

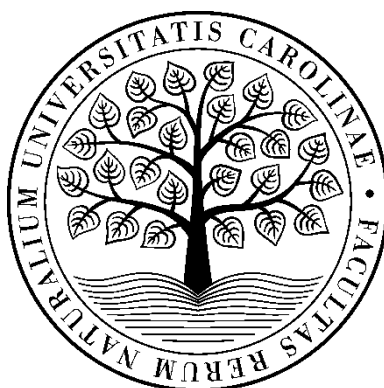
UNIVERZITA KARLOVA

Přírodovědecká fakulta

Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Geografie

Studijní obor: Regionální a politická geografie



Bc. Martin Forman

**ANALÝZA KONCENTRACE, VLASTNICKÉ STRUKTURY A INTEGRAČNÍCH
TENDENCÍ PIVOVARŮ V ČESKU**

**AN ANALYSIS OF CONCENTRATION, OWNERSHIP STRUCTURE AND
INTEGRATION TENDENCIES OF BREWERIES IN CZECHIA**

Diplomová práce

Praha 2018

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Viktor Květoň, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze, dne 29. 6. 2018

.....

Bc. Martin Forman

Poděkování:

Upřímně děkuji mému školiteli RNDr. Viktoru Květoňovi, Ph.D., za nasazení a obětavost při vedení mé práce, také za ochotu při konzultacích, kritické připomínky a užitečné rady. Děkuji také Mgr. Jakubu Jarošovi za odborné rady se zpracováním mapových výstupů. Velké díky patří také panu Vojtěchu Klímovi (atlas piv.cz), Zdeňku Vokounovi (ceskepivo-ceskezlato.cz), Zdeňku Šrotýřovi a Lukáši Roučkovi (oba Bisnode Česká Republika, a.s.) za poskytnutá data.

ABSTRAKT

V posledních deseti letech zasáhl Česko trend otevírání nových minipivovarů. Od roku 2008 jich bylo otevřeno přes 350, a tak mapa pivovarů zaznamenala značné změny. V návaznosti na tento fakt bylo cílem práce analyzovat pivovarnický průmysl v Česku z hlediska vlastnické struktury, koncentračních tendencí a fúzní a akviziční činnosti. Práce se v první části zaměřuje na charakteristiku geografického rozložení pivovarů dle vlastnické struktury s ohledem na velikost pivovaru a v kontextu vybraných socioekonomických ukazatelů. Na tuto část navazuje analýza charakteru rozmístění s využitím koncentračních koeficientů. Tato část je zaměřena na tendence shlukování pivovarských subjektů s možným přesahem pro existenci klastrových vztahů a jevů. Analytická část je doplněna o charakteristiku směrů fúzní a akviziční činnosti v tomto sektoru. Na základě zvolených analytických metod a komplexních mapových výstupů jsou identifikovány základní znaky současného rozložení pivovarů v Česku. Analýzou koncentrace je vymezeno a popsáno několik zón, kde dochází ke shlukování pivovarů. Fúze a akvizice pivovarského sektoru odhalují rozdíly mezi integračními aktivitami pivovarských subjektů dle velikosti výstavu pivovaru, který jim náleží.

Klíčová slova: pivovarský průmysl, pivovary, vlastnická struktura, koncentrace, klastr, Česko

ABSTRACT

Over the last ten years the phenomenon of opening new microbreweries has reached Czechia. Since 2008 more than 350 new microbreweries have been opened and the map of breweries has recorded significant changes. Regarding these facts the main goals of this thesis were to analyze the brewing industry in Czechia in the context of ownership structure, concentration tendencies and mergers and acquisitions activity. First part focuses on the characteristics of the breweries' geographical layout related to the ownership structure and size based on annual beer production and in context of selected socioeconomic indicators. Following this part is an analysis of decomposition with use of concentration and cluster ratios. This part aims on cluster forming tendencies of brewing companies. The analytical part is completed with mergers and acquisitions characteristics in this industry sector. The basic figures and signs of the geographical decompositions were identified based on selected analytical methods and complex maps. Several concentration zones where breweries tend to cluster were labeled using the cluster analysis. Mergers and acquisitions reveal the difference in integration activity according to the brewery size.

Key words: brewing industry, breweries, ownership structure, concentration, cluster, Czechia

Obsah

SEZNAM GRAFŮ	7
SEZNAM OBRÁZKŮ	8
SEZNAM TABULEK	9
SEZNAM VZORCŮ	9
SEZNAM PŘÍLOH	9
1 ÚVOD	11
1.1 CÍLE A VÝZKUMNÉ OTÁZKY	12
2 KONCEPTUÁLNÍ VÝCHODISKA K LOKALIZACI A INTEGRACI PIVOVARŮ	13
2.1 GEOGRAFIE PIVOVARSKÉHO PRŮMYSLU	14
2.1.1 LOKALIZAČNÍ FAKTORY	14
2.1.2 PIVOVARNICKÝ PRŮMYSL A JEHO LOKALIZACE VZHEDEM K FYZICKÝM A SOCIOEKONOMICKÝM FAKTORŮM	14
2.2 EKONOMICKÉ KLASTRY	15
2.2.1 KONKURENČNÍ VÝHODA	16
2.2.2 PŘÍSTUPY KE STUDIU KLASTRŮ	17
2.2.3 VÝZNAM KLASTRŮ V SOUČASNOSTI	19
2.3 KLASTROVÁNÍ PIVOVARŮ	20
2.3.1 DEFINOVÁNÍ POJMU „ŘEMESLNÉ PIVOVARY“ VS. ČESKÉ MINIPIVOVARY (MIKROPIVOVARY)	20
2.3.2 PIVNÍ KLASTRY VE SPOJENÝCH STÁTECH AMERICKÝCH	21
2.3.3 PROSTOROVÁ DIFERENCIACE ŘEMESLNÉHO PIVOVARNICTVÍ V USA	22
2.3.4 KONKRÉTNÍ KLASTROVÉ STUDIE	24
2.3.5 PIVNÍ KLASTR	25
2.3.6 KLASTRY V ČESKU	26
2.4 FÚZE A AKVIZICE	27
2.4.1 ČLENĚNÍ FÚZÍ A AKVIZICÍ	28
2.4.2 MOTIVACE FIREM K FÚZOVÁNÍ	28

2.4.3	DIMENZE BLÍZKOSTI VE FÚZÍCH A AKVIZICÍCH	29
2.4.4	VÝVOJ FÚZNÍ A AKVIZIČNÍ ČINNOSTI VE SVĚTĚ A V ČESKU	30
2.4.5	FÚZE A AKVIZICE PIVOVARSKÝCH SPOLEČNOSTÍ	32

3 METODOLOGIE **33**

3.1	SBĚR DAT A DATOVÁ ZÁKLADNA	33
3.1.1	PIVOVARY A JEJICH ROZDĚLENÍ DLE VÝSTAVU	34
3.1.2	DATA O VLASTNICKÉ STRUKTUŘE	35
3.1.3	KOMPLETOVÁNÍ DAT	36
3.2	HODNOCENÍ GEOGRAFICKÉ STRUKTURY	37
3.2.1	MAPOVÉ A DALŠÍ VÝSTUPY	37
3.3	HODNOCENÍ SHLUKOVÁNÍ (KLASTROVÁNÍ)	38
3.3.1	RIPLYHO K-FUNKCE (MULTI-DISTANCE SPATIAL CLUSTER ANALYSIS)	38
3.3.2	METODA NEJBLIŽŠÍHO SOUSEDA (AVERAGE NEAREST NEIGHBOUR)	40
3.4	HODNOCENÍ FÚZI A AKVIZICÍ	42
3.4.1	GENERALIZACE NACE KÓDŮ	42

4 ANALYTICKÁ ČÁST **42**

4.1	ZÁKLADNÍ ZNAKY GEOGRAFICKÉ STRUKTURY	43
4.1.1	KONCENTRACE PIVOVARŮ – OBECNÉ ZNAKY	44
4.1.2	VLASTNÍ TYPOLOGIE	48
4.1.3	GEOGRAFICKÁ STRUKTURA A CHARAKTERISTIKA VLASTNÍ TYPOLOGIE	52
4.1.4	GEOGRAFICKÁ STRUKTURA - SHRUTÍ	54
4.2	SHLUKOVÁNÍ (KLASTROVÁNÍ) PIVOVARŮ	54
4.2.1	KONCENTRACE PIVOVARŮ VZHLEDEM K SOCIOEKONOMICKÝM FAKTORŮM	54
4.2.2	METODA NEJBLIŽŠÍHO SOUSEDA	57
4.2.3	METODA RIPLEYHO K-FUNKCE	62
4.2.4	POROVNÁNÍ KOEFICIENTŮ V KRAJÍCH	67
4.2.5	KLASTROVÁNÍ PIVOVARŮ VZHLEDEM K OSTATNÍM (GEOGRAFICKÁ BLÍZKOST)	69
4.3	FÚZE A AKVIZICE PIVOVARSKÝCH SUBJEKTŮ	74
4.3.1	AKTIVNÍ DCEŘINÉ VAZBY (AKVIZICE)	74
4.3.2	VÝVOJ AKVIZIČNÍ ČINNOSTI DLE VÝSTAVOVÉ KATEGORIE OD ROKU 1993 DO SOUČASNOSTI	75
4.3.3	FÚZNÍ ČINNOST	77

4.3.4	HORIZONTÁLNÍ, VERTIKÁLNÍ A DALŠÍ SMĚRY INTEGRACE	79
4.3.5	FAKTOR GEOGRAFICKÉ BLÍZKOSTI	80
5	ZÁVĚR	81
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		85
DATOVÉ ZDROJE		87
PŘÍLOHY		88

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1	- Objem obchodů (v ml. USD) 2007 - 2015	31
Graf č. 2	- Objem obchodů Česko a vybrané země	31
Graf č. 3	- Počet uskutečněných fúzí a akvizicí v letech 2013 - 2017	32
Graf č. 4	- Fúze a akvizice (2017) dle odvětví ekonomiky	32
Graf č. 5	- Okresy - podíl městského obyvatelstva a počet pivovarů na 1000 obyvatel	47
Graf č. 6	- Počet pivovarů a počet obyvatel ve městech s 2 a více pivovary (bez Prahy)	56
Graf č. 7	- ANNS Česko	58
Graf č. 8	- ANNS Moravskoslezský kraj	58
Graf č. 9	- ANNS Zlínský kraj	59
Graf č. 10	- ANNS Kraj Vysočina	59
Graf č. 11	- ANNS Olomoucký kraj	59
Graf č. 12	- ANNS Pardubický kraj	59
Graf č. 13	- ANNS Královéhradecký kraj	60
Graf č. 14	- ANNS Ústecký kraj	60
Graf č. 15	- ANNS Liberecký kraj	60
Graf č. 16	- ANNS Karlovarský kraj	60
Graf č. 17	- ANNS Jihočeský kraj	61
Graf č. 18	- ANNS Kraj Hlavní město Praha	61
Graf č. 19	- ANNS Jihomoravský kraj	61
Graf č. 20	- ANNS Středočeský kraj	61

Graf č. 21 - ANNS Plzeňský kraj	62
Graf č. 22 - K funkce Česko.....	64
Graf č. 23 - K funkce Moravskoslezský kraj.....	64
Graf č. 24 - K funkce Zlínský kraj	64
Graf č. 25 - K funkce Olomoucký kraj.....	64
Graf č. 26 - K funkce Kraj Vysočina.....	64
Graf č. 27 - K funkce Pardubický kraj	64
Graf č. 28 - K funkce Královehradecký kraj	65
Graf č. 29 - K funkce Liberecký kraj.....	65
Graf č. 30 - K funkce Ústecký kraj.....	65
Graf č. 31 - K funkce Karlovarský kraj.....	65
Graf č. 32 - K funkce Jihočeský kraj	65
Graf č. 33 - K funkce Jihomoravský kraj	65
Graf č. 34 - K funkce Kraj Hlavní město Praha.....	66
Graf č. 35 - K funkce Středočeský kraj.....	66
Graf č. 36 - K funkce Plzeňský kraj	66
Graf č. 37 - Porovnání hodnoty NNR a Ripley's K v krajích Česka	68
Graf č. 38 - Vývoj počtu akvizic od roku 1993 - 2018.....	76
Graf č. 39 - Vývoj počtu akvizic 1993 - 2018 (relativní hodnota vzhledem k celkovému počtu akvizic výstavové kategorie).....	76
Graf č. 40 - Vývoj počtu fúzí v letech 1993 – 2018.....	77
Graf č. 41 - Změna vývoji fúzí v letech 1993 - 2018	78
Graf č. 42 - Fúze dle generalizovaných NACE tříd od roku 1993 do 2018.....	78
Graf č. 43 - Akviziční vazby dle NACE třídy a výstavové kategorie.....	80

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. č. 1 - Porterův diamant konkurenceschopnosti.....	17
Obr. č. 2 - Vývoj pivovarnictví v USA.....	22
Obr. č. 3 - Výsledky analýzy Fugate a kol. („Portrův diamant“)	25
Obr. č. 4 - Grafický výstup (ArcGIS) K-Ripley koeficient	40
Obr. č. 5 – Ukázka grafického výstupu (ArcGIS) NNR.....	41
Obr. č. 6 - Mapové zobrazení koeficientů rozmístění v krajích Česka	69

SEZNAM TABULEK

Tab. č. 1 - databáze souhrn	34
Tab. č. 2 - výstavové kategorie (Verhoef)	34
Tab. č. 3 - výstavové kategorie (Novotný).....	34
Tab. č. 4 - výstavové kategorie (vlastní).....	35
Tab. č. 5 - Přehled pivovarů dle výstavové kategorie a krajů Česka	45
Tab. č. 6 - Přehled pivovarů ve městech a velkoměstech	47
Tab. č. 7 – Počet pivovarů ve městě či velkoměstě dle výstavové kategorie (relativní hodnoty - podíl ve městě či velkoměstě)	47
Tab. č. 8 - Počet pivovarů ve městě či velkoměstě dle výstavové kategorie (relativní hodnoty - podíl v dané výstavové kategorii)	47
Tab. č. 9 - Počet pivovarů dle typologie v krajích Česka	51
Tab. č. 10 – Přehled pivovarů v administrativních územích měst s více než dvěma pivovary.....	56
Tab. č. 11 - Souhrn výsledných hodnot NNR a Ripley's K funkce	68
Tab. č. 12 – Pivovarské klastry	74
Tab. č. 13 - Akviziční činnost dle výstavové kategorie (1993-2018).....	75
Tab. č. 14 - Přehled aktivních akvizičních vazeb (dle výstavové kategorie a NACE generalizace)	75
Tab. č. 15 - Horizontální a vertikální integrace (Fúze a akvizice)	79
Tab. č. 16 – Role geografické vzdálenosti (Fúze a akvizice)	81

SEZNAM VZORCŮ

Vzorec 1 - Ripleyho K-funkce (Multi-Distance Spatial Cluster Analysis)	38
Vzorec 2 - Výpočet NNR (ArcGIS)	41

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 - Mapa A1 - Vlastnická struktura pivovarů	
Příloha č. 2 - Mapa A1 - Struktura a původ vlastníků pivovarů (legenda k popiskům viz Tabulka - Vlastnická struktura pivovarů)	
Příloha č. 3 - Mapa A1 - Typologie pivovarů (legenda k popiskům viz Tabulka - Vlastnická struktura pivovarů)	
Příloha č. 4 - Mapa A3 - Koncentrace pivovarů	
Příloha č. 5 - Mapa A3 - Pivovarské klastry	

Příloha č. 6 – Finální databáze pivovarů (2018) – tabulková část (legenda k mapě)

Přílohy 1-3 jsou externí přílohy ve formátu A1, přílohy 4-6 jsou přiloženy v závěru práce.

1 Úvod

V posledních deseti letech zasáhl Česko trend otevírání nových minipivovarů, restauračních pivovarů či jiné formy podniků, které se zabývají řemeslnou výrobou piva v malém objemu. V roce 2008 se na území Česka nacházelo okolo 60 minipivovarů, dnes počet minipivovarů vzrostl na téměř 400. Tyto počty vypovídají o tom, že pivovarské řemeslo zažívá obrovský rozkvět, a tak se i mapa pivovarů značně mění a zaplňuje. Fenomén rozvoje minipivovarů je studován jak z hlediska ekonomického, chemického, tak právě i geografického.

V odborné literatuře ze Spojených států amerických se objevují výzkumy (Esparza 2016, Fugate 2016, Nilsson 2017), které kromě rozmístění pivovarů (se zaměřením pouze na řemeslné pivovary) zkoumají také tendence ke shlukování. Snaží se popsat a odůvodnit vazby, které řemeslné pivovary vedou k organizaci v dané lokalitě, která v mnohých ohledech může připomínat svou formou ekonomický klastr podle M. Portera či A. Marshalla. Právě existence těchto výzkumů ve spojení se současným trendem, jakým je přibývání malých pivovarů na mapě Česka, byla inspirací a podněty pro výzkum v předkládané práci.

Diplomová práce si klade tři dílčí cíle. Prvním cílem je analýza geografické koncentrace pivovarů dle vlastnické struktury a výstavu v kontextu vybraných socioekonomických ukazatelů. Analýza je zpracována pro současný stav v roce 2018 s neaktuálnějšími dostupnými daty o pivovarech. Součástí prvního cíle je také vytvoření vlastní typologie pivovarů pro komplexní a přesnější pohled na rozložení pivovarů v Česku.

Druhý cíl je věnován tématu shlukování, resp. klastrování pivovarů. Cíl byl stanoven s ohledem na zahraniční zkušenosti z hlediska shlukování pivovarů v prostoru a v některých případech i určité náznaky fungování ekonomického klastru. V předložené práci bylo smyslem nalézt jednak identifikaci zón, kde se pivovary koncentrují na úrovni celého Česka, ale také komparaci geografického shlukování pivovarů v jednotlivých krajích.

Posledním třetím cílem je zhodnocení fúzí a akvizicí ekonomických subjektů, které pivovary vlastní. Tato forma firemních investic je dle dostupných dat sledována od roku 1993 do současnosti. Specificky je pozornost zaměřena na srovnání integrační aktivity mezi různými výstavovými kategoriemi pivovarů, zhodnocení významu geografické blízkosti a horizontálních či vertikálních integrací.

Celý výzkum je založen na nově vytvořené databázi 429 pivovarů, které jsou doplněny o data vlastnické struktury od společnosti Bisnode Česká Republika, a.s. Předložená práce přináší nové informace o koncentraci a prostorovém rozložení pivovarů v Česku, identifikuje tendence ke shlukování a hodnotí integrační procesy pivovarů. Analýza přináší nové informace zejména o umístění koncentrických zón

pivovarů, které mohou být prvopočátkem budoucího fungujícího klastru. V současné době lze najít signály o formování klastrů, resp. spolupracujících pivovarů, které jsou lokalizovány v rámci určité dostupné geografické vzdálenosti.

Po této úvodní části následují výzkumné otázky a nastavení výzkumných cílů práce. Dále jsou představeny konceptuální východiska, ve kterých je pozornost zaměřena na lokalizační teorie vztažené k tématu pivovarů, tendence ke shlukování a proces fúzí a akvizic. V navazující části je podrobně popsán proces sběru dat a metodika, spolu s představením hlavních metodických přístupů hodnocení. Analytická část je strukturována do tří částí dle výzkumných otázek a cílů. První část je věnována popisné analýze geografické struktury, druhá část charakteru rozmístění a popisu shlukovacích tendencí a v poslední třetí části je pozornost upřena k fúzní a akviziční činnosti. V samotném závěru práce jsou zodpovězeny výzkumné otázky a shrnuty další poznatky, které vzešly z analýzy s podněty pro budoucí výzkum.

1.1 Cíle a výzkumné otázky

V této práci jsou kladeny celkem tři hlavní výzkumné otázky a na ně je navázána jak teoretická, tak analytická část a celá práce je podle těchto otázek dělena do tří částí.

- 1) Jaké jsou základní znaky geografické struktury pivovarů v Česku z hlediska vlastnické struktury, velikosti pivovarů a dalších vybraných socioekonomických ukazatelů?**
- 2) Do jaké míry dochází ke koncentraci pivovarů v Česku?**
 - a. Jaká je intenzita shlukování pivovarů v jednotlivých krajích Česka?
- 3) Do jaké míry jsou patrné tendence pivovarských subjektů¹ k vertikální a horizontální integraci?**

První část je věnována analýze současného rozmístění pivovarů, resp. pivovarských subjektů v Česku s ohledem na typ podnikatelského subjektu, velikost pivovaru či původ vlastníků a jiných dalších charakteristik a má za cíl:

- 1) Popsat současný stav (2018) rozložení pivovarů pomocí deskriptivní geografické analýzy.*
 - a. *Vytvoření vlastní typologie, která vychází z vlastnické struktury, původu vlastníků a výstavové kategorie. Zhodnocení rozmístění pivovarů v Česku podle vytvořené typologie.*

¹ Pivovarský subjekt - tento termín označuje ekonomický subjekt, který vlastní a provozuje pivovar (pivovarskou činnost). Rozdíl mezi pivovarem a pivovarským subjektem je, že jeden pivovarský subjekt může vlastnit a provozovat několik pivovarů jako např. Plzeňský Prazdroj a.s. (Pivovar Gambrinus, Velkopopovický Kozel a Radegast)

Druhá část je věnována klastrování a podrobnému testování pivovarských klastrů² na území Česka. Tento jev je detailně zkoumán a popisován zejména v anglosaské literatuře. Vzhledem k již provedeným výzkumům, které vycházejí z teorií klastrů M. Portera, lze předpokládat, že pivovary určité tendence ke shlukování v prostoru mají, ať už jsou projevy klastrového chování v odlišných formách, než je tomu v tradičních konceptech ekonomické geografie.

Cílem této části, která se věnuje shlukování je:

- 2) *Analyzovat rozmístění objektů (pivovarů) s využitím analytických metod a koeficientů se zaměřením na komparaci jednotlivých krajů Česka.*

V poslední, třetí části práce je nahlíženo na investiční aktivitu pivovarských subjektů, a to konkrétně na proces fúzí a akvizic, které tyto subjekty v určitém časovém období uskutečnily. Do jakých ekonomických subjektů a jakého typu tyto pivovarské subjekty majetkově vstoupily atd.

Cílem třetí části, která se věnuje fúzím a akvizicím, je:

- 3) *Analyzovat proces fúzí a akvizic pivovarských subjektů se zaměřením na:*
 - a. *zhodnocení horizontální či vertikální integrace a objasnit roli geografické blízkosti v tomto procesu*
 - b. *popis rozdílnosti mezi fúzemi a akvizicemi minipivovarů a průmyslových pivovarů*
 - c. *porovnání vývoje fúzní a akvizicí činnosti od roku 1993 do roku 2018*

2 Konceptuální východiska k lokalizaci a integraci pivovarů

V úvodu se tato kapitola věnuje teorii lokalizačních faktorů se zaměřením na pivovarský průmysl. Dále se zaměřuje na historii, definice a přístupy ke studiu klastrů na různých úrovních, jelikož právě tendence shlukování jsou dílčím cílem této práce. Podrobněji jsou dále diskutovány studie týkající se přímo případů „pivovarských klastrů“. V závěrečné části diskuse literatury jsou zakomponovány koncepty k fúzím a akvizicím podniků a jejich vztah ke geografické blízkosti, která se vztahuje k třetí analytické části.

² Klastř (pivovarský klastř) - v předložené práci se klastrem rozumí geograficky si blízký shluk skupiny objektů (pivovarů) v prostoru, nikoliv ekonomický klastř jako např. v teoriích M. Portera (neplatí v kapitole 2. *Konceptuální východiska k lokalizaci a integraci pivovarů*).

2.1 Geografie pivovarského průmyslu

Podle Klasifikace ekonomických činností (CZ-NACE) je pivovarský průmysl zaznamenán pod kategorií zpracovatelského průmyslu, konkrétně potom v sekci 11 – Výroba nápojů (Toušek a kol. 2008). Práce se věnuje zejména rozmístění a koncentraci tohoto typu průmyslu v prostoru, a to vzhledem k různým socioekonomickým faktorům (Toušek a kol. 2008).

2.1.1 Lokalizační faktory

Lokalizační faktory jsou úzce spojené s úsporou výrobních nákladů, čehož lze dosáhnout právě umístěním dané ekonomické aktivity v určitém místě (Toušek a kol. 2008). Je nutné problematiku lokalizačních faktorů vnímat komplexněji. Místní lokalizační podmínky jsou vyhodnocovány jako nabídka místních přírodních, dopravních, aglomeračních či sociálních zdrojů vzhledem k vlastnímu podnikatelskému záměru v dané lokalitě. Základní třídění z pohledu věcného charakteru lokalizačních faktorů je na přírodní, socioekonomické a ostatní. V případě přírodních faktorů se jedná o místní klima, vodní podmínky, charakter reliéfu, dostupné suroviny a další. Socioekonomické faktory jsou – cenové podmínky, poptávka, výrobní náklady, sociální i dopravní infrastruktura, lidský kapitál, ale také úroveň životního prostředí, politické zájmy a další (Toušek a kol. 2008).

2.1.2 Pivovarnický průmysl a jeho lokalizace vzhledem k fyzickým a socioekonomickým faktorům

Lokalizace průmyslového odvětví vždy podléhá více, či méně příslušným lokalizačním faktorům. V případě pivovarnického průmyslu je to v první řadě dostupnost hlavních surovin potřebných k výrobě piva. Tím se rozumí chmel, obilný slad, kvasinky a voda. Kvalita všech těchto surovin je neméně důležitá pro výrobu kvalitního produktu. Geografická blízkost vůči hlavním zdrojům těchto surovin je zejména pro velké pivovary velmi podstatná (Friedlová 2009).

Na území Česka se rozkládá přes 4,5 tisíc hektarů chmelnic a jejich plocha má stoupavou tendenci (Kütner 2016). Z historického hlediska se chmel nejprve pěstoval roztroušeně po celém území, ale v průběhu let se pěstování soustředilo v Čechách do území mezi řekami Ohří, Labem, Berounkou a Vltavou a na Moravě na Tršicku. Pěstování chmele v Česku procházelo spletitým vývojem, avšak dnešní hlavní pěstitelské oblasti Žatecko, Úštěcko, Haná či Tršicko byly na samotném prvopočátku chmelařské historie Českých zemí (Kratochvíle 2005).

Další velmi důležitou surovinou je obilný slad, který se v Česku vyrábí ze sladovnického ječmene. Tento druh ječmene je velmi náročný na kvalitu půdy, a tudíž místa, kde se pěstuje, jsou velmi specifická. Dle společnosti Selgen zabývající se šlechtěním obilnin „kvalitní sladovnický ječmen je možno

vyprodukovat pouze v oblastech nejvhodnějších, tj. v Polabské nížině, nižších polohách Středočeské pahorkatiny a na střední Moravě, především na Hané“ (Selgen.cz 2018).

Surovinou, která kvalitu a charakter piva ovlivňuje velmi zásadně, je voda. Například Budějovický Budvar a další pivní značky vděčí za svou kvalitu a oblíbenost právě složení používaných vod. Voda tvoří 85 až 95 hmotnostních dílů výsledného produktu a taktéž pro výrobu sladu je důležitou pomocnou surovinou. Pivovarský průmysl se řadí k největším spotřebitelům vody mezi všemi průmyslovými odvětvími (Friedlová 2009).

Velmi různé socioekonomické lokalizační faktory se uplatňují v lokalizaci pivovarského průmyslu. Může se jednat také o kulturní lokalizační faktory, jako bylo prokázáno na příkladu imigrujícího německého obyvatelstva v souvislosti s rozvojem pivovarského průmyslu ve Spojených státech (Healy 2011), či tradiční ekonomické lokalizační faktory s odkazem na lokalizační trojúhelník A. Webera. Weber vychází z předpokladu, že lokalizace podniku je primárně ovlivňována dopravními náklady (Toušek a kol. 2008). Ačkoliv dopravní náklady jsou v dnešní době částečně potlačeny vlivem jejich výrazného snížení, tak s ohledem na Weberovu teorii lze předpokládat lokalizování pivovarů v oblastech s potřebnými výrobními surovinami (voda, sladový ječmen – slad, chmel) a také v blízkosti trhu. Trhem, kde se nachází odbytiště pro produkt pivovarského průmyslu, je město.

U velkých mezinárodních pivovarů lze předpokládat, že jejich lokalizace do měst nemusí být zásadní vzhledem k velkému objemu piva, které je určeno na export a s dopravními náklady je tak kalkulováno. U malých průmyslových pivovarů a zejména u minipivovarů, kde je velká část objem pivní produkce konzumována přímo v místě výroby je důležitá lokalizace vzhledem k trhu. S ohledem na výše zmíněné teorie lze předpokládat koncentraci pivovarů a zejména minipivovarů do měst, či na místa, kde je obyvatelstvo koncentrováno stále nebo ke koncentraci obyvatelstva pravidelně dochází (např. významné turistické body). Lokalizace velkých pivovarů jako např. Pivovar Krušovice, který se nachází na Žatecku, či jiné malé a střední průmyslové pivovary na Hané, poukazují na podstatu výše zmíněných lokalizačních faktorů jako je pozice vůči chmelnicím, či oblastem vyhlášených pro pěstování sladového ječmene.

2.2 Ekonomické klastry

V analýze geografického rozložení pivovarů lze sledovat koncentrace do určitých oblastí. Právě tyto oblasti jsou nazývány shluky a v anglosaské literatuře klastry (z angl. *clusters*). Tyto klastry pivovarských zařízení vykazují určité formy organizace a fungování jako ekonomické klastry dle tradičních konceptů. Zde je uveden základní pohled do teoretických konceptů ekonomického klastrování s návazností na klastrování v pivovarnickém sektoru.

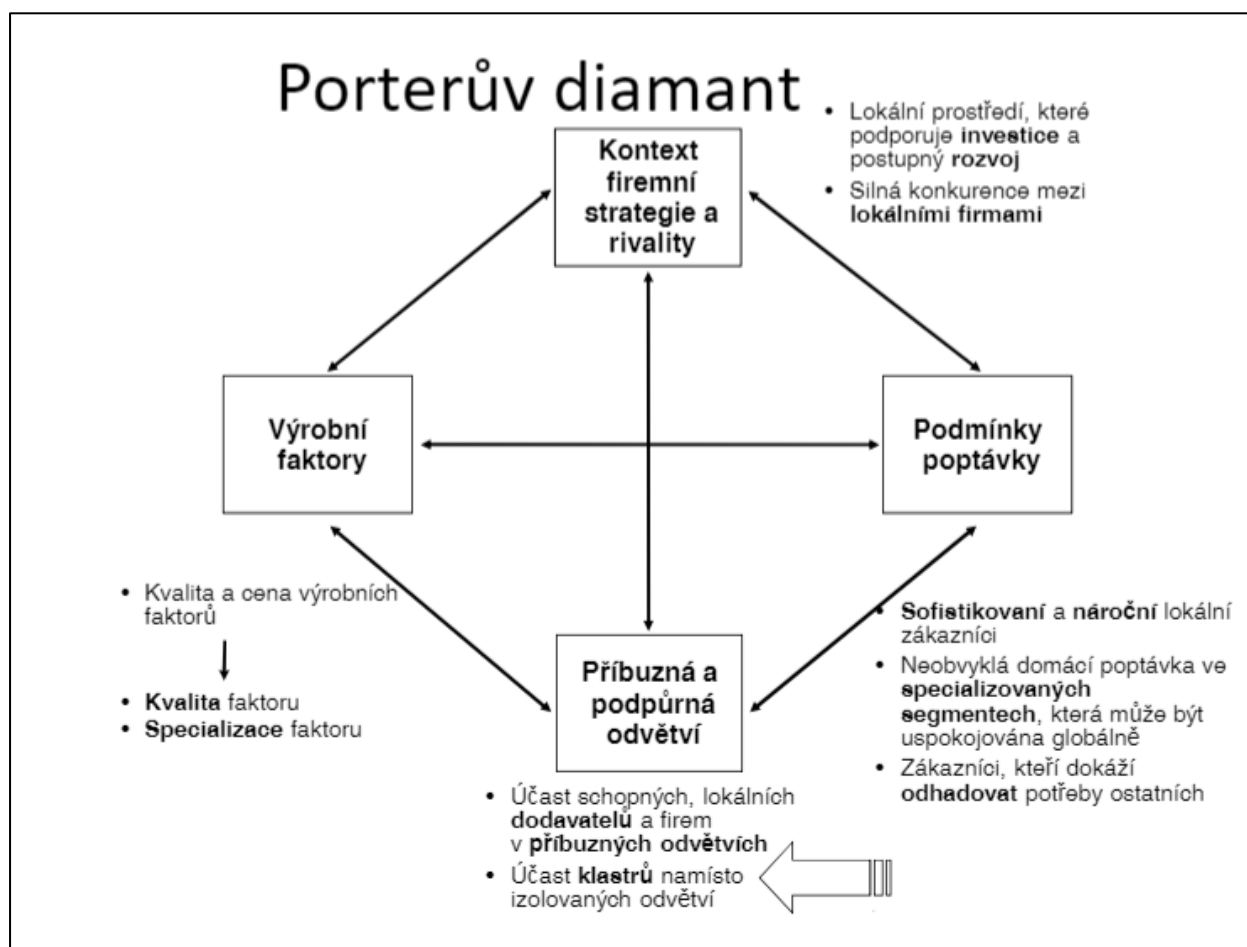
Jev klastrů byl předmětem pozornosti nejen sociálních vědců z dvacátého století. Historicky však existovali i tzv. předchůdci dnešních klastrů např. v pracích J. Von Thunena, který definoval svou ucelenou definicí v oblasti regionalistiky první klastry (Pačesová 2010).

Podle Pavelkové (2002) se teoretické prameny konceptu klastrů datují již na konec devatenáctého století. A to konkrétně zejména k pracím Alfreda Marshalla, který začal zkoumat územní koncentraci průmyslových odvětví (1890). Dále se pak v průběhu 20. století připojila řada dalších autorů s velkým tématem vztahu koncentrace v průmyslu a hospodářské výkonnosti jako např. Webber, Christaller, Losch, Harris, Hayek či Williamson. Avšak o nejhlasitější a nejvýznamnější prezentaci problematiky shlukování se postaral jednoznačně Michael Porter. Tento autor posunul myšlenku konkurenceschopnosti klastrů, a to zejména díky svému tzv. „diamantu konkurenceschopnosti“ (Kuah 2002).

2.2.1 Konkurenční výhoda

Competitive Advantage je anglický název knihy od Michaela Portera (1998), která velmi dopodrobna osvětluje problematiku konkurenčních výhod, které jsou pak v jeho pracích úzce propojovány s klastry. Jednou z jeho hlavních myšlenek je pojem konkurenční výhoda, která spočívá v poskytování 1) služby či produkování komodity se srovnatelnou kupní hodnotou více efektivněji (s nižšími náklady), než konkurence, nebo 2) provádění činnosti či vyrábění produktu za srovnatelné ceny, avšak jedinečným způsobem, který vytváří větší hodnotu pro kupující, než konkurencí vyrobený produkt, a proto ovládá prémiovou cenu. Zjednodušeně řečeno v hospodářské soutěži vyhrává ten, kdo je levnější či odlišný. Podle Portera žádné jiné cesty nejsou (Porter 2008). V dalších pracích a knihách lze najít napojení na to, jak právě výběr lokality (např.: lokalizace v rámci klastru) pro určitý typ podnikání může být zdrojem konkurenční výhody (Porter 1998).

Obr. č. 1 - Porterův diamant konkurenceschopnosti



Zdroj: Štrach, 2014

2.2.2 Přístupy ke studiu klastrů

Klaster - jeden z nejpůvodnějších konceptů regionálního rozvoje a ekonomické geografie, který je však napříč geografickými a ekonomickými pracemi vysvětlován a studován velmi odlišně. Blažek a Uhlíř (2011) zdůrazňují, že "celou historií diskuzí o klastrech se prolíná dvojí pojetí, z nichž každé má velmi odlišné implikace pro to, jak může a má být koncept klastrů využíván" (Blažek 2011, str. 213). Jak dále autoři popisují ve své knize, jeden z proudů klastrové teorie „řídí“ již zmíněný Alfred Marshall, který chápe klastry jako objektivně dané a věnuje se zkoumání již existujících prostorových koncentrací podniků působících v podobném odvětví. Marshall svou teorii klastrů dále rozvíjí ve své knize *Principles of Economics*. Druhým proudem je tzv. *normativní pojetí* klastrů jako nástroje regionální politiky. V tomto přístupu klastry představují formu organizace vztahů mezi prostorově a oborově příbuznými podniky, které se pomocí veřejně-soukromých zásahů snaží dosáhnout vzájemně prospěšné spolupráce ve směru zvýšení konkurenceschopnosti (Blažek 2011).

Níže jsou uvedeny vybrané definice, či výroky týkající se ekonomických klastrů

„Klastry jsou geograficky koncentrované a propojené firmy a instituce v dané oblasti. Klastry obsahují řadu propojených odvětví a dalších subjektů důležitých pro hospodářskou soutěž. Obsahují například dodavatele, specializované vstupy jako komponenty, stroje a služby, či poskytovatele specializované infrastruktury.“ (Porter 1998, cit. v Boja 2011, s. 1).

„Klastry nejsou vnímané jako fixní toky zboží a služeb, ale spíše jako dynamické zařízení založené na tvorbě znalostí, zvyšování návratnosti a inovacích v širokém slova smyslu“ (Krugman 1991, cit. v Boja 2011, s.1).

„Klastry jsou socioekonomické entity charakteristické sociální komunitou lidí a populace ekonomických činitelů lokalizovaných v těsné blízkosti a uvnitř specifického geografického regionu“ (Morosini 2004, cit. v Boja 2011, s. 1).

Jiná definice zdůrazňuje, že „klastry lze vymezit jako geograficky soustředěná odvětví, která získávají svoji výkonnostní a konkurenční výhodu tím, že využívají umístění v určité lokalitě a všech faktorů, které s tím souvisí“ (Skokan 2014, str. 2.).

Existují mnohé další definice klastrů jen z ryze českého prostředí, které se snaží charakterizovat odvětvové klastry, co možná nejpřesněji. Klastry definují bez návaznosti geografické rozložení jako vzájemně závislé firmy, školy, výzkumné ústavy a jiné subjekty propojené v rámci výrobního řetězce vytvářejícího přidanou hodnotu. Dále jako klastr definují sdružující firmy, které mají stejné odběratelsko-dodavatelské vztahy, technologie, zákazníky, distribuční kanály či pracovní trhy. Pro podniky a neobchodně-výrobní subjekty je členství v tomto typu klastru významným prvkem konkurenceschopnosti (Skokan 2014).

Jak už vyplývá z výše uvedených charakteristik, klastry mohou nabývat rozdílných rozměrů hlavně tedy vzhledem k vazbám, které v klastrech probíhají. Jde o dva typy vazeb – vertikální a horizontální. Vertikální vazby jsou vytvořeny dodavatelským řetězcem a jsou to vazby od dodavatelů k zákazníkovi, tyto vazby jsou velmi důležité směrem k tvorbě inovací. Druhým typem jsou vazby horizontální, kdy se jedná o sdílení podobných technologií, distribuční kanály, pracovní síly, infrastrukturu, znalosti, know-how, služby apod. (Skokan, 2007).

Pojem klastr představuje vyústění různých proudů teorie a praxe ekonomického rozvoje, mezi které mimo jiné patří: spolupráce a vztahy mezi firmami (sítě podniků), aglomerační výhody, sociální kapitál, asociativní chování, transfer a šíření technologií, inovace a předávání znalostí (Blažek 2011).

2.2.3 Význam klastrů v současnosti

Michael Porter, jeden z hlavních teoretiků rozvíjející teorii klastrů, se věnuje trendům klastrového chování firem a oživení průmyslových klastrů. Říká, že ačkoli by teoreticky geografická lokace již nadále neměla být zdrojem konkurenční výhody, a to z důvodu globální konkurenceschopnosti, rychlé přepravy a vysokorychlostních telekomunikací a s ohledem na tvrzení, že největší byznysy by měly dnes být nad a za úrovní geografie, je zřejmé, že tomu tak není. Porter dává za příklad stále rostoucí vinařský průmysl v severní Kalifornii či květinový business v Holandsku. Ačkoli by Holandsko nemohlo být přirozenou volbou pro nikoho, kdo by si chtěl založit květinový byznys, protože v Holandsku je květinový byznys již velmi rozvinut a tak by došlo k přímému střetu s konkurencí. Avšak pro nově příchozí firmu na holandský květinový trh je velkou konkurenční výhodou fakt, že může okamžitě začít využívat sofistikovaných holandských květinových aukcí, květinářských asociací a zdejších pokročilých výzkumných center. Protože v Holandsku je květinový byznys již velmi rozvinut, nemělo by být přirozenou volbou pro nikoho, kdo by chtěl v tomto odvětví podnikat, aby nedošlo k přímému střetu s konkurencí. Pro nově příchozí firmu na holandský květinový trh je však velkou konkurenční výhodou, že může začít využívat sofistikovaných holandských květinových aukcí, květinářských asociací a zdejších pokročilých výzkumných center (The Economist 2009).

Klastrování není fenoménem, který by pominul, ačkoli se role místa velmi změnila od dob, kdy byla konkurenceschopnost podmíněna dopravními náklady a lokace, které byly vybaveny například specifickým přírodním bohatstvím, či levnou pracovní silou, se těšily velké konkurenční výhodě. Dnes je hospodářská soutěž daleko dynamičtější, společnosti mohou využít zmírnění vstupních nákladů skrz globální zdroje, čímž se stává stará představa o komparativní výhodě méně relevantní. Místo toho konkurenční výhoda spočívá v efektivnějším využívání vstupů, což vyžaduje neustálé inovace (Porter 1998).

Rozhodně však nemůžeme mluvit o úpadku klastrování, jak už ostatně demonstruje například Silicon Valley v Kalifornii. Nové IT firmy zde pokračují ve shlukování a to navzdory extrémně vysokým cenám pozemků, či zvýšeným možným výskytem přírodních hrozeb, jako je v této oblasti zemětřesení. Stále sledávají mnohem cennější ty informace, které přicházejí z osobních setkání, než informace získané elektronicky. Role lokalizace byla po nějaký čas přehlížena, a to i přes nápadné důkazy, že inovace a konkurenceschopnost jsou v mnoha odvětvích geograficky koncentrovány, ať už je to například filmový průmysl v Hollywoodu, finanční sektor na Wall Street, či spotřební elektronika v Japonsku (The Economist 2009).

V dnešní ekonomické mapě světa dominují klastry – kritické masy, neobvykle konkurenčně úspěšné v daném odvětví, na jednom místě (Porter 1998, s. 2). Klastry ovlivňují konkurenceschopnost nejen

uvnitř země, ale i navenek. Dá se říci, že klastry reprezentují nový přístup k tomu, jak přemýšlet nad lokalizací, jsou výzvou pro konvenční teorie o tom, jak by měly být firmy konfigurovány, či jak by se měly instituce jako univerzity podílet na konkurenčním úspěchu a jak by vládní orgány měly podporovat ekonomický rozvoj a prosperitu (Porter 1998).

Moderní konkurenceschopnost je závislá na produktivitě, nikoliv na přístupu ke zdrojům či na rozměru jednotlivých podniků. Záleží především na tom, jak si podniky konkurují, nežli na oboru, ve kterém si konkurují. Faktory, které ovlivňují konkurenční prostředí podniků v určitém místě, jsou velmi složitě podmíněny dalšími vlivy. Kvalita lokálního podnikatelského prostředí je zásadní, např. těžko lze vytvořit kvalitní konkurenční prostředí pro sofistikované služby bez prvotřídních vzdělaných pracovníků. Těžko lze vytvořit efektivní byznys v prostředí, kde nefunguje reakceschopný soudní systém a vládne složitá a obtížná regulační byrokracie. Je mnoho dalších faktorů, které ovlivňují všechny firmy a společnosti stejně, bez ohledu na obor podnikání jako např. právní systém či daňová politika (Porter 1998).

Klastry ovlivňují hospodářskou soutěž třemi hlavními způsoby: 1) zvyšováním produktivity společností, které se vyskytují v dané oblasti klastru, 2) směřováním tempa zavádění inovací, které podmiňují další růst a 3) stimulací pro formování dalších podniků, což dále rozvíjí a posiluje klastr samotný. Klastr dává každému subjektu stejnou možnost čerpat klastrové benefity a výhody jako vstupní zdroje, přístup k informacím, technologie, potřebné instituce, koordinaci s příbuznými společnostmi či poměrování a motivaci ke zlepšení (Porter 1998).

2.3 Klastrování pivovarů

Tato část teoretické kapitoly se věnuje rešerši zahraničních prací, které se tématem klastrování pivovarů zabývají. Pozornost je směřována zejména na práce ze Spojených států amerických, kde je toto téma nejvíce analyzováno vzhledem k obrovskému rozvoji části pivovarského sektoru tzv. „řemeslných pivovarů“ (z angl. *craft beer* či *craft breweries*).

2.3.1 Definování pojmu „řemeslné pivovary“ vs. české minipivovary (mikropivovary)

Ve Spojených státech se ve spojení s minipivovary a mikropivovary také často používá pojem *craft beer* či *craft brewery*. Do českého jazyka by se tento termín dal přeložit jako „řemeslné pivo“ („řemeslné pivovarnictví“). Podle americké instituce *Breweres Association* se pivovar může nazývat řemeslným, pokud je „nevelký, tradiční a dbá na chuť a kvalitu piva“ (American Brewers Association 2018). Jak už vyplývá z této definice, je velmi relativní, zda se pivovar dá označit za *řemeslný*, či *nikoliv*.

American Brewers Association (2018) kategorizuje čtyři tržní segmenty části průmyslu, který se zabývá řemeslnou výrobou piva. Jsou to pivovarské restaurace (*Brewpubs*), mikropivovary, smluvní řemeslné pivovary a regionální řemeslné pivovary. Za mikropivovary jsou považovány zařízení s výstavem do 15 000 barelů (17 600 hl) vyprodukovaného piva za rok a z toho 75 % piva prodaného mimo zařízení. Mikropivovary k prodeji svých produktů využívají jednu z následujících metod: tradiční třístupňový systém (pivovar – velkoobchodník – maloobchodník – spotřebitel), či dvoustupňový systém (pivovar, který vystupuje jako velkoobchodník – maloobchodník – spotřebitel) anebo také přímo pivovar – spotřebitel skrz přímý prodej přes webové stránky s dopravou, či přímo na místě v pivovarské prodejně (*American Brewers Association 2018*).

Tzv. „pivovarská restaurace“ (z angl. *brewpub*) je zařízení, které prodává 25 % a více své produkce přímo v místě výroby. Výroba piva je určena primárně pro prodej a výčep přímo v místní restauraci. Pivo je často na čep vedeno přímo z výrobních pivovarských tanků. Pivo je často prodáváno i v lahvích, či jiných nádobách a je možné si ho vzít s sebou. Tento prodej nesmí přesáhnout 75 %, jinak už je „pivovarská restaurace“ kategorizována jako mikropivovar (*American Brewers Association 2018*).

Další kategorií je tzv. „smluvní pivovarská společnost“ (z angl. *contract brewing company*). Je to subjekt, který si pronajímá zařízení jiného pivovaru, aby v něm mohl uvařit pivo podle své receptury (pozn. obdoba u nás nazývaná se „létající pivovary“). Smluvní pivovarská společnost si sama řídí marketing, prodej či distribuci a pouze proces vaření a stáčení nechává na produkčním - pronajatém pivovaru (*American Brewers Association 2018*).

Poslední kategorií je regionální řemeslný pivovar, který je nezávislý a většinu objemu své produkce tvoří „tradiční“ či „inovativní“ pivní druhy s výstavem mezi 15 000 – 6 000 000 barelů za rok. Jakékoliv větší pivovary s produkcí nad 6 000 000 barelů ročně nejsou považovány za řemeslné (*American Brewers Association 2018*).

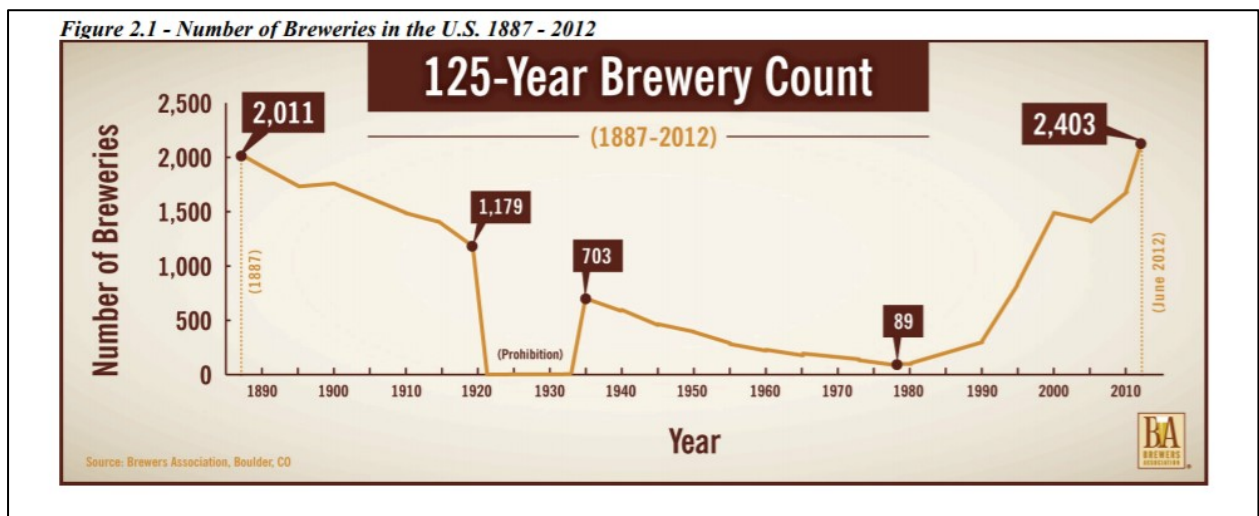
2.3.2 Pivní klustry ve Spojených státech amerických

V posledních třech dekadách došlo v USA k obrovskému rozmachu řemeslných pivovarů, a to zejména mezi lety 1985 a 2015, kdy zatímco v roce 1985 bylo v USA registrováno pouhých 27 řemeslných pivovarů, tak v roce 2015 to bylo 4 225 (*American Brewers Association 2018*). Jednalo se o dramatický nárůst o několik řádů a tento nárůst gradoval zejména v posledních letech. Od roku 2010 do roku 2015 bylo otevřeno 2471 nových zařízení. A právě tento boom vyvolal zájem z řad mnoha odborníků různých vědních disciplín a geografii nevyjímaje. Několik studií se věnuje analýze porovnání prostorových dimenzí tohoto specifického průmyslu mezi metropolitními oblastmi např. Reid (2016) či McLaughlin (2016). Na úrovni států (USA) pak Florida (2012) nebo Tremblay a Tremblay (2015). Ovšem pouze jedna studie řeší vnitroměstskou geografii řemeslných pivovarů (Nilson 2017). Je zřejmé,

že vlivem značného rozvoje pivovarnického průmyslu v USA byla spuštěna i vlna výzkumů na téma „rozložení a klastrování řemeslných pivovarů v prostoru“.

Jaké jsou příčiny prostorové koncentrace řemeslných pivovarských zařízení, ať už to jsou pivovarské restaurace, mikropivovary, či větší pivovary? Pro úplnost pohledu na dnešní formu a situaci v průmyslu řemeslného pivovarnictví je nutné zmínit několik historických milníků pro produkci alkoholických nápojů v USA. Důležitou událostí pro řemeslné vaření piva v USA byla prohibice mezi lety 1920 a 1933. Před zavedením prohibičního zákona v zemi fungovalo 1392 pivovarů a po více než desetiletí vlády puritánů se znovu začalo vařit pouze ve 164 z nich. A tato situace se zhoršila vlivem industrializace, kdy velké pivovary začaly agresivně obsazovat trh a likvidovaly přitom menší konkurenty. V roce 1978 zůstalo v USA jen 89 pivovarů a osmdesát procent trhu ovládali tři největší pivovarské giganti, a to *Anheuser-Busch*, *Coors* a *Miller*. Jedním z ojedinelých přeživších pivovarů byl sanfranciský *Anchor Brewing*, který v roce 1965 koupil *Fritz Maytag*. Hlavní zásluha *Fritze Maytaga* byla v tom, že ukázal „nadšencům“, že je možné vařit dobré pivo a nezbankrotovat přitom, navzdory malé produkci (Soukup 2017).

Obr. č. 2 - Vývoj pivovarnictví v USA



Zdroj: American Brewers Association, 2018

2.3.3 Prostorová diferenciacie řemeslného pivovarnictví v USA

Od roku 1990 americký pivovarský průmysl zaznamenal znatelné změny, a to zejména vlivem masového zakládání řemeslných pivovarů. V roce 1980 jich bylo osm na území celých Spojených států, v roce 1994 jich bylo už 537 a v roce 2012 se počet vyšplhal až na 2075 pivovarů. Stejně jako roste počet pivovarnických zařízení, stoupá i objem odbytu piva z řemeslných pivovarů. Lze ale pozorovat

nerovnoměrný rozvoj řemeslného pivovarnictví napříč USA, kde v některých státech je nárůst daleko větší než v jiných. Například v Oregonu bylo otevřeno 124 nových zařízení oproti Mississippi, kde byla otevřena pouze dvě zařízení. Je zjevné, že i pivovarnický průmysl, a zejména tak malé pivovary – řemeslné pivovary či mikropivovary, se namísto vstupování na nové trhy do nezavedených míst, kde funguje jen několik pivovarů, se potencionálně vstupující na trh s řemeslným pivem lokalizují tam, kde již existuje určitý objem dalších hráčů ve stejném oboru, kteří v daném místě tak formují lokální klastr (Rosas 2013).

Byly provedeny výzkumy jako Rosas (2013), zdali rozvoj řemeslných pivovarů souvisí, či koreluje se spotřebou piva a ve studii bylo zjištěno, že to nelze jednoznačně prokázat, zejména z důvodu dalších faktorů ovlivňujících vznik řemeslných pivovarů. Výzkumy ukázaly, že určité lokalizační předpoklady mohou být velmi motivující jako např. dodavatelé sladu, či již existující rozvíjející se trh s řemeslným pivem. Bastian (1995) ve svém výzkumu prokázal, že řemeslné pivovary kladou velký důraz na sladovou techniku, cenu dopravy, přepravní dobu a cenu. Lze tedy předpokládat, že rozdíly mezi přístupem a časovou dostupností k potřebným surovinám mohou hrát zásadní roli v úspěšném budování klastru řemeslného pivovarnického průmyslu v některých oblastech oproti jiným (Rosas 2013).

Glenn a kol. (1992) ve svých pracích prověřují roli hustoty pivovarnického průmyslu vzhledem k masovému rozvoji produkce pivovarů, mikropivovarů a pivovarských restaurací. A docházejí k závěru, že počet zakládaných mikropivovarů a jiných pivních zařízení roste s hustotou podobných zařízení v okolí a naopak jejich “úmrtnost” klesá. Tento výrok indikuje, že lokality s vysokou hustotou řemeslných pivovarnických zařízení si vedou dobře a že blízká pozice ostatních pivovarů je výhodou. V dalších výzkumných pracích se jako hlavní faktory boomu řemeslného pivovarnictví připisují změnám v legislativě, veřejné politice, větší poptávce po tmavých pivech a zejména efektivnějším podnikavějším praktikám řemeslných pivovarů (Glenn a kol. 1992, Tremblay 2005).

Jak už napovídá příběh o historii řemeslného pivovarnictví z USA, objem řemeslných pivovarnických zařízení v USA rapidně roste. S ohledem na výše zmíněné výzkumy, které se zabývají analýzou pivovarnického průmyslu v různých směrech, si lze klást otázku, zdali známá teoretická východiska pro studium klastrů bude možné použít také pro řemeslné pivovarnictví. Lze sledovat příznaky klastrového chování u subjektů, které se věnují řemeslné výrobě piva a jeho prodeji? Této problematice a konkrétním klastrům v určitých místech se věnuje například Esparza (2016) nebo Fugate a spol. (2016), kteří analyzují pivovarnický klastry.

2.3.4 Konkrétní klastrové studie

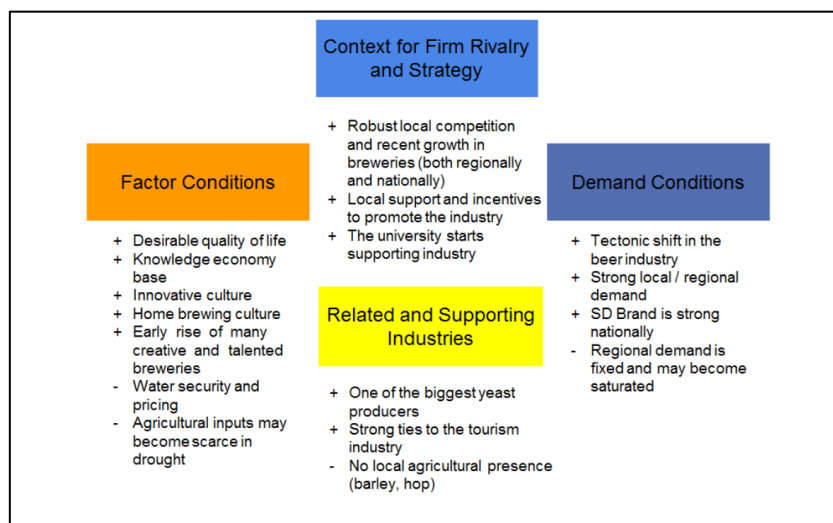
Esparza (2016) se ve své práci věnuje analýze řemeslných pivovarů v severním Coloradu konkrétně oblasti Forh Collins. Analýza zkoumá pivovarské subjekty v jedné oblasti vzhledem k různým faktorům vycházejícím z Portrova diamantu. Jinak řečeno zjišťuje v jakém geografickém měřítku, resp. na jaké úrovni (město, region, stát) je pro pivovarské subjekty v dané lokalitě podstatná lokalizace vůči 1) faktorovým podmínkám (infrastruktura, lidské zdroje, suroviny atd.) 2) místním charakteristikám (struktura zákazníků, poptávka, kultura atd.) 3) jiným zařízením (ostatní firmy, organizace, instituce) 4) podnikatelskému prostředí (firemní strategie, rivalství, struktura ostatních firem). Jako omezení klastru co do vzdálenosti, považuje úroveň města a regionu Esparza (2016). Jeho základním poznatkem je potvrzení Portrova konceptu a v určitém ohledu potvrzení klastrování pivovarnického průmyslu v Coloradu. Taktéž dokazuje, že pouze v některých dimenzích, dle kterých Porter dělí lokalizační determinanty, nebyla potvrzena souvislost s geografickou lokalizací.

Esparza (2016) také zmiňuje, že je nutné rozlišit aglomerační výhodu, kde firmy čerpají výhody ze vzájemně blízké polohy, a „průmyslový klastr“, který je v Portrově teorii daleko dynamičtější. Primární výhodou aglomerační teorie je úspora nákladů na dopravu, ať už se jedná o přepravu lidí, zboží či idejí. Průmyslové klastry se oproti aglomerační teorii soustředí více na koncept neustálého inovování a přenos informací. Nejvyšší rozdíl mezi těmito dvěma přístupy je přisuzován míře dynamiky – na aglomerační teorii je nahlíženo jako na statický koncept zaměřený na ceny. Oproti tomu na koncept průmyslových klastrů jako na dynamický, který má komplexně pojmut a objasnit celý, stále se vyvíjející fenomén (Esparza 2016).

Dalším zkoumaným pivním klastrem je tzv. *San Diego Beer Industry Cluster* popsáný v článku Fugate a kol. (2016). Vlivem rozsáhlého růstu pivovarnických zařízení v tomto regionu v posledních letech si *San Diego City* vysloužilo přezdívku *Napa Valley of Craft Beer* a tento rozvoj je přičítán jak místnímu obyvatelstvu, tak velkému množství návštěvníků, kteří do San Diega za pivem přijíždí. Jaké jsou přednosti pivovarského klastru v San Diegu oproti ostatním klastrům? Z pohledu nového zakladatele řemeslného pivovaru tento klastr nabízí řadu výhod a benefitů ze kterých můžete ihned těžit. Ačkoliv to může na první pohled vypadat jako přidružování se ke konkurenci, tak *San Diego Cluster Diamond* z článku Fugate a spol. (2016) poukazuje na mnohé lokalizační faktory, které hrají ve prospěch nově příchozích, avšak jmenuje i jejich úskalí. Jako jeden z hlavních benefitů v kontextu firemní konkurence a strategie (jedna z částí Portrova Diamantu) je právě „zdravá soutěž“ mezi pivovary. Být geograficky na blízku jiným úspěšným a rychle se rozvíjejícím subjektům, které provozují podobné, či stejné podnikatelské aktivity, může být výhodou, a to ať už z důvodu sdružování a společného marketingu, či

vzájemné podpory a přenosu informací. Jako další benefiční faktory v případě San Diega můžeme jmenovat institucionální podporu novým řemeslným pivovarům od zdejších nově vzniklých organizací - *The Craft Beer Association of San Diego* (CBA-SD) či místní univerzity, které podporují tento druh průmyslu. A v neposlední řadě lze uvést také geografickou dostupnost jednoho z největších dodavatelů kvasnic či silné vazby na turismus, které souvisí s prezentací celého klastru pro pohled z venku. Faktorové podmínky jsou pak například kvalita života v San Diegu a dnes už i „kultura domácího vaření piva“, ze kterého se tento klaster vyvinul. S tímto faktorem jsou úzce spojené podmínky poptávky, jako vysoká míra poptávky po řemeslném pivu, jak na lokální úrovni, tak na regionální úrovni. San Diego Beer je minimálně na regionální úrovni považováno za jakousi „značku“ a punc kvality. Hlavními riziky pivního klastru v San Diegu jsou nasycení poptávky, nejistota s dodávkami vody pro výrobu piva, či nepřítomnost producentů chmele či ječmene. Celý klaster však čelí také mnoha hrozbám, a to na jedné straně postupnému zkupování malých úspěšných řemeslných pivovarů velkými pivními giganty, kteří v malých pivovarech vidí velký potenciál. A na druhé straně konkurenčnímu boji s dalšími pivními klastermi napříč Spojenými státy, které mají například větší rozpočet na marketing (Fugate a spol. 2016).

Obr. č. 3 - Výsledky analýzy Fugate a kol. („Portrův diamant“)



Zdroj: Fugate a kol., 2016

2.3.5 Pivní klaster

Ke klastrování může docházet v různých geografických měřítcích, a proto nelze vyloučit jako určitou formu klastrování pivovarů například organizaci Českomoravského svazu minipivovarů. Nejedná se o typickou formu klastrování, jak popisuje Porter (2008), či zkoumá Blažek ve svých pracích (2011), kde se jedná o firmy či organice, které se koncentrují v dostupné vzdálenosti. Je těžké vyhodnotit svaz fungující na úrovni celého státu jako klaster na základě jakéhokoliv druhu blízkosti podle Boschmy

(2005), ale tato organizace sdružuje minipivovary, tudíž pivovary s výstavem do 10 000 hl, a poskytuje jim poradní či legislativní servis a hájí obecné zájmy pivovarských subjektů. Tato organizace si klade za cíl, jednat a vystupovat jako jednotná autorita vůči úřadům, institucím a například pomáhat s hledáním a dosazováním sládků v regionech, kde boom zapříčinil nedostatek osob (sládků) s patřičným vzděláním pro provozování sládkovského řemesla (Český svaz minipivovarů 2018). Český pivní institut uvádí článek o Českém pivním klastru, který má sdružovat jednotlivce, společnosti, spolky a sdružení, vzdělávací ústavy a organizace státní správy. Cílem tohoto sdružení je mezioborová komunikace a účelné využití všech dostupných informací a prostředků ke zvyšování konkurenceschopnosti (Český pivní institut 2018). O nějakém dalším fungování toho klastru však informace nejsou k nalezení.

2.3.6 Klastry v Česku

Jako jeden z hlavních pozitivních příkladů klastrů v Česku můžeme považovat klast *Omnipack*, který sdružuje výrobce obalů (Blažek 2007). Při výrobě obalů dochází velmi často ke kombinování různých materiálů, ať už je to papír, plast, dřevo, textil atd. Vzhledem k technologické náročnosti zpracování jednotlivých materiálů se výrobci velmi často specializují pouze na obaly z jednoho z výše uvedených typů materiálů. Právě spolupráce firem, které se specializují na výrobu obalů z určitých materiálů, umožňuje v klastru vyrábět komplexní kombinované obaly a dodávat tak velmi pestrý sortiment kompletních obalů. Tato spolupráce přinesla další zákazníky a pro další firmy, které se zabývají výrobou obalů je z mnoha ohledů výhodné organizovat se v tomto klastru (Blažek 2007).

Národní a regionální vlády v globálním měřítku uznávají potenciál klastrů jako hnací sílu regionálního rozvoje. Někteří autoři zdůrazňují, že je potřeba se na klastry dívat také jako na možný stimulační faktor pro ekonomický růst na úrovni regionu či celého státu. Vytvoření fungujícího klastru může mít za následek přilákání nových investorů, posílení místní ekonomiky a vytvoření tak nových pracovních míst. Proto můžeme v poslední době sledovat rozvoj klastrových iniciativ. Evropská komise má řadu programů na podporu výzkumu a vývoje k posílení inovací. Mají-li být tyto procesy účinné, musí být propojeny s podnikatelským prostředím. Proto Evropská komise spustila nové iniciativy, které napomohou národním a regionálním vládám efektivněji podporovat klastry a využívat přínosy vzniklé ze spolupráce soukromého, veřejného a výzkumného sektoru (Národní klastrová asociace 2014).

Průmyslové klastry jsou nástrojem podpory konkurenceschopnosti firem a regionálního rozvoje, avšak významnější pozornost si problematika klastrů získala až v posledních letech, a to zejména v souvislosti se vstupem do EU, kde je podpora klastrů základním kamenem pro podporu podnikání. Jak uvádí Blažek (2011, str. 2), „také v ČR byly klastry inkorporovány do průmyslové a inovační politiky a začaly být podporovány v rámci Operačního programu Průmysl a podnikání“. Podpora klastrů je v současnosti běžným nástrojem pro podporu konkurenceschopnosti ve vyspělých státech. Pro firmy,

organizující se v rámci klastru to znamená usnadnění spolupráce, zvýšení důvěry a může posílit i proces vzájemného učení (Blažek 2011).

Na základě teoretického přehledu, který se týká koncentrace pivovarů v prostoru a posléze klastrování pivovarského průmyslu byly vyvozeny obdobné předpoklady těchto trendů pro Česko. Jedním z hlavních předpokladů je, že pivovary nejsou náhodně rozloženy v prostoru a že dochází k jejich koncentraci v určitých oblastech. Zahraniční literatura dále hovoří o klastrování pivovarů a předkládá zmínky o spolupráci a vzájemné prospěšnosti zařízení, které se v klastru organizují. Výrazný rozvoj minipivovarů v posledních letech je předpokladem pro pozorování podobných koncentračních tendencí jako např. ve spojených státech viz Fugate (2016) či Nillson (2016).

2.4 Fúze a akvizice

Další částí této kapitoly je teoretický úvod do tématu fúzní a akviziční činnosti. Nejprve je popsáno základní členění, které bude dále užíváno i v analytické části. Dále navazuje přehled konceptů k fúzím a akvizicím s ohledem na motivace či roli geografické vzdálenosti a v poslední je shrnut vývoj fúzní a akviziční činnosti v Česku a ve světě za poslední desetiletí.

V anglickém jazyce pojmem Mergers and Acquisitions (zkráceně M&A) označujeme jev, kdy dojde ke splynutí aktiv dvou společností, které se rozhodly sloučit své činnosti. V odborné literatuře lze najít více definic fúzí jako např. “při fúzi dochází k absorpci firmy druhou, kdy kupující firma si uchovává své jméno a právní subjektivitu, přebírá aktiva i pasiva kupované společnosti, která fúzí končí jako samostatná právní jednotka.” (Kislingerová 2010, str. 649). V jiných zdrojích je fúzování považováno za korporátní strategii, kdy dochází ke sloučení dvou rozdílných společností do jedné s cílem posílení finančních i operačních možností obou organizací (Investing Answers 2018).

Akvizice je korporátní akcí, kde jedna společnost koupí většinu akcií potřebnou pro kontrolu kupované společnosti (přes 50 % akcií) (Investopedia 2018). Většinou je akvizice uskutečňována z důvodu úplného ovládnutí kupované společnosti a možnosti rozhodování bez schválení ostatních akcionářů. Hlavní rozdíl mezi těmito dvěma druhy ekonomických aktivit podniků je, že v případě fúze dochází k spojení dvou podniků v jeden, a tak i z pohledu právní formy se z dvou nezávislých celků stává jeden fungující, zatímco v případě akvizic si oba celky zachovávají vlastní právní subjektivitu, avšak dojde ke změně vlastnické struktury.

2.4.1 Členění fúzí a akvizicí

Existuje několik typů členění a forem fúzí a akvizicí. Níže členění podle Kislingerové (2010):

Vertikální fúze

Vertikální fúze je fúze firem, které podnikají ve stejném průmyslu, ale v jiných stádiích produkčního procesu. Jinými slovy vertikální fúze vzniká mezi firmami, kde jedna kupuje či prodává druhé firmě. Jako např.: Pepsi fúzuje restaurační řetězcové společnosti, kterým prodává své nápoje – vertikální fúze (Mařík 1997).

Horizontální fúze

Tento typ probíhá mezi firmami, které prodávají podobná produkt na stejném trhu. Horizontální fúze snižují konkurenci na trhu. Jako příklad fúze *Helwett-Packard* a *Compaq* – oba výrobci hardware (Smrčka 2013)

Konglomerátní fúze

Konglomerátní fúze je fúzí dvou firem v rozdílných průmyslových odvětvích, které nemají, co se týče oboru podnikání nic společného, jako např. *Phillip Morris* a *Miller Brewing*. Častým záměrem tohoto typu fúze je využití vlastních volných zdrojů, které mohou být použity ve společnosti jiné a celková diverzifikace aktivit (Kislingerová 2010).

Kongenerické fúze

Jde o fúzování společností z příbuzných odvětví, ale z části nebo zcela odlišných výrobků. Jako příklad může být spojení výrobce počítačů s firmou zabývající se vývojem počítačových programů (Kabelková 2014).

2.4.2 Motivace firem k fúzování

Jednou z hlavních motivací podniků k fúzování je dosažení lepšího finančního východiska po uskutečnění fúze či akvizice. Prof. Ian Giddy z Univerity of New York uvádí několik příkladů, které vedou právě k vylepšení finanční situace. "Synergie" odkazuje na typ fúze, kdy kombinace dvou firem vede ke zredukování fixních nákladů sjednocením duplikovaných oddělení a operací, které obě firmy před fúzí provozovaly a prováděly odděleně. Díky sloučení pak dochází k úspoře, a tudíž ke zvýšení profitu. Dalšími motivem může být zvýšení zisků či podílu na trhu. K tomuto motivu dochází v případě, že firma provádí horizontální akvizici a kupuje majoritní podíl v konkurenčním subjektu s vizí posílení pozice na trhu, a tudíž lepší výchozí pozice pro nastavení cenové politiky. Geografická či jiná diverzifikace může být také motivací pro fúzi či akvizici, a to z důvodu „zmírnění“ příjmových výsledků firmy, které může

mít z dlouhodobého hlediska stejný „zmírňující“ efekt na cenu akcií společnosti, a tudíž zvýší důvěryhodnost podniku, což je výhodné směrem k potenciaálním konzervativním investorům.

Kromě výše uvedených motivací s ryze finančním motivem existují také další motivace, které vyloženě a na přímo nepřinášejí a nezvyšují hodnotu akcií podniku.

V jiných zdrojích lze najít podrobnější dělení fúzí a akvizicí (Jindřichovská 2013):

- úspory z rozsahu,
- úspory z vertikální integrace,
- slučování komplementárních zdrojů,
- nevyužití daňové štíty,
- využití přebytkových fondů,
- odstranění nízké efektivity,
- diverzifikace a snížení rizika,
- snížení finančních nákladů.

Motiv, který nebyl zmíněn v prvním odstavci, avšak je velmi běžný, je motiv úspory na daních. Může jednoduše nastat sloučením dvou společností, kdy jedna disponovala kladným daňovým štítem a druhá negativními výsledky. Po sloučení tak ve výsledku nastane „ušetření“ na dani (Kislingerová 2010).

2.4.3 Dimenze blízkosti ve fúzích a akvizicích

Existují různé druhy blízkosti, které různým způsobem mohou ovlivňovat intenzitu fúzí a akvizicí. Podle Boschmy (2005) by nemělo docházet k omezování se na pouze geografickou blízkost. Ve svém konceptu, který se věnuje přenosu informací a šíření inovací, definuje 5 dimenzí blízkosti. Jsou to 1) kognitivní blízkost (jinými slovy industriální příbuznost), kde zdůrazňuje důležitost kognitivní základny, která musí být dostatečně blízko pro přijetí nové informace z důvodu dobré a přesné komunikace a porozumění. Dimenze 2) je organizační blízkost, která je pro přejímání inovací zásadní, protože pokud se organizace v jedné a druhé firmě významně liší, může být komunikace a zavedení komplikované. 3) sociální blízkost – tato dimenze blízkosti odkazuje na literaturu o ekonomických vztazích, které jsou vždy zasazeny v sociálním kontextu, a proto významně ovlivňují ekonomické výstupy. Vztahy mezi aktéry jsou ukotvené v nějakém sociálním prostředí a toto prostředí podmiňuje důvěru, přátelství či příbuzenství. A právě těmito vztahy jsou podmíněny interakce mezi potenciaálními partnery a ovlivňují tak informační a inovační toky. 4) Institucionální blízkost je zjednodušeně řečeno sociální

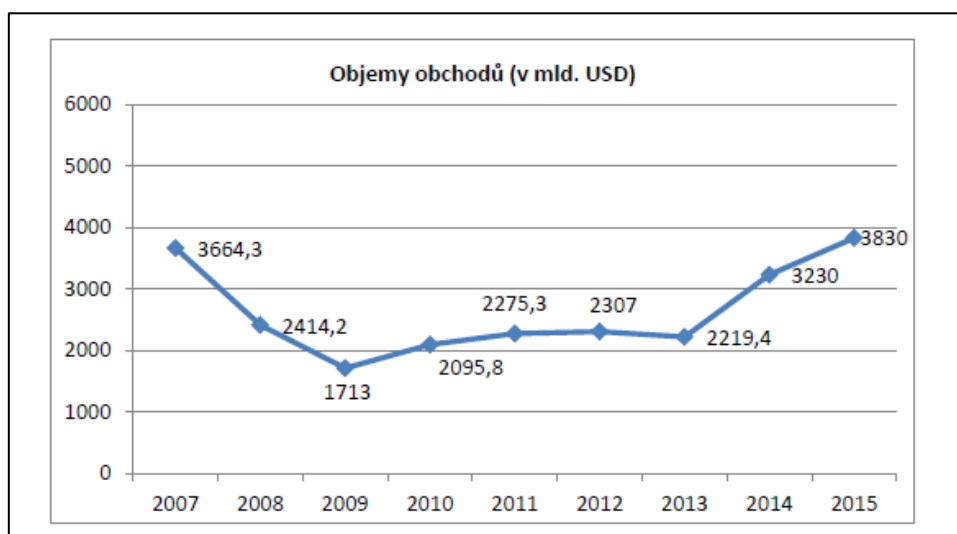
blízkostí na makro úrovni. Jedná se o blízkost s ohledem např. na právní prostředí. Přenos inovace ze země, kde platí určité právní předpisy a zvyklosti (celoživotní zaměstnání, vzdělávání zaměstnanců atd.) do země, kde tyto praktiky nejsou zákonem předepsány, může být komplikované. Poslední 5) dimenze geografické blízkosti – podle Bochmy - je v dnešní době důležité rozlišovat dva subtypy geografické blízkosti, a to je fyzická či absolutní (km/mil) a relativní (čas) vzdálenost. Z pohledu přenosu informací a inovací je stále velmi důležité setkání, jednání či školení s fyzickým setkáním (face to face), které je stále významně efektivnější (Boschma 2005).

Podle Ciobanu (2016) může geografická vzdálenost mezi cílovou a fúzující či akvizující společností hrát důležitou roli v rozhodování. Pokud jsou obě společnosti vzdáleny (geograficky) nedaleko od sebe, existuje velká šance, že se dobře znají, ví, jaké mají prostředky, jaký mají lidský kapitál, jestli je společnost profitující a další interní informace. Jinými slovy čím je cílová společnost geograficky vzdálenější, narůstá riziko investice do „neznámého“, tedy klesá zájem o provedení fúze, či akvizice. Ačkoliv byl tento jev poprvé popsán ve studii věnující se bankovnímu sektoru, později byl tento předpoklad potvrzen v jiných výzkumech i pro jiná odvětví. Velký objem fúzní či akviziční činnosti probíhá ve stejném metropolitním regionu z důvodu vylepšení postavení pro případnou expanzi mimo region (Ciobanu 2016).

2.4.4 Vývoj fúzní a akviziční činnosti ve světě a v Česku

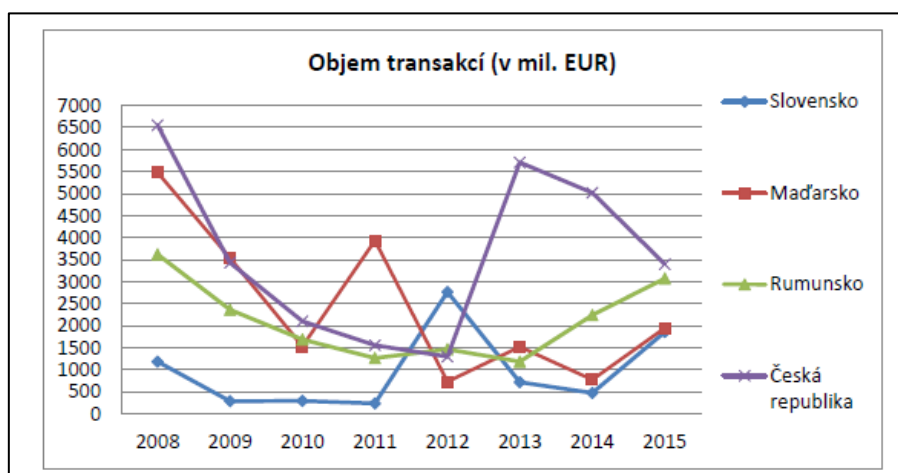
V Česku byl zaznamenán, obdobně jako ve světě, největší nárůst objemu fúzí i akvizic na přelomu tisíciletí. Zajímavostí byla první polovina roku 2002, kdy u nás došlo k dosažení maximálního objemu fúzní a akviziční aktivity od roku 1989 do roku 2003. Za touto skutečností se skrývala snaha vlády o dokončení privatizací (Suchánek 2003). V Graf č. 1 z práce Dostálová (2016) můžeme vidět vývoj objemu obchodní činnosti ve světovém měřítku a dále pak v dalším grafu č. 2 vývoj objemu transakcí za období 2008 – 2015 v Česku a okolních zemích. Ve vývoji na světové scéně i v prostředí Česka a vybraných států lze dle Graf č. 2 sledovat zásah finanční krize 2008, která výrazně ovlivnila snížení objemu obchodních transakcí. Je potřeba zmínit, že rok 2015 se vyznačoval významným nárůstem asijských investic do Evropy a tento trend se také projevil na území Česka úplně první čínskou investicí právě v tomto roce. Rok s nejnižším objemem fúzí a akvizic byl rok 2012, tento rok se na českém trhu nesl ve znamení nerealizovaných transakcí. Velké nastartování přinesl rok 2013, jedná se o rok, kdy došlo například k prodeji společnosti O2 Česká republika společností PPF v hodnotě 2,5 miliardy EUR. Obecně lze tvrdit, že vývoj akvizic v Česku kopíruje vývoj ve světové ekonomice (Dostálová 2016).

Graf č. 1 - Objem obchodů (v ml. USD) 2007 - 2015



Zdroj: Dostálová, 2016 (na základě studií Mergermarket 2010-2015)

Graf č. 2 - Objem obchodů Česko a vybrané země

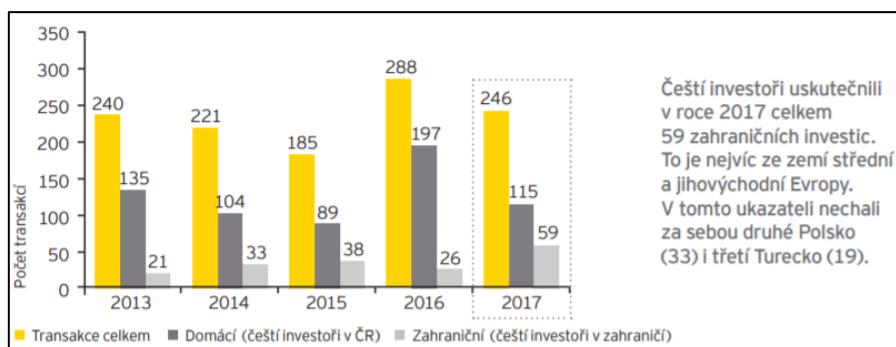


Zdroj: Dostálová, 2016 (na základě studií Emerging Europe M&A Report, dostupné z: <http://www.cmcmck.com/newsmedia/publications/pages/default.aspx>)

Zastoupení společnosti Ernst & Young Global Limited vydává tzv. M&A Barometr, která analyzuje veřejně dostupné informace pocházející z různých renomovaných databází, jako je Mergermarket, Dealwatch, Capital IQ nebo Zephyr.t. Grafový výstup, který znázorňuje objem transakcí na českém trhu za poslední roky, pocházející z tohoto M&A Barometru vypovídá o mírném poklesu celkové akviziční a fúzní aktivity v roce 2017 oproti roku 2016, ale zdůrazňuje 59 zahraničních investic od českých investorů, což je vůbec nejvíce ze zemí střední a jihovýchodní Evropy. V Graf č. 4 je shrnuto vyhodnocení fúzí a akvizic za rok 2017 z pohledu jednotlivých odvětví. Téměř ¼ transakcí se odehrává

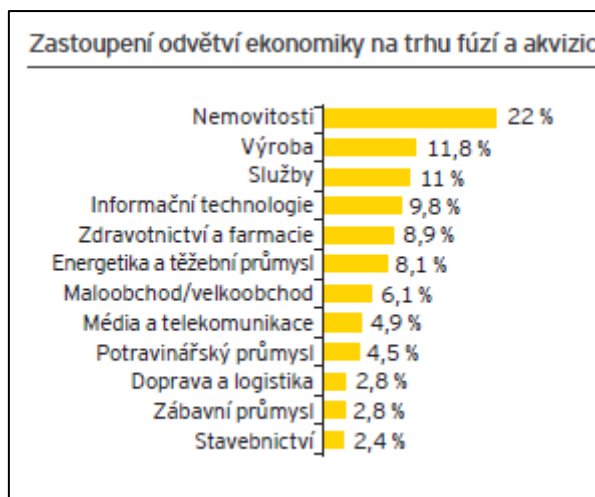
oblasti nemovitostí. Pivovarský průmysl, který je v této statistice zahrnut do potravinářského průmyslu, tvoří 4,5 % všech transakcí (EY.com, 2017).

Graf č. 3 - Počet uskutečněných fúzí a akvizic v letech 2013 - 2017



Zdroj: EY.com, 2017

Graf č. 4 - Fúze a akvizice (2017) dle odvětví ekonomiky



Zdroj: EY.com, 2017

2.4.5 Fúze a akvizice pivovarských společností

V předložené práci je jedním z cílů na základě dostupných dat zhodnotit rozdíl mezi fúzní a akviziční aktivitou minipivovarů a průmyslových pivovarů a určit poměr horizontálních, vertikálních a ostatních typů fúzní či akviziční činnosti. Český pivovarnický průmysl prošel velmi rozmanitým vývojem. V 90. letech měly na pivovarský průmysl zásadní vliv restituční a privatizační řízení. Průmyslové pivovary, které byly organizovány v rámci národních pivovarských skupin, byly navráceny majitelům a na český pivní trh se tak navrátilo přes dvacet obnovených pivovarů. Zásadním mezníkem ve vývoji tohoto odvětví byl však vstup zahraničního kapitálu. Už během 90. let se několik českých pivovarských společností dostalo pod zahraniční kontrolu (Kratochvíle 2005), avšak největší vlna vstupů zahraničních investorů do českého pivovarnického sektoru nastala po roce 2000. Dnešní prostředí

pivovarského průmyslu 21. století v Česku s ohledem na proběhlé zahraniční vstupy lze velmi zjednodušeně zhodnotit takto – ¾ českého trhu s pivem ovládají tři velké nadnárodní společnosti. Tyto tři společnosti – Asahi Breweries (skupina Plzeňského Prazdroje), Molson Coors Brewing Company (Pivovary Staropramen), Heineken (Krušovice, Starobrnno, Velké Březno) ovládají přes 70 % produkce piva na území Česka. Další velkou skupinou pivovarů je skupina Pivovary Lobkowicz, a.s., která částečně či zcela vlastní několik českých pivovarů středního výstavu. Pivovary Lobkowicz, a.s. je holding, ve kterém v roce 2015 zakoupila majoritní podíl zahraniční společnost Lapasan, ve které má majoritní podíl šanghajská společnost CEFC China Energy Company Limited (Pulec 2016).

V předkládané práci je kladena výzkumná otázka, která se týká fúzí a akvizic pivovarských subjektů. Pivovarskými subjekty se rozumí společnosti, které pivovar vlastní a provozují. Tedy v případě skupiny Plzeňského Prazdroje se jedná o akviziční či fúzní činnost společnosti Plzeňský Prazdroj a.s. (která je majitelem Pivovaru Grambrinus, Velkopopovický kozel a Radegast), nikoliv však o fúzní či akviziční činnost firmy Asahi Breweries, poněvadž ta sice vlastní majoritní podíl ve společnosti Plzeňský Prazdroj, a.s., ale není jeho provozovatelem. Výzkumná otázka týkající se fúzních či akvizičních tendencí v pivovarském průmyslu je založena na předpokladu rozdílné integrační aktivity, na jedné straně středních a velkých pivovarských společností, které jsou vlastněny ze zahraničí, a na straně druhé společností, které provozují minipivovary a malé průmyslové pivovary a mají tuzemské majitele.

3 Metodologie

3.1 Sběr dat a datová základna

Pro analytickou část byla použita kombinace tří hlavních datových zdrojů.

Georeferencovaná bodová vrstva pivovarů je kombinací dvou databází, které byly poskytnuty přímo od majitelů serverů ceskepivo-ceskezlato.cz (České pivo – české zlato 2018) a atlaspiv.cz (Atlas piv 2018). Tyto dvě webové databáze byly obdrženy ve formátu XLS. Jako základní databáze byla použita databáze ČP, protože k většině pivovarů obsahovala GPS souřadnice a požadovaný údaj IČO, který byl potřebný pro další rozšiřování dat. Databáze byla vlastním sběrem dat doplněna o další IČO údaje podle webových stránek pivovarů a příslušným pivovarům byly přiřazeny GPS souřadnice odpovídající adrese provozovny, aby je bylo možno znázornit v mapě.

Z finální databáze byly vyřazeny duplikované záznamy, pivovary které už nefungují, či pivovary kde nebylo možné zjistit jejich IČO nebo vlastníka. Po sloučení obou databází bylo z důvodu výše uvedených odstraněno 44 pivovarů (Tab. č. 1).

Tab. č. 1 - databáze souhrn

popis	počet pivovarů
<i>sloučené obě databáze (bez duplicit)</i>	473
<i>kvůli chybějícím údajům odstraněno</i>	44
<i>finální dataset</i>	429

Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, vlastní tvorba

Tato finální databáze obsahuje po kombinaci datáází České pivo – české zlato a Atlasu piv o každém z pivovarů následující údaje:

- Název pivovaru
- Vlastnický subjekt
- Typ vlastnického subjektu (s.r.o. / a.s. / fyz. osoba / n. p.)
- IČO subjektu
- GPS souřadnice pivovaru (podklad pro bodový .shp v ArcGIS)
- Velikostní kategorie dle výstavu (*viz níže*)

3.1.1 Pivovary a jejich rozdělení dle výstavu

Existuje několik kategorizací pivovarů dle výstavu. Zde první uvedená je kategorizace podle Verhoef (2003), který dělí pivovary podle výstavu a charakteristiky (*viz tabulka*)

Tab. č. 2 - výstavové kategorie (Verhoef)

název kategorie	roční výstav	charakteristika
<i>homebrewer</i>	10 litrů / 1l várka	<i>vaří si doma pro vlastní potřebu</i>
<i>minipivovar</i>	do 10 000 hl	<i>dodržuje tradiční postupy</i>
<i>restaurační pivovar</i>	do 200 000 hl	<i>vidíme, jak se pivo vaří</i>
<i>regionální pivovar</i>	do 500 000 hl	<i>regionální charakter - značka piva</i>
<i>velkopivovar</i>	nad 500 000 hl	<i>velkovýroba, pivo je trvanlivé</i>

Zdroj: Verhoef (2003), Pojmanová (2006)

Další kategorizací je tato generalizovanější podle Novotného (2014):

Tab. č. 3 - výstavové kategorie (Novotný)

název kategorie	roční výstav
<i>Malý (lokální)</i>	do 200 000 hl
<i>Střední (národní)</i>	200 000 - 500 000 hl
<i>Velké (mezinárodní)</i>	nad 500 000 hl

Zdroj: Novotný (2014)

Pro analýzu této diplomové práce a vzhledem k velkému množství minipivovarů, které chceme v analytické části odlišit (do 10 000hl) byla zvolena takováto kategorizace, která je kombinací obou výše zmíněných:

Tab. č. 4 - výstavové kategorie (vlastní)

název kategorie	roční výstav	typ	příklad
Minipivovar (lokální)	do 10 000 hl	<i>homebrewer, minipivovar, restaurační minipivovar atd.</i>	<i>Hostivar, Luční Bouda, Vinohradský Pivovar</i>
Malý průmyslový pivovar (regionální)	10 000 - 200 000 hl	<i>malý průmyslový pivovar (střední)</i>	<i>Hubertus, Samson, Rychtář</i>
Střední průmyslový pivovar (národní)	200 000 - 500 000 hl	<i>střední průmyslový pivovar (velký)</i>	<i>Ostravar, Litovel, Holba</i>
Velký mezinárodní pivovar (mezinárodní)	nad 500 000 hl	<i>velký pivovar s mezinárodním významem</i>	<i>Svijany, Radegast, Budvar, Prazdroj</i>

Zdroj: *České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, vlastní tvorba*

Samozřejmě jako každá kategorizace má své diskutabilní zlomy, tak ani u pivovarů tomu není jinak. Velký rozdíl je mezi pivovary s výstavem např. kolem 30 000 hl a např. 150 000 hl, ale pro lepší vyčlenění velkého trendu minipivovarů je pro vlastní analýzu zásadní nespojovat minipivovary s malými průmyslovými pivovary s výstavem např. 20 000 – 40 000 hl. Je důležité upozornit na vysokou míru diverzity zejména v druhé kategorii malých regionálních pivovarů, kde na jedné straně se v případě vyšších výstavů nachází např. Pivovar Rychtář – 150 000 hl, který se může jevit jako pivovar téměř střední průmyslový pivovar a na druhé straně např. Pivovar Hubertus s výstavem 18 000 hl - téměř o řád nižším. Je ovšem „typickým“ příkladem malého regionálního pivovaru a zařazovat ho k minipivovarům by zcela postrádalo smysl. Každá kategorizace, generalizace, či typologie bude mít vždy horní a dolní hranici, každé své kategorie a určité záznamy pohybující se na hraně budou tak „nepřesně“ zařazeny.

3.1.2 Data o vlastnické struktuře

Sloučená finální databáze (429) byla ve filtrované formě 418 unikátních IČO záznamů (pod jedním IČO může být více pivovarů) poskytnuta společnosti Bisnode Česká Republika, a.s., která podle IČO záznamů dodala dostupná data o vlastnické struktuře k celkem 318 unikátním subjektům. Data o vlastnické struktuře pochází z kombinovaných zdrojů firmy Bisnode. Firma Bisnode čerpá, jak z obchodního rejstříku, tak také využívá vlastních metod sběrů dat.

Společnost Bisnode poskytla k již zmíněným 318 subjektům informace o:

- Vlastnická struktura
 - Všichni současní i předešní majitelé (celkem 1822 záznamů)

- Název (jméno / název firmy)
 - Adresa (ulice, PSČ, město, stát)
 - Počet zaměstnanců (v případě firmy)
 - NACE kód (v případě firmy)
 - NACE popis (v případě firmy)
 - Podíl (%)
 - Datum OD
 - Datum DO
 - Aktivita vazby (00/01)
- Dceřiné³ společnosti (dostupné majetkové vstupy všech 318 subjektů do jiných subjektů)
 - Všechny současné a historické vstupy
 - Název (jméno / název firmy)
 - Adresa (ulice, PSČ, město, stát)
 - Počet zaměstnanců (v případě firmy)
 - NACE kód (v případě firmy)
 - NACE popis (v případě firmy)
 - Podíl v dceřiné společnosti (%)
 - Datum OD
 - Datum DO
 - Aktivita vazby (00/01)
 - Dále ještě informace o nástupnických firmách v případě 100% vstupu

3.1.3 Kompletování dat

Data od společnosti Bisnode⁴ byla vyselektována podle aktivity vazeb a pro primární výzkum očištěna o neaktivní vazby a záznamy, které neobsahovaly časové údaje. Dále byla finální databáze propojena podle identifikačního čísla organizace s daty od společnosti Bisnode. Vyšlo najevo, že subjekty, které zůstaly nerozšířeny o záznamy databáze společnosti Bisnode jsou z naprosté většiny pivovary, které provozují živnostníci, čili fyzické osoby.

Dále byla provedena řada výpočtů v *MS Excel*, jakožto předzpracování dat pro pozdější mapové zpracování. Před importem dat do ArcGIS byla databáze rozšířena o další údaje:

- Typ podnikatelského subjektu vlastníků (s.r.o./a.s. /fyz. osob/subjekt mimo Česko)

³ Dceřinou společností se rozumí společnost, ve které byl jinou společností zakoupen obchodní podíl (akvizice)

⁴ Viz Bisnode ČR (2018).

- Okres, kraj, ve kterém subjekt leží (*V případě, že se subjekt nachází na jiné adrese než pivovar, je to v mapových výstupech rozlišeno*)
- Počet podílníků v daném subjektu
- Obchodní podíl vlastníků pocházejících ze stejného kraje, kde se nachází subjekt podle typu podnikatelského subjektu
- Obchodní podíl vlastníků pocházejících mimo kraj, kde se nachází subjekt podle typu podnikatelského subjektu
- Obchodní podíl zahraničních firem
- Podíly podle nové generalizované kategorizace NACE

Vedle této hlavní databáze byl vytvořen další datový soubor, kde byly zpracovány stejné informace o dceřiných společnostech, které byly sumarizovány a přiřazeny k subjektům, které je vlastní.

Tento hlavní datový soubor, který obsahuje 430 záznamů je propojen s daty poskytnutými společností Bisnode, rozvinut o další výpočty a v kombinaci s prostorovými daty ArcČR 500 tvoří dataset pro celou analytickou část této práce.

3.2 Hodnocení geografické struktury

Pro zhodnocení, popis a charakteristiku geografické struktury bylo vytvořeno několik tabulkových a zejména mapových výstupů velkého formátu A1. Dále byla popsána typologie pivovarských subjektů s ohledem na vlastnickou strukturu, roční výstav a typ subjektu, který pivovar vlastní a opět byla vyobrazena na mapách formátu A1.

Mapy A1

- *Příloha č. 1 – Vlastnická struktura pivovarů*
- *Příloha č. 2 – Struktura a původ vlastníků pivovarů*
- *Příloha č. 3 – Typologie pivovarů*

3.2.1 Mapové a další výstupy

Mapy jsou společně s tabulkami a grafy hlavními výstupy, které jsou podrobně popisovány v první části analytické kapitoly, kde se snaží odpovídat na výzkumnou otázku pro první část. Ústřední je mapa názvem *Vlastnická struktura pivovarů* (viz *Příloha č. 1*) a je hlavním vypovídajícím materiálem o rozložení pivovarů v Česku.

Všechny mapy, tabulky a grafy byly vytvořeny autorem práce. Mapy byly zpracovány v softwaru ArcMap 10.4.1 (od společnosti ArcGIS)

Mapové výstupy, které jsou přílohami předložené práce byly inspirovány Českým pivním atlasem od autorů Kryštofa Materny a Jiřího Hasmana. Tento atlas je z roku 2014 a jeho datové podklady pochází ze serveru beerborec.cz. Nutno podotknout, že data v této práci jsou z docela jiných zdrojů a aktualizovaná k roku 2018.

3.3 Hodnocení shlukování (klastrování)

Pro analýzu shlukování byly zvoleny dvě analytické metody v ArcGIS. Obě metody jsou si blízké, avšak každá má své specifika. Je to Ripleyho K-funkce a metoda nejbližšího souseda. V softwaru ArcGIS se tyto metody nazývají *Multi-Distance Spatial Cluster Analysis (Ripley's K-function)* a *Average Nearest Neighbour*. Tyto funkce umožňují zkoumat náhodné rozložení bodů v prostoru. Jinak řečeno rozeznávají rozptýlené, náhodné či shlukující se uspořádání geografických objektů v prostoru. Výše zmíněné metody jsou velmi často používané a hodí se i pro analýzu shluků či klastrů pivovarnických subjektů.

3.3.1 Ripleyho K-funkce (*Multi-Distance Spatial Cluster Analysis*)

Analýza K-funkce *Multi-Distance Spatial Cluster Analysis (Ripley's K Function)* byla poprvé představena B. D. Ripleyem v roce 1976. Jedná se o modifikovanou verzi analytické funkce nejbližšího souseda. Velkým benefitem této funkce, je že umožňuje vyhodnotit rozložení objektů v prostoru v různých měřítkách (Wong 2001).

Funkce $K(d)$ je definována jako očekávaný počet objektů do vzdálenosti d od daného objektu. Provádí se grafické nebo statistické porovnání naměřené K funkce s K funkcí odvozenou z teoretických modelů a posuzuje se typ pozorovaného vzorku (Horák 2002)

V ArcGIS je počítána podle vzorce:

Vzorec 1 - Ripleyho K-funkce (Multi-Distance Spatial Cluster Analysis)

$$L(d) = \sqrt{\frac{A \sum_{i=1}^N \sum_{j=1, j \neq i}^N k(i, j)}{\pi N(N-1)}}$$

Zdroj: ArcGIS Resources (2014).

V tomto vzorci je A plocha, N je počet bodů, d je vzdálenost a $k(i,j)$ je váha, která (pokud nedochází ke korekci hranic) je rovná 1 v případě, že vzdálenost mezi i a j je menší nebo rovna vzdálenosti d a nabývá hodnoty 0 v případě, že i a j je větší než d .

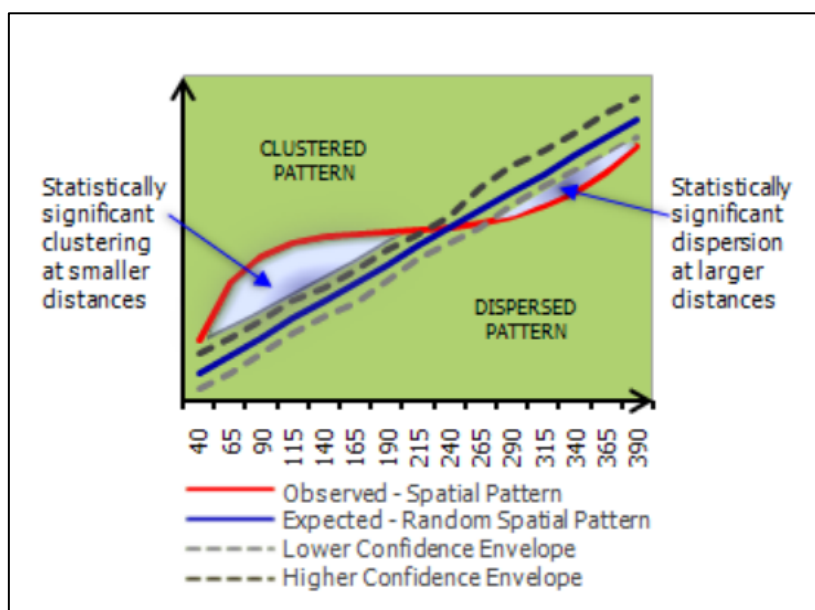
Výstupem této funkce v ArcMap je graf a tabulka hodnot. V tabulce je soupis očekávaných hodnot *ExpectedK* (odvozených) a pozorovaných (naměřených) hodnot *ObservedK*. Hodnota *ExpectedK* je rovna určené opakující se a narůstající vzdálenosti. Vzdálenost, a tedy i hodnota *ExpectedK* narůstá podle zvoleného parametru *Number of distance bands*, což jsou zvolené vzdálenosti, na jejich hladině je daná funkce měřena. Hodnota *ObservedK* je změřenou hodnotou, která se s *ExpectedK* porovnává.

V předkládaném výzkumu byly zvoleny následující hodnoty. Počet *iterací* neboli počet *Number of distance bands*, pro které je koeficient měřen, je 20. Jako hodnota d bylo nastaveno 2000 m. Koeficient byl tedy měřen pro vzdálenost 2000 – 40 000 m.

K Interpretace této funkce dochází nad porovnáním odvozené *ExpectedK* (eK) a *ObservedK* (oK) neboli pozorované hodnotě koeficientu viz Obr. č. 4. Pokud je naměřená hodnota oK větší než hodnota eK , tak v dané vzdálenosti je rozmístění objektů více klastrované, než náhodná distribuce. Jeli oK menší, než eK , pak je rozložení objektů v prostoru více rozptýlené než náhodná distribuce. Jinak řečeno pokud je oK větší než eK tak ve vzdálenosti d od jednotlivých bodů se průměrně nachází více bodů, nežli by se nacházelo v náhodném rozložení. Naopak jeli oK menší než eK , tak v náhodném rozložení bodům se ve vzdálenosti d nachází více bodů než ve sledovaném souboru objektů.

Kromě tabulkového výstupu je také vytvořen tento graf, kde je velmi názorné, na jaké hladině vzdálenosti $L(d)$ se rozmístění objektů stává náhodným posléze rozptýleným. Právě hodnoty výše uvedené pro tento výzkum byly zvoleny tak, aby byl v grafech průkazný zlom v charakteristice rozmístění.

Obr. č. 4 - Grafický výstup (ArcGIS) K-Ripley koeficient



Zdroj: ArcGIS Resources (2014).

3.3.2 Metoda nejbližšího souseda (Average Nearest Neighbour)

Byla vytvořena Clarkem a Evansem v roce 1954 a testuje rozmístění, či uspořádání bodů v prostoru. Z výsledků analýzy můžeme vyhodnotit, zda rozložení objektů v prostoru je rozptýlené, náhodné, či shlukující se.

V ArcGIS metoda měří vzdálenost všech centroidů objektů a centroidů nejbližších sousedů těchto objektů. Dále pak průměruje tyto vzdálenosti od nejbližších sousedů a pokud se průměrná vzdálenost nižší než-li průměrná vzdálenost pro hypotetické náhodné rozložení těchto objektů, pak je rozložení považováno za shlukující se. Pokud je průměrná vzdálenost vyšší než průměrná hypotetická vzdálenost náhodného rozložení, pak jsou objekty považovány za rozptýlené (ArcGIS Resources 2014).

V ArcGIS je počítána podle vzorce:

Vzorec 2 - Výpočet NNR (ArcGIS)

$$R = r_{obs}/r_{exp}$$

r_{obs} je pozorovaná průměrná vzdálenost mezi nejbližšími sousedy

$$r_{obs} = \sum d_i / n$$

d_i je vzdálenost nejbližšího souseda od bodu i

n je počet bodů v daném území. (Před výpočtem je nutné zjistit vzdálenost od každého bodu ke každému bodu, tu nejkratší použít do výpočtu).

r_{exp} je očekávaná průměrná vzdálenost mezi nejbližšími sousedy určená teoretickým vzorcem.

$$r_{exp} = \frac{1}{2 \left(\sqrt{\frac{n}{A}} \right)}$$

n je počet bodů v daném území

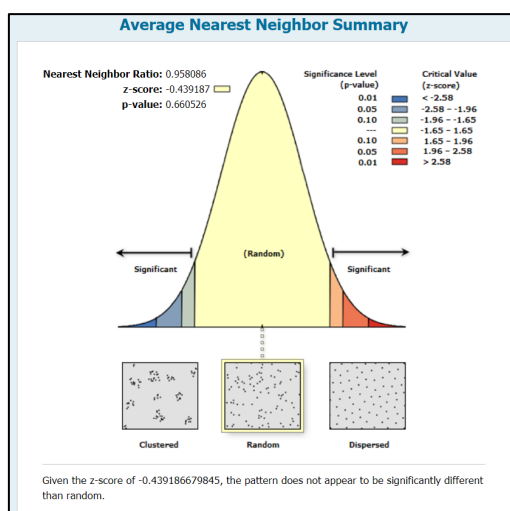
A je plocha území.

Zdroj: ArcGIS Resources (2014), Zákravská (2011).

Interpretovat tuto funkci je zjednodušeně možné podle hodnoty hlavního indexu R (average nearest neighbor ratio) Pokud index $R < 0,7$, uspořádání objektů vykazuje shlukování. Je-li hodnota $R = 0,7 - 1,5$ je rozmístění objektů náhodné a $R > 1,5$ rozmístění je rozptýlené. Samozřejmě v této funkci vystupují další hodnoty, které souvisejí se standardním rozložením dat jako z-skór či p-hodnota, které určují, zdali můžeme zamítnout nulovou hypotézu, či nikoliv na určité hladině spolehlivosti.

Výstupem této funkce je souhrn naměřených hodnot s grafickým vyjádřením, zdali je rozmístění signifikantně shlukující se, náhodné, či rozptýlené.

Obr. č. 5 – Ukázka grafického výstupu (ArcGIS) NNR



Zdroj: vlastní tvora, výstup z ArcMap.

3.4 Hodnocení fúzi a akvizicí

Poskytnutá data od společnosti Bisnode Česká Republika obsahují mimo jiné také záznamy o dceřiných společnostech sledovaných pivovarnických subjektů. Po vyfiltrování dat, ke kterým nebyl dostupný údaj o zapsání do obchodního rejstříku, finální dataset obsahuje 185 záznamů o akvizicích a dataset fúzí obsahuje 28 záznamů. Jedná se o datové záznamy od roku 1993 do současnosti (2018). Všechny datové záznamy obsahují údaje jako u jednotlivých subjektů (viz výše)

3.4.1 Generalizace NACE kódů

Data od společnosti Bisnode obsahují záznam o NACE kódu⁵ dceřiné společnosti, který vypovídá o tom, do jakého typu průmyslu daný subjekt spadá. Díky této informaci lze hodnotit jakým směrem se integrační strategie dané pivovarské společnosti ubírá. Pro zjednodušení a umožnění obecnější interpretace byly velmi specifické NACE kódy resp. NACE popisy generalizovány do celkem 7 kategorií. Tyto kategorie byly definovány na základě opakujících se typů specifických NACE popisů. Jako speciální kategorie s názvem - Pivovarská činnost byly vytříděny NACE popisy – Výroba piva, Výroba sladu, z důvodu přesnější identifikace integrační aktivity směrem k rozšiřování o další subjekty spojené s výrobou piva.

1. Potravinářský průmysl a pohostinství
2. Reality, stavebnictví a ubytování
3. Technika – věda
4. Sportovní činnost
5. Obchod
6. Pivovarský průmysl
7. Ostatní
8. Chybějící data

4 Analytická část

Analytická část je rozdělena stejně jako předchozí části do tří hlavních sekcí, avšak tyto sekce jsou velmi úzce propojené a často dochází k odkazování z jedné části do druhé se záměrem více komplexního vysvětlení. V analýze se autor snaží komplexně zodpovědět na určené výzkumné otázky a zhodnotit, pojmenovat, či charakterizovat v první řadě rozmístění a lokalizaci, dále s lokalizací velmi úzce související shlukovací tendence a v neposlední řadě ekonomickou činnost v podobě integračních

⁵ NACE (z fran. *Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes*) označuje klasifikaci ekonomických činností.

tendencí. Sektor pivovarnictví je velmi rozvinutým a aktivním průmyslovým sektorem v Česku, který se vyznačuje značně dynamickým rozvojem a to zejména v poslední dekádě.

Zkrácené nahlédnutí do vývoje tohoto pivovarnického sektoru od roku sametové revoluce roku 1989: První porevoluční desetiletí se vyznačovalo hned několika jevy: 1) privatizování 12 státních akciových společností, které sdružovaly pivovary – na jednotlivé pivovary 2) zavírání již privatizovaných středních průmyslových pivovarů, které zanikaly kvůli nesoběstačnosti a výroba jejich značek byla přemísťována do jiných „spřátelených“ pivovarů pod velké značky (subjekty) jako je Plzeňský prazdroj, Staropramen, Krušovice atd. A 3) došlo k prvotnímu zažehnutí fenoménu restauračních minipivovarů, v první vlně se jednalo o obnovu malých minipivovarů (výstav do 10 000 hl / rok) na místech, kde se již v historii pivo vařilo. Za průkopnický vzor všem těmto minipivovarům se považuje pivovar U Fleků, který byl založen 1499 a který funguje dodnes. V 90. letech bylo registrováno 26 nově vzniklých, či obnovených minipivovarů (Kratochvíle 2005).

Po roce 2000 tyto tři trendy pokračují, avšak s tím rozdílem, že zavírání průmyslových pivovarů má klesající intenzitu, tak vznik malých pivovarů (minipivovarů) zažívá období extrémního nárůstu. Po roce 2005 se v Česku začíná projevovat další zásadní jev, kterým je počátek působení nadnárodních společností a jejich vstup do tohoto průmyslového odvětví. Velké pivovarské skupiny jako Plzeňský Prazdroj a.s., Pivovary Staropramen s.r.o., Pivovary Lobkowicz Group, a.s., či Heineken Česká republika, a.s. jsou buď částečně, nebo zcela vlastněni zahraničními koncerny. Speciálním případem je velký národní pivovar Budějovický Budvar, kde je nadále majoritním vlastníkem stát. Sdružování pivovarů a vstup zahraničního kapitálu do českého pivovarnického prostředí, jež bylo proslulé svou kvalitou, mělo za následek jeho degradaci. Tento důsledek však byl příležitostí nadšeným pivním milovníkům, kteří začali s pivovarským řemeslem, ať už ve velmi malém množství a podomácku (tzv. *homebrewing*) anebo měli podnikavějšího ducha a vlastní vaření piva povýšili na restaurační minipivovar. A dochází tam tak k obnově oněch hodnot, které byly vlivem velkých gigantů značně narušeny (Vonička 2013).

Tento obrovský boom zakládání restauračních minipivovarů a minipivovarů jako takových je stále aktuální a neustále aktivní. Právě díky tomuto jevu je současné rozmístění pivovarnických subjektů velmi různorodé a v určitých lokalitách specifické a stále se vyvíjející.

4.1 Základní znaky geografické struktury

Nejprve byla provedena základní charakteristika rozmístění pivovarů v Česku. Jako základní statistické jednotky pro socioekonomické ukazatele byly zvoleny jednotky okresy a pro zkoumání vlastnické struktury to jsou jednotky krajů.

Jak už bylo zmíněno v kapitole metodologie, tak velikostní kategorie pivovarů rozlišujeme celkem čtyři:

- 1) Lokální minipivovar (do 10 000 hl)
- 2) Regionální malý průmyslový pivovar (10 000 – 200 000 hl)
- 3) Národní střední (velký) průmyslový pivovar (200 000 – 500 000hl)
- 4) Velký mezinárodní průmyslový pivovar (500 000hl a více)

Další údaj, který je o každém pivovaru evidován, je typ vlastnického subjektu. Jsou rozlišovány také celkem čtyři typy:

- 1) Fyzická osoba (pivovar veden soukromou osobou s živnostenským listem)
- 2) Společnost s ručením omezeným (pivovar provozován subjektem s.r.o.)
- 3) Akciová společnost (pivovar provozován subjektem a.s.)
- 4) Národní podnik (výjimečný případ - Budějovický budvar, *n.p.*)

Na základě mapových výstupů a tabulkových souhrnů celého souboru 430 pivovarů bylo vyhodnoceno několik základních znaků geografické struktury pivovarů v Česku. Velká pozornost v předkládané práci je věnována vlastnické struktuře subjektů, proto jsou další znaky rozložení subjektů v prostoru popisovány z pohledu původu vlastníků.

4.1.1 Koncentrace pivovarů – obecné znaky

Jak lze vidět v mapové příloze č.1 – *Vlastnická struktura pivovarů*, je patrná koncentrace malých či středních pivovarů v určitých krajích s větší mírou oproti jiným. V souboru 430 pivovarů vymezujeme dle výstavu 382 minipivovarů, 32 malých průmyslových pivovarů, 6 středních průmyslových pivovarů a 10 velkých mezinárodních pivovarů.

Na první z map lze vidět, že rozmístění minipivovarů je velmi „náhodné“. Samozřejmě dochází ke koncentraci do měst. Registrujeme přes 40 pivovarů v administrativním území Prahy a 15 pivovarů v Plzni, což je důkazem tendence lokalizace pivovarů do aglomerací. Avšak pivovary vznikají i ve velmi malých městech či vesnicích anebo úplně mimo zástavbu na osamocených např. turisticky významných bodech (více v kapitole klastrování). Zajímavým příkladem je například velký rozmach minipivovarů v Jihomoravském kraji, jich najdeme z celého Česka úplně nejvíce. Tak např. v okolí vínem proslulého Znojma se nyní nachází 5 minipivovarů a v okresech Hodonín a Břeclav leží dokonce 17 minipivovarů. Je však nutné zmínit i pivovary koncentrující se například v národních parcích Krkonoše, Šumava a další, kde opět pro výskyt a ekonomickou udržitelnost pivovaru hraje roli aktivita cestovního ruchu. Jako hlavní koncentraci pivovarů ležících mimo zástavbu můžeme jmenovat například skupinu pivovarů v oblasti Krkonoš, přesněji pak na hřebenové trase Sněžka – Vrchlabí. Zde se na hřebenech Krkonoš nachází pivovar Paroháč (Luční bouda), minipivovar Fries (Friesovy boudy), pivovar Hendrych

na cestě mezi Vrchlabím a Špindlerovým mlýnem, minipivovar Krkonošský medvěd (Hotel pivovarská bašta) přímo ve Vrchlabí a Pecký pivovar v Peci pod Sněžkou. Tyto pivovary se společně sdružují pod záštitu takzvané Krkonošské stezky a můžeme tak hovořit o určité formě klastru pivovarů (více v kapitole o klastrování).

Z mapy je také vidět, že minipivovary, kde je jako vlastnický subjekt zapsána fyzická osoba, se objevují spíše na venkově a v menších městech, zatímco jedná-li se o minipivovar v menších či větších městech, tak je vlastněn a provozován společností s ručením omezením či akciovou společností.

Malých průmyslových pivovarů, podle vlastní kategorizace s výstavem od 10 000 hl do 200 000 hl, bylo zaznamenáno 32. Největší počet celkem 8 pivovarů s tímto výstavem se nachází ve strategicky dobře dostupném Středočeském kraji. Dále pak 6 malých průmyslových pivovarů se nachází v kraji Vysočina a 5 v Jihočeském kraji. Téměř 3/4 malých průmyslových pivovarů jsou akciovými společnostmi a 1/3 je společnostmi s ručením omezeným. Koncentraci malých průmyslových pivovarů lze také sledovat v okolí velkého průmyslového pivovaru Svijany, na pomezí Středočeského, Královéhradeckého a Libereckého kraje. Naopak tato výstavová kategorie úplně chybí např. v Karlovarském, Ústeckém, Olomouckém či Moravskoslezském kraji.

Střední a velké průmyslové pivovary v naprosté většině vystupují jako akciové společnosti. Nejvíce průmyslových pivovarů (středních a velkých) se nachází v Olomouckém kraji a jedná se o tyto tři velké pivovary Holba a.s., Litovel a.s. a Zubr a.s. Další velké průmyslové pivovary se nachází v Plzni (Plzeňský Prazdroj a Pivovar Gambrinus oba bod koncernem Plzeňský Prazdroj a.s.), v žatecké oblasti nalezneme pivovar Krušovice (Heineken Česká republika a.s.), v Praze Staropramen a.s., na jihovýchod od Prahy potom pivovar Velkopopovický Kozel (Plzeňský Prazdroj a.s.), na sever od Prahy v malé vsi Svijanský Újezd nalezneme pivovar s výstavem nad 500 000 hl – Svijany a.s., v Českých Budějovicích jediný fungující z části státem vlastněný národní pivovar Budějovický Budvar n.p., v Humpolci Rodinný pivovar Bernard a.s., v Brně Pivovar Starobrno, Heineken Česká Republika, a.s. a v Moravskoslezském kraji to jsou pivovary – Pivovar Ostravar (Staropramen a.s) a Pivovar Radegast (Plzeňský Prazdroj a.s.)

Tab. č. 5 - Přehled pivovarů dle výstavové kategorie a krajů Česka

KATEGORIE / KRAJ	celkem	podíl	Hlavní město Praha	Středočeský kraj	Jihočeský kraj	Plzeňský kraj	Karlovarský kraj	Ústecký kraj	Liberecký kraj	Královéhradecký kraj	Pardubický kraj	Kraj Vysočina	Jihomoravský kraj	Olomoucký kraj	Zlínský kraj	Moravskoslezský kraj
Minipivovar	382	89%	39	44	25	36	10	24	10	22	13	23	49	29	20	38
Malý průmyslový pivovar	32	7%	0	8	5	2	0	1	2	3	3	6	1	0	1	0
Střední průmyslový pivovar	6	1%	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0	1
Velký mezinárodní pivovar	10	2%	1	2	1	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	2
celkem	430		40	54	32	40	10	25	13	25	16	30	51	32	21	41

Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, vlastní tvorba

K zhodnocení situace vzhledem k socioekonomickým ukazatelům, konkrétně počtu obyvatelstva⁶ nám slouží jak mapa zejména hlavní mapové přílohy 1 a 2. Z kartogramu v mapě *Vlastnická struktura pivovarů* lze odvodit, že nejvyšší míry ukazatele počet piv/1000 obyvatel vykazuje okres Klatovy, který je známý pěstováním chmele a to s velkou historickou tradicí. Vysokými hodnotami disponují také okresy Prachatice či Rakovník, které podobně jako Klatovsko patří k významným oblastem pěstování chmele, který výrobě piva neodmyslitelně patří. Na druhé straně nejnižší hodnoty na mapě patří okresům Most, Benešov či Cheb. V okrese Benešov se nachází pouze jeden pivovar – pivovar Ferdinand (malý průmyslový pivovar), ačkoliv v okrese bydlí přes 90 tis lidí. Pivovar Ferdinand, který vlastní společnost Pivovar Ferdinand a.s. s majoritním podílem českých akcionářů. Přimo v objektu pivovaru se nachází dokonce i vlastní humnovní sladovna, která vyrábí přes 2000 t sladu za rok (pivovarferdinand.cz). Je otázkou, proč právě v Benešově nevzniklo prostředí pro zakládání pivovarských společností.

Rastrovým kartogramem je v mapě *Vlastnická struktura pivovarů* znázorněn podíl městského obyvatelstva vůči celkovému počtu obyvatel okresu. Podíl městského obyvatelstva je v tomto případě uvažován dle zákona jako podíl obyvatel žijících v sídle nad 3000 obyvatel. Ačkoliv podle Tab. č. 6 podíl pivovarů na území měst či velkoměst je značný (63 % všech pivovarů se nachází na území města a 83% se nachází ve vzdálenosti do 3km od těchto sídel), tak souvislost mezi absolutním počtem pivovarů a podílem městského obyvatelstva není na řádovostní úrovni okresu podle Graf č. 5 – *Okresy - podíl městského obyvatelstva a počet pivovarů na 1000 obyvatel* průkazná.

Zajímavou statistiku nám ukazuje tabulka 6 (viz níže) vzhledem k rozložení kategorií dle výstavu. Celkem 233 minipivovarů z 383 všech minipivovarů leží v sídle s 3000 a více obyvateli, jedná se o 61 % všech minipivovarů a 54 % všech pivovarů. Ve velkoměstech se minipivovarů nachází pouze 17 %, zatímco velkých mezinárodních pivovarů sídlí ve velkoměstech téměř 70%. Podíl počtu obyvatel žijících ve městech resp. velkoměstech proti podílu počtu pivovarů nám poukazuje na rozdíl mezi městy a velkoměsty. Ve městech nad 3000 obyvatel žije 47 % českého obyvatelstva a leží 63 % pivovarů, zatímco ve velkoměstech žije 21 % obyvatelstva a leží pouze 17 % pivovarů (Tab. č. 8). Statistika není nijak vztažena na objem pivovarů, ale poukazuje na to, že pivovarnická aktivita probíhá hojně i mimo velkoměstské či městské oblasti.

⁶ Počet obyvatelstva k 1.1.2016 (ArcČR 500)

Tab. č. 6 - Přehled pivovarů ve městech a velkoměstech

	obyvatelstvo		pivovary	
města⁷	4,957,691	47 %	268	63 %
velkoměsta⁸	2,210,304	21 %	74	17 %
celkem	10,565,284		429	

Zdroj: České pivo - České zlato , Atlas Piv , ArcČR 500, 2018, vlastní tvorba

Tab. č. 7 a Tab. č. 8 vypovídá o koncentraci pivovarů vzhledem k městům a velkoměstům vzhledem k výstavové kategorii. Celkem 87 % z pivovarů nacházejících ve městech jsou minipivovary, ve velkoměstech je to dokonce 91 %. Pouze 6 % malých průmyslových pivovarů a 11 % střední průmyslových pivovarů se nachází ve velkoměstech. Právě tato statistika hovoří o faktu že tyto typy průmyslových pivovarů se nachází v menších městech.

Tab. č. 7 – Počet pivovarů ve městě či velkoměstě dle výstavové kategorie (relativní hodnoty - podíl ve městě či velkoměstě)

PIV / MĚSTO / VELKOMĚSTO	minipivovar			mal. prům. piv.			střed. prům. piv.			vel. mezin. piv			celkem			
	počet celkem	cel. měst / velkom.	celkem	počet	cel. měst / velkom.	celkem	počet	cel. měst / velkom.	celkem	počet	cel. měst / velkom.	celkem	městě	velkoměstě		celkem
město	233	87 %	54%	25	9 %	6 %	6	2 %	1 %	5	2 %	1 %	269	63%	-	429
velkoměsto	67	91 %	16%	2	3 %	0%	1	1 %	0%	4	5 %	1%	-	74	17%	

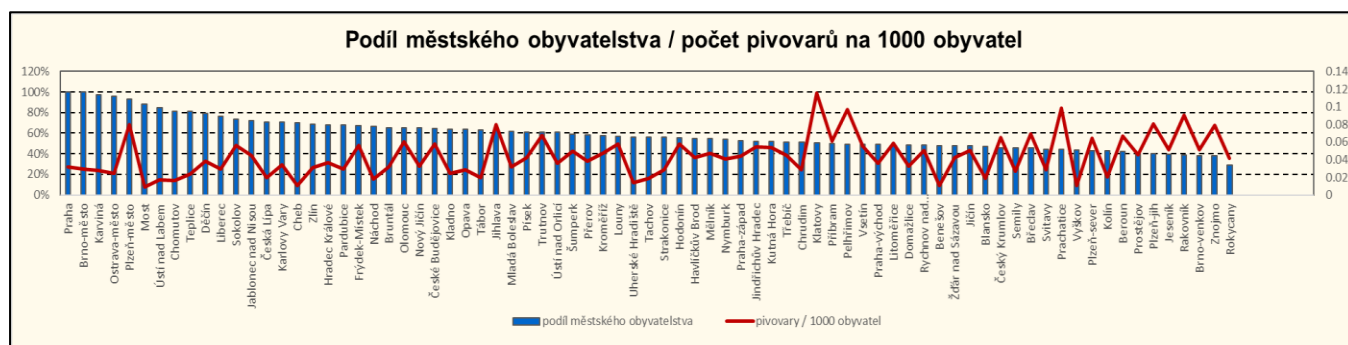
Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, vlastní tvorba

Tab. č. 8 - Počet pivovarů ve městě či velkoměstě dle výstavové kategorie (relativní hodnoty - podíl v dané výstavové kategorii)

PIV / MĚSTO / VELKOMĚSTO / KATEGORIE	minipivovar			mal. prům. piv.			střed. prům. piv.			vel. mezin. piv			celkem				
	počet celkem	celk. / min	celkem	počet	celk. / m.p.p.	celkem	počet	celk. / st.p.p.	celkem	počet	celk. / vel.mez.p.	celkem	min	m.p.p	st.p.p	vel.mez.p	celkem
město	233	61 %	54%	25	78 %	6 %	6	67 %	1 %	5	83 %	1 %					
velkoměsto	67	17 %	16%	2	6 %	0%	1	11 %	0%	4	67 %	1%	383	32	9	6	429

Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, vlastní tvorba

Graf č. 5 – Okresy - podíl městského obyvatelstva a počet pivovarů na 1000 obyvatel



Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, vlastní tvorba

⁷ Městem se rozumí sídlo s více než 3000 a méně než 100 000 obyvateli

⁸ Velkoměsto se rozumí sídlo s více 100 000 obyvateli (dle ČSÚ)

4.1.2 Vlastní typologie

Pro lepší, originálnější a přesnější zhodnocení geografické struktury pivovarů s ohledem na jejich vlastnickou strukturu a původ majitelů byla vytvořena vlastní typologie. Pro vytvoření typologie byla dostupná data generalizována podle výskytu kombinací jednotlivých atributů.

Kromě typu podnikatelského subjektu a velikostní kategorie byla pro typologii použita ještě data o vlastnické struktuře a původu majitelů (podílníků). Data od společnosti Bisnode poskytují informaci o tom odkud pochází vlastník respektive, kde má vlastník (fyz. osoba, s.r.o., a.s.) zapsané sídlo v obchodním rejstříku. Pro analýzu vlastnické struktury byla zvolena generalizace, kde pro každý pivovarský subjekt je vedena statistika o podílu subjektů podle jejich typu (fyz. osoba, s.r.o., a.s. a zahraniční subjekt) a zároveň jejich původu – zjednodušeno na dvě kategorie:

- 1) ze stejného kraje jako daný subjekt (pivovar) – *regionální původ*
- 2) mimo kraj, kde se nachází subjekt (pivovar) – *původ mimo region*

Za základě těchto generalizovaných dat lze v mapových a tabulkových výstupech sledovat mnoho znaků vzhledem k charakteristice pivovarů v Česku z hlediska vlastnické struktury. S pomocí mapových a tabulkových (statistických) souhrnů byla vymezena následující typologie:

Celkem 11 kategorií – 1A, 2A, 2B, 2C, 2D, 3A, 3B, 4A, 4B, 5A, 6A

Hlavním výstupem je mapa A1 – příloha č. 3 – Typologie pivovarů

1) Rodinný mikropivovar („sládek spolujatelem“)

Tento typ pivovaru se vyznačuje malým výstavem (kategorie minipivovar), který ovšem přesahuje osobní spotřebu, typ vlastnického subjektu je zpravidla fyzická osoba, což je často i odpovědná osoba pivovaru a dá se předpokládat, že se i v samotném procesu vaření piva sama angažuje. Jelikož nemůže mít podílníky, tak nelze analyzovat původ vlastníků, ale v mnoha případech fyzická osoba, jakožto vlastník pivovaru podniká nedaleko místa svého bydliště, či přímo v něm.

Ve FD databázi registrujeme 96 fyzických osob, kteří své živnostenské IČO užívají k provozování minipivovaru a všechny řadíme do této kategorie.

2) Lokální minipivovar jako společnost s ručením omezeným

Tato kategorie je mezi pivovarnickými subjekty v českém prostředí velmi významná. Jedná se o kategorii výstavem do 10 000 hl / rok v mnoha případech může být výstavem blízká předešlé kategorii, ale jedná se již o pivovary vedené jako právnické subjekty a to sice společnosti s ručením omezeným.

Z tabulkových výstupů (Tab. č. 9 Tab. č. 9 evidujeme 239 společností s ručením omezeným, které svým výstupem spadají do kategorie minipivovarů. Jedná se o 62 % ze všech subjektů (385 namísto 430 vyřazeny subjekty bez dat od Bisnode a IČO duplicity) pivovarských subjektů. V těchto 238 společnostech má podíl 460 subjektů a to 401 fyzických osob, 28 firem s ručením omezeným, 11 akciových společností, 19 zahraničních subjektů a 3 jiné. Jinak řečeno fyzické osoby tvoří 87 % z podílníků ve společnostech s ručením omezeným v kategorii minipivovary.

Tuto kategorii dělíme na dvě subkategorie

a. Lokální minipivovar - s.r.o. – vlastněné subjekty z regionu – kraje (nad 50 % obchodního podílu)

Tato kategorie je čítá 134 pivovarských subjektů, jedná se o pivovary, kde jako vlastníci převažují subjekty se sídlem ve stejném kraji. Zastoupení majitelů, jakožto fyzických osob je přes 90 % (123), zbytek tvoří regionální firmy (a.s. či s.r.o.)

b. Lokální minipivovary – s.r.o. – vlastněné fyzickými osobami mimo region (nad 50 %)

Vyčleněná typologická kategorie 2B obsahuje 55 subjektů, které se vyznačují tím, že většinová majitelé sídlí mimo kraj.

c. Lokální minipivovary – s.r.o. – vlastněné zahraničními subjekty (nad 50 % obchodního podílu)

Přesně 14 minipivovarů (s.r.o.), ve kterých je většinově zastoupen zahraniční majitel (majitelé).

d. Lokální minipivovary – s.r.o. – vlastněné kombinací subjektů pocházejících z regionu i mimo region – kraj

V této poslední subkategorii druhého typu evidujeme 38 pivovarů. V žádném z těchto pivovarů nedominoje regionální subjekt. Jedná se zejména o pivovary, kde je majoritním majitelem právnický subjekt se sídlem mimo region či kombinace několika majitelů pocházejících z regionu či mimo region.

3) Minipivovar jako akciová společnost

Stále se jedná o minipivovary, tudíž o pivovary s výstavem do 10 000 hl. Konkrétní výstav a rozdíl mezi výstavem pivovarů s.r.o. a a.s. není nijak určující, ale minipivovarů vedených jako a.s. evidujeme 21 a 47 majitelů podílů. Z těchto 47 majitelů tvoří 81 % fyzické osoby, 8 % s.r.o. a 11 % jiné akciové společnosti. Podle finální databáze tento typ tvoří 5 % všech pivovarů.

Pro tuto kategorie byly vyčleněny dvě subkategorie:

a. Minipivovar s regionálními majiteli – a.s.

Jedná se o kategorii, kde nad 50 % akcií vlastní subjekty ze stejného kraje jako je pivovar (subjekt) umístěn. V 11 případech se jedná o fyzické osoby jako majoritní majitele, pouze ve dvou případech jde o 100% vlastníka a to sice společnost s ručením omezeným. Celkem tedy 13 subjektů v této kategorii

b. Minipivovar se zahraničním, neregionálním či kombinací majitelů – a.s.

V 6 případech, které v této kategorii byly evidovány jde o kombinaci regionálních a neregionálních majitelů. Jako majitelé vystupují jak fyzické osoby, s.r.o., jiné a.s., či zahraniční subjekty.

4) Malý průmyslový pivovar

Tato kategorie obsahuje celkem 23 pivovarnických subjektů, 9 společností s ručením omezením a 14 akciových společností. Nebyl registrován ani jeden vlastník malého průmyslového pivovaru jakožto fyzická osoba. Ve 23 subjektech má podíl celkem 23 subjektů, přes polovinu tvoří fyzické osoby a zbytek ostatní právnické osoby. Přes 13 % obchodních podílů všech malých průmyslových pivovarů s výstavem do 200 000 hl vlastní zahraniční subjekty a celkem 31 % vlastní české akciové společnosti.

a. Malý průmyslový pivovar ve vlastnictví fyzických osoby přes 80 % obchodního podílu

Přesně 11 pivovarnických subjektů v této kategorii výstavu pivovaru je z minimálně 80 % vlastněno fyz. osobami. Osm z deseti je bez vstupu jiného právnického subjektu – pouze fyz. osoby. Šest pivovarů je vlastněno subjekty převážně regionálními a pět subjekty se sídlem mimo region.

b. Malý průmyslový pivovar ve vlastnictví právnických subjektů (přes 80 %) se sídlem mimo region

Těchto subjektů bylo registrováno 12 jedná se o 3 zahraniční majitele, 7 akciových společností, 2 společnosti s ručením omezeným, které většinou vlastní daný subjekt. Žádný z těchto subjektů neleží ve stejném kraji jako pivovarnický subjekt.

5) Střední průmyslový pivovar

V této kategorii jsou, vlivem filtrování aktuálních dat v databázi od společnosti Bisnode a dalších jiných faktorů, pouze tři subjekty, resp. pivovary. Vzhledem k datům o výstavu pivovarů od České pivo – České zlato by v této kategorii mělo vystupovat celkem sedm pivovarů. Například pivovar Ostravar, který se sice nachází v tomto rozmezí výstavu, avšak je již začleněn do velké skupiny a nevystupuje tak již nadále pod svým IČO záznamem, nýbrž v případě Ostravaru pod skupinou Staropramen a.s.

a. Střední průmyslový pivovar – akciová společnost

Všechny tři pivovary této kategorie jsou akciovými společnostmi a vlastní je ve dvou případech jiná akciová společnost – neregionální a v jednom případě jde o společné vlastnictví fyz.osoby a zahraničního subjektu v poměru 50/50.

6) Velký mezinárodní pivovar

Tato kategorie je velmi specifická zejména podílem zahraničních subjektů ve vlastnictví velkých akciových společností, které provozují pivovary s výstavem nad 500 000 hl / rok. Součet obchodních podílů náležících subjektům se zahraničí je 91%.

a. Velký mezinárodní pivovar jako akciová společnost, vlastnění zahraničním subjektem (přes 80%)

Velká část sektoru pivovarů s výstavem nad 500 000 hl / rok je vlastněna zahraničními giganty pivního průmyslu. Ať už je to Heineken Česká Republika a.s., který vlastní Pivovar Krušovice, subpivovary a vlastní pivovar koncernu Plzeňský Prazdroj a.s. ve kterém má majoritní podíl firma japonská firma Asahi Group Holdings, Ltd., či Pivovar Svijany a.s., kde 74 % podíl vlastní firma TKA, Ltd sídlící na Kypru.

Tab. č. 9 - Počet pivovarů dle typologie v krajích Česka

typologie / kraj	Hlavní město Praha	Středočeský kraj	Jihočeský kraj	Plzeňský kraj	Karlovarský kraj	Ústecký kraj	Liberecký kraj	Královéhradecký kraj	Pardubický kraj	Kraj Vysočina	Jihomoravský kraj	Olomoucký kraj	Zlínský kraj	Moravskoslezský kraj	
1A	92	3	11	7	12	3	4	3	7	3	5	12	12	2	8
2A	135	9	13	8	15	1	11	3	6	5	5	22	5	11	21
2B	59	6	12	5	3	0	4	1	3	2	7	7	6	1	2
2C	11	3	3	1	0	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0
2D	40	9	2	1	3	2	4	2	3	0	1	3	4	5	1
3A	14	3	0	2	1	0	0	0	1	0	1	2	0	0	4
3B	9	2	0	0	0	0	0	1	0	3	2	0	0	1	0
4A	10	0	3	3	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0
4B	13	0	3	0	1	0	1	0	1	0	4	1	0	1	0
5A	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0
6A	7	0	2	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
chybí data	36	5	5	4	2	2	1	1	3	1	3	3	3	0	3

Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, Bisnode Česká Republika a.s.,2018, vlastní tvorba

4.1.3 Geografická struktura a charakteristika vlastní typologie

Typologie přináší mnoho charakteristik a výsledů, podle kterých lze podrobněji popsat, jaké pivovary, jakého typu se nachází a v jakých částech Česka.

Živnostnické minipivovary ve Středočeském, Plzeňském, Jihomoravském a Olomouckém kraji

Celkem 47 minipivovarů (1A), které vedou fyzické osoby, se nachází v těchto čtyřech krajích. V Plzeňském kraji jde mimo jiné hlavně o minipivovary přímo v Plzni, zatímco na Olomoucku jsou pivovary rozptýleny po celém kraji od městských v Prostějově a Olomouci, po Hané až do celých Jeseníků. V Jihomoravském kraji se jedná hlavně o minipivovary rozptýlené po vinařském kraji.

Minipivovary v pohraničních horských oblastech

Další ze znaků geografické struktury podle vlastní typologie pivovarů je jev minipivovarů (1A, 2A, 2B, 2C, 2D, 3A, 3B) v horách. Tyto pivovary z většiny vlastní společnosti s ručením omezeným a velmi často jejich majitelé nejsou ze zdejšího kraje či místní fyzické osoby. Ať už to jsou příklady z Krkonoš, Šumavy či Beskyd jedná se o minipivovary zakládané v turisticky navštěvovaných frekventovaných oblastech. Do této kategorie spadají pivovary jako např.: Minipivovar Pod Kyčmolem či Beskydský pivovárček Ostravice v Beskydech, Pivovar Zlatý Srnec Srní či Minipivovar Kvilda na Šumavě, již zmiňovaný Pivovar na Luční Boudě nebo Minipivovar Fries v Krkonoších.

Společnosti s ručením omezeným vs. akciové společnosti v kategorii minipivovarů

Nelze charakterizovat jakýkoliv prostorový vzorec dle rozdílu v rozmístění minipivovarů jako a.s. či s.r.o. (kategorie 2A, 2B, 2C, 2D vzhledem k 3A, 3B). Pokud je minipivovar založen jako a.s., může jít o metodu, jak sehnat potřebný kapitál na zřízení. Takto tomu je například u společnosti Hostivar a.s., který byl vystaven díky složení okolo šedesáti akcionářů, kteří svým kapitálem přispěli a nyní vlastní akcie dnes už úspěšné společnosti (Novotný 2015). Téměř všechny minipivovary jako akciové společnosti leží ve větších městech, není to ale pravidlem.

Jihomoravský a Moravskoslezský kraj – vinařství nebo minipivovarnictví s místními majiteli?

Jihomoravský a Moravskoslezský kraj disponuje největším počtem minipivovarů na území Česka. Zejména v prvním jmenovaném kraji registrujeme v roce 2018 – 47 minipivovarů (celkem 34 z těchto pivovarů má majitele z Jihomoravského kraje 1A, 2A) a vzhledem k internetovým článkům, které odkazují na Výzkumný ústav pivovarský a sladařský, který hovoří k roku 2017 o 41 minipivovarech, lze soudit, že zde stále počet minipivovarů vykazuje rostoucí tendenci. Nové minipivovary na jihu Moravy vznikají zejména v Brně a dále směrem na jih. V posledních letech se to týká i míst, která jsou spojená

spíše s pěstováním vína. Minipivovary jsou v Bzenci, Mikulově, dva dokonce v Hodoníně. Ačkoliv je tento kraj Česka znám pro svou vinařskou tradici, tak se zdá, že i pivařskému řemeslu je tu požehnáno a tvoří úspěšný doplněk pro všechny turisty přicházející do tohoto regionu.

Vlastníci pivovarů na Vysočině sídlí mimo kraj

Jak z tabulkového výstupu, tak také z mapy – Typologie pivovarů, je patrné že Kraj Vysočina je charakteristický ojedinělým jevem a tím je skutečnost, že většina pivovarů, které se zde nachází, mají majitele mimo tento kraj (2B, 3B, 4B), ať už se jedná o sedm minipivovarů či čtyři malé průmyslové pivovary, které jsou v majoritním vlastnictví subjektů mimo kraj.

Kde je pivovarů dost a kde málo? Klatovy, Most, Benešov – tam kde pivovary nejsou

Stejně jako v úvodní mapě – Struktura pivovarů, tak v mapě Typologie pivovarů pozorujeme oblasti, kde se žádné pivovary nenachází anebo kde je velmi malý počet pivovarů vzhledem k počtu obyvatel, kteří v daném okresu/kraji žijí. Velmi malá koncentrace pivovarů je v oblasti – okres Plzeň-západ (Tachovsko), Benešovsko – v celém okresu se nachází pouze Pivovar Ferdinand, oblast České Kanady je téměř bez pivovarů, dále najdeme zóny např. ve východní části okresu Znojmo či na Jičínsku, kde se například i přes přítomnost CHKO nenachází téměř žádné minipivovary. Vzhledem ke statistice, která shrnuje tento ukazatel (počet pivovarů podle typologie v okresech/krajích), se jednoznačně největší množství pivovarů nachází v Praze (35), dále pak Plzni (15), Olomouci (13) a pivovarským okresem je také Frýdek-Místek (12). Naopak nejméně pivovarů se nachází v okresech Most, Benešov, Cheb a dalších. V případě přepočtení pivovarů na počet obyvatel jinak řečeno kolik obyvatel je v daném městě/okrese/kraji na jeden pivovar, tak je obcí s největším počtem obyvatel na jeden pivovar Zlín s 75 tis obyvateli/pivovar, dále pak Kladno, Most, Opava, kde se o jeden pivovar vždy „dělí“ přes 50 tis. Obyvatel.

Malé průmyslové pivovary ve Středočeském kraji a na Vysočině

Celkem šest malých průmyslových pivovarů najdeme ve Středočeském kraji a pět v kraji Vysočina. Pivovarů tohoto typu - 4A, 4B v typologii zaznamenáváme 23 z toho 10 jich je ve vlastnictví fyzických osob a 13 ve vlastnických právnických osob. V kraji Vysočina se tyto pivovary koncentrují v okolí Jihlavy, Havlíčkova Brodu a Chotěboře. Zatímco ve Středočeském kraji je rozmístění pivovarů velmi rovnoměrné na všechny světové strany.

Střední průmyslové a velké mezinárodní pivovary ve velkých městech

Pivovary s výstavem 200 000 – 500 000 hl/rok jsou akciovými společnostmi a skrývají se pod kategorií 5A. Nachází se po jednom v Olomouckém kraji, Jihočeském kraji a kraji Vysočina. Co se týče velkých

mezinárodních pivovarů (6A), tak 6 z celkových 7 se nachází v Čechách a jeden na Moravě. Všechny pivovary kategorie 6A mají výstav na 500 000 hl/rok a každý z těchto pivovarů je vlastněn subjektem, jehož majoritní vlastník je ze zahraničí. Tato statistika poukazuje na to, že naše pivovary s největší produkcí jsou vlastněny zahraničním kapitálem a tudíž cena a hodnota naší průmyslové hodnoty nezůstává na území Česka.

4.1.4 Geografická struktura - shrnutí

Vlastní vytvořená typologie přinesla další nový úhel pohledu na rozložení pivovarů na území Česka, ačkoliv je potřeba poznamenat, že v typologii chyběla data o vlastnické struktuře celkem u 36 pivovarů. I přesto jsou výsledky reprezentativní a forma zpracování vlastnické struktury do navržené typologie je zcela nová. Koncentrace pivovarů byla popisována zejména s ohledem na stejnou velikostní kategorii, socioekonomické ukazatele, vlastnickou strukturu či původ vlastníků.

4.2 *Shlukování (klastrování) pivovarů*

Pro tuto část bylo zvoleno celkem tři analytické metody. Metoda Ripley's K koeficient (Multi-distance Spatial Cluster Analysis) a metoda Nejbližšího souseda (Nearest Neighbour Ratio) různými způsoby (viz kapitola Metodologie) rozdíl v rozložení bodů v prostoru proti pravidelnému rastru. Výstupem těchto metod je hodnota, která charakterizuje rozložení bodů vzhledem k pravidelnému jako shlukující se, náhodné či rozptýlené. Tyto dvě metody byly využity k určení charakteru rozložení pivovaru na úrovni Česka a komparaci charakteru rozložení v jednotlivých krajích. Dále bylo rozmístění pivovarů charakterizováno v kontextu s ostatními socioekonomickými a fyzickými faktory. Jako poslední je použita metoda (Aggregate points) pro určení pozice pivovarů vůči sobě samotným.

4.2.1 Koncentrace pivovarů vzhledem k socioekonomickým faktorům

Jak už bylo uvedeno v první části analytické kapitoly, která se věnuje geografické struktuře pivovarů jako takové, tak pozice či koncentrace pivovarů vzhledem k určitým socioekonomickým faktorům je zřejmá. V této části, která popisuje shluky pivovaru vzhledem k:

- 1) infrastruktury – komunikace – silnice 1.2. a 3. třídy

Předpoklad lokalizace pivovarského průmyslu vzhledem k infrastruktuře, je podobně jako následující předpoklad koncentrace do měst, založen na lokalizačních teoriích spojených s dopravou a pozicí výroby vůči surovinovým a jiným zdrojům a trhu (Toušek a kol. 2008). Lze předpokládat, že umístění v dobré dostupnosti kvalitní silniční sítě je z pohledu dopravy, zejména pro průmyslové pivovary, velmi podstatné.

- 2) městům (sídla do 3000 obyvatel viz Metodologie)

Předpoklad koncentrace pivovarského průmyslu ve městech je založena na Weberově lokalizační teorii a tudíž důležitosti lokalizace vzhledem k trhu. Zejména u minipivovarů, kde dochází ke konzumaci přímo v místě výroby je lokalizace v místě koncentrace obyvatelstva důležitým faktorem. Průmyslové pivovary se velmi často nachází na stejném místě od dob svého historického založení. S ohledem na tento fakt je nutné zmínit, že ve středověku platilo omezení výroby piva tzv. vářečným právem, kdy pivo mohli vařit pouze měšťané v královských městech (Krestýnová 2017)

3) národním parkům a chráněným krajinným oblastem (jedná se sice o oblasti, které disponují ojedinělým přírodním prostředím, avšak jejich pozice vzhledem ke koncentraci pivovarů je popisována z důvodu turistické atraktivnosti těchto oblastí, jež je organizována v rámci socioekonomických ukazatelů)

Dle Kajaly (2004) patří většina CHKO k zajímavým turistickým destinacím, které přitahují návštěvníky, přestože prioritou těchto oblastí je ochrana přírody a krajiny legislativa dovoluje v omezeném množství také rekreační aktivity. (Kajala 2004, cit v Mikulec 2011)

Charakter rozmístění vůči výše zmíněným faktorům je zobrazen v mapě *Příloha č. 1 - Mapa A1 - Vlastnická struktura pivovarů* a základní prostorové souvislosti jsou uvedeny níže.

- 1) Celkem 298 (69 %) pivovarů leží do 3 km od komunikace, v dosahu 5 km je to 343 (79 %) pivovarů, od vymezené generalizované silniční sítě. V mapě lze vidět několik pásů (zón) v celém Česku, kde lze pozorovat koncentraci pivovarů nedaleko hlavních tahů. Ať už je to soustava pivovarů kolem hlavního tahu D1, či kolem D10 mezi Mladou Boleslaví a Turnovem. Dále pak registrujeme koncentraci pivovarů podél vodních toků, kde v mnoha případech vede ve stejných místech i silniční tah. Takto tomu je například u toku Ohře mezi Karlovými Vary a Litoměřicemi.
- 2) Z mapových výstupů a samozřejmě tabulkových souhrnů je zřejmé, že pivovary mají tendenci se koncentrovat do měst. Přesněji řečeno celkem 269 (62 %) pivovarů se nachází na administrativním území sídla s 3000 a více obyvateli. V dosahu 3 km od hranic těchto sídel leží 313 pivovarů (72%) pivovarů. Těchto 72 % pivovarů leží na území 144 obcí. Nutno ale zmínit i opačný konec statistiky, kde jako nejmenší obcí, ve které se nachází pivovar evidujeme obec Sušice na Klatovsku, kde se nachází Pivovar Lyer Modrava. V Tab. č. 10 můžeme vidět souhrn všech měst (sídla nad 3000 obyv.), kde se nachází alespoň tři pivovary různé výstavové kategorie. Zejména vzhledem k dominanci, co se počtu obyvatel, vévodí Praha s celkovými 40 pivovary, dále pak Plzeň a Brno. Pozoruhodné hodnoty však vykazuje čtvrtý sloupec, který obsahuje hodnoty počtů obyvatel vztažené na jeden pivovar. Ačkoliv je v Praze 40 pivovarů stále se o jeden pivovar „dělí“ přes 31 tis. obyvatel. Zatímco v Plzni 13 tis. obyvatel na jeden

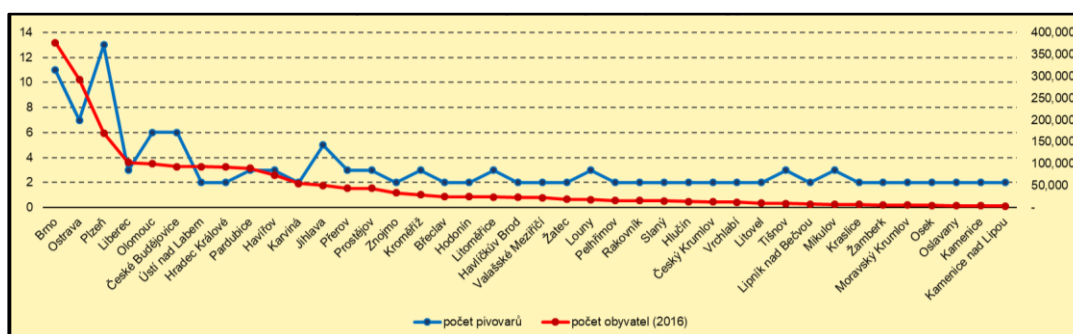
pivovar, či například v Tišnově, který obývá pouze 9 tis. obyvatel se nachází hned tři pivovary čili 3 tis. obyvatel na jeden pivovar. Ačkoliv hovoříme o koncentraci pivovarů do měst, nelze jednoznačně hovořit o přímě úměře mezi počtem obyvatel a počtem pivovarů v daném městě. Najdeme výkyvy na obou stoupajících, resp. klesajících křivkách viz. Graf č. 6.

Tab. č. 10 – Přehled pivovarů v administrativních územích měst s více než dvěma pivovary

město	počet pivovarů	počet obyvatel (2016)	poč. obyv. / poč. pivovarů
Praha	40	1,267,449.00	31,686.23
Plzeň	13	169,858.00	13,066.00
Brno	11	377,028.00	34,275.27
Ostrava	7	292,681.00	41,811.57
Olomouc	6	100,154.00	16,692.33
České Budějovice	6	93,513.00	15,585.50
Jihlava	5	50,714.00	10,142.80
Liberec	3	103,288.00	34,429.33
Pardubice	3	89,638.00	29,879.33
Havířov	3	74,101.00	24,700.33
Přerov	3	43,994.00	14,664.67
Prostějov	3	43,977.00	14,659.00
Kroměříž	3	29,066.00	9,688.67
Litoměřice	3	24,106.00	8,035.33
Louny	3	18,407.00	6,135.67
Tišnov	3	9,101.00	3,033.67
Mikulov	3	7,407.00	2,469.00

Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlast. tv.

Graf č. 6 – Počet pivovarů a počet obyvatel ve městech s 2 a více pivovary (bez Prahy)



Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlast.

tv.

- 3) Třetím faktorem, se kterým je koncentrace pivovarů spojována jsou zóny Národních parků (NP) a Chráněných krajinných oblastí (CHKO). Je to důvodu, že tyto oblasti se na území Česka prokazují vysokou návštěvností turistů a významné chaty na turistických křižovatkách jsou velmi zajímavým cílem, který bývá obohacen o vlastní produkci piva. Celkově 43 (10 %) pivovarů leží na území NP, či CHKO, 111 (25 %) leží ve vzdálenosti do 3 km od hranic NP či CHKO a 135 (31 %) pivovarů se nachází do 5 km od hranic NP či CHKO. Ze 43 zmíněných pivovarů nacházejících se přímo v zónách NP či CHKO je celkem 40 minipivovarů. Minipivovary se koncentrují zejména v CHKO Beskydy (6 pivovarů), CHKO České Středohoří (6 pivovarů), CHKO Žďárské vrchy (5 pivovarů) či NP Šumava (3 pivovary) nebo NP Krkonoše (3 pivovary).

4.2.2 Metoda nejbližšího souseda

Metoda nejbližšího souseda, jakožto analytická metoda pro zjištění charakteru rozmístění bodových objektů v prostoru, byla aplikována na vytvořený dataset 429 pivovarů. Koeficient byl dále zpracován za jednotlivé kraje, aby bylo možné kraje porovnávat. Analýza nebyla prováděna podle jednotlivých výstavových kategorií, protože by se daly předpokládat velké nepřesnosti ve výpočtech vlivem malého počtu pozorování.

Jak už bylo zmíněno v kapitole Metodologie, tak index nejbližšího souseda (Nearest Neighbour Ratio) nabývá hodnot od 0 do 2 a lze ho interpretovat jako:

$R < 0,7$ - shlukující se rozmístění (klastrování)

$R = 0,7 - 1,5$ - náhodné rozmístění

$R > 1,5$ - rozptýlené rozmístění

objektů v, v tomto případě pivovarů, v určitém prostoru.

Nejvýznamnější výsledky shlukujícího se či rozptýleného rozmístění

Nejnižší hodnoty, a tudíž nejvíce signifikantní úrovně klastrování dosáhly pivovary v Jihomoravském kraji s hodnotou $R = 0,74$. a i podle mapy *Příloha č. 4 - Mapa A3 - Koncentrace pivovarů* lze vidět, že pivovary se shlukují kolem Brna, na Mikulovsku a v okolí Znojma. Podobně je tomu v Olomouckém kraji, který se skládá z dvou pivovarských klastrů – „Hanácký“ a „Jesenický“, které jsou opět velmi dobře identifikovatelné v mapovém výstupu.

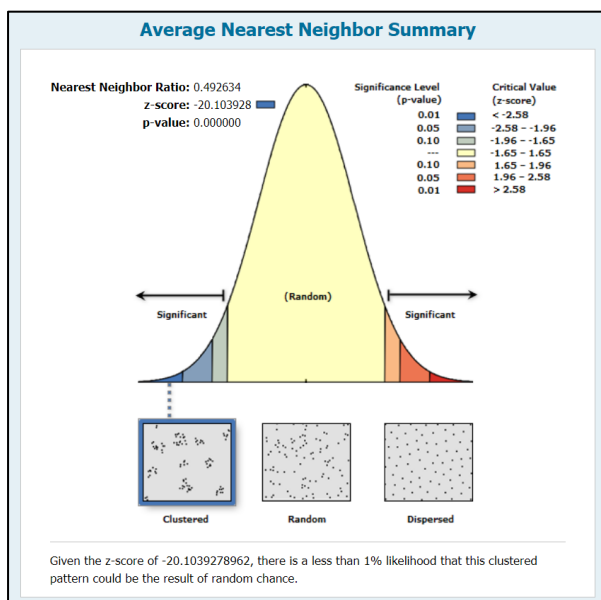
Plzeňský kraj, který se podle mapového výstupu jeví, jako celkem významně klastrovaný zejména na ose Rokycany – Plzeň, tak jeho hodnota $R = 0,98$ je dle interpretace metody nejbližšího souseda charakterizováno jako rozložení náhodné. Pivovary v kraji Vysočina mají podle hodnoty NNR náhodné

rozložení, v mapovém výstupu lze vidět, že jsou téměř rovnoměrně rozloženy po celé ploše kraje, stejně tak je tomu i v kraji Středočeském.

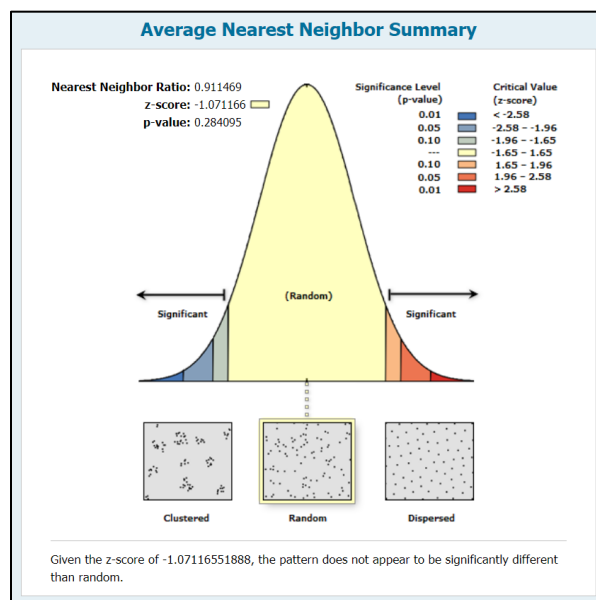
Absolutně nejvyšší „míru shlukování“ resp. nejnižší hodnotu NNR vykazuje Česko jako celý stát - $R=0.49$. Tento údaj je pouze orientační a informačního rázu a nelze ho porovnávat s jednotlivými kraji, protože se jedná o jinou řádovostní úroveň (měřítko). Tato hodnota ale vypovídá o tom, že pivovary v Česku nejsou pravidelně rozloženy, ale koncentrují se do určitých míst. Těmito místy jsou zejména největší města, kde se nachází většina pivovarů.

V Graf č. 7 až Graf č. 21 se nachází hodnoty a charakter rozložení pro všechny kraje v Česku. Úvodní Graf č. 7 je výstup pro celé Česko. Závěry z výsledků této metody a porovnání obou metod je uvedeno v závěru této části.

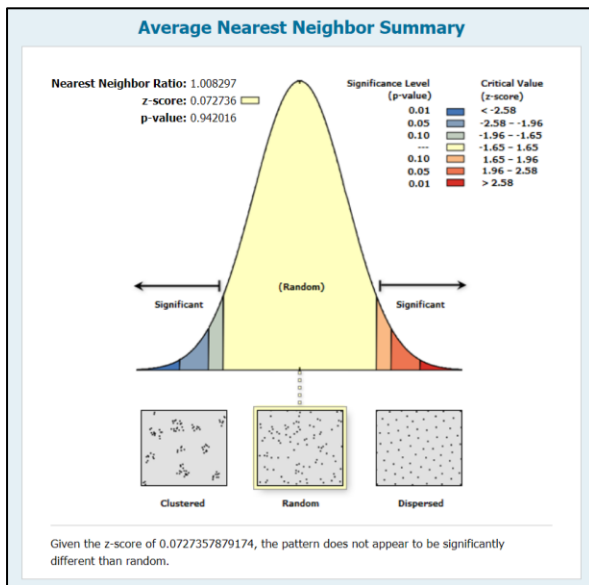
Graf č. 7 - ANNS Česko



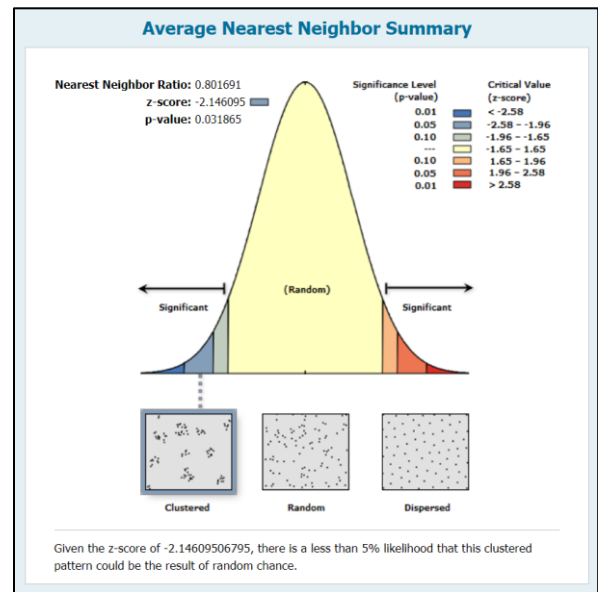
Graf č. 8 ANNS Moravskoslezský kraj



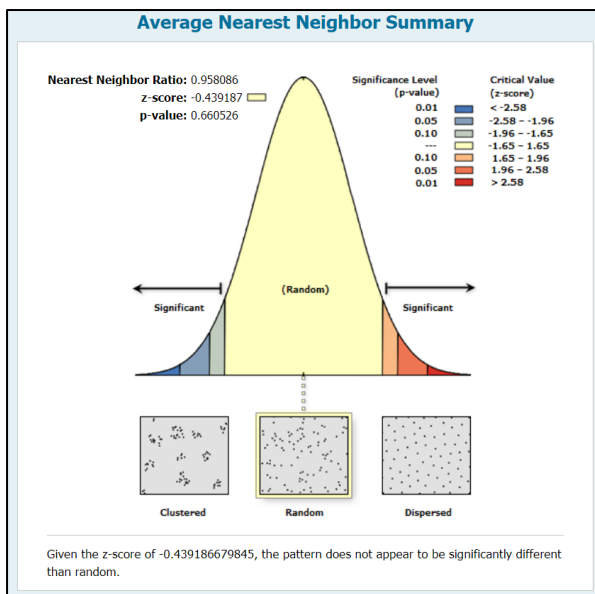
Graf č. 9 - ANNS Zlínský kraj



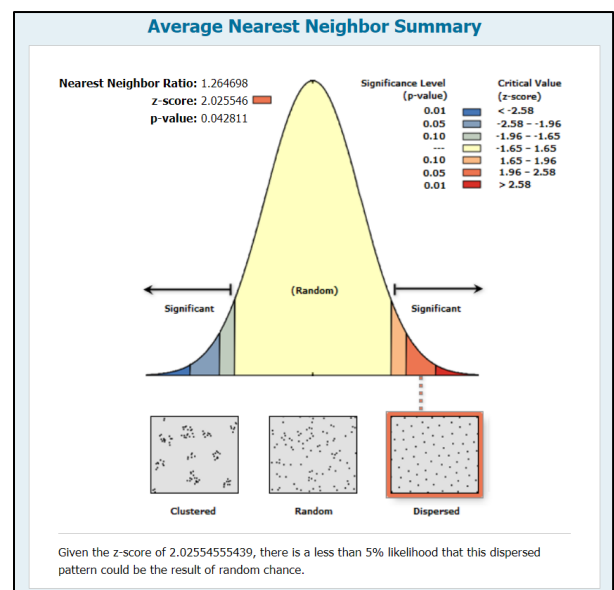
Graf č. 11 - ANNS Olomoucký kraj



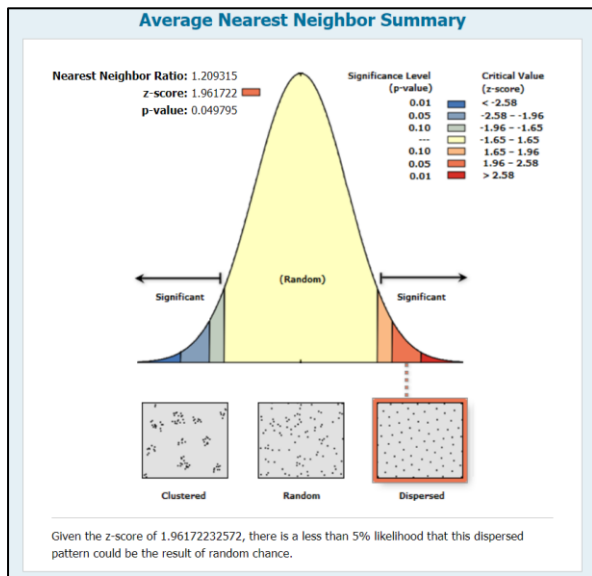
Graf č. 10 - ANNS Kraj Vysočina



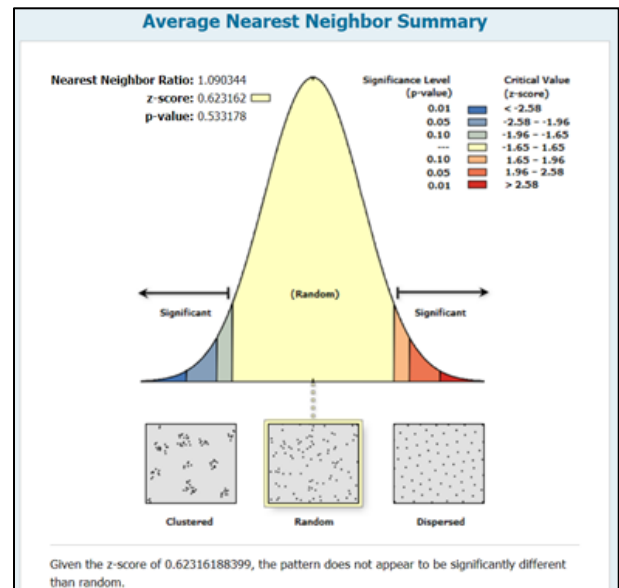
Graf č. 12 - ANNS Pardubický kraj



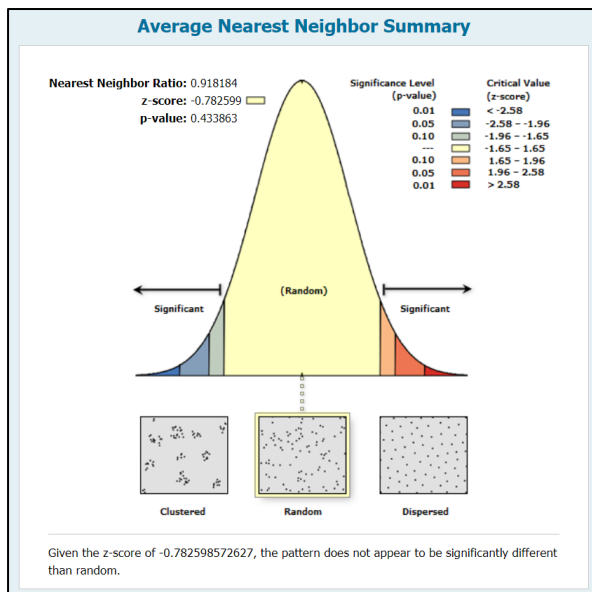
Graf č. 13 - ANNS Královhradecký kraj



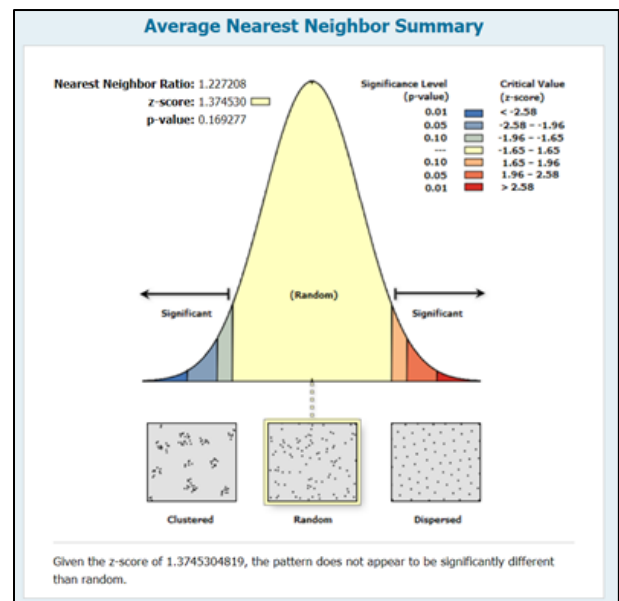
Graf č. 15 - ANNS Liberecký kraj



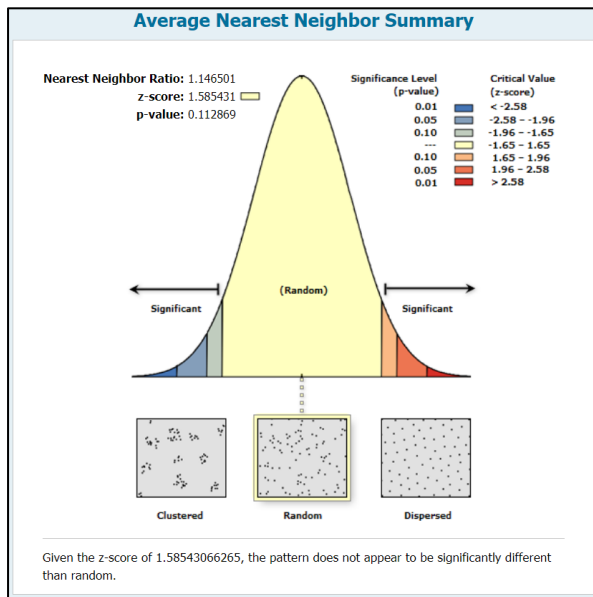
Graf č. 14 - ANNS Ústecký kraj



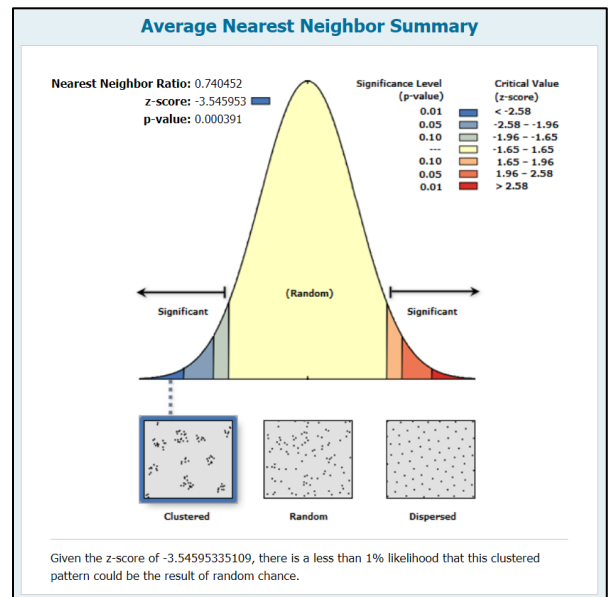
Graf č. 16 - ANNS Karlovarský kraj



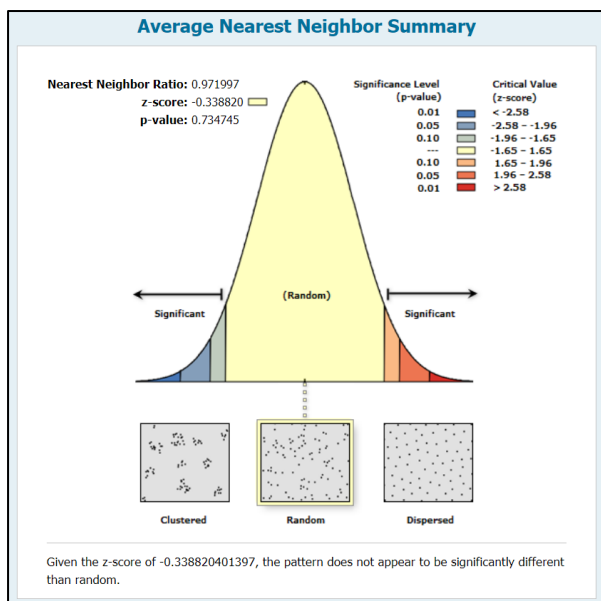
Graf č. 17 - ANNS Jihočeský kraj



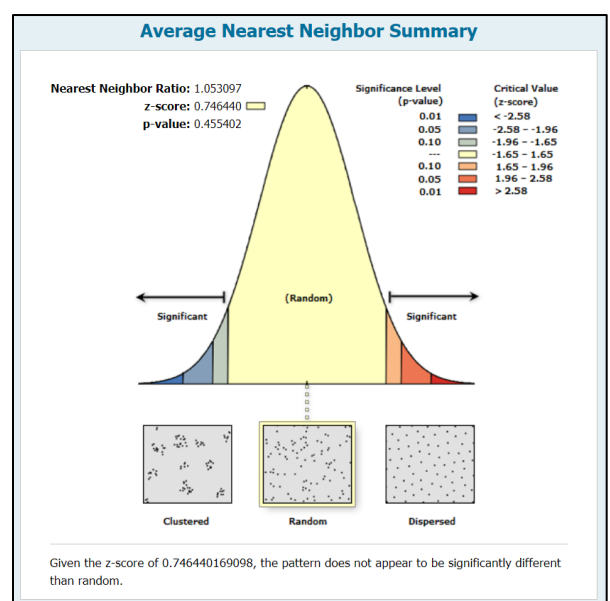
Graf č. 19 ANNS Jihomoravský kraj



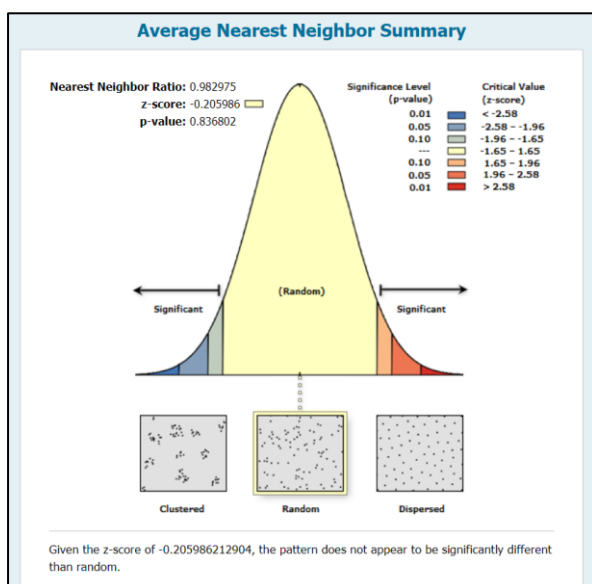
Graf č. 18 - ANNS Kraj Hlavní město Praha



Graf č. 20 - ANNS Středočeský kraj



Graf č. 21 - ANNS Plzeňský kraj



Zdroj: vlastní tvorba, ArcGIS výstup

4.2.3 Metoda Ripleyho K-funkce

Tzv. Ripleyho metoda, která se v softwaru ArcGIS nazývá *Multi-Distance Spatial Cluster Analysis* - jak je počítána a jaké vykazuje hodnoty je popsáno výše v kapitole Metodologie. Kromě tabulkových hodnot jako hlavní výstup slouží také graf, ve kterém jsou na ose X vyneseny vypočtené hodnoty (oK), kterých funkce nabývá pro jednotlivé vzdálenosti $L(d)$, které jsou na ose Y (eK). V grafu jsou celkem 4 křivky, červenou barvou naměřené hodnoty pro jednotlivé vzdálenosti, modrou barvou očekávané hodnoty v dané vzdálenosti (pravidelný rastr bodů), a dvě šedé šrafované křivky, které určují horní a dolní hranici statistické signifikance.

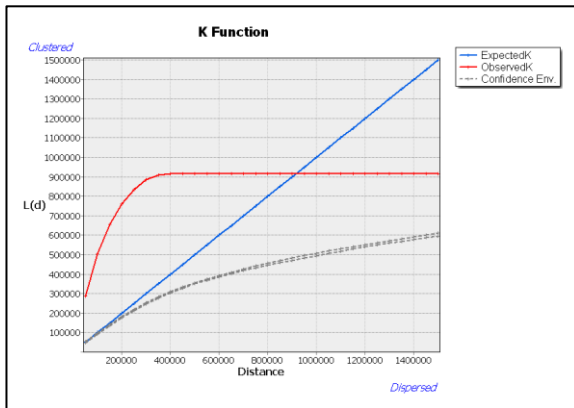
Koeficient nám pomáhá interpretovat rozložení bodů. Pokud se červená křivka naměřených hodnot pohybuje nad modrou křivkou hodnot můžeme mluvit o shlukujícím se rozložení v momentu, kdy červená křivka protne modrou křivku naměřených hodnot tak se rozložení bodů na této vzdálenosti stává rozptýleným.

V případě celého Česka můžeme mluvit o významně se shlukujícím prostředí pivovarů v měřítku celého státu podle Graf č. 22, kdy až hladině 900 000 m je rozložení klasifikováno jako rozptýlené. Funkce byla aplikována na všechny kraje v Česku. Z Graf č. 23 a Graf č. 33 můžeme vidět vysoké hodnoty shlukování jedná se o Moravskoslezský a Jihomoravský kraj. Právě v moravskoslezském kraji přechází bodová vrstva pivovarů do rozptýleného rozložení až na hladině 34 000 m. Oproti tomu například v Graf č. 27 či Graf č. 31 pro Pardubický a Karlovarský kraj lze sledovat velmi nízké hodnoty

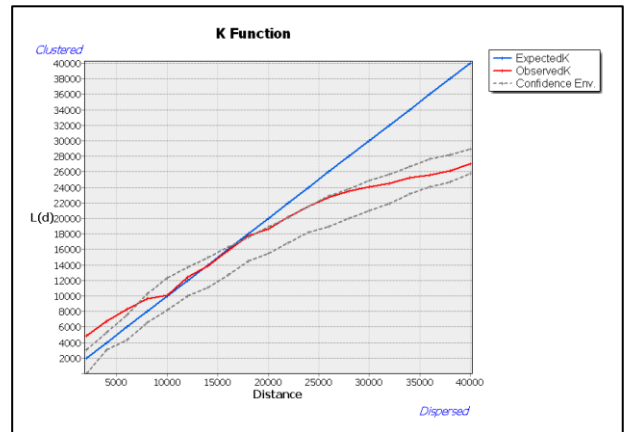
a určitou formu shlukování pouze ve velmi nízkých hodnotách 2000 maximálně 4000 m, tudíž na úrovni kraje se zde jedná o rozptýlené rozmístění pivovarů.

Srovnání s metodou NNR se nachází v závěru této části.

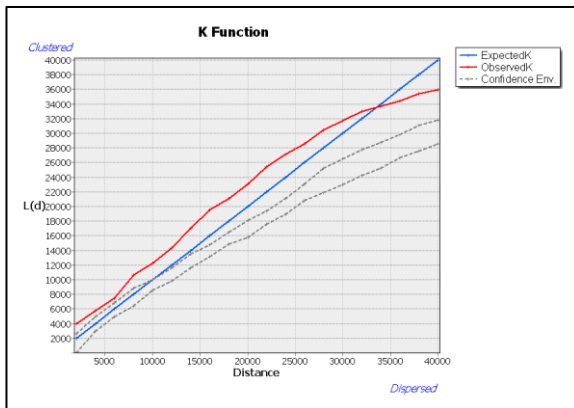
Graf č. 22 - K funkce Česko



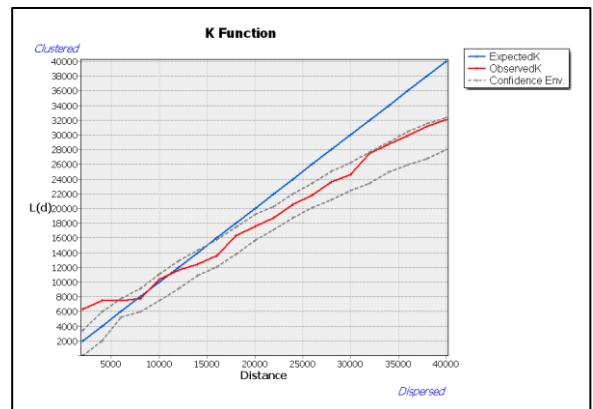
Graf č. 25 - K funkce Olomoucký kraj



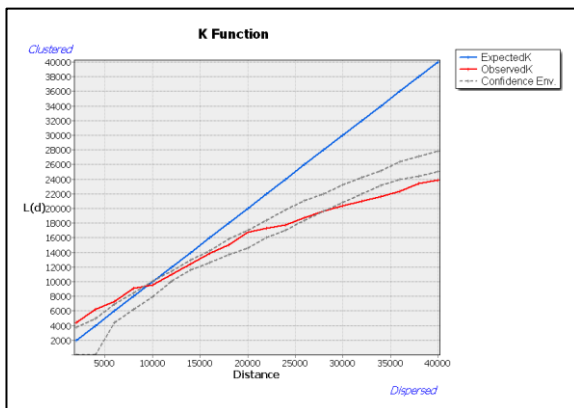
Graf č. 23 - K funkce Moravskoslezský kraj



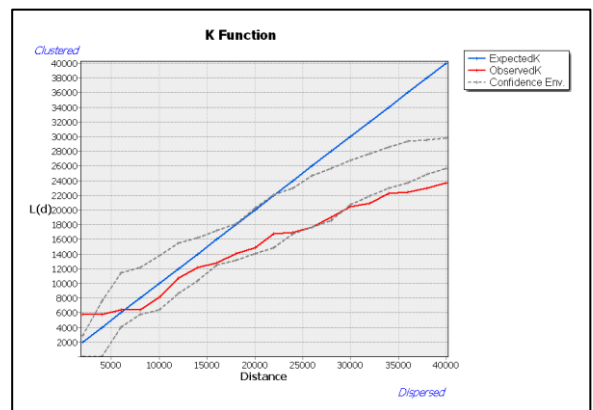
Graf č. 26 - K funkce Kraj Vysočina



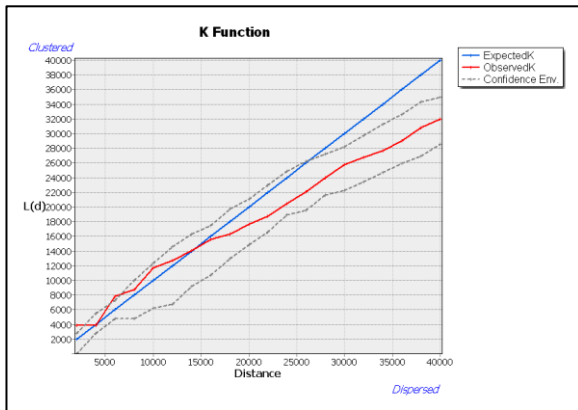
Graf č. 24 - K funkce Zlínský kraj



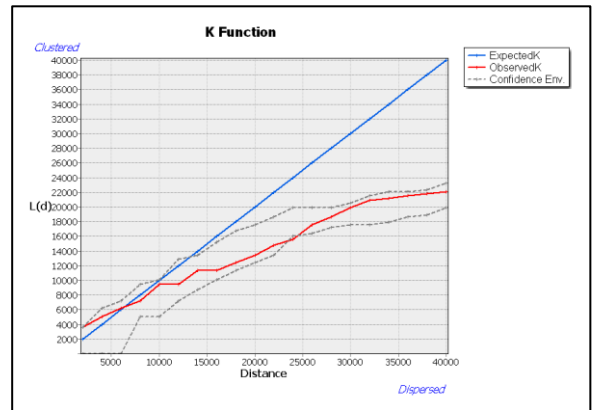
Graf č. 27 - K funkce Pardubický kraj



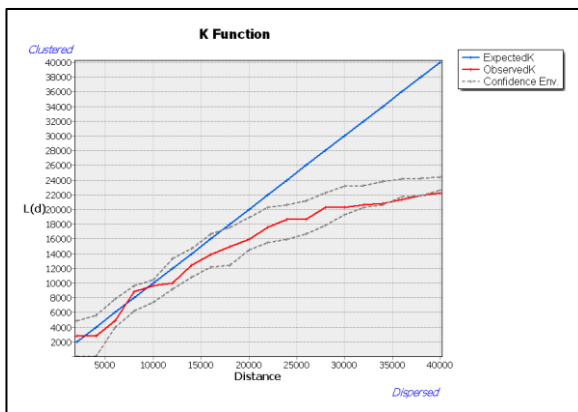
Graf č. 28 - K funkce Královehradecký kraj



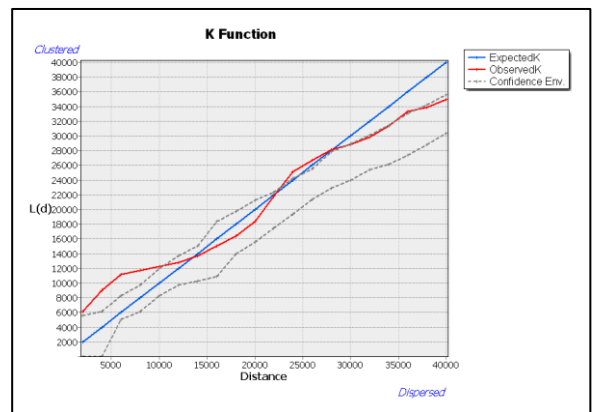
Graf č. 31 - K funkce Karlovarský kraj



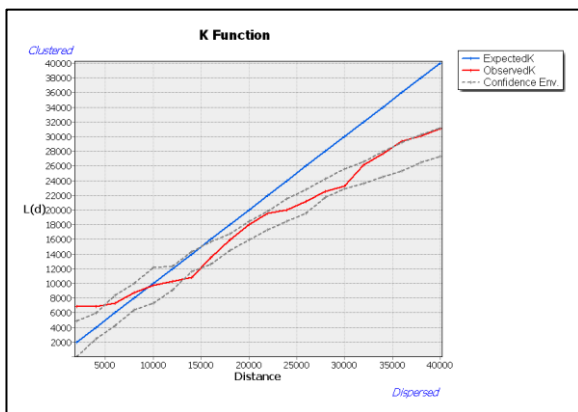
Graf č. 29 - K funkce Liberecký kraj



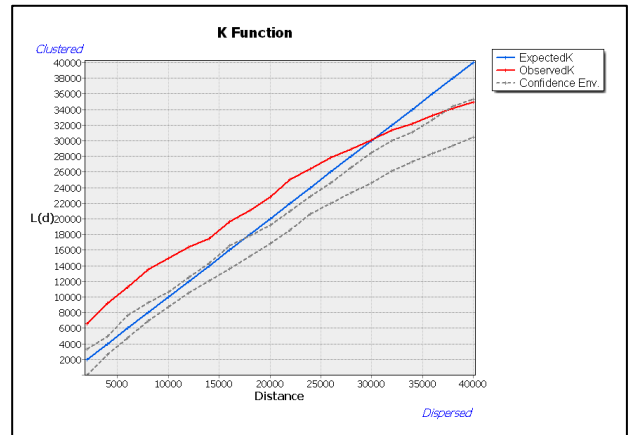
Graf č. 32 - K funkce Jihočeský kraj



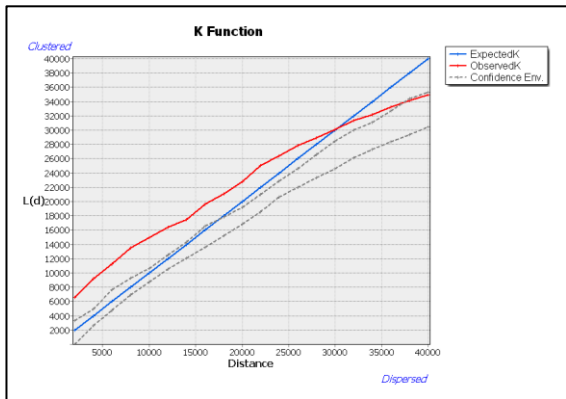
Graf č. 30 - K funkce Ústecký kraj



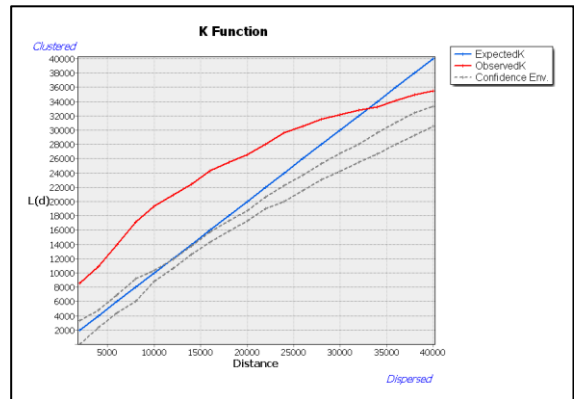
Graf č. 33 - K funkce Jihomoravský kraj



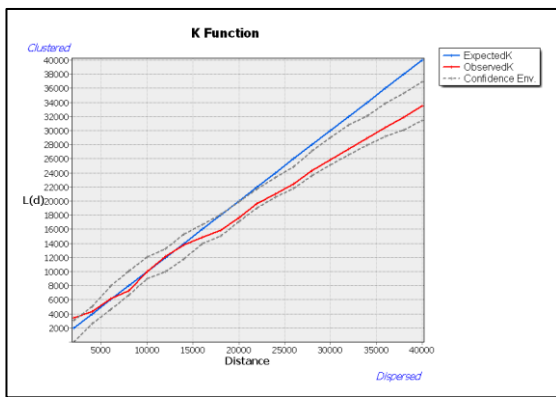
Graf č. 34 - K funkce Kraj Hlavní město Praha



Graf č. 36 - K funkce Plzeňský kraj



Graf č. 35 - K funkce Středočeský kraj



Zdroj: vlastní tvorba, ArcGIS výstup

4.2.4 Porovnání koeficientů v krajích

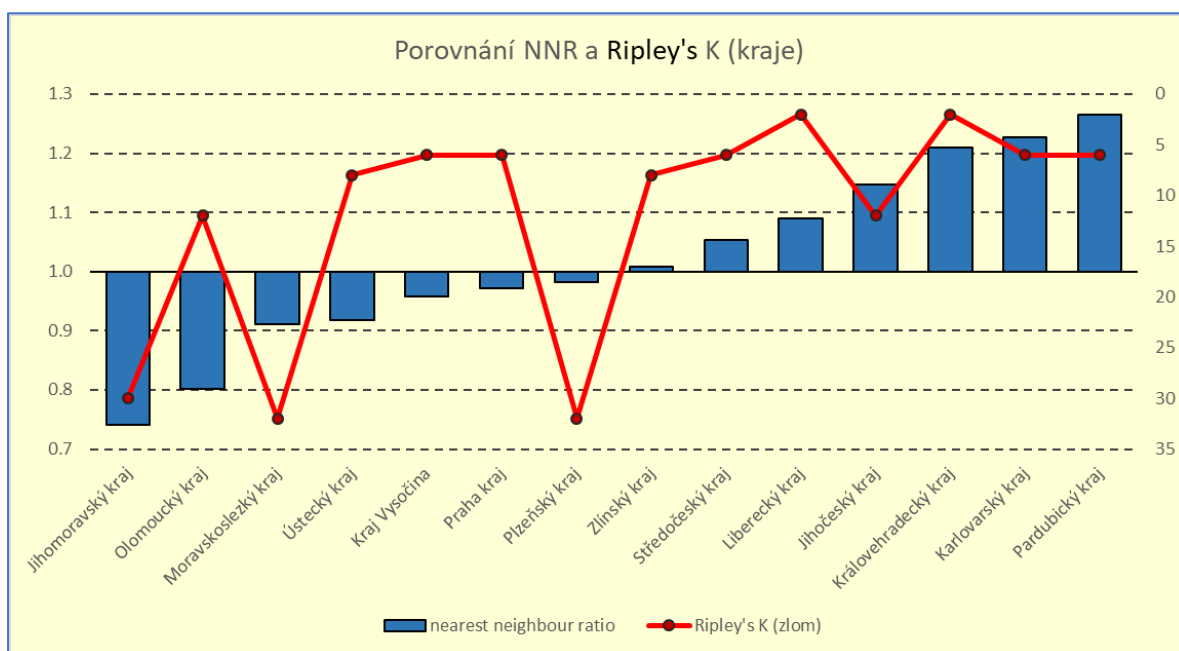
Vypočtené koeficienty umožňují vyvodit závěry o charakteru rozmístění bodů (pivovarů). V Graf č. 37 můžeme vidět porovnání hodnot obou koeficientů. Za koeficient nejbližšího souseda je uváděna hodnota NNR a za Ripleyho K koeficient je znázorněna hodnota, na které dochází k protnutí křivky očekávaných a naměřených hodnot. V Ripleyho K koeficientu tato hodnota znamená mezní hodnotu pro kterou je shlukování bodů ještě signifikantní. Jinak řečeno čím vyšší tato hodnota, tím větší je tendence shlukování v daném rozložení bodů.

Lze si povšimnout, že analytické metody nevykazují stejné, resp. podobné hodnoty pro jednotlivé kraje, které by v obou případech koeficientů interpretovaly stejný jev. Je mnoho faktorů, které mohou ovlivňovat tento jev jako např. malý počet bodů či specifický tvar kraje, které mohou ovlivnit přesnost měření.

V Tab. č. 11 jsou vidět kompletní výsledky. Z výsledků lze vidět, že v mnoha krajích je rozložení pivovarů zcela náhodné, alespoň na základě těchto koeficientů. Náhodné rozložení vykazují i kraje jako Hlavní město Praha, kde je naprostá většina pivovarů lokalizována v okolí Vltavy a v samotném centru. Dalo by se tedy předpokládat, že rozmístění bude nerovnoměrné, koncentrované směrem k řece na centru. V případě Prahy však může být zkreslení výpočtu koeficientu ovlivněno malým rozměrem území kraje.

Nejnižší hodnoty NNR a tudíž největší tendence ke shlukování vykazují kraje Jihomoravský a Olomoucký. Zatímco nejvíce rozptýlený charakter rozmístění má Královehradecký, Pardubický či Karlovarský kraj. V těchto krajích se nachází celkově málo pivovarů.

Graf č. 37 - Porovnání hodnoty NNR a Ripley's K v krajích Česka



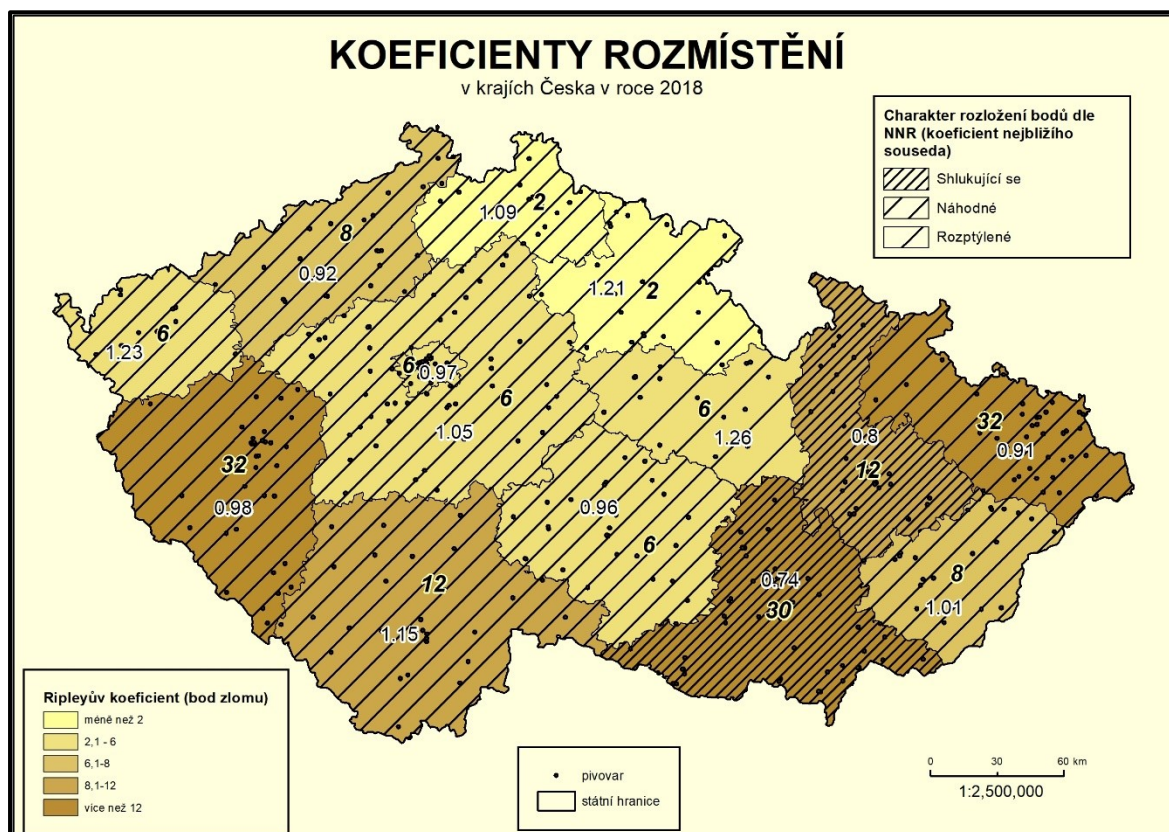
Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlastní tvorba

Tab. č. 11 - Souhrn výsledných hodnot NNR a Ripley's K funkce

Kraj	metoda nejbližšího souseda			Ripleyho K-funkce		
	nearest neighbour ratio	z-skór	p-hodnota	hodnota (oK) na hladině 8000 m (eK)	rozdíl očekávané (eK - 8000) a naměřené hodnoty (oK)	hodnota zlomu
Jihočeský kraj	1.1	1.6	0.1	11732.1	3732.1	12
Jihomoravský kraj	0.7	-3.5	0.0	13543.4	5543.4	30
Karlovarský kraj	1.2	1.4	0.2	7164.3	-835.7	6
Kraj Vysočina	1.0	-0.4	0.7	7703.0	-297.0	6
Královehradecký kraj	1.2	2.0	0.0	8737.1	737.1	2
Liberecký kraj	1.1	1.6	0.5	8800.4	800.4	2
Moravskoslezský kraj	0.9	-1.1	0.3	32940.3	940.3	32
Olomoucký kraj	0.8	-2.1	0.0	9633.3	1633.3	12
Pardubický kraj	1.3	2.0	0.0	6415.6	-1584.4	6
Plzeňský kraj	1.0	-0.2	0.8	17089.2	9089.2	32
Praha kraj	1.0	-0.2	0.7	6360.7	360.7	6
Středočeský kraj	1.1	0.7	0.5	7297.2	-702.8	6
Ústecký kraj	0.9	-0.8	0.4	8743.2	743.2	8
Zlínský kraj	1.0	0.1	0.9	9061.4	1061.4	8

Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlastní tvorba

Obr. č. 6 - Mapové zobrazení koeficientů rozmístění v krajích Česka



Zdroj: České pivo - České zlato, 2018, Atlas Piv, 2018, Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlastní tvorba

4.2.5 Klastrování pivovarů vzhledem k ostatním (geografická blízkost)

Pro názornější analýzu shlukujících se bodů (pivovarů) byla použita funkce *Aggregate points* v ArcGIS. Tato funkce funguje na velmi jednoduchém principu a to tak, že kolem skupiny bodů (nejméně 3) vymezuje oblast podle zvolené vzdálenosti, která se dále rozrůstá o další body ležící v dosahu téže zvolené vzdálenosti. Byly zvoleny tři úrovně vzdálenosti, pro které byla analýza provedena – 10, 15 a 20 km. Výstupem této funkce jsou polygony obklopující všechny body podle nastavených parametrů (polygon obklopující skupiny bodů, kde každý bod je vzdálený minimálně od jednoho dalšího ve vzdálenosti do 10 km). Výsledky této analytické metody jsou znázorněny v Příloze č. 4 – *Mapa – Koncentrace pivovarů*, která vyobrazuje zóny koncentrace pivovarů v Česku.

Vypočtené polygony, které obklopují body pro parametr 20 km v mapě č. X. jsou velmi rozptýlené po celém Česku. Na základě tohoto parametru je možné rozlišit v Česku na jedné straně velké rozlehlé poměrně rozptýlené oblasti s nízkou koncentrací pivovarů a na straně druhé oblasti menší taktéž s nízkou koncentrací pivovarů, ale signalizující pivovarnický charakter či pivovarnický potenciál daného regionu. Za zmínku stojí rozsáhlá oblast, která se rozkládá od Horšovského Týnu, přes Plzeňsko,

Rokycany, zasahuje až do severních Čech a podhůří Krušných hor, pojímá celý metropolitní region Prahy až po Bakov nad Jizerou na severovýchodě, Nymburk na východě, Benešov na jihovýchodě a Příbram na jihozápadě. Druhá velká oblast se nachází na Moravě a rozprostírá se od Ostravy a okolí, přes pás Beskyd, Olomoucko a Hanou, až po vinařské oblasti Mikulovska. Další oblastí je Brněnsko a okolí spolu s povodím řeky Jihlavy. Jako výhodu této analýzy lze považovat možnost hodnotit koncentraci pivovarů napříč administrativními hranicemi. Například oblast mezi Chrudimí a Novou Pakou je tvořena skupinou pivovarů, která by na úrovni krajů nemohla být rozpoznána, protože se rozkládá přes krajské hranice. Za zmínku stojí také rozvinutá pivovarská oblast Jeseníků, okolí Vimperku (Šumava) či okolí Vrchlabí (východní Krkonoše).

V případě nastavení 15 km dojde k velkému vytrídění a zmenšení výše popisovaných velkých oblastí. Na Moravě a Slezsku se vykristalizovalo hned několik menších oblastí, ale stále dominantními zůstávají Haná – Olomoucko a Ostrava s velmi rozsáhlým okolím rozkládajícím zejména jižním směrem až do podhůří Beskyd. V Čechách došlo k roztržení oblasti Nová Paka – Chrudim, velký pražsko-plzeňský region se rozštěpil na mnoho menších s dvěma dominantními a to Plzeňsko – Rokycansko a Praha s jihozápadním cípem. Ale například Krkonošská, Liberecko-Jablonecká či oblast Česká Kamenice – Varnsdorf jsou téměř totožné, co do rozlohy a počtu pivovarů v oblasti obsažených jako u úrovně 20 km.

V nastaveném parametru 10 km můžeme vidět, již opravdu vysoce koncentrované zóny pivovarských shluků. Na základě této nejnižší zvolené hranice, ostatních analytických metod a v souvislosti s dalšími koeficienty a ostatními faktory vymezujeme tyto pivovarské shluky, a tudíž možné potenciální pivovarské ekonomické klastry:

Shluky (potenciální klastry) byly rozděleny na velkoměstské, městské a ostatní (speciální)

Velkoměstské:

- 1) „Pražský klastr“
- 2) „Plzeňský tradiční klastr“
- 3) „Českobudějovický klastr“
- 4) „Ostravský klastr „
- 5) „Brněnský klastr“

Městské:

- 6) „Malý liberecko-jablonecký klastr“

- 7) „Malý znojemský klastr“
- 8) „Olomoucký městský klastr“
- 9) „Malý klastr Kroměříž“

Ostatní:

- 10) „Klastr v podhůří Beskyd“
- 11) „Tišnovský mini klastr“
- 12) „Krkonošský klastr“
- 13) „Břeclavský klastr“
- 14) „Žatecký klastr“

Velkoměstské shluky

Velkoměstskými shluky se rozumí pivovarská seskupení ve městech přes 100 000 obyvatel. Jak už vychází z mnohých předkládaných tabulkových výstupů a map, tak na administrativním území Prahy a v jejím přilehlém okolí se nachází významný počet pivovarů. V zóně podle parametru do 10 km se nachází 48 pivovarů na území 441 km² a v rozšířené 15 km zóně je to 62 pivovarů na ploše 1324 km². Zatím nevidujeme pražskou čtvrť, která by disponovala výrazně vyšším počtem pivovarů, když pomineme koncentraci směrem k turistickým cílům – zejména Praha 1. Dále lze na území Prahy sledovat vyšší koncentraci minipivovarů kolem vltavských břehů a v historickém centru. V teoretické části byly zmíněny studie z USA (např. Fugate 2016) kde vzhledem k jinému stádiu vývoje řemeslného pivovarnictví lze najít vyhlášená města i městské části, kam se zejména řemeslné pivovary, pivovarské restaurace či jiná s pivem spojená zařízení koncentrují a turisté tato místa vyhledávají právě z důvodu vysoké koncentrace podniků věnujících se pivní kultuře. Geografická blízkost, resp. vzájemná pozice těchto podniků vůči sobě je v rámci města zásadní, protože lidé je chtějí navštívit například v rozmezí jednoho dne. V případě Prahy lze najít signály určité formy pivní turistiky jako např. pivní průvodce Prahou. O sdružování či jiné formě organizování pivovarů na úrovni ekonomických klastrů však hovořit nelze. Další městské klastry jako Brněnský, Budějovický či specifický Plzeňský se podobají tomu pražskému, pouze v menším měřítku. Brno zažívá velký boom v zakládání a rozvoji minipivovarů v posledních letech. Kulturní akce jako festivaly minipivovarů v Brně i Ostravě jsou však drobnými signály, že majitelé těchto subjektů mají zájem na vzájemném setkávání. Propagace minipivovarů je důležitá pro celkový rozvoj tohoto sektoru v regionu. Prostředí Plzně a Českých Budějovic je specifické přítomností velmi dominantního místního velkého mezinárodního pivovaru, ale ani tento faktor nebrání vzniku nových minipivovarů. V případě Plzně registrujeme v zóně do 10 km vedle hlavních

produkčních míst společnosti Plzeňský prazdroj a.s. hned 18 minipivovarů a v Českých Budějovicích jich po boku velkého národního pivovaru nalezneme 5 a k tomu malý průmyslový pivovar Samson.

Městské shluky

Tímto typem shluků se rozumí seskupení pivovarů v městech s 3 000 -100 000 obyvatel. Z uvedených statistik bylo prokázáno, že v Liberci je téměř nejnižší míra pivovarů na počet obyvatel i přesto je zde zaznamenán shluk na ose Liberec – Jablonec. Jedná se však jen o čtyři pivovary v dané lokalitě. Ve městě Znojmo a v jeho nejbližším okolí se nachází 6 minipivovarů, což vzhledem k počtu obyvatel ve Znojmě – 33 tis. je relativně vysoký počet. V Tab. č. 10, ale Znojmo nevystupuje, protože administrativní území obce Znojmo je velmi specificky profilováno a proto z 6 pivovarů, které se nachází v těsné blízkosti, se na území obce nachází pouze 2. I z tohoto důvodu je tento typ analýzy velmi přínosný, jelikož administrativní hranice mohou mít zavádějící výsledky. Jeseníky, Haná, město Kroměříž, téměř velkoměsto Olomouc, a tedy celý Olomoucký kraj obsahuje velké množství pivovarů celkově. Celý region má kromě dobrého předpokladu v podobě úrodné Hané, kde se pěstuje již zmiňovaný ječmenný slad, také velkou pivovarskou historií. “Je historicky a písemně doloženo, že do roku 1948 bylo na území okresu 40 pivovarů” (Pivovary Olomoucka, 2018). O shlukování pivovarů různých výstavových kategorií do tří hlavních oblastí Jeseníky, Olomouc a okolí a Kroměříž, a tak i hodnota koeficientu nejbližšího souseda (NNR), která je 0.8 (shlukující se) a potvrzuje tak shlukující se tendenci pivovarů. Zřejmá je také koncentrovaná lokalizace podél toku řeky Moravy.

Ostatní:

V této kategorii jsou evidovány shluky pivovarů, které ve velké míře souvisí s jinými faktory mimo ty tradiční jako je např. koncentrace obyvatel. Shlukování bodů (pivovarů), které jsou v zóně do 10 km na mapě vykreslilo hned několik unikátních oblastí, kde dochází k vysoké koncentraci pivovarů na malém prostoru.

„Klastr v podhůří Beskyd“

Pivovarský klastr v podhůří Beskyd je co do rozlohy jednoznačně největší a nachází se v něm 8 pivovarů. Turistický webový portál (beskydyportal.cz) o Beskydech pojednává o pivní stezce, kde je uvedeno dokonce 14 pivovarů, takže o kultuře tohoto řemesla v této lokalitě rozhodně není pochyb. Ačkoliv to v mapě není zcela evidentní, tak i vzhledem k turistickému portálu, který inzeruje pivní stezku jako lákadlo pro turisty, se zde nabízí zmínit koncentraci pivovarů do turistických oblastí, protože velká část zdejších pivovarů je velmi blízko od hranic CHKO Beskydy.

„Tišnovský klastr“

Další speciálním shlukem je *Tišnovský klástr.*, v tomto městě, které má viz Tab. č. 10, 9 tis. obyvatel se nachází hned 3 minipivovary, které zde vznikly během dvou let 2015 a 2016. V klástru se však nachází celkem 5 pivovarů, které se nacházejí ve vzdálenosti do 5 km od města Tišnov. Nejedná se zde o významný turistický bod, či jinak specifickou oblast. Nicméně právě toto město má zřejmě velký potenciál k tomu budovat svoji image díky minipivovarům. Vzhledem k odborně literatuře z USA, která se studiem pivovarských klástrů zabývá, mohou města na takové image jenom získat. Jaká bude budoucí spolupráce těchto pivovarů je otázkou. Do roku 2015 ve městě se zhruba 9 tis obyvateli nebyl ani jeden pivovar a dnes tam jsou tři a další přibývají v okolí. Přesto si majitelé provozů myslí, že odbyt si jejich pivo najde.

„Krkonošský vysokohorský klástr“

Jedná se o skupinu šesti pivovarů, které se shlukují na ploše 98 km². Konkrétně jde o pivovary, které jsou lokalizovány na křižovatkách turistických tras – Minipivovar Fries, Pivovar na Luční Boudě, Pecký pivovar v Peci pod Sněžkou či Pivovar Trautenberk v Malé Úpě a dále pak pivovary ve Vrchlabí – Pivovarská Bašta Vrchlabí a Rodinný pivovar Hendrych. Všechny pivovary leží buď přímo v zóně národního parku anebo v nejbližší blízkosti jeho hranic. O turistické atraktivitě tohoto regionu není pochyb. Všech šest výše jmenovaných pivovarů už v tomto regionu vykazuje znaky určité formy ekonomického klástru. Organizují se v takzvané *Krkonošské pivní stezce*, která je marketingovým nástrojem, jak přilákat do regionu více turistů k realizaci pivní turistiky vedle provozování libovolných sportů v této lokalitě. Ačkoliv si všechny tyto minipivovary „konkurují“ na velmi malém prostoru, tak vedou společnou kampaň, která je znamením určité formy spolupráce, která je signálem pro klástrové chování.

„Břeclavský klástr“

Tento shluk je možná největší anomálií na území Česka. Ve vyhlášeném vinařském regionu dochází k značnému rozvoji pivovarského řemesla, a tudíž zakládání minipivovarů. Minipivovary se množí na celé jižní Moravě, ale v této oblasti je v zóně do 10 km celkem 7 pivovarů na ploše 120 km². Jedná se o region, který je známý pro turistické výpravy do vinných sklípků, ale jak doplňuje prezident Svazu minipivovarů Jan Šuráň „Spousta minipivovarů se zapojuje do pivních stezek. Na jižní Moravě se to dobře kombinuje s vinařskými stezkami“ (Nekvinda 2018).

„Žatecký klástr (Rakovnicko-krušovický klástr)“

V této oblasti nedaleko Žatce, který je už od středověku proslulý pěstěním chmele, se ve shluku organizuje 5 pivovarů z toho 2 jsou průmyslovými pivovary – Královský pivovar Krušovice a Tradiční pivovar Bakalář v Rakovníku.

Klastry jsou vyobrazeny v Příloze č. 5 – Mapa – Pivovarské klastry

Tab. č. 12 – Pivovarské klastry

Název	počet pivovarů	plocha (km ²)	pivovarů / 10 km ²
Pražský kláštr	49	442.0	1.09
Plzeňský kláštr	21	300.9	0.66
Ostravský kláštr	13	144.3	0.83
Brněnský kláštr	11	91.2	1.21
Kláštr v podhůří Beskyd	9	221.4	0.36
Olomoucký městský kláštr	8	76.0	1.05
Břeclavský kláštr	8	120.7	0.58
Českobudějovický kláštr	7	46.6	1.50
Malý znojemský kláštr	6	40.7	1.23
Krkonošský kláštr	6	98.6	0.61
Malý kroměřížský kláštr	5	32.0	1.25
Žatecký kláštr	4	54.0	0.74
Malý liberecko-jablonecký kláštr	4	37.7	0.53
Tišnovský minikláštr	3	25.7	1.17

Zdroj: vlastní tvorba

4.3 Fúze a akvizice pivovarských subjektů

Existují práce, které monitorují fúzní a akviziční činnost velkých nadnárodních korporací ve směru k pivovarnickému sektoru Česka. Například práce Pulce (2014) zkoumá zapojení českých pivovarských společností do GPN a jaké jsou dopady zahraničních investic na tento sektor průmyslu u nás. V této práci je pozornost věnována integrační činnosti, kterou vykazují pivovarské společnosti ve směru k dalším tuzemským, ale i zahraničním firmám. Jinak řečeno, do jakých dalších subjektů majetkově vstupují firmy provozující pivovarskou činnost. Tento jev je sledován v časovém období od roku 1993 do současnosti.

4.3.1 Aktivní dceřiné vazby (akvizice⁹)

Budeme-li mluvit o aktivních vazbách bez ohledu na jejich vývoj, tak se jedná o shrnutí v Tab. č. 13 - *Akviziční činnost dle výstavové kategorie (1993-2018)*. Pro tuto část analýzy bylo evidováno celkem 57 subjektů, které vykonaly akviziční činnost v tomto časovém období a to 33 minipivovarů, 14 malých průmyslových pivovarů, 5 středních průmyslových pivovarů a 5 velkých mezinárodních pivovarů, jak lze vidět v Tab. č. 13. V tabulce Tab. č. 14 jsou shrnuty současné aktivní akviziční vazby¹⁰ pivovarských

⁹ Akvizicemi se ve výzkumu předkládané práce rozumí zakoupení minimálně 1 % obchodního podílu dceřiné firmy (obě firmy si zachovávají svojí právní subjektivitu)

¹⁰ Aktivními akvizičními vazbami se rozumí nezaniklé vazby od roku 1993

subjektů. Vysoké hodnoty sledujeme v kategorii minipivovarských subjektů¹¹, které vlastní podíly ve firmách zabývající se zejména obchodní, realitní či vědecko-technickou činností. U průmyslových pivovarů ve velké míře postrádáme v databázi informaci o NACE tříd, takže nelze usuzovat do jakých odvětví míří akviziční činnost této výstavové kategorie. Střední průmyslové pivovary vykazují 5 provedených akvizic do společností, které souvisí s výrobou piva, což je vzhledem k jejich celkovému počtu akvizic, jak je uvedeno v Tab. č. 14, vysoký počet.

Tab. č. 13 - Akviziční činnost dle výstavové kategorie (1993-2018)

výstavová kategorie	počet unikátních subjektů vykazujících akviziční aktivitu (1993-2018)
minipivovar	33
malý průmyslový p.	14
střední průmyslový p.	5
velký mezinárodní p.	5

Zdroj: *Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlastní tvorba*

Tab. č. 14 - Přehled aktivních akvizičních vazeb (dle výstavové kategorie a NACE generalizace)

výstavová kategorie	1	2	3	4	5	6	7	8	celkem
	potr. prům. a pohostinství	reality, stavebnictví a ubytování	technicko vědecký charakter	sportovní činnost	obchod	pivovarský průmysl	ostatní	chybí data	
minipivovar	5	9	10	3	14	4	7	10	62
malý průmyslový	4	0	2	0	3	2	1	4	16
střední průmyslový	0	1	1	1	0	5	3	2	13
velký mezinárodní	0	1	1	0	1	0	0	16	19

Zdroj: *Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlastní tvorba*

4.3.2 Vývoj akviziční činnosti dle výstavové kategorie od roku 1993 do současnosti

Vývoj akviziční činnosti zaznamenáváme od roku 1993 do roku 2018 a lze ho sledovat pro jednotlivé výstavové kategorie v *Graf č. 38 - Vývoj počtu akvizic od roku 1993 - 2018*. Z hodnot v grafech lze vyvodit několik závěrů:

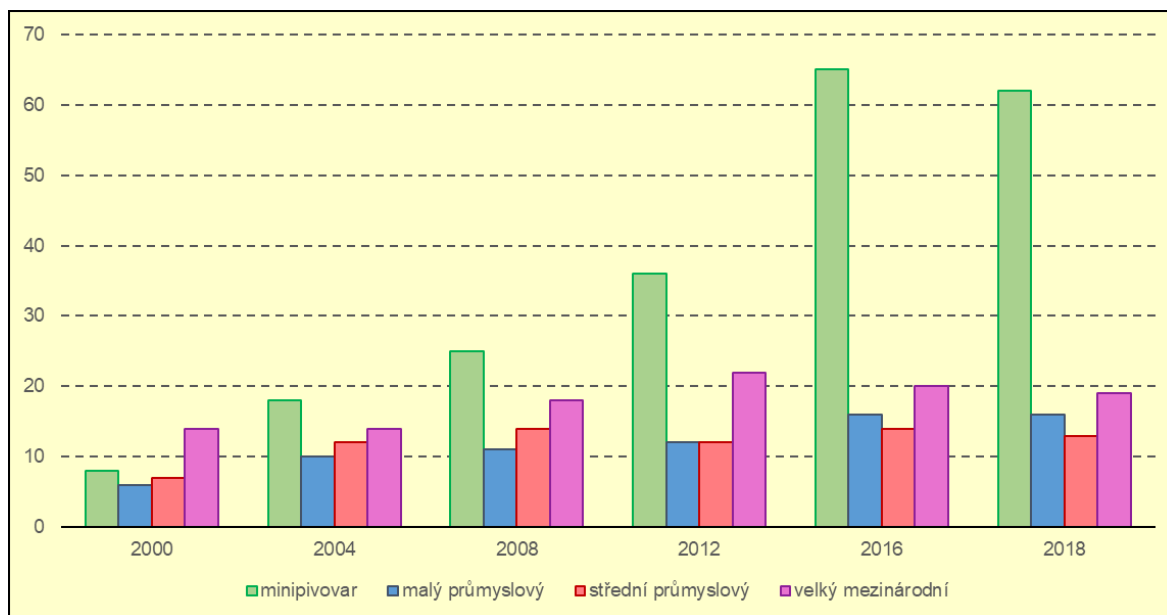
- 1) Do roku 2000 resp. 2004 převažuje akviziční činnost zejména velkých mezinárodních pivovarů, ale i středních či malých průmyslových pivovarů. Obecně lze tedy tvrdit, že průmyslové pivovary, tedy pivovary s výstavem nad 10 000 hl/rok, byly hlavními činiteli akvizičních aktivit pivovarských subjektů v těchto letech. Vzhledem k nedostupnosti údajů není možné charakterizovat do jakých společností podle NACE byli akvizice provedeny.
- 2) V níže umístěných grafech lze sledovat od roku 2008, s amplitudou mezi lety 2012 – 2016 velký objem uskutečněných akvizičních vazeb minipivovarských subjektů. Od roku 2008 – 2016 bylo

¹¹ Minipivovarský subjekt – takto je nazýván subjekt (firma), která vlastní a provozuje minipivovar

minipivovarskými subjekty zakoupeno celkem 36 různě vysokých obchodních podílů v jiných společnostech.

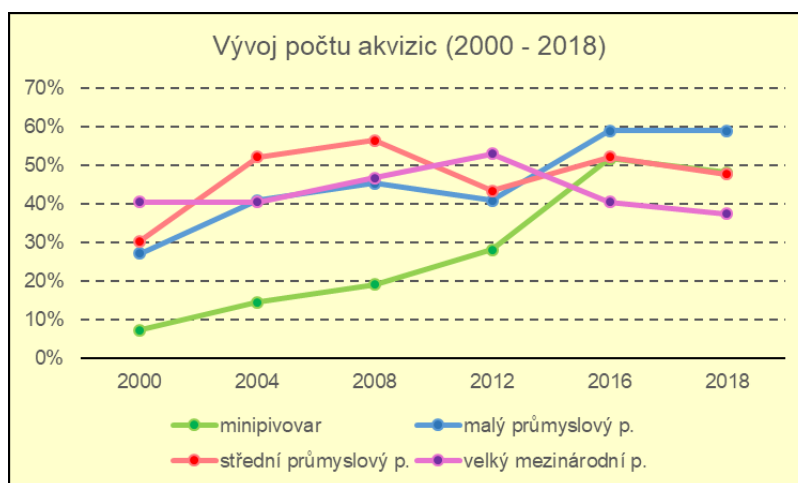
- 3) Světová finanční krize a jak ovlivnila akviziční činnost českého pivovarnického sektoru? V grafech lze sledovat pokles akviziční činnosti průmyslových pivovarů a to mezi lety 2008-2012, kdy došlo k zániku celkem 9 akvizičních vazeb. Tento trend však nelze pozorovat v kategorii minipivovarů, kde již od roku 2004 počet provedených akvizic stoupá.

Graf č. 38 - Vývoj počtu akvizic od roku 1993 - 2018¹²



Zdroj: Bisnode Česká Republika a.s.,2018, vlastní tvorba

Graf č. 39 - Vývoj počtu akvizic 1993 - 2018 (relativní hodnota vzhledem k celkovému počtu akvizic výstavové kategorie)



Zdroj: Bisnode Česká Republika a.s.,2018, vlastní tvora

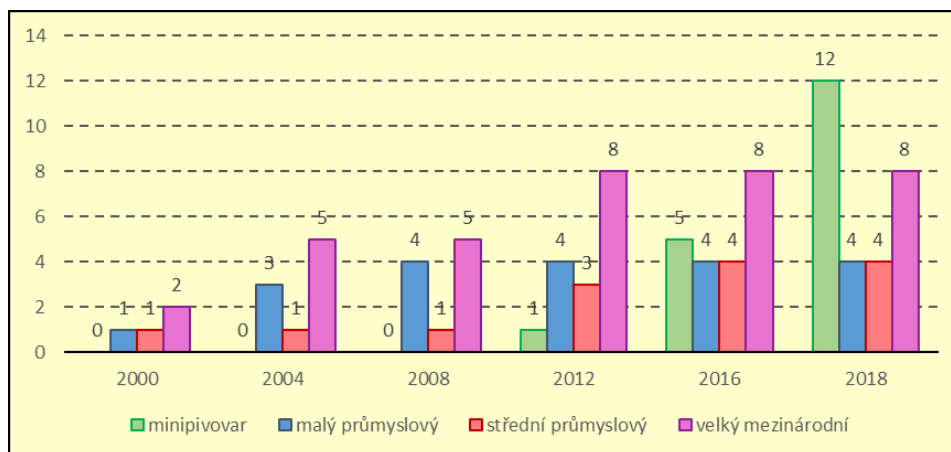
¹² Ve všech grafech jsou akvizice uskutečněné od roku 1993 do roku 2000 započteny ve sloupci roku 2000

4.3.3 Fúzní činnost

Fúzí dochází k zániku právní subjektivity cílové firmy, která tak přechází s celým svým majetkem pod firmu, která fúzi provádí. Vývoj fúzní činnosti mezi lety 1993 – 2018 pivovarských subjektů v Česku lze velmi jednoduše shrnout podle Graf č. 40, Graf č. 41 a Graf č. 42. Na první pohled lze zaznamenat, že nejvíce fúzí provádí velké pivovarské společnosti. Největší fúzní aktivitu velkých mezinárodních pivovarů registrujeme v rozmezí let 2000 – 2008 a 2012 – 2016. Od roku 2008 neregistrujeme ani jednu fúzi malých průmyslových pivovarů a minipivovary svou fúzní činnost započínají až v roce 2012. Nejaktivnější fúzní činnost, vykazují velké mezinárodní pivovary. Ve velké míře se jedná o skupování majoritních podílů velkých mezinárodních pivovarů ve malých a středních průmyslových pivovarech. Avšak lze sledovat stagnaci v posledních deseti letech a to zejména z důvodu, že velké mezinárodní a střední průmyslové pivovary jsou v naprosté většině odkoupeny a přidruženy ke velkým pivovarským skupinám, které českému pivnímu trhu naprosto dominují.

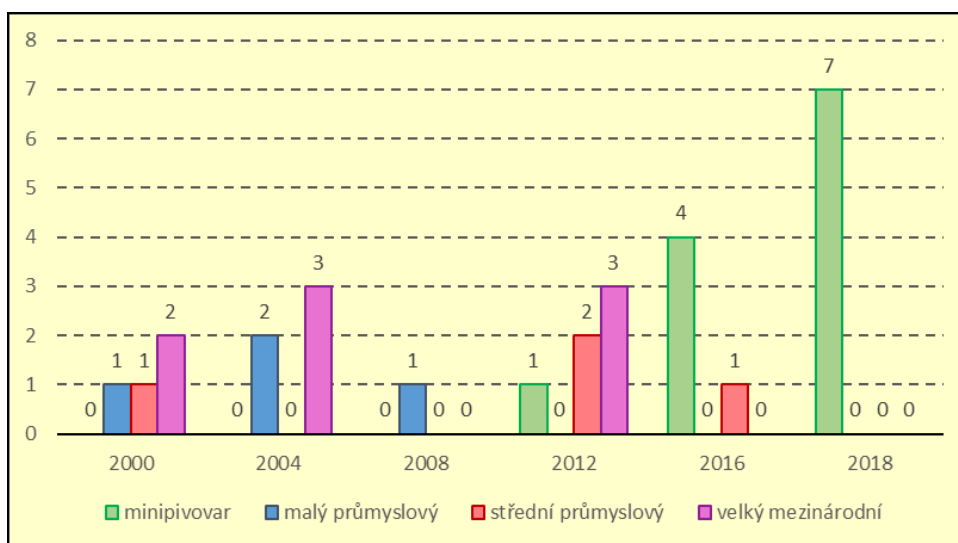
Databáze obsahuje pouze fúze českých firem, tudíž akviziční činnost zahraničních investorů na český trh zde není evidována.

Graf č. 40 - Vývoj počtu fúzí v letech 1993 – 2018



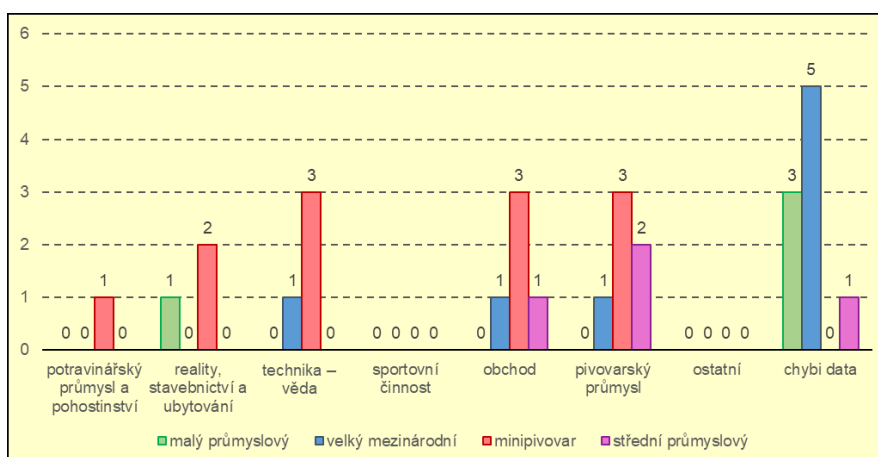
Zdroj: *Bisnode Česká Republika a.s., 2018, vlastní tvora*

Graf č. 41 - Změna vývoji fúzí v letech 1993 - 2018



Zdroj: Bisnode Česká Republika a.s.,2018, vlastní tvorba

Graf č. 42 - Fúze dle generalizovaných NACE tříd od roku 1993 do 2018



Zdroj: Bisnode Česká Republika a.s.,2018, vlastní tvora

4.3.4 Horizontální, vertikální a další směry integrace

Horizontální a vertikální integrace je vyhodnocena na základě generalizovaných NACE tříd subjektů, které byly cílem fúzní či akviziční činnosti.

Jako horizontální fúzi či akvizici lze považovat pouze vstup pivovarského subjektu do jiného subjektů, který také provozuje pivovarnické řemeslo. Zjednodušeně řečeno v případě, že pivovar kupuje jiný pivovar. Dalo by se uvažovat i o subjektech, které prodávají jiný typ nápojů, avšak pro tuto analýzu byly zvoleny pouze fúze a akvizice do ostatních pivovarů, tudíž generalizovaná třída „Pivovarský průmysl“ s omezením pouze na NACE popis – Výroba piva.

Za vertikální integraci jsou považovány všechny fúze či akvizice dle NACE generalizované třídy – „Potravinářský průmysl a pohostinství“ a „Pivovarský průmysl“ s omezením na NACE popis – Výroba sladu. Jedná se zejména o restaurační zařízení v případě první třídy a v druhém případě jde o sladovny. Jelikož produkce sladu je důležitou součástí výrobního procesu piva, jedná se tak o vertikální integraci. Stejně tak je tomu v případě restauračních zařízení, protože restaurace jsou hlavním odběratelem piva z pivovarů a nachází se tak na samotném konci výrobního řetězce.

Všechny ostatní fúzní či akviziční vazby byly pro tuto sekci vyřazeny. Jedná se o 28 záznamů akvizic a 7 záznamů fúzí provedených od roku 1993 do současnosti. Tabulka *Tab. č. 15* charakterizuje vysokou akviziční činnost malých průmyslových pivovarů, kde převažuje vertikální integrace a naopak u středních průmyslových pivovarů dominuje horizontální typ. Minipivovary mají poměr typu horizontální s vertikální u akviziční činnosti téměř vyrovnaný. Velké mezinárodní pivovary vykazují fúzní i akviziční činnost pouze horizontální činností. JV případě fúzí se jedná o zkupování menších pivních značek jinými většími, kde často dochází k zániku firmy jako subjektu, ale značka piva, ač vyráběna pod jinou společností zůstane zachována – např. Heineken – Starobrno.

Tab. č. 15 - Horizontální a vertikální integrace (Fúze a akvizice)

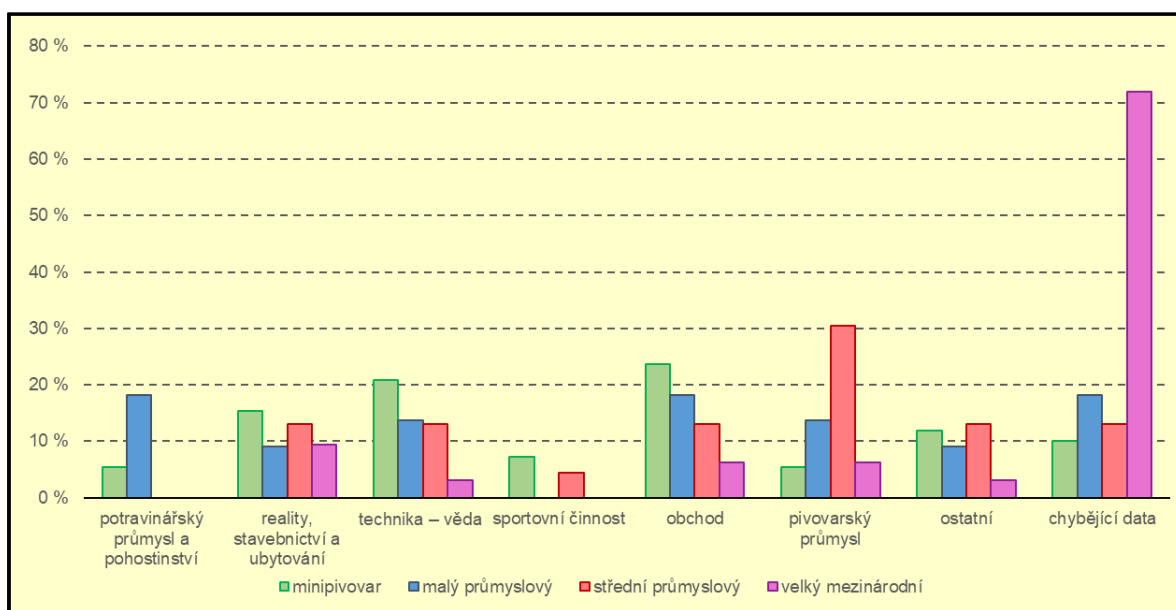
	typ	minipivovar	malý průmyslový p.	střední průmyslový p.	velký mezinárodní p.	celkem
akvizice	horizontální	6	1	6	2	15
	vertikální	6	6	1	0	13
	celkem	12	7	7	2	28
fúze	horizontální	3	0	0	3	6
	vertikální	1	0	0	0	1
	celkem	4	0	0	3	7

Zdroj: *Bisnode Česká Republika a.s., vlastní tvorba*

V *Graf č. 43 - Akviziční vazby dle NACE třídy a výstavové kategorie* můžeme vidět i ostatní akviziční vazby mimo speciálně vymezené horizontální a vertikální a z grafu je možné vyvodit hned několik

závěrů. Minipivovary realizují akvizice do velmi různých směrů. Část minipivovarských subjektů jsou firmy, které využili trendu minipivovarů pro diverzifikování dvě činnosti. Lze tedy přepokládat, že tyto subjekty provozují jiné činnosti než pouze vaření piva a proto integrují také s jinými sektory. Zatímco průmyslové pivovary jako celek investují spíše v rámci pivovarského odvětví a rozšiřují tak svou výrobní kapacitu či vylepšují svou pozici např. zakoupením podílů ve sladovně.

Graf č. 43 - Akviziční vazby dle NACE třídy a výstavové kategorie



Zdroj: Bisnode Česká Republika a.s., vlastní tvorba

4.3.5 Faktor geografické blízkosti

Role geografické blízkosti ve fúzích či akvizicích pivovarských subjektů je analyzována na úrovni okresů. Pro tuto část analýzy byly použity všechny provedené fúze a akvizice od roku 1993 do roku 2018. V databázi je vedena informace o sídle pivovarské společnosti, která fúzi či akvizici uskutečňovala a také sídlo společnosti dceřiné. Lokalizace společností byly generalizovány na úroveň okresu pro lepší interpretaci. Vzhledem k tabulkové statistice však můžeme vidět, že na základě dostupných dat nelze jednoznačně zhodnotit důležitost geografické vzdálenosti vzhledem k realizování fúzí či akvizic subjekty pivovarského průmyslu. Střední průmyslové pivovary vykazují 62 % akviziční činnosti uvnitř okresu, zatímco velké mezinárodní pivovary investují zejména mimo okres jedná-li se o akviziční činnost. Na základě statistických souhrnů je možné konstatovat, že geografická vzdálenost není zásadní pro realizování fúzí a akvizic v pivovarském sektoru Česka.

Tab. č. 16 – Role geografické vzdálenosti (Fúze a akvizice)

	výstavová kategorie	v okresu		mimo okres		mimo Česko	celkem
akvizice	minipivovar	25	40 %	30	60 %	7	62
	malý průmyslový p.	6	38 %	7	63 %	3	16
	střední průmyslový p.	8	62 %	3	38 %	2	13
	velký mezinárodní p.	1	5 %	4	95 %	14	19
	celkem	40		44		26	110
fúze	minipivovar	9	75 %	3	25 %	0	12
	malý průmyslový p.	1	25 %	3	75 %	0	4
	střední průmyslový p.	2	50 %	2	50 %	0	4
	velký mezinárodní p.	5	63 %	3	38 %	0	8
	celkem	17		11		0	28

Zdroj: Bisnode Česká Republika a.s., vlastní tvorba

5 Závěr

Česko nebylo výjimkou, když vyspělé země zasáhla vlna otevírání nových pivovarů, resp. minipivovarů či zařízení, které vaří pivo dle tradičních receptur a postupů. Za posledních 10 let bylo v Česku otevřeno přes 350 nových či obnovených pivovarů a v naprosté většině se jedná o minipivovary s výstavem do 10 000 hl/rok (v analýze použita databáze 429 pivovarů). Tento trend přinesl oživení mapy pivovarů světa a také rozkvět geografického výzkumu tohoto specifického průmyslové sektoru. Výsledky zahraničních studií věnující se koncentraci i shlukování pivovarů (např. Nillson 2017, Esparza 2016 a další) se staly inspirací i východiskem pro tuto diplomovou práci. Teorie týkající se shlukování, resp. klastrování, byla rozšířena o obecné předpoklady lokalizace pivovarů různých výstavů a rozmístění pivovarů v prostoru v kontextu socioekonomických faktorů. Diplomová práce byla dále doplněna o analýzu fúzní a akviziční činnosti pivovarských subjektů a hodnocení integračních tendencí na úrovni vlastnické struktury.

Prvním cílem bylo zhodnotit současný stav rozmístění pivovarů dle výstavové kategorie, typu pivovarského subjektu a vlastnické struktury. Pro lepší interpretaci rozmístění, s ohledem na tyto charakteristiky, byla definována vlastní typologie pivovarů, která je v práci podrobně popisována. Vzhledem k obecným předpokladům, které byly popsány v první části práce, lze konstatovat, že předpoklady byly částečně naplněny. Předpoklad byl založen na lokalizačních faktorech dle A. Webera a zdůrazňoval koncentraci pivovarů ve městech a v dobré dostupnosti vůči dopravní infrastruktuře. Na základě vytvořené typologie můžeme vyvodit několik základních znaků geografické struktury, mezi které patří 1) koncentrace pivovarů a zejména minipivovarů v okresech s vyšší mírou městského obyvatelstva, resp. v městských oblastech 2) koncentrace minipivovarů v turisticky významných

regionech – příhraniční horské oblasti 3) organizování pivovarů podél významných komunikací. Závěrem hodnocení této části lze zmínit zajímavou statistiku, která úzce souvisí s fenoménem minipivovarů, a to že přes 55 % všech obchodních podílů v minipivovarech vlastní živnostníci z téhož kraje, ve kterém se minipivovar nachází, což vypovídá o velmi lokálně vázaném charakteru tohoto, dnes velmi populárního, podnikání. V tomto kontextu je potřeba zmínit, že 92 % obchodních podílů velkých mezinárodních pivovarů je vlastněno zahraničními subjekty.

Druhá část práce se věnovala koncentraci pivovarů a porovnání charakteru koncentrace na úrovni krajů v Česku. V diplomové práci byl stanoven předpoklad, že pivovary nemají náhodné rozložení v prostoru. Ačkoliv výsledky vypočtených koeficientů některým krajům přisuzovaly náhodné, ba dokonce rozptýlené rozložení pivovarů, tak na vyšší řádovostní úrovni celého státu obě použité analytické metody prokázaly shlukující se obraz rozmístění pivovarů na území Česka. Na různých řádovostních úrovních přinesly analytické postupy mírně odlišné výsledky.

Na základě porovnání koeficientů bylo zjištěno, že v Česku jsou značné rozdíly v charakteru rozmístění bodových objektů, které v předkládané práci reprezentují pivovary. Ve Středočeském kraji bylo identifikováno rozmístění pivovarů jako „rovnoměrné“. Podle aplikovaného koeficientu (NNR – metoda nejbližšího souseda) je takové rozložení interpretováno jako náhodné. Kraje, kde dochází k významné koncentraci a shlukování pivovarů, jsou Jihomoravský či Olomoucký. Uvnitř těchto krajů můžeme vidět zóny (oblasti), do kterých se většina pivovarů koncentruje.

Výsledky koeficientů byly dány do souvislosti se zónami koncentrace pivovarů, které byly určeny vzájemnou pozicí pivovarů vůči sobě. Díky této komplexní analýze byly popsány klastry pivovarů v celém Česku bez ohledu na hranice krajů. Když pomíneme shlukování pivovarů v rámci velkých měst, bylo nalezeno i několik shluků, které nejsou podmíněny přítomností velké aglomerace, jako je například tzv. „Krkonoský klastř“. Jedná se o seskupení šesti pivovarů, o kterých už na základě dostupných informací bez dalšího výzkumu můžeme mluvit jako o částečně fungujícím klastru. Tento úsudek je založen na existenci Krkonoské pivní stezky, jež pivovary spojuje pod jednu organizaci, a láká zákazníky do regionu za návštěvou pivovarského řemesla. Právě tento konkrétní klastř je podnětem pro další výzkum českých pivovarských klastrů ve směru, jakým se ubírá výzkum anglosaský s těmito otázkami: Dochází ke konkurenci vzájemně si blízkých minipivovarů, nebo si tato zařízení mohou být vzájemně prospěšná?

Fúzní a akviziční činnost pivovarských subjektů je třetím rozměrem celé analytické části. Tato část si kladla výzkumnou otázku: Jaký byl vývoj integračních tendencí českých pivovarských subjektů a jak tento vývoj souvisí s vývojem celkové fúzní a akviziční činnosti na území Česka a ve světě ve sledovaném období? Vzhledem k předpokladům, které byly zmíněny v teoretické kapitole, lze po

provedení analýzy zhodnotit rozdíl ve fúzní i akviziční činnosti pivovarských subjektů, které vlastní průmyslové pivovary oproti minipivovarským subjektům. Pivovarské subjekty vlastní střední a velké průmyslové pivovary mají tendenci spíše k majetkovým vstupům spojeným s výrobou piva. V případě těchto vstupů se jedná výhradně o horizontální integrace - fúze za účelem ovládnutí jiných pivovarů a tedy zvýšení výrobní kapacity. Minipivovarské subjekty nevykazují zřetelnou integrační tendenci ve směru horizontální ani vertikální integrace. Firmy, které vlastní minipivovary, ve většině případů diverzifikují svou ekonomickou činnost a z velké části, zejména skrz akvizice, rozšiřují své podnikání v odlišných oborech. Téměř rovnoměrně investují v oblasti reality, vědecko-technických zařízení či sportu. Geografická blízkost, která je v analytické části posuzována na úrovni okresů, byla zhodnocena jako významná pouze v kategorii středních průmyslových pivovarů. Celkem 62 % provedených akvizic subjektů vlastních průmyslových pivovarů středního formátu bylo uskutečněno do společností ze stejného okresu. U minipivovarských společností je poměr akvizic uvnitř okresu a mimo okres tento: Dvě pětiny uvnitř a tři pětiny mimo. Roli geografické blízkosti lze v oblasti fúzní a akviziční činnosti pivovarských subjektů vyhodnotit jako nezákladní. Co se týče vývoje v čase, tak s ohledem na dostupná data, nelze považovat tendence vývoje akviziční a fúzní činnosti pivovarského sektoru za přibližující se obecnému vývoji trendu investiční aktivity firem v Česku či ve světě. Zatímco na světové scéně dochází k snižování objemu do roku 2009, mezi lety 2009 – 2013 k mírnému nárůstu a mírnému poklesu směrem k roku 2013. Tak v pivovarském sektoru Česka lze u průmyslových pivovarů sledovat mírný nárůst mezi lety 2000 a 2008, mírný pokles v období světové finanční krize 2008 a téměř stagující stav od roku 2012 do současnosti. Akviziční aktivita výstavové kategorie do 10 000 hl/rok, čili fenomén minipivovarů od roku 2000 do roku 2016 stále stoupá a to s výrazným gradientem mezi lety 2012 a 2016. Tento analytický poznatek lze odůvodnit vysokým počtem nově otevřených minipivovarů od roku 2008. Ačkoliv se počátek minipivovarského boomu přisuzuje roku 2004, tak ve fúzní a akviziční aktivitě se tento fenomén projevil až o 4 roky později.

Za přidanou hodnotu této diplomové práce lze označit úplnost, aktuálnost a komplexnost základní databáze pivovarů, připravení vlastní kategorizace pivovarů a hodnocení integračních tendencí, které v takové míře nebyly dosud provedeny. Databáze obsahuje celkem 429 pivovarů, kde některé byly přidány již v roce 2018. Přidanou hodnotou práce je také rozšíření o data od společnosti Bisnode Česká Republika, a.s.

V úplném závěru stojí za zmínku podněty pro další výzkum a další výzkumné otázky, které se na základě předkládaných výsledků nabízejí. Celý předkládaný výzkum a analýza hodnotí rozložení pivovarů v Česku, vymezuje zóny koncentrace a předkládá informace o fúzní a akviziční činnosti v tomto průmyslovém odvětví. Hlavně druhá část analytické kapitoly je vztažena k teorii, která z velké části pochází z USA a poukazuje na to, jak v USA na základě rozvoje fenoménu řemeslných pivovarů dochází

k jejich sdružování a celý sektor je v místech shluků vzájemně propojený. Tato práce nabízí přehled pivovarských shluků (klastrů) analyzovaných na základě jejich rozmístění v prostoru. Právě v těchto klastrech, které byly vyhodnoceny v analýze koncentrace pivovarů na území Česka, je potenciál pro hlubší prozkoumání různých forem klastrování uvnitř dané skupiny pivovarů. Z důvodu požadovaného rozsahu diplomové práce nebylo možné tento aspekt sledovat a zhodnotit.

Dále by bylo vhodné prověřit výsledky Nillsona (2017), který v analýze potvrzuje, že nově otevřený řemeslný pivovar má větší šanci uspět v blízkosti dalších pivovarů než samostatně, právě vzhledem k faktoru formy klastrového fungování a vybudování tzv. „pivní kultury“. Proto se i v Česku nabízí otázka, zdali rozvoj minipivovarů dosáhne, alespoň ve městech, takové úrovně jako je tomu například v článku Fugate (2016) v kalifornském San Diegu, kde jsou významné městské čtvrti proslulé lokálními producenty piva. V praktické rovině lokálního a regionálního rozvoje by bylo vhodné prověřit, zdali je při zakládání minipivovaru výhodnější vyhledávat 1) lokaci, kde v okolí žádný minipivovar není a konkurenční prostředí tedy není rozvinuté nebo 2) oblast, kde jsou již minipivovary zavedeny a rozvinuty.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- AMERICAN BREWERS ASSOCIATION (2018): Statistics. Craft brewer defined. <https://www.brewersassociation.org/> (9.6.2018).
- ARCGIS RESOURCES (2014): Help Documentation Archive. <http://resources.arcgis.com> (5.5.2018).
- BLAŽEK, J., UHLÍŘ, D. (2011): Teorie regionálního rozvoje. Karolinum Press, Praha.
- BOJA, C. (2011): Clusters Models, Factors and Characteristics. International Journal of Economic Practices and Theories, 1, s. 34-43.
- BOSCHMA, R. (2010) Proximity and Innovation: A Critical Assessment, Regional Studies, 39, 1, s. 61-74.
- CIOBANU, R. (2016): Does the geographic location influence takeovers? Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 29, 1, s. 782-798.
- ČTK (2017): V Tišnově na Brněnsku vznikly za dva roky tři minipivovary. ČTK – České noviny. <http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/v-tisnove-na-brnensku-vznikly-za-dva-roky-tri-minipivovary/1549943> (cit. 28. 6. 2018)
- DOSTÁLOVÁ, C. (2016): Fúze a akvizice v kontextu vývoje české ekonomiky. Diplomová práce. Ekonomicko-správní fakulta, Masarykova Univerzita, 92 str.
- ESPARZA, T. R. A. (2016): Crafting clusters: an analysis of the craft beer industry in northern Colorado. Diplomová práce. Department of Landscape Architecture and Regional & Community Planning College of Architecture, Planning and Design, Kansaská státní univerzita, Manhattan, Kansas, 64 s.
- ESRI (2010): ArcGIS/ArcINFO user manual. ESRI Inc., Redlands. Odkaz http://resources.esri.com/help/9.3/arcgisengine/java/gp_toolref/spatial_statistics_tools/multi_distance_spatial_cluster_analysis_ripley_s_k_function_spatial_statistics_.htm (11.5.2018).
- EY.com (2018): M&A Barometr 2017 Česká republika. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_MA_Barometr_2017/\\$FILE/EY%20M&A%20Barometr_2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_MA_Barometr_2017/$FILE/EY%20M&A%20Barometr_2017.pdf) (19.5.2018).
- FRIEDLOVÁ, H. (2009): Voda jako základní surovina pro výrobu piva. Bakalářská práce. Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Agronomická fakulta, Ústav technologie potravin, Brno, 46 s.
- FUGATE, R. a kol. (2016): San Diego Craft Beer Industry Cluster. A Revolutionary Moment in the US Beer Industry. <https://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/San%20Diego%20Beer%202016.pdf> (11.5.2018).
- GLENN, R., CARROLL, A., SWAMINATHAN, A. (1992): The Organizational Ecology of Strategic Groups in the American Brewing Industry from 1975 to 1990, Industrial and Corporate Change, 1, 1, s. 65–97.
- HEALY, L. (2011): The Importance of German Immigration as a Locational Factor in the Illinois Brewing Industry: 1870 – 1920. Diplomová práce. Department: Geography, Northern Illinois University, Illinois, 72 s.
- HORÁK, J. (2002): Prostorová analýza dat. Vysoká škola báňská, Technická univerzita Ostrava. <http://gis.vsb.cz/pad> (cit. 20. 6. 2018).

- INVESTING ANSWERS (2018): Financial Dictionary. <http://www.investinganswers.com/> (6.4.2018).
- INVESTOPEDIA (2018): Acquisition. <https://www.investopedia.com/terms/a/acquisition.asp> (28.5.2018).
- JIDŘICHOVSKÁ I. (2013): Finanční management. C.H. Beck, Praha.
- KISLINGEROVÁ, E. a kol (2010): Manažerské finance. C.H. Beck, Praha.
- KRESTÝNOVÁ, M. (2017): Změny v odvětví pivovarnictví a jejich ekonomické dopady na malé české pivovary Brno, 2017 Diplomová práce. Mendelova univerzita v Brně, Provozně ekonomická fakulta.
- KUAH, A.T.H. (2002): Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in a Vibrant Cluster. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* , 4, 3, s. 206-228.
- KÜTNER, D. (2016): V Česku rostou chmelnice, jejich celková plocha je na šestiletém rekordu. E15. <https://www.e15.cz/byznys/zemedelstvi/v-cesku-rostou-chmelnice-jejich-celkova-plocha-je-na-sestiletym-rekordu-1295774> (cit. 20. 6. 2018).
- MARŠÍK, M. (1997): Koupě podniku jako součást podnikové strategie (Akvizice a fúze podniků). Vysoká škola ekonomická, Praha.
- MATERNA, Kryštof a Jiří HASMAN. Český pivní atlas. Středokluky: Zdeněk Susa, 2014. ISBN 978-80-86057-95-8.
- MIKULEC, J., ANTOUŠKOVÁ, M. (2011): Vnímání sídel v CHKO turisty. In: Člověk, stavba a územní plánování V. Fakulta stavební ČVUT v Praze (2011). Str. 185-192.
- McLAUGHLIN, R. (2016) The Locational Determinants of Micro-breweries and Brewpubs in the United States. In: Cabras I., Higgins D., Preece D. (eds) *Brewing, Beer and Pubs*. Palgrave Macmillan, London
- NÁRODNÍ KLASTROVÁ ASOCIACE (2014): Klastrová politika. <http://nca.cz/cs/klastrova-politika> (20.5.2018).
- NEKVINDA, D. (2018): Minipivovarů přibývá, většinou ale nevaří jen pivo, nabízí i další rozptýlení. Český rozhlas, Zlín. <https://zlin.rozhlas.cz/minipivovaru-pribyva-vetsinou-ale-nevari-jen-pivo-nabizi-i-dalsi-rozptyleni-6934058> (cit. 18. 6. 2018).
- NILSSON, I., REID, N., LEHNERT, M. (2018): Geographic Patterns of Craft Breweries at the Intraurban Scale, *The Professional Geographer*, 70, 1, s. 114-125.
- NOVOTNÝ, P. (2014): Pivovary České republiky. Kartografie Praha, Praha.
- NOVOTNÝ, P., HORÁČEK, F. (2015): Developer Kulík se vrhnul na zakládání minipivovarů. Úspěch ho překvapil. iDNES, Ekonomika. https://ekonomika.idnes.cz/developer-zaklada-minipivovary-dn5-ekoakcie.aspx?c=A151003_174222_zahranici_ale(cit. 18. 6. 2018).
- PAČESOVÁ, P. (2010): Nové formy financování podniku – klastry. Bakalářská práce. Fakulta ekonomicko-správní, Univerzita Pardubice, 68 s.
- PIVOVARY OLOMOUCKA (2018): Pivovary Olomoucka a okolí – historie a současnost. <http://www.pivovaryolomoucka.estranky.cz/> (cit. 18. 6. 2018).
- POJMANOVÁ, K. (2008): Restaurační minipivovary a rodinné pivovary v podmínkách České republiky. Diplomová práce. Fakulta podnikohospodářská, Vysoká škola ekonomická v Praze.
- PORTER, M. E. (1998): Clusters and Competition: New Agendas for Companies, Governments, and Institutions. Harvard Business School Working Paper.

- POUZA, L. (2012): V Klatovech se vařilo pivo už ve 13. století. Klatovský deník. https://klatovsky.denik.cz/zpravy_region/v-klatovech-se-pivo-varilo-uz-ve-stoleti20120216.html (cit. 21. 6. 2018).
- PULEC, J. (2014): Geografická analýza pivovarnického průmyslu v Česku. Diplomová práce. Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje PŘF UK, 98 s.
- ROSAS, M. (2013): A Recipe for Success: Exploring Cluster Formation in the American Craft Brewing Industry. Bachelor thesis. Carlson School of Management, University of Minnesota, 56 s.
- SELGEN.CZ (2018): Obiloviny. <http://selgen.cz/obiloviny/> (10.6.2018).
- SKOKAN, K. (2007): Klastry v transformaci regionů – pět let poté. Ekonomická revue, X, 2/3, VŠB-TU Ostrava, s. 149-166.
- SKOKAN, K. (2014): Konkurenceschopnost, inovace a klastry v regionálním rozvoji po deseti letech (přednáška). XVII. Mezinárodní kolokvium o regionálních vědách, Hustopeče, 18.-20.6.2014.
- SMRČKA, L. (2013): Ovládnutí a převzetí firem. C.H. Beck, Praha.
- SOUKUP, O. (2017): Jak blufovat o craft beer. <https://067.cz/archiv/83/jak-blufovat-o-craft-beer.html> (cit. 21. 6. 2018).
- SUCHÁNEK, D. (2004): Fúze. Diplomová práce. Institut ekonomických studií FSV UK, Praha, 122 s.
- THE ECONOMIST (2008): Competitive advantage. <https://www.economist.com/news/2008/08/04/competitive-advantage> (cit. 21. 6. 2018).
- TOUŠEK A KOL., V., KUNC. J., VYSTOUPIL, J. A KOL. (2008): Ekonomická a sociální geografie. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., Plzeň.
- TREMBLAY, V. J., TREMBLAY, C. H. (2005): The US Brewing Industry: Data and Economic Analysis. The MIT Press, Cambridge.
- 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.
- VERHOEF, B. (2003): Velká encyklopedie piva. Rebo Productions, Čestlice.
- WONG, D. W. S., LEE, J. (2001): Statistical analysis of geographic information with ArcView GISR and ArcGISR. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- ZÁKRAVSKÁ, Š. (2011): Prostorový pattern stromů v ekotonu horní hranice lesa. Bakalářská práce. Katedra fyzické geografie a geoekologie PŘF UK, 51 s.

DATOVÉ ZDROJE

- ARCDATA PRAHA, ZÚ, ČSÚ (2014): ArcČR 500 - digitální geografická databáze, verze 3.2. www.arcdata.cz (19. 5. 2017).
- ATLAS PIV (2018): Databáze pivovarů. <http://www.atlaspiv.cz/> (10.4.2018).
- BISNODE ČR (2018): Databáze pivovarských subjektů. <http://www.bisnode.cz/> (28.4.2018).
- ČESKÉ PIVO – ČESKÉ ZLATO (2018): Databáze pivovarů. <http://ceskepivo-ceskezlato.cz> (20.1.2018).

PŘÍLOHY

Příloha č. 6 – Finální databáze pivovarů (2018) - *legenda k mapě*

V mapě	Pivovar	Vlastnický subjekt	Typ subjektu	Výstavová kategorie	Kraj
1	1. Selský pivovárnek Kroměříž	1.selský pivovárnek, s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
2	AGC, s.r.o. (Bohemia Classic)	AGC, spol.s r.o., Kamenice	sro	minipivovar	Středočeský kraj
3	Akciový pivovar Dalešice, a.s.	Akciový pivovar Dalešice, a.s.	as	malý průmyslový p.	Kraj Vysočina
4	Akciový pivovar Letiny, a.s.	Akciový pivovar Letiny a.s.	as	minipivovar	Plzeňský kraj
5	Albrechtický pivovar	MECON SERVICE s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
6	Bad Flash Beers s.r.o.	Bad Flash Beers s.r.o	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
7	Balitovy valašské pivovary	Orvigomat s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
8	Balónový pivovar Radešín	Balónový hotel s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
9	Bašta - Sousedský pivovar U Bansethů	Bašta a spol., s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
10	Beerfactory	Beer Factory s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
11	Beskydský pivovárnek Ostravice, s. r. o.	Beskydský pivovárnek, s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
12	Bezděkovský pivovar	Bezděkovský pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
13	Biskupský pivovar U sv. Štěpána	Ke stolu s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
14	Břevnovský klášterní pivovar sv. Vojtěcha	Břevnovský pivovar sv.Vojtěcha a.s.	as	minipivovar	Hlavní město Praha
15	Budějovický budvar	Budějovický Budvar, n.p.	fyz. os.	velký mezinárodní p.	Jihočeský kraj
16	Černokostelecký zájezdní pivovár - Šnajdr	Dej Bůh štěstí, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
17	Dědkův mlýn	Dědkův mlýn s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
18	Domácí pivovar Ohrada	Vesnický pivovar OHRADA s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
19	Domácí pivovar u Jelínků	Pivo Kvasar s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
20	Domácí pivovárnek Velký Rybník (Velkorybnický Hastrman)	Luboš Vorel	fyz. os.	minipivovar	Karlovarský kraj
21	Džekův ranč	MINIGAL s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
22	Hasičský pivovar Bítov	Hasičský pivovar Bítov	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj

23	Hendrych - rodinný pivovar	Hendrych & synové s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
24	Horácký pivovar (Horác)	Horác Vysočina s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
25	Hostinský pivovar a hotel Excelent Rýmařov	Hostinský pivovar a hotel Excelent	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj
26	Hostinský pivovar Glokner	Waxwing s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
27	Hostinský pivovar Moritz	Hostinský pivovar Moritz, a.s.	as	minipivovar	Olomoucký kraj
28	Hostinský pivovar U Bizona, Čižice	Robert Beneš	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
29	Hotel a pivovar Galant Mikulov	Hotel Galant s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
30	Hotel Belveder - Šumavský pivovar	Hotel a Pivovar Belveder Železná Ruda s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
31	Hotel Pivovarská Bašta Vrchlabí	Radek Polák	fyz. os.	minipivovar	Královéhradecký kraj
32	Hradní pivovar Hustopeče	MATOCHA, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
33	Hukvaldský pivovar	Vít Lanča	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj
34	Jarošovský pivovar	Jarošovský pivovar a.s.	as	minipivovar	Zlínský kraj
35	Jihoměstský pivovar, s.r.o.	Jihoměstský pivovar, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
36	Jindřichohradecký minipivovar Černý Orel	ARSTAV-Reality s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
37	Karásek a Stülpner - První občanský pivovar v Chomutově, a.s	První občanský pivovar v Chomutově, a.s.	as	minipivovar	Ústecký kraj
38	Karvinský pivovar Larische	Karvinský pivovar, s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
39	Kašperskohorský pivovar	Kašperský pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
40	Klášterní pivovar Ossegg Osek	OSSEGG Pivovary s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
41	Klášterní pivovar Strahov	LEV CZ a.s.	as	minipivovar	Hlavní město Praha
42	Klášterní pivovar Želiv	Želivský klášterní pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
43	Knížecí pivovar Plasy	Knížecí pivovar Plasy s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
44	Koliba U tří králů	Martin Krč	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
45	Kounický pivovar, s.r.o.	Kounický pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
46	Královský pivovar Krušovice	Heineken Česká Republika, a.s.	as	velký mezinárodní p.	Středočeský kraj
47	Krumlovský minipivovar	Vespalec Trade, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
48	Křinický pivovar Falkenštejn	Pivovar Falkenštejn s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj

49	Kutílkova palárna a pivovar Žlebské Chvalovice	Jaroslav Kutílek	fyz. os.	minipivovar	Pardubický kraj
50	Kyjovský pivovar	Tomáš Machalínek	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
51	Kynšperský pivovar	Kynšperský Pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Karlovarský kraj
52	Létající pivovar Bukovar	Rodinný pivovar Bukovar s.r.o	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
53	Létající pivovar Dragonfly	Pivovar Dragon Beer, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
54	Létající pivovar Falkon	Pivo Falkon s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
55	Libocký pivovar Nad Šárkou	SPINA, a.s.	as	minipivovar	Hlavní město Praha
56	Líšeňský pivovar	Líšeňský pivovar spol. s r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
57	Lounský Žejdlík - minipivovar Domov	Lounský žejdlík s. r. o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
58	Malešický mikropivovar	Malešický mikropivovar, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
59	Maloskalský pivovar	První maloskalská, s.r.o.	sro	minipivovar	Liberecký kraj
60	Malostránský pivovar	Aqueko, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
61	Městský karvinský pivovar	KARPIVOVAR s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
62	Městský pivovar Gabretus Volary	Městský hotel Bobík s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
63	Městský pivovar Štramberk	Šmíra-print,s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
64	Městský Podorlický pivovar s.r.o.	Městský Podorlický pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
65	Městský zámecký pivovar Oslavany	Městský zámecký pivovar Oslavany s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
66	Měšťanský pivovar Havlíčkův Brod a. s.	Měšťanský pivovar Havlíčkův Brod a.s.	as	malý průmyslový p.	Kraj Vysočina
67	Měšťanský pivovar v Klatovech	Rudolf Lang	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
68	Měšťanský pivovar v Poličce, a.s.	Měšťanský pivovar v Poličce, a.s.	as	malý průmyslový p.	Pardubický kraj
69	Minipivovar a hostinec Ve Dvoře Vratimov	BRABČÁK s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
70	Minipivovar a pivnice U Stočesů	100čes s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
71	Minipivovar a restaurace Charlie's square	Restaurant company s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
72	Minipivovar a restaurace Kolštejn	TOMA Olomouc, a.s.	as	minipivovar	Olomoucký kraj
73	Minipivovar Beeranek	Radim Beránek	fyz. os.	minipivovar	Jihočeský kraj

74	Minipivovar Berko Bernartice	OCEÁN EXPRES, s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
75	Minipivovar Bobr Zadní Třeboň	ALKAT Brewery s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
76	Minipivovar Čepice	Čepický minipivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
77	Minipivovar Energon	Energon, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
78	Minipivovar Fries	Ing. Karel Polívka	fyz. os.	minipivovar	Královéhradecký kraj
79	Minipivovar Garage Ostrava	Woodman production a.s.	as	minipivovar	Moravskoslezský kraj
80	Minipivovar Jakub Vyšší Brod	Jaroslava Fojtlová	fyz. os.	minipivovar	Jihočeský kraj
81	Minipivovar Jeseník	Stanislav Orel	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
82	Minipivovar Jižan	JIPR s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
83	Minipivovar Kelč	Minipivovar Kelč s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
84	Minipivovar KH Gurmán Horšovský Týn	1.JK - TREND STAV s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
85	Minipivovar Kněžíněk	PRECIS HOLDING s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
86	Minipivovar Koliba Litoměřice	Motorest Koliba, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
87	Minipivovar Krajinská 27	Minipivovar Krajinská 27 s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
88	Minipivovar Krásná Studánka	Iva Vrbová	fyz. os.	minipivovar	Liberecký kraj
89	Minipivovar Kunc Hodonín	Minipivovar Kunc s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
90	Minipivovar Kvilda	Pekárna Kvilda s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
91	Minipivovar Labuť	Minipivovar Labuť s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
92	Minipivovar Lisý dědek	Jan Lisý	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
93	Minipivovar Mamut	Ing. Libor Ilčík	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
94	Minipivovar Mayzus Chotoviny	Mayzus Breweries Company s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
95	Minipivovar Na Vyhlídce	Minipivovar Na Vyhlídce s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
96	Minipivovar Nová Sladovna Opava	Gastronomie Opava s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
97	Minipivovar Paličák	MVDr. Pavel VAŠUT	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj
98	Minipivovar Radnice	Minipivovar Radnice	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
99	Minipivovar Rambousek	-	fyz. os.	minipivovar	Královéhradecký kraj
100	Minipivovar Riegrovka	Minipivovar Riegrovka	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
101	Minipivovar Richard v hotelu Leopold	KOBZIK, s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
102	Minipivovar Skřečošský žabák	Marián Janoszowski	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj

103	Minipivovar U Dyje	Minipivovar U Dyje s.r.o	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
104	Minipivovar U Koníčka	Pivovar Koníček s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
105	Minipivovar U lenocha	Vítězslav Procházka	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
106	Minipivovar U Medvídků	O.G., spol. s r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
107	Minipivovar U Vacků	U Vacků s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
108	Minipivovar Ujkovice	Marek Havlas	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
109	Minipivovar Veselka	VESELKA LITOMYŠL s. r. o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
110	Minipivovar Zobák Bílovec / Hotel U Holubů	Ing. Petr Holub	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj
111	Mistr Dák, a. s.	-	fyz. os.	minipivovar	Hlavní město Praha
112	Novoměstský pivovar spol. s.r.o.	Novoměstský pivovar spol. s r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
113	Olivův pivovar Dolní Břežany	Olivův pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
114	Parní pivovar Hauskrecht Brno	Brněnská pivovarnická společnost s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
115	Parostrojní pivovar Lobeč u Mšena	Pivovar Lobeč s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
116	Penzion a minipivovar U Jirsáka	Ladislav Hampl	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
117	Penzion a pivovar Helene Kytlice	Vladimír Štich	fyz. os.	minipivovar	Ústecký kraj
118	Penzion U Čápa	U Čápa Příchovice s.r.o.	sro	minipivovar	Liberecký kraj
119	PHM - První havířovský minipivovar	QX PROMOTION a.s.	as	minipivovar	Moravskoslezský kraj
120	Pivnice a pivovar U Šneka	Pivovar u Šneka s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
121	Pivotéka Pod Ořechem	Wista Cz-Ek s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
122	Pivovar - restaurant Novosad Harrachov	Sklárna a minipivovar Novosad & syn Harrachov s.r.o	sro	minipivovar	Liberecký kraj
123	Pivovar a palirna Česká Kamenice	K24 s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
124	Pivovar a restaurace Klokočka	Restaurace Klokočka s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
125	Pivovar a restaurace Marina	Modrá vize, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
126	Pivovar a restaurace Vítek z Prčice	Vítek z Prčice, s.r.o	sro	minipivovar	Středočeský kraj
127	Pivovar Antoš Slaný	Golem Slaný, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
128	Pivovar Bahno	Ing. Martin Lammers	fyz. os.	minipivovar	Pardubický kraj

129	Pivovar Berounský medvěd	Hana Mayerová	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
130	Pivovar Blahovar	pivovar-raven.cz s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
131	Pivovar Broumov - Olivětín	Pivovar Broumov,s.r.o.	sro	malý průmyslový p.	Královéhradecký kraj
132	Pivovar Bylnice	PIVOVAR Bylnice s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
133	Pivovar Clock Potštejn	Pivovar Clock s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
134	Pivovar Cvikov	PIVOVAR CVIKOV a.s.	as	minipivovar	Liberecký kraj
135	Pivovar Čechovka	Ing. Tomáš Štefánek	fyz. os.	minipivovar	Kraj Vysočina
136	Pivovar Černá Hora, a.s.	Pivovar Černá Hora, a.s.	as	malý průmyslový p.	Jihomoravský kraj
137	Pivovar Černý Orel Kroměříž	ČERNÝ OREL pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
138	Pivovar Český Brod	NOVETA - Pivovar Český Brod, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
139	Pivovar Dašice - Dašické sklepy	Pivovar Dašice CZ s.r.o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
140	Pivovar Dráteník Únanov	Martin Málek	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
141	Pivovar Dvůr Perlová voda	Statky Kostelec, s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
142	Pivovar Eggenberg	PIVOVAR EGGENBERG, a. s.	as	malý průmyslový p.	Jihočeský kraj
143	Pivovar Faltus Česká Třebová	ARMAT spol. s r.o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
144	Pivovar Ferdinand a.s.	Pivovar Ferdinand,a.s.	as	malý průmyslový p.	Středočeský kraj
145	Pivovar Frankies Břeclav	Štěpán Přikryl	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
146	Pivovar Gajdoš	Gajdoš s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
147	Pivovar Gambrinus Plzeň	Plzeňský Prazdroj,a.s.	as	velký mezinárodní p.	Plzeňský kraj
148	Pivovar Groll	Miroslav Dvořák	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
149	Pivovar Harley pub	Panhead s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
150	Pivovar Hasič Bruntál	BUNCOL s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
151	Pivovar Herold Březnice	Pivovar Herold Březnice, a.s.	as	malý průmyslový p.	Středočeský kraj
152	Pivovar Heřman	Pivovar Heřman, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
153	Pivovar Hluboká	Pivovar Hluboká s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj

154	Pivovar Holba, a.s.	Pivovar Holba a.s.	as	střední průmyslový p.	Olomoucký kraj
155	Pivovar Holendr	RIOS , spol. s r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
156	Pivovar HoppyDog	Pivovar Hoppy Dog s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
157	Pivovar Horní Chrášťany	Milan Jungwirth	fyz. os.	minipivovar	Jihočeský kraj
158	Pivovar Hostivar	Pivo Hostivar, a.s.	as	minipivovar	Hlavní město Praha
159	Pivovar Hostivar H2	Pivo Hostivar, a.s.	as	minipivovar	Hlavní město Praha
160	Pivovar Hostomice pod Brdy	Pivovarnictví Štěpán Kříž s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
161	Pivovar Hotel Na Rychtě	Gastro Na Rychtě, s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
162	Pivovar Hrádek Slavičín	Pivovar Hrádek s.r.o	sro	minipivovar	Zlínský kraj
163	Pivovar Hrboun	Pivovar Hrboun s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
164	Pivovar Chalupník Perštejn	CH-KOVO s. r. o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
165	Pivovar Chodovar	CHODOVAR spol. s r.o.	sro	malý průmyslový p.	Plzeňský kraj
166	Pivovar Chomout	CHOMOUT s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
167	Pivovar Chotěboř, s.r.o.	Pivovar Chotěboř s.r.o.	sro	malý průmyslový p.	Kraj Vysočina
168	Pivovar Chříč	Pivovar Chříč s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
169	Pivovar Jadrníček	Bohdana Jadrníčková	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
170	Pivovar Ježek Jihlava	Pivovar Jihlava, a.s.	as	malý průmyslový p.	Kraj Vysočina
171	Pivovar Jílovice	Jan Wünsch	fyz. os.	minipivovar	Jihočeský kraj
172	Pivovar Kaberna	Ing. Jaroslav Verner	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
173	Pivovar Kácov	Pivovar Hubertus, a. s.	as	malý průmyslový p.	Středočeský kraj
174	Pivovar Kapitán Děčín	Pivovarská restaurace CPD s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
175	Pivovar Karel IV.	Becherplatz a.s.	as	minipivovar	Karlovarský kraj
176	Pivovar Klášter	Pivovar Klášter,a.s.	as	malý průmyslový p.	Středočeský kraj
177	Pivovar Knajzl Brňany	Rodinný pivovar KNAJZL, s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
178	Pivovar Kocour Varnsdorf s.r.o.	Pivovar Kocour Varnsdorf s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj

179	Pivovar Kokeš Kamenice nad Lipou	Deska s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
180	Pivovar Kolčavka	Pivovar Nad Kolčavkou a.s.	as	minipivovar	Hlavní město Praha
181	Pivovar Konrad Liberec - Vratislavice	Hols a.s.	as	malý průmyslový p.	Liberecký kraj
182	Pivovar Kosíř	Pivovar Kosíř s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
183	Pivovar Kout na Šumavě	Jan Skala	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
184	Pivovar Kozlíček Horní Dubenky	Milan Kozlíček	fyz. os.	minipivovar	Kraj Vysočina
185	Pivovar Kraslice, a. s.	Pivovar Kraslice, a. s.	as	minipivovar	Karlovarský kraj
186	Pivovar Krumlov	Brewery Český Krumlov s.r.o.	sro	malý průmyslový p.	Jihočeský kraj
187	Pivovar Květnice Tišnov	Pivovar Květnice s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
188	Pivovar Kytín	Pivovar Kytín, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
189	Pivovar Letohradský Jelen	JZD Letohrad a.s.	as	minipivovar	Pardubický kraj
190	Pivovar Lindr Mžany	LINDR.CZ s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
191	Pivovar Litovel a.s.	Pivovar Litovel,a.s.	as	střední průmyslový p.	Olomoucký kraj
192	Pivovar Lomňan v hotelu Pod Kyčmolem, Horní Lomná	KVADRO, s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
193	Pivovar Lucky Bastard	Czech Craft Beers, a.s.	as	minipivovar	Jihomoravský kraj
194	Pivovar Lužiny	Pivovar Lužiny, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
195	Pivovar Lyr Modrava	Ing. Radovan Lyr	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
196	Pivovar Malešov	Přátelský pivovar Malešov a.s.	as	minipivovar	Středočeský kraj
197	Pivovar Malt	Pivovar Malt s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
198	Pivovar Matuška	Pivovar Matuška s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
199	Pivovar Mazák Dolní Bojanovice	Jiří Michalovič	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
200	Pivovar Mejto (Kujeba) Vysoké Mýto	Evžen Řehák	fyz. os.	minipivovar	Pardubický kraj
201	Pivovar Melichárek	Petr Melichárek	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
202	Pivovar Millenium	Green Light LED s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
203	Pivovar MMX	Fortis Bohemia, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
204	Pivovar Modrá hvězda	Pivovar-restaurant Modrá hvězda s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj

205	Pivovar Monopol Teplice	Gabriela Schönbauerová	fyz. os.	minipivovar	Ústecký kraj
206	Pivovar Moravia	Czech Craft Beers, a.s.	as	minipivovar	Jihomoravský kraj
207	Pivovar Moravský Žižkov	Pivovar Moravský Žižkov, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
208	Pivovar Mordýř	Pivovar Mordýř s.r.o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
209	Pivovar Mostecký Kahan	Mostecký Kahan, s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
210	Pivovar Moucha	Moucha Brewery Czech a.s.	as	minipivovar	Hlavní město Praha
211	Pivovar Muflon Kunratice	Pivovar Kunratice s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
212	Pivovar na Luční boudě	AEZZ a.s., Hotel Luční bouda	as	minipivovar	Královéhradecký kraj
213	Pivovar Nachmelená opice Krnov	Archiva, s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
214	Pivovar Národní	PIVOVAR NÁRODNÍ TŘÍDA s. r. o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
215	Pivovar Nová Paka, a.s.	Pivovar Nová Paka, a.s.	as	malý průmyslový p.	Královéhradecký kraj
216	Pivovar Novej svět	Dan Merc	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
217	Pivovar Nymburk spol. s r.o.	Pivovar Nymburk s.r.o.	sro	malý průmyslový p.	Středočeský kraj
218	Pivovar Obora Mašice	Ing. Martin Novák	fyz. os.	minipivovar	Jihočeský kraj
219	Pivovar Ostravar	Pivovary Staropramen a.s.	as	střední průmyslový p.	Moravskoslezský kraj
220	Pivovar Padochov	Pivovar Padochov s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
221	Pivovar Pardubice, a.s.	Pardubický pivovar a.s.	as	malý průmyslový p.	Pardubický kraj
222	Pivovar Parník Přerov	ZK – PARNÍK mini s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
223	Pivovar Pegas Brno	Pegas-hotel, pivovar, pivnice, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
224	Pivovar Permon Sokolov	Pivovar PERMON s.r.o.	sro	minipivovar	Karlovarský kraj
225	Pivovar Plzeňský Prazdroj	Plzeňský Prazdroj, a.s.	as	velký mezinárodní p.	Plzeňský kraj
226	Pivovar Pod Kněží horou ve Bzenci	Radomil Paták	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
227	Pivovar Pod lípou Kyšice	Pivovar Pod lípou s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
228	Pivovar Podkováň	Podkováň s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
229	Pivovar Podlesí	Pivovar ČZ, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
230	Pivovar Polivar	Libor Polehla	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj

231	Pivovar Poutník Pelhřimov	DUP - družstvo	JINE	malý průmyslový p.	Kraj Vysočina
232	Pivovar Prachatice	Pivovar Prachatice a.s.	as	minipivovar	Jihočeský kraj
233	Pivovar Primátor Náchod	Primátor a.s.	as	malý průmyslový p.	Královéhradecký kraj
234	Pivovar Protivín	Pivovar Protivín, a.s.	as	střední průmyslový p.	Jihočeský kraj
235	Pivovar Radas Střítež	Radas Collection Stil s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
237	Pivovar Raven	pivovar-raven.cz s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
238	Pivovar Regent Třeboň	Bohemia Regent a.s., Třeboň	as	malý průmyslový p.	Jihočeský kraj
239	Pivovar Revolta	EIC European Investment Company a.s.	as	minipivovar	Kraj Vysočina
240	Pivovar Rezek	Pivovar Rezek s.r.o.	sro	minipivovar	Liberecký kraj
241	Pivovar Richard Brno	KOBZIK, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
242	Pivovar Rohozec, a. s.	Pivovar Rohozec a.s.	as	malý průmyslový p.	Liberecký kraj
243	Pivovar Ruprenz	Martin Povýšil	fyz. os.	minipivovar	Kraj Vysočina
244	Pivovar Rychtář Hlinsko	Pivovar Rychtář a.s.	as	malý průmyslový p.	Pardubický kraj
245	Pivovar Samson, a.s. (dříve Budějovický měšťanský pivovar, a.s.)	Pivovar Samson a.s.	as	malý průmyslový p.	Jihočeský kraj
246	Pivovar Slezan	IRB Trade s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
247	Pivovar Stará škola Chudenice	Restaurace Stará škola, spol. s r. o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
248	Pivovar Starobrno	Starobrno a.s.	as	velký mezinárodní p.	Jihomoravský kraj
249	Pivovar STAROPILSEN	STAROPILSEN s.r.o.	sro	malý průmyslový p.	Plzeňský kraj
250	Pivovar Staropramen	Pivovary Staropramen a.s.	as	velký mezinárodní p.	Hlavní město Praha
251	Pivovar Strakonice	Měšťanský pivovar Strakonice, a. s.	as	malý průmyslový p.	Jihočeský kraj
252	Pivovar Svatý Florian Loket	Václav Lojín	fyz. os.	minipivovar	Karlovarský kraj

253	Pivovar Svatý Ján	Ing. Martin Karaivanov	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
254	Pivovar Svatý kopeček Olomouc	Ing. Ivo Hrdlička	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
255	Pivovar Svijany	Pivovar Svijany, a .s.	as	velký mezinárodní p.	Liberecký kraj
256	Pivovar Tambor Dvůr Králové	EPOS CZ spol.s r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
257	Pivovar Tišnov	Pivovar Tišnov s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
258	Pivovar Továrna Slaný	TOVÁRNA GASTRO s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
259	Pivovar Trautenberk	Pivovar Trautenberk, a.s.	as	minipivovar	Královéhradecký kraj
260	Pivovar Trilobit	PIVOVAR TRILOBIT s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
261	Pivovar U Bojiště 1866 (Sousedský dům)	Svatopluk Ďupal	fyz. os.	minipivovar	Královéhradecký kraj
262	Pivovar u Bulovky	František Richter	fyz. os.	minipivovar	Hlavní město Praha
263	Pivovar U Černého Medvěda	Adlerka spol. s r.o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
264	Pivovar U Dobřenských	Pivovar u Dobřenských s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
265	Pivovar U Fleků	Pivovar a restaurace U Fleků, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
266	Pivovar U Hušků	Josef Voltr	fyz. os.	minipivovar	Královéhradecký kraj
267	Pivovar U Švelchů	ŠVELCH, s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
268	Pivovar U tří růží	Energocapital – Praga, s. r. o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
269	Pivovar Uherský Brod (Janáček)	Pivovar Uherský Brod, a.s.	as	malý průmyslový p.	Zlínský kraj
270	Pivovar Uhříněves	Pivovar Uhříněves s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
271	Pivovar Velke Popovice	Plzeňský Prazdroj, a.s.	as	velký mezinárodní p.	Středočeský kraj
272	Pivovar Venuše	PM Pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
273	Pivovar Victor Praha - Žižkov	WRM s.r.o	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
274	Pivovar Vojanův dvůr	Vojanův dvůr s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
275	Pivovar Volt	Pivovar Volt s.r.o.	sro	minipivovar	Liberecký kraj
276	Pivovar Vraník Trnava	Pivovar Vraník s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
277	Pivovar Vysoký Chlumeč	Pivovar Vysoký Chlumeč, a. s.	as	malý průmyslový p.	Středočeský kraj

278	Pivovar Welzl Zábřeh	Upper Brewing s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
279	Pivovar Xaver	Pivoxaver s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
280	Pivovar Záhlinice	Raven Trading s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
281	Pivovar Záhora	Farma Záhora s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
282	Pivovar Zámek Zábřeh	Pivovar Zábřeh s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
283	Pivovar Zbraslavice	Pivovar Zbraslavice s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
284	Pivovar Zhůřák	Christopher Lewis Baerwaldt	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
285	Pivovar Zlatý Srnec Srní	JK-Trend Stav s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
286	Pivovar Zlínský Švec Malenovice	Martin Velísek	fyz. os.	minipivovar	Zlínský kraj
287	Pivovar Zlosin	Zlosin s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
288	Pivovar ZLoun Louny	Pivo ZLoun s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
289	Pivovar Zubr a.s.	Pivovar Zubr a.s.	as	střední průmyslový p.	Olomoucký kraj
290	Pivovar Žamberk	INTERO Žamberk, s.r.o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
291	Pivovar Žumberk	Daniel Malý	fyz. os.	minipivovar	Jihočeský kraj
292	Pivovárek Morava	Pivovárek Morava s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
293	Pivovarský dům Ostrava (Biovar Ostrava)	Jiří Štverka	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj
294	Pivovarský dvůr Chýně u Prahy	Jitka Eichlerová	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
295	Pivovarský dvůr Lipan	Papula s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
296	Pivovarský dvůr Zvíkov	Pivovarský dvůr Zvíkov s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
297	Počernický pivovar	Gastro Group Počernice s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
298	Poddžbánský pivovar	PodDžbánský pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
299	Podhorský Pivovar - Hotel Beskyd	MORAVSTAV OSTRAVA, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
300	Podklášterní pivovar Třebíč	Variant plus, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
301	Podřipský rodinný minipivovar	Aleš Lípa	fyz. os.	minipivovar	Ústecký kraj
302	První hanácké domácí pivovar U krále Ječmínka	Jan Vácha	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
303	První soukromý pivovar společenský, s.r.o.	První soukromý piv. společenský s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
304	Přírodní pivní lázně, s. r. o.	Přírodní Pivní Lázně, s.r.o.	sro	minipivovar	Karlovarský kraj
305	Radniční restaurace a pivovar v Jihlavě	Jihlavský radniční právovárečný pivovar a. s.	as	minipivovar	Kraj Vysočina
306	Restaurace a minipivovar Příšov	PEKR service s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj

307	Restaurace a pivovar Na Mlýně Ratíškovice	GF TECHNOLOGIC, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
308	Restaurace a pivovar Pivovarský dům	Pivovarský dům, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
309	Restaurace a pivovar U dvou koček	Aleš Hrdina	fyz. os.	minipivovar	Hlavní město Praha
310	Restaurace s pivovarem Na Lochkově	TITANIT, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
311	Rodinný minipivovar Černý orel Osek	GUSTO Catering, s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
312	Rodinný minipivovar Pacov	Luboš Němec	fyz. os.	minipivovar	Kraj Vysočina
313	Rodinný minipivovar Valášek	Roman Dohnal	fyz. os.	minipivovar	Zlínský kraj
314	Rodinný minipivovar Vendelín	Václav Krkoška	fyz. os.	minipivovar	Liberecký kraj
315	Rodinný pivovar 713	AREA-HK, s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
316	Rodinný pivovar Bravůr	Zdeněk Pešek	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
317	Rodinný pivovar Krušnohor v Kraslicích	Pivovar Krušnohor s.r.o.	sro	minipivovar	Karlovarský kraj
318	Rodinný pivovar Neumann	Václav Neumann	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
319	Rodinný pivovar Propper	5P Brand Production spol. s r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
320	Rodinný pivovar Skalický Budulínek	Rodinný pivovar Skalický Budulínek	fyz. os.	minipivovar	Liberecký kraj
321	Rodinný pivovar Syrovar	Vojtěch Kolaja	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
322	Rodinný pivovar v Humpolci (Bernard)	Rodinný pivovar Bernard,a.s.	as	střední průmyslový p.	Kraj Vysočina
323	Rodinný pivovar Vilém	Zythum a.s.	as	minipivovar	Středočeský kraj
324	Rohovský minipivovar	Ing. Artur Komárek	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj
325	Rožnovský pivovar	Rožnovské pivní lázně s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
326	Rukodělný pivovar a restaurace Magistr	Piccola Birreria s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
327	Řemeslný pivovar Husar	TEROSOL s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
328	Řemeslný pivovar Velický bombardák	Velický Bombardák s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
329	Sedlčanský pivovar Krčín	Farma Druhaz spol. s r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
330	Slavkovský pivovar, s.r.o.	Slavkovský pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
331	Slezský pivovar, s.r.o.	SLEZSKÝ PIVOVAR s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
332	Staňkův rukodělný pivovárek	Ing. David Staněk	fyz. os.	minipivovar	Hlavní město Praha

333	Staročeský pivovárek, s.r.o.	Staročeský pivovárek,s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
334	Starokladno	Oľga Macháčková	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
335	Staroměstský pivovar U Supa	NYKTAJ s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
336	Štiřínský pivovar	Štiřínská stodola, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
337	Svatováclavský pivovar Olomouc	Svatováclavský pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
338	Svitavský pivovárek Na Kopečku	TYPOS BAR s. r. o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
339	Šumavský pivovar Vimperk	Hojdarovi, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
340	Šumický pivovar Vildenberg	Ing. Aleš Šmerda	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
341	Tradiční pivovar v Rakovníku Bakalář	Tradiční pivovar v Rakovníku,a.s.	as	malý průmyslový p.	Středočeský kraj
342	Two Tales Brewing s.r.o.	Two Tales Brewing s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
343	United Breweries, s.r.o.	United Breweries, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
344	Valašský pivovar Kozlovice	šmíragroup a.s.	as	minipivovar	Moravskoslezský kraj
345	Vinohradský pivovar, s.r.o.	Vinohradský pivovar, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
346	Zámecký dvůr Všeradice	SOME CZ, s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
347	Zámecký pivovar Blatná	Liquib Zámecký ovocný lihovar Blatná s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
348	Zámecký pivovar Bratčice, a.s.	Zámecký pivovar, a.s.	as	minipivovar	Jihomoravský kraj
349	Zámecký pivovar Břeclav s.r.o.	Zámecký pivovar Břeclav s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
350	Zámecký pivovar Český Rudolec	Malá Hluboká a.s.	as	minipivovar	Jihočeský kraj
351	Zámecký pivovar Dětenice	Pavel Ondráček	fyz. os.	minipivovar	Královéhradecký kraj
352	Zámecký pivovar Frýdlant (Albrecht)	TERRA FELIX s.r.o.	sro	minipivovar	Liberecký kraj
353	Zámecký pivovar Chyše	Ing. Vladimír Lažanský	fyz. os.	minipivovar	Karlovarský kraj
354	Zemský pivovar, s.r.o.	Zemský pivovar, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
355	Zichovecký pivovar	1. Zichovecká s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
356	Znojemský pivovar	Znojemský městský pivovar a.s.	as	minipivovar	Jihomoravský kraj
357	Žatecký pivovar, spol. s r. o.	Žatecký pivovar, spol. s r. o.	sro	malý průmyslový p.	Ústecký kraj
358	Chebský pivovar Cheb Bier	THOMACONTY Cheb s.r.o.	sro	minipivovar	Karlovarský kraj

359	Domáci minipivovar Hroch	Pivo Hroch Liberec, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
360	Domáci minipivovar Křikloun	Karel Zykmond	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
361	Hanácký pivovar	Hanácký pivovar, s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
362	Heřmanický pivovar	ISSA CZECH s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
363	Hořický pivovar JungBerg	JungBerg s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
364	Hospodský pivovar U Sudu	Zdarsa, s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
365	Joe's Garage Brewery	Joes garage brewery s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
366	Karlovský minipivovar Pod Pralesem	Vršák s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
367	Krásenský pivovar	Krásenský pivovar	sro	minipivovar	Zlínský kraj
368	Kunčický pivovar	Kunčický pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
369	Lod' PIVOVAR	Vltavská plavební s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
370	Minipivovar Grádo	MFC-PENZION s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
371	Minipivovar Na Čtyrce	Adélka a.s.	as	minipivovar	Kraj Vysočina
372	Minipivovar Němý Medvěd	Petr Němec	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
373	Minipivovar Palace Cinema	Hotel Palace Cinema s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
374	Novodvorský pivovar	Yveta Vaculíková	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
375	Panský pivovar Sokolnice	Pivovar Sokolnice, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
376	Pecký pivovar	SUPER Sport spol. s r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
377	Pidipivovárek U Pujiče	Pavel Kašák	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
378	Písecký hradební pivovar	Písecký hradební pivovar a.s.	as	minipivovar	Jihočeský kraj
379	Pivovar a Koliba U Tří Králů	Chmelovi s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
380	Pivovar Avar	Avar plus,s.r.o	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
381	Pivovar Cestář	Novák a dcery s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
382	Pivovar Chmelnice	Pivovar Chmelnice s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
383	Pivovar Dědek	Dědkovo pivo, o.s.	JINE	minipivovar	Kraj Vysočina
384	Pivovar Filištín	Chrudimský pivovar Filištín s.r.o.	sro	minipivovar	Pardubický kraj
385	Pivovar Genius noci	Genius noci, s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
386	Pivovar Hnanice	Vinice-Hnánice,s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
387	Pivovar Kalikovar	Plzeňské měšťanské pivovary, s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj

388	Pivovar Kamenice nad Lipou	Pivovar Kamenice s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
389	Pivovar Kozojedy	Pivovar Kozojedy s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
390	Pivovar Krum	Krumlovský pivovar s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
391	Pivovar Kunratice	Pivovar Kunratice s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
392	Pivovar Máša	David Máša	fyz. os.	minipivovar	Středočeský kraj
393	Pivovar Maxmilian	Pivovar Kroměříž s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
394	Pivovar Mlýn	Ing. Tomáš Neveloš	fyz. os.	minipivovar	Ústecký kraj
395	Pivovar Neratov	ŠFN, s.r.o.	sro	minipivovar	Královéhradecký kraj
396	Pivovar Popelín	Pivovar Popelín s.r.o.	sro	minipivovar	Jihočeský kraj
397	Pivovar Purkmistr	Lukrécius a.s.,Pivovarský dvůr Plzeň	as	minipivovar	Jihočeský kraj
398	Pivovar Tor	Jan Čota	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
399	Pivovar Trojan Telč	Pavel Trojan	fyz. os.	minipivovar	Kraj Vysočina
400	Pivovar U císařské cesty	Martina Šestořádová	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
401	Pivovar U Přeška	PCP brewery s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
402	Pivovar Zašová	Pivovar Zašová s.r.o.	sro	minipivovar	Zlínský kraj
403	Pivovárek Trubadúr	František Hájek	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
404	Pivovárek U Pašáka	Pivovárek s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
405	První Soběšický pivovar	První Soběšický pivovar	fyz. os.	minipivovar	Jihomoravský kraj
406	Račínský minipivovar Richard	Račínský minipivovar Richard, s.r.o.	sro	minipivovar	Kraj Vysočina
407	Řemeslný minipivovar Z-Stage	František Zelinka	fyz. os.	minipivovar	Olomoucký kraj
408	Řemeslný pivovar Dejř	GAUSS Trade s.r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
409	Rodinný minipivovar Gwern	GWERN s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj
410	Rodinný pivovar Radobyčice	Jitka Holubová	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
411	Štáhlavický Pivovar U Šenkýřů	Haneza s.r.o.	sro	minipivovar	Plzeňský kraj
412	Starobělský pivovar	Starobělský pivovar a.s.	as	minipivovar	Moravskoslezský kraj
413	Wild Creatures	MWC Brewery s.r.o.	sro	minipivovar	Jihomoravský kraj
414	Měšťanský pivovar Kutná Hora	REAL Estate, a. s.	as	minipivovar	Středočeský kraj
415	Pivovar Gwern Nupaky	GWERN s.r.o.	sro	minipivovar	Středočeský kraj

416	Pivovar Hlučín	-	fyz. os.	minipivovar	Moravskoslezský kraj
417	Pivovar Kroměříž s.r.o. (Maxmilian)	Pivovar Kroměříž s.r.o	sro	minipivovar	Zlínský kraj
418	Pivovar Ve Volší Druztová	Vladimír Ilgner	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
419	Purkmistr - pivovarský dvůr Plzeň	Ing. Martina Köhlerová	fyz. os.	minipivovar	Plzeňský kraj
420	Minipivovar Arnošt	Pardubický pivovar a.s.	as	minipivovar	Pardubický kraj
421	Minipivovar Kosíř	Minipivovar Kosíř s.r.o.	sro	minipivovar	Olomoucký kraj
422	Minipivovar Pivovaru Litovel	Pivovar Litovel,a.s.	as	minipivovar	Olomoucký kraj
423	Minipivovar Pod Kyčmolem	KVADRO, spol. s r.o.	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
424	Pivovar Jihlava	Pivovar Jihlava, a.s.	as	malý průmyslový p.	Kraj Vysočina
425	Pivovar Radegast	Plzeňský Prazdroj,a.s	as	velký mezinárodní p.	Moravskoslezský kraj
426	Pivovarský dům	Pivovarský dům, s.r.o.	sro	minipivovar	Hlavní město Praha
427	Rodinný pivovar Zichovec Louny	1. Zichovecká s.r.o.	sro	minipivovar	Ústecký kraj
428	Únětický pivovar	Únětický pivovar a.s.	as	malý průmyslový p.	Středočeský kraj
429	Minipivovar Třinec	HEGAs-ENERGO, s.r.o	sro	minipivovar	Moravskoslezský kraj
430	Recesní pivovárek U Antéňáka	Petr Hošek	fyz. os.	minipivovar	Královéhradecký kraj