIUS	2011
	Pivovar – restaurant MODRÁ HVĚZDA	2010
Středočeský	Kounický pivovar	2015
	Pivovar Hubertus	2014
	Tradiční pivovar v Rakovníku	2013
	Pivovar Ferdinand	2011
	Pivovar Ferdinand	2010
Ústecký	PIVOVAR KOCOUR VARNSDORF	2015
	PIVOVAR KOCOUR VARNSDORF	2012
	MOSTECKÝ KAHAN	2014
	Žatecký pivovar	2010
Vysočina	AKCIOVÝ PIVOVAR DALEŠICE	2016
	Pivovar Chotěboř	2015
	AQUEKO	2014
	Měšťanský pivovar Havlíčkův Brod	2012
	AKCIOVÝ PIVOVAR DALEŠICE	2011
Zlínský	Martin Velisek (Pivovar Malenovice)	2016

Zdroj: REGIONÁLNÍ POTRAVINA (2016), vlastní zpracování

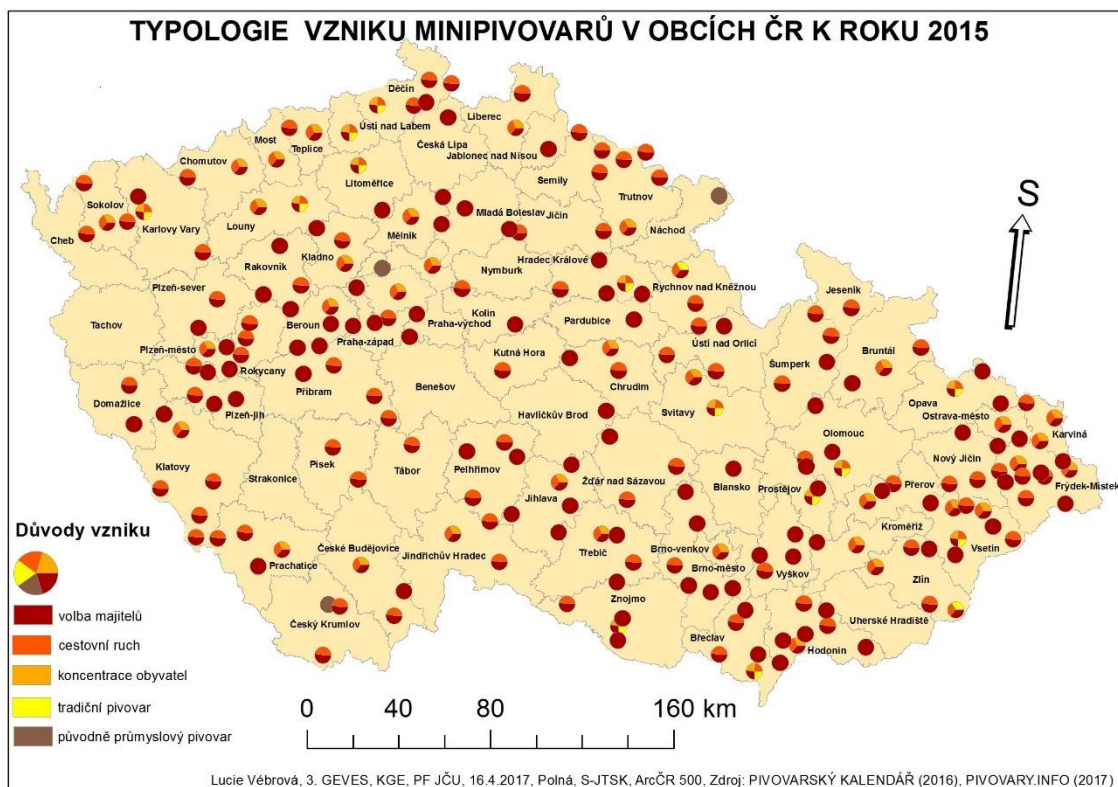
5.4 Typologie vzniku minipivovarů v České republice

Na základě předchozích kapitol a prostudované literatury byla zpracována typologie vzniku minipivovarů v České republice. Byly zkoumány možné důvody vzniku

minipivovarů v dané obci. Dle této typologie je možné určit nejdůležitější lokalizační faktory v koncentraci minipivovarů.

Nejdůležitějšími roli u vzniku minipivovarů hrál kromě samotného rozhodnutí vlastníka také cestovní ruch, koncentrace obyvatel a tradice piva. Každý minipivovar byl vybudován na základě rozhodnutí vlastníka, který musel mít k založení minipivovaru potřebné finance. Tento faktor je pozorovatelný u každého minipivovaru a u některých je jediným faktorem, který ovlivnil vybudování minipivovaru v dané obci. Druhým hlavním důvodem vzniku minipivovarů je cestovní ruch. Minipivovary vznikají na turisticky atraktivních místech za účelem vyššího zisku. Mnoho minipivovarů se koncentruje ve městech s vysokým počtem obyvatel. Ve velkých městech mají obyvatelé vyšší platy, proto si mohou dovolit dražší piva vyráběná v minipivovarech. V některých obcích kdysi působily průmyslové pivovary a dnešní minipivovary se snaží navázat na místní tradici výroby piva. U českokrumlovského, únětického a broumovského pivovaru není žádný důvod vzniku uveden, neboť se jedná o průmyslové pivovary, které se se svým výstavem propadly na hranici minipivovarů. Typologii vzniku minipivovarů znázorňuje následující Mapa 7.

Mapa 7: Typologie vzniku minipivovarů v obcích ČR k roku 2015



6 PIVA V OBCHODNÍCH ŘETĚZCÍCH ČESKÉ REPUBLIKY

Tato kapitola zahrnuje vlastní průzkum prodeje piva v obchodních řetězcích. Cílem kapitoly bylo zjistit, jaké společnosti dodávají piva do obchodních řetězců v České republice. Pro průzkum byly vybrány obchodní řetězce v Českých Budějovicích, a to Kaufland, Albert, Lidl, Billa a Globus. Dalším cílem průzkumu bylo zjistit, zda do těchto obchodů dodávají svá piva minipivovary. Tento předpoklad se však nepotvrdil a obchodní řetězce tedy nabízejí pouze výrobky průmyslových pivovarů, zejména pivovarnických společností. Při průzkumu bylo také zjištěno, že menší průmyslové pivovary dodávají piva pouze do obchodních řetězců ve svém blízkém okolí. Jako příklad může být uveden českobudějovický Samson. Pro porovnání byl navštíven Kaufland v Jihlavě, který již tento produkt nenabízí, naopak poskytuje piva z blízkého okolí, jako jsou například výrobky pivovaru v Havlíčkově Brodě.

Piva prodávaná v obchodních řetězcích jsou obdobná, krom produktů, které jsou vyráběny pouze pro určitý hypermarket, jako příklad můžeme uvést značku piva Argus, vyráběnou výhradně pro Lidl, Zähringer vyráběnou pro Billu, německou značku Sephansbräu-pils, dále polské výrobky Van Pur Strong a Leon Steiner Strong, které jsou dodávány do řetězců Kaufland.

Pivovarnické společnosti Pivovary Staropramen, Plzeňský Prazdroj, Heineken ČR, Pivovary Lobkowicz group a Pivovary Moravskoslezské své výrobky dodávají do všech výše zmíněných obchodních řetězců, s výjimkou Lidlu. Hypermarket Lidl neprodává piva společnosti Heineken ČR, Pivovaru Lobkowicz group a Moravskoslezským pivovarům. Společnost LIF své výrobky nedodává do obchodních řetězců Billa. Samozřejmostí ve všech obchodech je prodej piv Budějovického Budvaru, opět však kromě Lidlu, obdobně na tom je pivovar Bernard a budějovický Samson, který není k dostání ani v Bille.

Z hlediska dodávky piv do obchodních řetězců můžeme považovat za významné pivovary také Pardubický pivovar, jehož produkty je možné koupit v Kauflandu a Bille. Taktéž pivovar v Hlinsku a v Žatci své výrobky dodává do Kauflandu, ale i do Globusu a pivovar Náchod do Globusu i Billy. V hypermarketu Billa můžeme dále najít piva Tradičního pivovaru v Rakovníku, v Globusu pak produkty Měšťanského pivovaru ve Strakonících a Pivovaru Bohemia Regent v Třeboni.

7 ZÁVĚR

Hlavním cílem bakalářské práce bylo zhodnotit procesy ekonomické lokalizace a ekonomické globalizace v pivovarnickém průmyslu České republiky po roce 1989. Aby mohla být provedena analýza pivovarnického průmyslu České republiky z hlediska ekonomické globalizace a ekonomické lokalizace, bylo nejprve nutné oba zmíněné procesy charakterizovat. Znaky ekonomické globalizace a ekonomické lokalizace se následně projeví na pivovarnictví České republiky.

Ekonomická globalizace má vliv na průmyslové pivovary. K jejím projevům došlo až postupem času. Nejprve si pivovarnictví České republiky prošlo mnoha změnami, které jsou charakteristické pro veškerá průmyslová odvětví. Proběhlé změny v pivovarnictví České republiky měly vliv na budoucí vývoj odvětví. Po roce 1989 došlo k novému organizačnímu uspořádání průmyslových pivovarů. Z osmi původních pivovarnických národních podniků, mezi které spadaly veškeré pivovary, se postupně začaly jednotlivé pivovary osamostatňovat. Následná restituce zapříčinila navrácení některých pivovarů do rukou původních vlastníků, jednalo se např. o Pivovar Eggenberg či Vysoký Chlumeč. Díky privatizaci, která ovlivňovala Českou republiku od počátku 90. let, nově vzniklo 14 akciových pivovarnických společností. Celkem bylo součástí společností 33 pivovarů (KRATOCHVÍLE 2005). V době restrukturalizace bylo již pouze několik málo pivovarů státním podnikem.

Ekonomická globalizace se začala v pivovarnickém průmyslu projevovat až po roce 1992, kdy na český pivovarnický trh začaly vstupovat zahraniční společnosti. Vstup zahraničního kapitálu byl doposud nejvýraznější změnou, která české pivovarnictví postihla. Zahraniční společnosti se začaly stávat vlastníky doposud ryze českých pivovarů, ve kterých se následně měnila jejich struktura. Pivovarům, které ovládly zahraniční společnosti, rapidně stoupal výstav i export. Ostatní pivovary se stále orientovaly na přidělený region působnosti. Globalizace s sebou přinášela nejen pozitivní, ale i negativní důsledky. Množství pivovarů bylo zrušeno, protože se jejich výroba přesunula do významnějších pivovarů. Pivovary, které nebyly vlastněny zahraničními společnostmi, ztrácely na významu. Některé pivovary se spojily a utvořily pivovarnické skupiny. Pivovarnické skupiny se v současné době v České republice nejvíce podílejí na tvorbě celkového výstavu.

Ekonomická lokalizace nemá na české pivovarnictví takový vliv jako ekonomická globalizace. Její projevy jsou charakteristické zejména pro minipivovary, které v současné době zažívají svůj největší rozmach. Typickým projevem ekonomické

lokalizace u minipivovarů je, že minipivovary vyrábějí svá piva tradičním způsobem pouze z místních surovin a uspokojují zejména místní zákazníky.

Dílčím cílem práce bylo vytvořit základní databáze v profilových rocích 1989, 2000 a 2015, dle kterých je možné pozorovat změny ve vývoji průmyslových pivovarů i minipivovarů. Tento cíl byl splněn. Vývoj průmyslových pivovarů byl vyjádřen pomocí tabulek, map a grafů. Minipivovary nebylo možné kvůli jejich velkému počtu sestavit do tabulek, proto byl jejich výstav vyjádřen pouze pomocí grafů a jejich vývoj znázorňují vytvořené mapy.

Obě stanovené hypotézy se v práci potvrdily. První hypotéza předpokládala, že si průmyslové pivovary a minipivovary nebudou vzájemně konkurovat, ale spíše se doplňovat. Průmyslové pivovary a minipivovary by si ani konkurovat nemohly, neboť jejich struktura se výrazně liší. Jediné, v čem mají minipivovary nad průmyslovými pivovary navrch, je, že minipivovary svým zákazníkům poskytují více rozmanitých druhů pív, zatímco průmyslové pivovary tolik neexperimentují a na trh dodávají stále stejné tradiční výrobky. Minipivovary se specifickými druhy pív lákají nové zákazníky. Větší význam mají z hlediska tvorby výstavu stále průmyslové pivovary, neboť minipivovary se na celkovém ročním výstavu podílejí pouze minimálně. Produkce minipivovarů tedy produkci průmyslových pivovarů nekonkuruje.

Ve druhé hypotéze se předpokládalo, že pivovarnictví po roce 1989 prošlo jasnými vývojovými etapami, které měly typické charakteristiky. I tato hypotéza se v práci potvrdila a vývoj pivovarnictví můžeme shrnout do několika etap. V 90. letech 20. století probíhala v České republice koncentrace pivovarnického průmyslu. V první polovině 90. let 20. století prošlo pivovarnictví privatizací a restitucí. Restrukturalizace pivovarnického průmyslu probíhala až do druhé poloviny 90. let, na ni později navázal příliv zahraničního kapitálu. V první dekádě 21. století se do pivovarnictví České republiky začal prolínat nový trend, a to vznik minipivovarů, jejichž boom nastal zejména po roce 2010.

Budoucí vývoj pivovarnictví České republiky se dle mého názoru bude dále ubírat stejným směrem jako doposud. Průmyslové pivovary budou i nadále ovládány zahraničními společnostmi, jejich výstav se bude nejspíše pohybovat v podobných hodnotách, jako tomu bylo v roce 2014. Možné změny mohou nastat u Plzeňského Prazdroje po jeho ovládnutí japonskou společností Asahi. Není jisté, zda se bude produkce pivovaru vyvíjet k lepšímu, stagnovat či si pohorší. Jelikož se však jedná o světově důležitý pivovar, produkce by měla zůstat minimálně na stejné úrovni. Nové

průmyslové pivovary již vznikat nebudou. Do českého pivovarnictví mohou v průběhu let vnikat nové zahraniční společnosti, které si zde budou přerozdělovat trh.

Počty minipivovarů budou neustále stoupat, neboť tento trend se začal v České republice velmi rozvíjet a o piva v minipivovarech je stále větší zájem. Minipivovary budou vznikat zejména na atraktivních místech či ve větších městech. Sládci budou stále vyvíjet nové druhy piv, aby nalákali více zákazníků.

8 POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE

ČSÚ (1990): Provozovny ústředně řízeného průmyslu v roce 1989 (počítačová databáze).

DAMBORSKÝ, M., ŘÍHOVÁ, G. (2008): Přímé zahraniční investice v ČR. Regionální studia, roč. 2, s. 22–28.

DENÍK (2016): Průvodce 2016. Dobré pivovary Čech, Moravy a Slezska. Část šestá, Pivovary Jihomoravského kraje a kraje Vysočina, s. 6–7.

DESAI, P., RIDDLESTONE, S. (2002): Bioregional solutions for living on one planet. Schumacher Briefing No. 8, Schumacher Society: Bristol, Green Books: Dartington, Devon, 120 s.

EPPING, R. CH. (2004): Průvodce globální ekonomikou. Portál, Praha, 240 s.

FÁREK, J. (2004): Ekonomika Indie – po váhavém startu impozantní nástup. Mezinárodní politika, č. 11, s. 4–8.

FÁREK, J., FOLTÝN, J. (2001): Finanční aspekty čtyř regionálních krizí 90. let. Politická ekonomie, č. 3, s. 383–396.

JAKŠA, T. (2009/2010): Globalizace mezinárodního obchodu a její dopad na české podniky. Bakalářská práce. Právnická fakulta Masarykovy univerzity, Katedra finančního práva a národního hospodářství, Brno, 49 s.

JENÍČEK, V. (2002): Globalizace světového hospodářství. C. H. Beck, Praha, 151 s.

JOHANISOVÁ, N. (2008): Kde peníze jsou služebníkem, nikoliv pánem. Výpravy za ekonomikou přátelskou přírodě a člověku. Stehlík, Volary, 152 s.

KELLER, J. (2007). Teorie modernizace. Slon, Praha, 194 s.

KONEČNÝ, O. (2014): Ekonomická geografie. Proměny v globální ekonomice a průmyslu II. Mendelova univerzita v Brně, Fakulta regionálního rozvoje a mezinárodních studií, Brno, 82 s.

KRATOCHVÍLE, A. (2005): Pivovarství českých zemí v proměnách 20. století. Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, a.s., Praha, 265 s.

KUTÁČEK, S (2007): Open space o lokálních ekonomikách a udržitelném rozvoji. Sborník ze semináře, 1. vydání, Voštěp s. r. o, 34 s.

LEHMANNOVÁ, Z. A KOL. (2003): Aktuální otázky globalizace. Historická podstata globalizace. Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, Praha, s. 9–46.

LUCAS, C. (2003): Localization – an alternative to corporate-led globalization. International Journal of Consumer Studies 27, no. 4, p. 1, s. 261–265.

MLADÁ FRONTA DNES (2016): Mapa minipivovarů, s. 9–10 (čtvrtek 18. 8. 2016).

NOVOTNÝ, P. (2014): Pivovary České republiky. 4. vydání, Kartografie Praha, Praha, 80 s.

NORBERG-HODGE, H. (1996): Dávné budoucnosti. Hnutí DUHA, Brno, 177 s.

PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2002): Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, Praha, 287 s.

PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016): Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, Praha, 416 s.

POJMANOVÁ, K. (2008): Restaurační minipivovary a rodinné pivovary v podmínkách České republiky. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská, 77 s.

PULEC, J. (2014): Geografická analýza pivovarnického průmyslu. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Přírodovědecká fakulta v Praze, 98 s.

ROLNÝ, I., LACINA, L. (2001): Globalizace – etika – ekonomika. František Šalé – Albert, Boskovice, 298 s.

SBÍRKA ZÁKONŮ ČESKÁ REPUBLIKA (2003): 353. Zákon o spotřebních daních, 354. Zákon, kterým se mění některé zákony v souvislost s přijetím zákona o spotřebních daních. Ročník 2003, Ministerstvo vnitra, Praha, 72 s.

SCHUMACHER, E. F. (2000): Malé je milé, aneb, Ekonomie, která by počítala i s člověkem. Doplněk, Brno, 284 s.

TOUŠEK, V., KUNC, J., VYSTOUPIL, J. a kol. (2008): Ekonomická a sociální geografie. Aleš Čeněk, Plzeň, s. 177-229.

VANČURA, M. (2002): Transformace průmyslové výroby v České republice v 90. letech. Disertační práce. Masarykova univerzita, Přírodovědecká fakulta, Brno, 160 s.

VEČERKOVÁ, H., KISS, J. (2007): Abeceda piva. Česká televize, Praha, 204 s.

VERHOEF, B. (2003): Velká encyklopedie piva. 1. vydání, Rebo Productions, Čestlice, 447 s.

Internetové zdroje

AB INBEV (2016): Our story,
<http://www.ab-inbev.com/news/company/about/about-ab-inbev.html> (7. 2. 2017).

ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR (2016): Lokální producenti a pěstitelé dobývají spotřebitele,
<http://www.amspace.cz/lokalni-producenti-a-pestitele-dobvyvaji-spotrebitele> (14. 11. 2016).

ATLAS PIVOVARNICTVÍ ČESKÉ REPUBLIKY (2010): Univerzita Karlova v Praze, Přírodovědecká fakulta, 31 s.,
<https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/130010400/?lang=cs> (27. 1. 2017).

BALOUN, M. (2000): Globalizační procesy v pivovarnickém průmyslu. Seminární práce, 7 s.,
<http://www.seminarky.cz/Globalizacni-procesy-v-pivovarnickem-prumyslu-529>
(27. 1. 2017).

BEERWEB (2016): Spotřeba piva v ČR v roce 2015,
<http://www.beerweb.cz/novinky/ceska-republika-spotreba-piva-za-rok-2015> (9. 2. 2017).

ČESKÁ TELEVIZE (2016): Ekonomika, Plzeňský Prazdroj je ve světě pojmem, vyrábí whisky i dětskou výživu,
<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1981432-japonska-skupina-asahi-kupuje-plzensky-prazdroj-uvvedl-denik-nikkei> (17. 4. 2017).

ČESKÝ SVAZ PIVOVARŮ A SLADOVEN (2012): Trend 21. století: Pivovary se vracejí do měst a obcí,
<http://www.ceske-pivo.cz/trend-21-stoleti-pivovary-se-vraceji-do-mest-obci> (28. 1. 2017).

ČSÚ (2012): Spotřeba potravin - 1948–2012, Tab. 17 Alkoholické nápoje celkem,
<https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-1948-az-2012-n-hjw8eg93rj> (6. 2. 2017).

DOUTHWAITE, R. (1996): Short circuit: Strengthening local economies for security in an unstable world. Lilliput Press, Dublin, 372 s.,
http://www.feasta.org/documents/shortcircuit/Short_Circuit.pdf (15. 11. 2016).

EURO PORTÁL (2013): Byznys, boom minipivovarů,
<http://www.euro.cz/byznys/boom-minipivovaru-958983> (6. 2. 2017).

FRAŇKOVÁ, E. (2015): Lokální ekonomiky v souvislostech, aneb, Produkce a spotřeba z blízka. Masarykova univerzita, Brno, 208 s.,
http://humenv.fss.muni.cz/wp-content/uploads/Fra%C5%88kov%C3%A1_Lok%C3%A1ln%C3%AD-ekonomiky-v-souvislostech-aneb-Produkce-a-spot%C5%99eba-z-bl%C3%ADzka.pdf (14. 11. 2016).

HASMAN, J., HÁNA, D., MATERNA, K. (2016): Geografie pivovarnictví: vývoj prostorového rozdělení českého pivního trhu po roce 1989. Geografie, 121, 3, s. 437–462,
http://geography.cz/sbornik/wp-content/uploads/downloads/2016/10/gcgs032016_hasman.pdf (11. 12. 2016).

HEINEKEN (2016a): About us,
<http://www.theheinekencompany.com/about-us> (7. 2. 2017).

HEINEKEN (2016b): About us, our global presence,
<http://www.theheinekencompany.com/about-us/our-global-presence> (17. 4. 2017).

- HEINEKEN (2017): Produkty,
<http://www.heinekenceskarepublika.cz/starobrno> (5. 4. 2017).
- HINES, C. (2000): Localization A Global Manifesto. Erarthscan, London, 290 s.,
<http://www.trabal.org/courses/pdf/localization.pdf> (12. 11. 2016).
- IDNES.CZ/EKONOMIKA (2010): Pivovar Svijany už nemá dva vlastníky, K Brewery prodala svůj podíl,
http://ekonomika.idnes.cz/pivovar-svijany-uz-nema-dva-vlastniky-k-brewery-prodala-svuj-podil-1fv-/ekoakcie.aspx?c=A100318_155511_ekoakcie_fih (10. 2. 2017).
- IDNES.CZ/EKONOMIKA (2016a): Pivní megafúze prošla. Skupina AB InBev však musí prodat evropský byznys,
http://ekonomika.idnes.cz/eu-schvalila-planovane-prevzeti-pivovaru-sabmiller-skupinou-ab-in-1db-/eko-zahranicni.aspx?c=A160524_181852_eko-zahranicni_rts (7. 2. 2017).
- IDNES.CZ/EKONOMIKA (2016b): Prazdroj kupují Japonci. Za pět evropských pivovarů dají 200 miliard,
http://ekonomika.idnes.cz/plzensky-prazdroj-asahi-pivovar-koupe-prevzeti-ful-/ekonomika.aspx?c=A161213_075536_ekonomika_ozr (27. 1. 2016).
- LOKÁLNÍ-EKONOMIKA.CZ (2016): Co je to lokální ekonomika, principy lokální ekonomiky,
<http://www.lokalni-ekonomika.cz/le/lokalni-ekonomika.html> (16. 11. 2016).
- LOKÁLNÍ EKONOMIKY (2016): O konferenci,
<http://www.lokalniekonomiky.cz/okonferenci> (18. 11. 2016).
- MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ (2012): Globalizace v ČR, Obecné vymezení globalizace,
<http://www.mmr.cz/getmedia/6eb6e936-c574-4247-bd55-ac56fa10b352/GetFile37.pdf> (23. 10. 2016).
- PANORAMA ZPRACOVATELSKÉHO PRŮMYSLU ČR 2014 (2015): CZ-NACE 11 Výroba nápojů, Ministerstvo průmyslu a obchodu, s. 55–59,
<http://www.mpo.cz/cz/prumysl/zpracovatelsky-prumysl/panorama-zpracovatelskeho-prumyslu/panorama-zpracovatelskeho-prumyslu-cr-2014--161359/> (12. 3. 2017).
- PANORAMA ZPRACOVATELSKÉHO PRŮMYSLU ČR 2015 (2016): CZ-NACE 11 Výroba nápojů, Ministerstvo průmyslu a obchodu, s. 63–67,
<http://www.mpo.cz/cz/prumysl/zpracovatelsky-prumysl/panorama-zpracovatelskeho-prumyslu/panorama-zpracovatelskeho-prumyslu-cr-2015--222027/> (12. 3. 2017).
- MOLSON COORS (2016): Our story, our markets,
<http://www.molsoncoors.com/en/our-story/our-markets> (7. 4. 2017).
- MŮJ STUDIJNÍ SVĚT ONLINE (2007): Ke stažení, globalizace,
<http://www.mujsudijnisvetonline.eu/index.php?page=stazeni#vyukove> (23. 10. 2016).

MÜLLER, P. (2007): Plzeňský Prazdroj profil společnosti 2007. Český národní symbol. Plzeňský Prazdroj, a. s., Plzeň, 70 s.,
http://iom.vse.cz/wp-content/uploads/2008/03/Prazdroj_profil.pdf (7. 4. 2017).

OBČANSKÁ NAUKA STUDIUM (2009): Důsledky globalizace, vliv globalizace na ČR,
http://obcanska-nauka.studentske.cz/2009/05/dusledky-globalizace_28.html (23. 10. 2016).

PIVOVARY.INFO (2009): PMS a.s. PŘEROV,
<https://pivovary.info/prehled/prerov/pms.htm> (10. 2. 2017).

PIVOVARY.INFO (2013): Historie a.s. Pivovary Staropramen, historie pivovaru Staropramen,
http://pivovary.info/prehled/pp/pp_h.htm (9. 2. 2017).

PIVOVARY.INFO (2014): Historie pivovaru Krušovice,
http://pivovary.info/prehled/krusovice/krusovice_h.htm (10. 2. 2017).

PIVOVARY.INFO (2015a): Historie pivovaru Jihlava,
http://pivovary.info/prehled/jihlava/jihlava_h.htm (10. 2. 2017).

PIVOVARY.INFO (2015b): Historie Budějovického měšťanského pivovaru,
http://pivovary.info/prehled/samson/samson_h.htm (10. 2. 2017).

PIVOVARY.INFO (2015c): Historie pivovaru Humpolec,
http://pivovary.info/prehled/bernard/bernard_h.htm (10. 2. 2017).

PIVOVARY.INFO (2017): Přehled zakládání minipivovarů po roce 1989,
<http://www.pivovary.info/view.php?cislocclanku=2014120002> (28. 1. 2017).

PIVOVARY LOBKOWICZ (2016): O nás,
<http://www.pivovary-lobkowicz.cz/o-nas> (10. 2. 2017).

PIVOVARY STAROPRAMEN (2017): O nás, o společnosti, naše značky,
<http://www.pivovary-staropramen.cz/cs/o-nas/o-spolecnosti/> (5. 4. 2017).

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ (2017): Naše značky,
<https://www.prazdroj.cz/znacky> (5. 4. 2017).

REGIONÁLNÍ POTRAVINA (2016): O projektu, oceněné regionální potraviny,
<https://www.regionalnipotravina.cz/> (6. 2. 2017).

ŠÁMAL, F., VESELÝ, J., PAULŮ, R. (2013): Český svaz pivovarů a sladoven. Zpráva o stavu Českého pivovarství a sladařství za rok 2012, hospodářské přínosy a F. O. Poupě,
http://www.ceske-pivo.cz/sites/default/files/dokumenty_tz/zprava_o_stavu_ceskeho_pivovarstvi_a_sladarstvi_za_rok_2012.pdf (8. 3. 2017).

ŠÁMAL, F. (2016): Český svaz pivovarů a sladoven. Zpráva o stavu českého pivovarství a sladařství za rok 2015, http://pivni.info/down/2016_hospodarske-vysledky-oboru-za-2015.pdf (9. 2. 2017).

ULRICH, M. (2006): Pivovarský průmysl v Česku. Geografické rozhledy, č. 1, s. 24–25, <http://geography.cz/geograficke-rozhledy/wp-content/uploads/2006/10/24-25.pdf> (11. 12. 2016).

WIKIPEDIA (2016): SABMiller, <https://cs.wikipedia.org/wiki/SABMiller> (7. 2. 2017).

SEZNAM TABULEK, GRAFŮ, OBRÁZKŮ, MAP A PŘÍLOH

Tabulky

Tabulka 1: Deset největších národních pivovarnických společností světa v roce 2015

Tabulka 2: Pivovarnické koncernové podniky v České republice v roce 1989

Tabulka 3: Průmyslové pivovary v České republice v roce 2000

Tabulka 4: Zaniklé průmyslové pivovary v České republice od roku 1990

Tabulka 5: Obnovení výroby v pivovarech České republiky od roku 1990

Tabulka 6: Pivovarnické společnosti a jejich začleněné pivovary v České republice v roce 2015

Tabulka 7: Průmyslové pivovary v České republice v roce 2015

Tabulka 8: Pivovary, jejichž produkt byl oceněn Regionální potravinou

Grafy

Graf 1: Deset pivovarů s nejvyšším počtem zaměstnanců v České republice v roce 1989

Graf 2: Celkový roční výstav průmyslových pivovarů v České republice v letech 1999–2014

Graf 3: Celkový počet průmyslových pivovarů v České republice v letech 1990–2014

Graf 4: Export piva v České republice v letech 1990–2015

Graf 5: Spotřeba piva v České republice v letech 1990–2015

Graf 6: Deset pivovarů s nejvyšším počtem zaměstnanců v České republice v roce 1999

Graf 7: Minipivovary v České republice v roce 2000 dle výstavu

Graf 8: Počet vzniklých minipivovarů v České republice dle jednotlivých let od roku 1499

Graf 9: Počet zaniklých minipivovarů v České republice po roce 1989

Graf 10: Počet existujících minipivovarů v České republice dle jednotlivých let od roku 1499

Graf 11: Minipivovary v České republice v roce 2015 dle výstavu

Obrázky

Obrázek 1: Působnost nadnárodní společnosti Molson Coors v roce 2016

Obrázek 2: Působnost nadnárodní společnosti Heineken v roce 2016

Obrázek 3: Působnost nadnárodní společnosti Asahi Group Holding v roce 2016

Mapy

Mapa 1: Pivovarnické koncernové podniky a jejich pivovary dle výstavu v okresech ČR v roce 1989

Mapa 2: Průmyslové pivovary v okresech ČR dle výstavu v roce 2000

Mapa 3: Pivovarnické společnosti v okresech ČR dle výstavu v roce 2015

Mapa 4: Průmyslové pivovary v okresech ČR v roce 2015

Mapa 5: Minipivovary v okresech ČR v roce 2000

Mapa 6: Minipivovary v okresech ČR v roce 2015

Mapa 8: Typologie vzniku minipivovarů v obcích ČR k roku 2015

Přílohy

Příloha 1: Průmyslové pivovary v České republice v roce 1989

Příloha 2: Minipivovary v České republice v roce 2000

Příloha 3: Minipivovary v České republice v roce 2015

PŘÍLOHY

Příloha 1: Průmyslové pivovary v České republice v roce 1989

KONCERNOVÝ PODNIK	NÁZEV OBCE	POČET PRACOVNÍKŮ	VÝSTAV 1989
Pražské pivovary	Praha	233	1 971 000
Středočeské pivovary	Benešov	132	2 034 000
	Kolín	83	
	Kostelec nad Černými Lesy	20	
	Kutná Hora	101	
	Kláster Hradiště nad Jizerou	116	
	Skalsko	83	
	Nymburk	101	
	Velké Popovice	361	
	Březnice	48	
	Vysoký Chlumeč	77	
	Praha	9	
	Krušovice	197	
	Rakovník	131	
Severočeské pivovary	Děčín	135	1 435 000
	Jablonec nad Nisou	102	
	Příšovice	55	
	Liberec	246	
	Litoměřice	119	
	Louny	153	
	Žatec	124	
	Korozluky	333	
	Ústí nad Labem	128	
Velké Březno	88		
Severomoravské pivovary	Dobrá	392	1 589 000
	Olomouc	114	
	Litovel	127	
	Opava	128	
	Ostrava	255	
	Přerov	286	
	Hanušovice	86	
	Vsetín	37	
Jihočeské pivovary	České Budějovice	300	1 829 000
	České Budějovice	137	
	Český Krumlov	74	
	Třeboň	139	
	Studená	38	
	Humpolec	48	
	Pelhřimov	44	
	Protivín	177	
Strakonice	112		
Západočeské pivovary	Domažlice	120	3 156 000
	Cheb	167	
	Karlovy Vary	129	
	Plzeň	1 435	
	Chodová Planá	110	
Východočeské pivovary	Havlíčkův Brod	63	1 795 000
	Hradec Králové	210	
	Hlinsko	44	
	Nová Paka	60	
	Náchod	210	
	Pardubice	280	
	Turnov	58	
	Jevíčko	27	
	Polička	35	
	Svitavy	172	
	Trutnov	178	
	Golčův Jeníkov	80	
	Broumov	37	
	Dobruška	29	
Lanškroun	49		
Jihomoravské pivovary	Černá Hora	161	2 389 000
	Brno	541	

Jihomoravské pivovary	Břeclav	166	2 389 000
	Zlín	118	
	Hodonín	71	
	Jihlava	157	
	Kroměříž	97	
	Prostějov	162	
	Třebíč	69	
	Uherské Hradiště	372	
	Uherský Brod	153	
	Vyškov	142	
	Znojmo	137	
	Žďár nad Sázavou	24	

Zdroj: ČSÚ (1990)

Příloha 2: Minipivovary v České republice v roce 2000

	KRAJ	NÁZEV PIVOVARU	NÁZEV OBCE	VZNIK PIVOVARU	VÝSTAV 2000 (v hl)	POČET PIVOVARŮ V OBCI
1	Praha	Novoměstský pivovar	Praha	1993	1175	3
2	Praha	Pivovarský dům	Praha	1998	630	
3	Praha	Pivovar U Fleků	Praha	1499	2400	
4	Praha	U Bezoušků — hostinský pivovar a penzion	Průhonice	1994	391	1
5	Jihočeský	Pivovarský dvůr Zvíkov	Zvíkovské Podhradí	1994	1500	1
6	Jihočeský	Pivovarský dvůr Lipan	Dražič	1994	150	1
7	Jihomoravský	Minipivovar Kunc	Hodonín	1994	950	1
8	Jihomoravský	Domácí výroba medového piva Kvasar	Sentice	1992	289	1
9	Jihomoravský	Pegas, hotel, pivnice, minipivovar	Brno	1992	2800	1
10	Královéhradecký	Pivovarská bašta — hotel s minipivovarem	Vrchlabí	1995	2500	1
11	Královéhradecký	Sousedský dům	Miletín	1997	350	1
12	Královéhradecký	Pivovar U Hušků	Běleč nad Orlicí	1994	200	1
13	Liberecký	Rodinný minipivovar Vendelín Krkoška	Liberec	1999	150	2
14	Liberecký	Pivovar U Vozků	Liberec	1995	290	
15	Moravskoslezský	Hlučínský starý pivovar	Hlučín	1993	1500	1
16	Moravskoslezský	Hostinský pivovar a hotel Excelent	Rýmařov	1995	500	1
17	Olomoucký	První hanácký domácí pivovar U Krále Ječmínka	Prostějov	1999	300	1
18	Pardubický	Pivovar Žamberk	Žamberk	1997	980	1
19	Plzeňský	Pivovar-restaurant Modrá Hvězda	Dobřany	1998	220	1
20	Středočeský	Rodinný pivovar Berounský Medvěd	Beroun	1998	268	1
21	Středočeský	Pivovarský dvůr Chýně	Chýně	1992	170	1
22	Zlínský	Restaurační pivovar Balkán	Uherský Brod	1998	350	1
23	Zlínský	Valašský Beran	Slušovice	1996	4000	1
24	Zlínský	Pivovar Svatý Ján	Polepy	1996	10	1
25	Liberecký	Pivovar Korbel, soukromý pivovar Malý Rohozec	Turnov	1850	9 160	1

Zdroj: KRATOCHVÍLE (2005), PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2002), PIVOVAR.INFO (2017)

Příloha 3: Minipivovary v České republice v roce 2015

	KRAJ	NÁZEV PIVOVARU	NÁZEV OBCE	VZNIK PIVOVARU	VÝTAV 2014 (v hl)	POČET PIVOVARŮ V OBCI
1	Jihočeský	Pivovar Kněžíněk	České Budějovice	2013	800	3
2	Jihočeský	Pivovar Beeranek	České Budějovice	2014	400	
3	Jihočeský	Minipivovar Krajinská 27	České Budějovice	2014	1 000	
4	Jihočeský	Pivovar Eggenberg	Český Krumlov	1560	4 262	1
5	Jihočeský	Zámecký pivovar Český Rudolec	Český Rudolec	2015	1 000	1
6	Jihočeský	Pivovarský dvůr Lipan	Dražič	1998	800	1
7	Jihočeský	Zámecký pivovar	Chotoviny	2012	186	1
8	Jihočeský	Pivovar Jílovice	Jílovice	2015	800	1
9	Jihočeský	Pivovar Jindřichohradecký Orel	Jindřichův Hradec	2013	520	2
10	Jihočeský	Pivovárek pánů z Růže	Jindřichův Hradec	2013		
11	Jihočeský	Minipivovar Kvilda	Kvilda	2011	160	1
12	Jihočeský	Hostinský pivovar Glokner	Mirkovice	2013	1 000	1
13	Jihočeský	Pivovar Popelín	Popelín	2014	650	1
14	Jihočeský	Pivovar Prachatice	Prachatice	2015	650	1
15	Jihočeský	Školní pivovar SOŠEP	Veselí nad Lužnicí	2011	-	1
16	Jihočeský	Šumavský pivovar s restaurací	Vimperk	2010	400	1
17	Jihočeský	Městský pivovar Volary	Volary	2013	250	1
18	Jihočeský	Minipivovar Vyšší Brod	Vyšší Brod	2006	500	1
19	Jihočeský	Pivovarský dvůr Zvíkov	Zvíkovské Podhradí	1994	900	1
20	Jihočeský	Pivovar Žumberk	Žumberk	2011	500	1
21	Jihomoravský	Hasičský pivovar Bítov	Bítov	2015	750	1
22	Jihomoravský	Pivovar Xaver	Blučina	2014	140	1
23	Jihomoravský	Minipivovar Manner	Bohdalice-Pavlovice	2015	-	1
24	Jihomoravský	Zámecký pivovar	Bratčice	2003	2 000	1
25	Jihomoravský	Pegas – hotel, pivovar a pivnice	Brno	1992	2 340	7
26	Jihomoravský	Pivovar Richard	Brno	2004	2 670	
27	Jihomoravský	Líšeňský pivovar Brno	Brno	2011	do 500	
28	Jihomoravský	Domácí pivovar a restaurace Magistr	Brno	2011	455	
29	Jihomoravský	Pivovar Lucky Bastard	Brno	2013	500	
30	Jihomoravský	Charlie's Square	Brno	2014	350	
31	Jihomoravský	Pivovar Hauskrecht	Brno	2014	1 000	
32	Jihomoravský	Pivovar Frankies	Břeclav	2014	1 000	1
33	Jihomoravský	Pivovar Pod Kněží Horou ve Bzenci	Bzenec	2007	-	1
34	Jihomoravský	Minipivovar Mazák	Dolní Bojanovice	2011	-	1
35	Jihomoravský	Minipivovar Kunc	Hodonín	1994	950	2
36	Jihomoravský	Minipivovar Hodonínský vojáček	Hodonín	2014	2 300	
37	Jihomoravský	Hradní pivovar Hustopeče	Hustopeče	2015	-	1
38	Jihomoravský	Kyjovský pivovar	Kyjov	2014	1 000	1
39	Jihomoravský	Pivovar Santon	Měnín	2010	100	1
40	Jihomoravský	Minipivovar Mamut	Mikulov	2011	160	2
41	Jihomoravský	Mikulovský pivovar Galant	Mikulov	2015	-	
42	Jihomoravský	Minipivovar Na Vyhliďce	Moravská Nová Ves	2015	-	1
43	Jihomoravský	Pivovar Moravský Žižkov	Moravský Žižkov	2012	900	1
44	Jihomoravský	Minipivovar U Dyje	Nový Šaldorf-Sedlešovice	2013	500	1
45	Jihomoravský	Městský zámecký pivovar Oslavany	Oslavany	2013	600	2
46	Jihomoravský	Pivovar Padochov	Oslavany	2015	600	
47	Jihomoravský	Pivovar Na Mlýně	Ratíškovice	2010	180	1
48	Jihomoravský	Pivo Kvasar	Sentice	1992	1 112	1
49	Jihomoravský	Slavkovský pivovar	Slavkov u Brna	2013	2 500	1
50	Jihomoravský	Rodinný minipivovar u Kolajů	Syrovn	2012	130	1
51	Jihomoravský	1. chodský pivovárek na Moravě	Šitbořice	2012	168	1
52	Jihomoravský	Pivovar Lišák Topolany	Topolany	2013	350	1
53	Jihomoravský	Minipivovar Dráteník	Únanov	2015	-	1

54	Jihomoravský	Velický Bombardák	Velká nad Veličkou	2014	50	1
55	Jihomoravský	Šumický pivovar Vildenberg	Viničné Šumice	2014	500	1
56	Jihomoravský	Vesnický pivovar Ohrada	Vísky	2013	800	1
57	Jihomoravský	Pivovar U Šneka	Znojmo	2015	-	2
58	Jihomoravský	Znojemský městský pivovar	Znojmo	2015	600	
59	Karlovarský	Pivovar Starý Hrad	Děpoltovice	2013	-	1
60	Karlovarský	Zámecký pivovar	Chyšne	2006	900	1
61	Karlovarský	Pivovar Karel IV. Karlovy Vary	Karlovy Vary	2012	1 000	1
62	Karlovarský	Rodinný pivovar Krušnohor	Kraslice	2015	2 500	1
63	Karlovarský	Kynšperkský pivovar	Kynšperk nad Ohří	2013	2 640	1
64	Karlovarský	Rodinný pivovar sv. Florián v Lokti	Loket	2005	300	1
65	Karlovarský	Pivovar Permon	Sokolov	2011	2 005	1
66	Karlovarský	Domácí pivovárek Velký rybník	Hroznětín	2006	420	1
67	Královéhradecký	Pivovar a hostinec U Hušků	Běleč nad Orlicí	1993	170	1
68	Královéhradecký	Minipivovar Berko Bernartice	Bernartice	2015	-	1
69	Královéhradecký	Pivovar Broumov	Broumov	1348	8 350	1
70	Královéhradecký	Zámecký pivovar Dětenice	Dětenice	2003	1 820	1
71	Královéhradecký	Staročeský pivovárek	Dobruška	2008	5 791	1
72	Královéhradecký	Pivovar Tambor	Dvůr Králové nad Labem	2009	7 000	1
73	Královéhradecký	Domácí recesní pivovárek U Antéňáka a Pivní klub	Hradec Králové	1995	-	
74	Královéhradecký	Party-pivovar Rambousek	Hradec Králové	2002	116	4
75	Královéhradecký	Minipivovar Kubík	Hradec Králové	2010	180	
76	Královéhradecký	Rodinný pivovar 713	Hradec Králové	2015	-	
77	Královéhradecký	Rodinný pivovar U Vacků	Chlumeck nad Cidlinou	2014	660	1
78	Královéhradecký	Pivovar U bojiště 1866 Miletín	Miletín	1997	400	1
79	Královéhradecký	Pivovar Lindr Mžany	Mžany	2015	500	1
80	Královéhradecký	Minipivovar Luční Bouda	Pec pod Sněžkou	2012	-	1
81	Královéhradecký	Clock — Řemeslný pivovar Potštejn	Potštejn	2014	800	1
82	Královéhradecký	Rodinný pivovar Propper	Praskačka	2012	100	1
83	Královéhradecký	Městský podoorlický pivovar	Rychnov nad Kněžnou	2008	1 930	1
84	Královéhradecký	Friesovy boudy — penzion Andula	Strážné	2013	350	1
85	Královéhradecký	Pivovar Trautenberk	Malá Úpa	2015	-	1
86	Královéhradecký	Hotel Pivovarská bašta — hotel s pivovarem a restaurací	Vrchlabí	2014	950	2
87	Královéhradecký	Rodinný pivovar Hendrych	Vrchlabí	2012	1 616	
88	Liberecký	Pivovar Cvikov	Cvikov	2014	10 000	1
89	Liberecký	Zámecký pivovar Frýdlant	Frýdlant	2014	1 200	1
90	Liberecký	Sklárna a minipivovar Novosad & syn	Harrachov	2002	1 460	1
91	Liberecký	Rodinný minipivovar Vendelín	Liberec	1999	150	2
92	Liberecký	Pivovar Studánka	Liberec	2010	60	
93	Liberecký	Pivovar Příchovice	Kořenov	2015	150	1
94	Liberecký	Pivovar Rezek	Zásada	2015	1 400	1
95	Moravskoslezský	Minipivovar Zobak	Bílovec	2012	400	1
96	Moravskoslezský	Minipivovar Skřečošský žabák	Bohumín	2011	500	1
97	Moravskoslezský	Pivovar Hasič	Bruntál	2015	-	1
98	Moravskoslezský	Pivovárek Morava	Frýdek-Místek	2013	1 500	1
99	Moravskoslezský	Podhorský pivovar	Frýdlant nad Ostravicí	2013	-	1
100	Moravskoslezský	Pivovar Venuše — Pivovar Královského řádu Moravských rytířů	Havířov	2014	300	3
101	Moravskoslezský	Slezský pivovar	Havířov	2014	-	
102	Moravskoslezský	První havířovský minipivovar	Havířov	2015	1 500	
103	Moravskoslezský	Avar Plus	Hlučín	1993	4 000	1
104	Moravskoslezský	Hotelový minipivovar ve Wellness hotelu Pod Kyčmolem	Horní Lomná	2011	360	1
105	Moravskoslezský	Minipivovar a pohostinství U zastávky Dolní Sklenov	Hukvaldy	2004	500	1
106	Moravskoslezský	Karvinský pivovar Larische	Karviná	2013	540	
107	Moravskoslezský	Albrechtický pivovar	Karviná	2014	240	3
108	Moravskoslezský	Karvinský pivovar	Karviná	2014	360	

109	Moravskoslezský	Kopřivnický minipivovar Polivar	Kopřivnice	2015	1 200	1
110	Moravskoslezský	Valašský minipivovar v Kozlovicích	Kozlovice	2008	900	1
111	Moravskoslezský	Minipivovar Krmelín	Krmelín	2011	180	1
112	Moravskoslezský	Minipivovar Nachmelená Opice	Krnov	2015	-	1
113	Moravskoslezský	IRB Trade	Leskovec	2006	110	1
114	Moravskoslezský	Restaurace Nová sladovna s minipivovarem	Opava	2013	600	2
115	Moravskoslezský	Minipivovar Panský mlýn	Opava	2015	-	
116	Moravskoslezský	Pivovarský dům Ostrava	Ostrava	2007	700	
117	Moravskoslezský	Minipivovar Garage	Ostrava	2013	430	3
118	Moravskoslezský	Starobělský pivovar	Ostrava	2014	500	
119	Moravskoslezský	Beskydský pivovárek	Ostravice	2013	2 800	1
120	Moravskoslezský	Minipivovar Rohov	Rohov	2010	700	1
121	Moravskoslezský	Hostinský pivovar a hotel Excelent	Rýmařov	1995	500	1
122	Moravskoslezský	Pivovar Paličák Palačov	Starý Jičín	2014	-	1
123	Moravskoslezský	Pivovar Radas	Střítež	2013	-	1
124	Moravskoslezský	Městský pivovar Štramberk	Štramberk	2005	150	1
125	Moravskoslezský	Minipivovar Třinec – Karpentná	Třinec	2009	120	1
126	Moravskoslezský	Pivovar Koníček	Vojkovice	2006	8 000	1
127	Moravskoslezský	Minipivovar Ve Dvoře Vratimov	Vratimov	2012	260	1
128	Moravskoslezský	Restaurace a pivovar Kohutka	Vyšní Lhoty	2013	250	1
129	Olomoucký	Zámecký minipivovar Zábřeh	Zábřeh	2007	700	1
130	Olomoucký	Minipivovar Kolštejn	Branná	2013	400	1
131	Olomoucký	Pivovar Kosíř	Drahanovice	2014	420	1
132	Olomoucký	Pivovar "U císařské cesty"	Držovice	2014	-	1
133	Olomoucký	Pivovárek Melichárek	Horka nad Moravou	2013	79	1
134	Olomoucký	Minipivovar Jeseník	Jeseník	2011	106	1
135	Olomoucký	Řemeslný pivovar Husar	Koválovice – Osíčany	2015	-	1
136	Olomoucký	První soukromý pivovar společenský	Lipník nad Bečvou	2004	250	2
137	Olomoucký	Novodvorský pivovar	Lipník nad Bečvou	2015	-	
138	Olomoucký	Rodinný pivovar Bravůr	Loučná nad Desnou	2009	270	1
139	Olomoucký	Pivovar Jadmíček	Náměšř na Hané	2015	400	1
140	Olomoucký	Hostinský pivovar Moritz	Olomouc	2006	1 000	
141	Olomoucký	Svatováclavský pivovar Originál	Olomouc	2006	860	
142	Olomoucký	Svatokopecký pivovar	Olomouc	2012	120	5
143	Olomoucký	Minipivovar Mačák	Olomouc	2013	180	
144	Olomoucký	Pivovar Chomout	Olomouc	2014	1 500	
145	Olomoucký	Minipivovar Osečan	Osek nad Bečvou	2013	948	1
146	Olomoucký	První hanácký domácí pivovar U krále Ječmínka	Prostějov	1999	650	2
147	Olomoucký	Koliba a pivovar U Tří králů	Prostějov	2011	600	
148	Olomoucký	Minipivovar a restaurace Parník	Přerov	2009	600	1
149	Olomoucký	Zámecký pivovar Sobotín	Sobotín	2015	-	1
150	Olomoucký	Pivovárek Trubadúr	Troubelice	2014	10	1
151	Pardubický	Minipivovar Faltus	Česká Třebová	2012	1 300	1
152	Pardubický	Pivovar Mordýř	Dolní Ředice	2013	800	1
153	Pardubický	Pivovar Medlešice	Chrudim	2001	350	1
154	Pardubický	Pivovar a restaurace Veselka	Litomyšl	2013	300	1
155	Pardubický	Svitavský pivovárek Na Kopečku	Svitavy	2011	850	1
156	Pardubický	Pivovar Kujeba	Vysoké Mýto	2015	500	1
157	Pardubický	Minipivovar Žamberk	Žamberk	1997	330	2
158	Pardubický	Pivovar Letohradský Jelen	Žamberk	2014	432	
159	Pardubický	Pivovar-palírna Žlebské Chvalovice	Žlebské Chvalovice	2010	550	1
160	Plzeňský	Bezděkovský pivovar	Bezděkov	2015	-	1
161	Plzeňský	Hostinský pivovar U Bizona	Čížice	2011	-	1
162	Plzeňský	Pivovar-restaurant Modrá Hvězda	Dobřany	1998	430	1
163	Plzeňský	Pivovar a sodovkárna	Kout na Šumavě	2005	9 000	1
164	Plzeňský	Minipivovar Hotel Gurmán	Horšovský Týn	2014	-	1
165	Plzeňský	Pivovar Zhůřák	Chocenice	2013	100	1
166	Plzeňský	Pivovar Chříč	Chříč	2015	-	1
167	Plzeňský	Minipivovar a restaurace Stará Škola	Chudenice	2012	230	1

168	Plzeňský	Měšťanský pivovar v Klatovech	Klatovy	2015	500	1
169	Plzeňský	Podkovaň	Kováň	2011	8 900	1
170	Plzeňský	Pivovar Pod Lípou	Kyšice	2013	500	1
171	Plzeňský	Akciový pivovar Letiny	Letiny	2014	800	1
172	Plzeňský	Pivovar LYER na Modravě	Modrava	2014	800	1
173	Plzeňský	Knižecí pivovar Plasy	Plasy	2015	2 500	1
174	Plzeňský	Minipivovar "U Rytíře" Lochoty	Plzeň	2001	300	7
175	Plzeňský	Lukrécius	Plzeň	2007	1 320	
176	Plzeňský	Pivovar Groll Plzeň	Plzeň	2008	1 000	
177	Plzeňský	Pivovar a restaurace U Pašáka	Plzeň	2010	240	
178	Plzeňský	Joe's Garage Brewery	Plzeň	2014	400	
179	Plzeňský	Pivovar Blahovar	Plzeň	2014	1 000	
180	Plzeňský	Minipivovar U Lenocha	Plzeň	2015	200	
181	Plzeňský	Restaurace a minipivovar Příšov	Příšov	2015	-	1
182	Plzeňský	Minipivovar Radnice	Radnice	2012	200	2
183	Plzeňský	Minipivovar Klenot	Radnice	2014	-	
184	Plzeňský	Minipivovar U Stočesů	Rokycany	2011	385	1
185	Plzeňský	Penzion a minipivovar U Zlatého srnce Srní	Srní	2013	-	1
186	Plzeňský	Pivovar U Švelchů	Sušice	2014	1 500	1
187	Plzeňský	Pivovar Radouš Šňáhlavy	Šňáhlavy	2011	200	1
188	Plzeňský	Minipivovar Belveder – Železná Ruda	Železná Ruda	2007	500	1
189	Praha	Pivovar a restaurace U Fleků	Praha	1499	2 100	27
190	Praha	Novoměstský pivovar	Praha	1993	1 118	
191	Praha	Klášteří pivovar Strahov – Aleš Kocvera	Praha	2001	1 400	
192	Praha	Malešický mikropivovar	Praha	2014	-	
193	Praha	Minipivovar Nota Bene	Praha	2015	-	
194	Praha	Pivovar Lužiny	Praha	2014	2 500	
195	Praha	Pivovar U Medvídků	Praha	2004	700	
196	Praha	Pražský most U Valšů – restaurace a pivovar	Praha	2008	-	
197	Praha	Restaurace a pivovar U Dvou koček	Praha	2010	330	
198	Praha	Pivovar a restaurace U Tří růží	Praha	2012	1 500	
199	Praha	Pivovar Národní	Praha	2015	900	
200	Praha	Pivovar U Dobřenských	Praha	2015	200	
201	Praha	Pivovar Hostivar	Praha	2013	2 000	
202	Praha	Vinohradský pivovar	Praha	2014	6 000	
203	Praha	Pivo Praha	Praha	1998	1 000	
204	Praha	Pivovar Victor na Žižkově	Praha	2012	400	
205	Praha	Sousedský pivovar Bašta - U Bansethů	Praha	2007	4 480	
206	Praha	Jihoměstský pivovar	Praha	2010	-	
207	Praha	Třebonický rukodělný pivovárek	Praha	2010	96	
208	Praha	Výukový a výzkumný pivovar České zemědělské univerzity v Praze-Suchdole	Praha	2006	-	
209	Praha	Břevnovský klášterní pivovar svatého Vojtěcha	Praha	2012	2 500	
210	Praha	Libocký pivovar – Hostinec nad Šárkou	Praha	2013	590	
211	Praha	Restaurace a pivovar Marina Holešovice	Praha	2013	640	
212	Praha	Pivovar U Bulovky P.U.B.	Praha	2004	300	
213	Praha	Minipivovar Šedivák	Praha	2014	680	
214	Praha	Minipivovar Beznoska Prosek	Praha	2013	300	
215	Praha	Akcionářský pivovar Nad Kolčavkou	Praha	2014	3 000	
216	Středočeský	Hana Mayerová rodinný pivovar Berounský Medvěď	Beroun	1998	1 378	1
217	Středočeský	Pivovar Ondra	Brandýs nad Labem-Stará Boleslav	2015	35	1
218	Středočeský	Pivovar Matuška	Broumy	2009	2 800	1
219	Středočeský	Olivův pivovar	Dolní Břežany	2015	3 000	1
220	Středočeský	Pivovar Hostomice	Hostomice	2014	2 000	1
221	Středočeský	Pivovarský dvůr Chýně	Chýně	1992	1 000	1
222	Středočeský	Rodinný pivovar Vilém	Jince	2012	3 000	1
223	Středočeský	Štířinský pivovar	Kamenice	2010	460	1
224	Středočeský	Pivovar Starokladno	Kladno	2009	1 000	1

225	Středočeský	Minipivovar Šnajdr	Kostelec nad Černými lesy	2014	70	1
226	Středočeský	Kounický pivovar	Kounice	2012	7 500	2
227	Středočeský	Rodinný minipivovar Lysý dědek	Kounice	2014	150	
228	Středočeský	Ing. Jaroslav Antoni Restaurační pivovar a hotel	Křivoklát	2002	-	1
229	Středočeský	MMX Pivovar s restaurací a hotelem (Pivotel)	Lety	2010	1 500	1
230	Středočeský	Pivovar Lobeč	Lobeč	2015	2 000	1
231	Středočeský	Rodinný pivovar Neumann	Mělnické Vtelno	2012	600	1
232	Středočeský	Němý medvěd — Minipivovar	Mělník	2015	200	1
233	Středočeský	Podžbánský pivovar Mutějovice	Mutějovice	2009	1 000	1
234	Středočeský	Rodinný minipivovar Gwern	Nupaky	2015	4 000	1
235	Středočeský	Minipivovar Energon	Obořiště	2013	1 000	1
236	Středočeský	Pivovar Podlesí	Podlesí	2013	-	1
237	Středočeský	Pivovar Svatý Ján	Plepy	1996	58	1
238	Středočeský	Sedlčanský pivovar Krčín	Sedlčany	2014	700	1
239	Středočeský	Pivovar Vítek z Prčice	Sedlec-Prčice	2010	1 000	1
240	Středočeský	Antošova krčma s pivovarem	Slaný	2011	800	2
241	Středočeský	Pivovar Antoš	Slaný	2015	4 500	
242	Středočeský	Minipivovar Slepý Krtek	Ujkovice	2011	70	1
243	Středočeský	Únětický pivovar	Únětice	2011	9 666	1
244	Středočeský	Pivovar Všerad	Všeradice	2013	400	1
245	Středočeský	Minipivovar Bobr	Zadní Třeboň	2013	400	1
246	Středočeský	Zámecký pivovar Zbraslavice	Zbraslavice	2015	1 300	1
247	Středočeský	Zichovecký pivovar	Zichovec	2012	850	1
248	Ústecký	Podřípský rodinný minipivovar	Ctiněves	2014	500	1
249	Ústecký	Pivovar a palírna Česká Kamenice	Česká Kamenice	2015	3 000	1
250	Ústecký	Pivovar Kapitán	Děčín	2014	1 200	1
251	Ústecký	První občanský pivovar v Chomutově	Chomutov	2014	500	1
252	Ústecký	Křinický pivovar	Krásná Lípa	2013	1 000	1
253	Ústecký	Minipivovar — Pension Helene	Kytlice	2015	50	1
254	Ústecký	Litoměřický pivovárček Koliba	Litoměřice	2011	200	3
255	Ústecký	Minipivovar Labuť	Litoměřice	2011	800	
256	Ústecký	Biskupský minipivovar U sv. Štěpána	Litoměřice	2015	700	
257	Ústecký	Lounský Žejdlík	Louny	2013	400	2
258	Ústecký	Pivo Zloun	Louny	2014	800	
259	Ústecký	Mostecký Kahan	Most	2009	750	1
260	Ústecký	Rodinný pivovar Černý Orel	Osek	2015	-	2
261	Ústecký	Pivovar cisterciáckého opatství Osseg	Osek	2015	1 200	
262	Ústecký	Pivovar a restaurace Chalupník	Perštejn	2013	-	1
263	Ústecký	Pivovar Monopol	Teplice	2015	-	1
264	Ústecký	Pivovar Na Rychtě	Ústí nad Labem	2010	1 080	2
265	Ústecký	Školní pivovar G+SOŠ	Ústí nad Labem	2014	-	
266	Ústecký	Pivovar Kocour Varnsdorf	Varnsdorf	2008	4 000	1
267	Ústecký	Pivovar U Orloje	Žatec	2010	450	1
268	Vysočina	Biskupický pivovar Gajdoš	Biskupice-Pulkov	2013	400	1
269	Vysočina	Pivovar Ruprenz	Brtnice	2013	250	1
270	Vysočina	Minipivovar Borovinka	Bystřice nad Pernštejnem	2014	-	2
271	Vysočina	Minipivovar Eden centrum	Bystřice nad Pernštejnem	2015	300	
272	Vysočina	Akciový pivovar Dalešice	Dalešice	2002	6 500	1
273	Vysočina	Dědkovo pivo	Dobronín	2015	-	1
274	Vysočina	Doubravnické pivo	Doubravník	2014	1 000	1
275	Vysočina	Rodinný pivovar Pospíchalovi	Hladov	2015	-	1
276	Vysočina	Pivovar Kozlíček	Horní Dubenky	2006	220	1
277	Vysočina	Jihlavský radniční právovárčnický pivovar	Jihlava	2011	500	2
278	Vysočina	Pivovar Hrboun	Jihlava	2015	800	
279	Vysočina	Pivovar Kokeš	Kamenice nad Lipou	2013	80	1
280	Vysočina	Rodinný minipivovar Pacov	Pacov	2009	300	1
281	Vysočina	Račinský minipivovar Richard	Račín	2014	1 500	1
282	Vysočina	Podklášterní pivovar Třebíč	Třebíč	2012	2 000	1
283	Vysočina	Jelínkova vila hotel — pivovar Velké Meziříčí	Velké Meziříčí	2004	1 000	1

284	Vysočina	Pivovar Heřman	Vladislav	2014	2 000	1
285	Vysočina	Rodinný minipivovar Džekův Ranč	Ždírec nad Doubravou	2011	250	1
286	Vysočina	Želivský klášterní pivovar	Želiv	2003	300	1
287	Zlínský	Pivovar Bylnice	Brumov-Bylnice	2015	200	1
288	Zlínský	Balitovy valašské pivovary	Hutisko-Solanec	2013	790	1
289	Zlínský	Minipivovar Kelč	Kelč	2015	450	1
290	Zlínský	Pivovar, restaurace, penzion a hotel, čokoládovna, pivní lázně a sauna Černý Orel	Kroměříž	2009	900	3
291	Zlínský	Pivovar Kroměříž	Kroměříž	2012	1 000	
292	Zlínský	l. selský pivovárek	Kroměříž	2013	550	
293	Zlínský	Minipivovar Skřivánek	Lukov	2014	600	1
294	Zlínský	Minipivoar Harley Pub	Otrokovice	2015	-	1
295	Zlínský	Rožnovský pivovar	Rožnov pod Radhoštěm	2010	1 300	1
296	Zlínský	Pivovar Hrádek	Slavičín	2013	3 860	1
297	Zlínský	Restaurační pivovar Vraník	Trnava	2014	550	1
298	Zlínský	Pivovar Holendr	Valašské Meziříčí	2015	-	1
299	Zlínský	Karlovský minipivovar Pod Pralesem	Velké Karlovice	2014	400	1
300	Zlínský	Rodinný pivovar a penzion Valášek	Vsetín	2002	900	1
301	Zlínský	Bonver cz	Zašová	2004	1 000	1
302	Zlínský	Pivovar Malenovice	Malenovice	2010	2 500	1

Zdroj: PIVOVARSKÝ KALENDÁŘ (2016), PIVOVAR.INFO (2017)