



Český model
amerického kongresu

Licencování výroby a prodeje alkoholu

Zpráva Výzkumné služby Kongresu

Adam Štorek





1. Úvod

Pro Spojené státy představuje distribuce alkoholu značně palčivé téma, které se do dnešní doby nepodařilo zcela jednotně vyřešit. Na přelomu 20. století se dokonce objevily různé podněty k naprostému zákazu prodeje alkoholických nápojů, které vyústily v ratifikaci 18. dodatku k ústavě známého rovněž jako „Prohibition amendment“. Přestože se tím krátkodobě docílilo nižší spotřeby alkoholu, trhu s alkoholickými produkty se záhy zmocnil organizovaný zločin. Dalším důvodem ke zrušení prohibice 21. dodatkem k ústavě v roce 1933 byly zejména ušlé příjmy na daních, jež se velmi citelně projevily v období Velké hospodářské krize.¹

Po období prohibice se regulace spotřeby alkoholu přesunula z federální vlády na jednotlivé státy. Třebaže má v dnešní době každý stát nastavenou svou legislativu podle vlastního receptu na zodpovědnou spotřebu alkoholu, druhy regulace jednotlivých států se dají hrubě zařadit do dvou hlavních kategorií: systému licencí (tzv. *license state*) a systému státního monopolu (tzv. *control state*). V případě systému licencí je soukromníkům dovoleno zakoupit si právo na prodej alkoholu, naopak v případě systému státního monopolu jedná jako prodejce alkoholu stát. Příznivci systému státního monopolu argumentují nižší spotřebou alkoholu, vyššími příjmy státu i nižším počtem přečinů v opilosti, oproti tomu však systém licencí zmenšuje vliv vlády na trh.

2. Problematika monopolu

První návrhy na monopolizaci prodeje alkoholu přišly krátce po konci prohibice. Tento model byl oproti rozšířenějšímu modelu licencování podporován zejména sociálními konzervativci, sdruženími za omezení požívání alkoholu a korporátními elitami. Volba jednotlivých států tak záležela zejména na intenzitě tlaku těchto zájmových skupin na legislativní orgány. Dnes existuje celkem 18 států provozujících státní monopol na distribuci alkoholu.

Avšak důležité je si povšimnout časté rozrůzněnosti v samotných systémech monopolů mezi jednotlivými státy. Mnohdy si totiž jednotlivé monopoly v průběhu posledních osmdesáti let osvojily rozdílné postupy vlivem rozdílných náboženských a kulturních rysů nebo vlivem významných státních politiků. Jednotlivé monopoly se proto zaměřují na různé druhy alkoholických nápojů, provozují monopol na různých úrovních a odlišnými způsoby.

Zde přichází na scénu takzvaný třístupňový systém (tzv. *three-tier system*), jenž rozděluje trh s alkoholem do tří stupňů: výrobce, velkoobchod a maloobchod. Všechny státy, které provozují monopol na distribuci alkoholu, kontrolují velkoobchod. Nicméně pouze 12 států z 18 kontroluje také

¹ *Prohibition* [online]. History.com [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.history.com/topics/prohibition.html>>.



maloobchod. V tomto případě stát vždy určuje maloobchodní cenu a spravuje skladové zásoby, třebaže nemusí nutně přímo spravovat jednotlivé obchody. Příkladem států, které spravují svou vlastní síť obchodů, jsou Virginia a New Hampshire. Mírně populárnějším způsobem je, že stát uzavře smlouvu se soukromou firmou, která tyto obchody spravuje, tudíž se tak zbavuje nákladů spojených s provozem – výplat, nájemného a managementu, přestože se tak i zbavuje části příjmů z maloobchodu. Soukromé smluvní partnery využívají státy jako Mississippi nebo Montana.²

Státy často také nesdílí svůj postoj vůči alkoholickým nápojům s nižším obsahem alkoholu, jako je pivo nebo víno. Například ve státu New Hampshire je možno zakoupit si víno, pivo či kterýkoli jiný nápoj s obsahem alkoholu nižším než 6 objemových procent v supermarketu, destiláty jsou však k dispozici pouze ve specializovaných obchodech.³ Naopak ve státě Mississippi si může konzument kterýkoli alkoholický nápoj kromě tuzemských vín a nápojů obsahujících alkohol do 5 hmotnostních procent koupit pouze ve specializovaných obchodech.⁴ Mezi monopoly zkrátka neexistuje jednoznačný vzorec pro určování alkoholických nápojů vhodných pro distribuci i mimo specializované obchody, neboť se státy častokrát liší i v hranici objemových procent alkoholu pro jednotlivé nápoje – to může mít značný vliv na výrobce, kteří tak nemůžou vybrat správný obsah alkoholu pro jednotnou distribuci v rámci všech monopolů.

3. Vliv monopolu na trh

Přestože že je monopol jako tržní struktura alokačně neefektivní (vždy nabízí méně produktu, než trh vyžaduje), v případě alkoholických nápojů vyplývá z menší dostupnosti paradoxně sociálně efektivnější stav. V případě alkoholu se totiž jedná o selhání trhu v podobě negativní externality, neboť vyšší konzumace alkoholu způsobuje větší negativní následky pro společnost – případ, kdy trh sám o sobě nikdy nedocílí společensky optimálního stavu.⁵

Navzdory tomu je tvorba státního monopolu klíčový zásah vlády do volného trhu, což je v poslední době počin značně nepopulární a mnohdy i nepotřebný. Monopol rovněž vede ke zvyšování cen alkoholu, přestože se však podle dat, které porovnávají průměrnou cenovou hladinu 74 značek lihovin mezi „control“ a „license“ státy, zvýšení ceny jeví jako marginální; v průměru je tedy toto zvýšení zhruba o dva dolary z 27,79 USD na 29,82 USD.

² ZULLO, Roland a kol. *The Fiscal and Social Effects of State Alcohol Control Systems*, Ann Harbor 2013.

³ *Liquor Commission FAQ* [online]. State of New Hampshire [cit. 27. 2. 2016], url: <<https://www.nh.gov/liquor/faq.shtml>>.

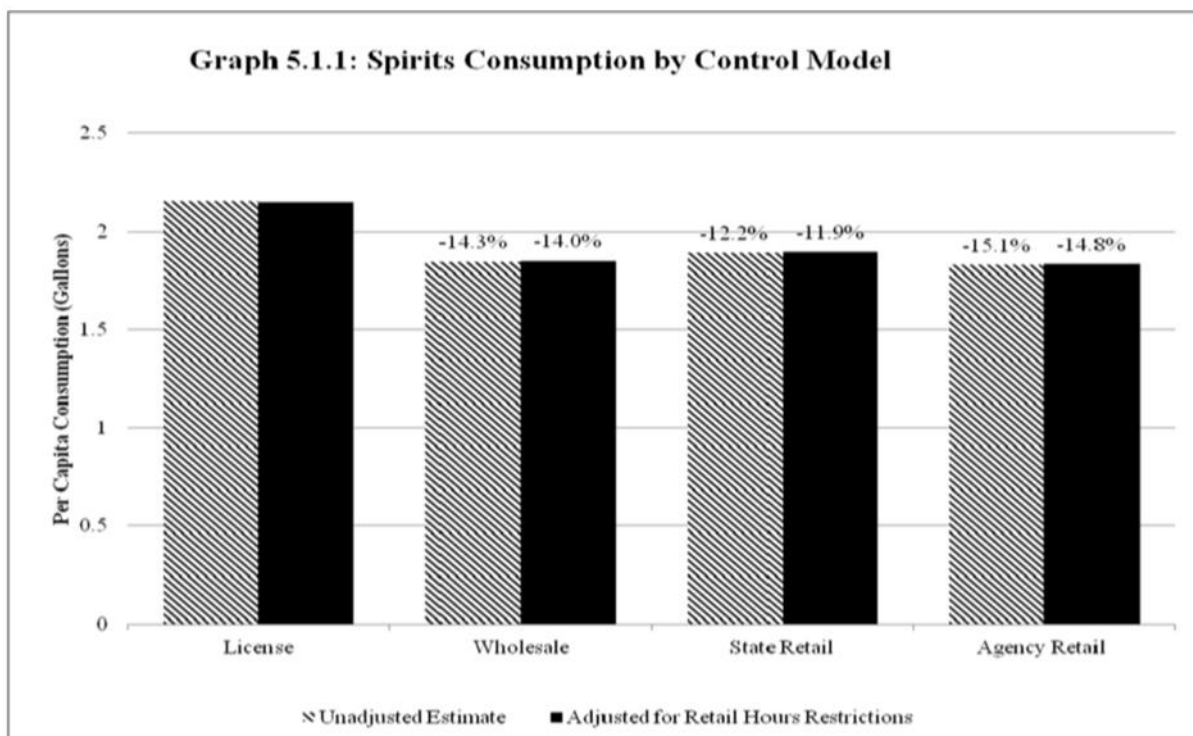
⁴ *Tobacco, Beer, and Alcohol FAQs* [online]. State of Mississippi [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.dor.ms.gov/Pages/ABC-QA.aspx#322>>.

⁵ VARIAN, Hal. *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*, 8th ed., New York 2010.



Jelikož monopol nastavuje vyšší cenu než konkurenční trh, množství alkoholu na trhu se v případě konkurenčního trhu podle pravidla poptávky musí nutně zvýšit.⁶ Studie Minnesotské univerzity zkoumala dopad privatizace státního monopolu na prodej vína a došla k závěru, že po privatizaci se zvedl prodej vína o 42 % v Alabamě, o 150 % v Idaho, o 137 % v Maine, o 75 % v Montaně a o 15 % v New Hampshire.⁷ Tento trend potvrzují i zpracovaná data APIS (*Alcohol Policy Information System*) a BIG (*Beverage Information Group*) z období let 1977-2010, která znázorňují rozdíly mezi státy v konzumaci alkoholu na hlavu, přičemž jsou brány v potaz různé způsoby dohledu na distribuci alkoholu, viz grafy 1 a 2. Graf 1 dokládá, že je v případě státní kontroly velkoobchodu konzumace lihovin na hlavu oproti systému licencování nižší o 14 %; v případě státu přímo provozujícího maloobchod je pak konzumace nižší o 11,9 %; v případě provozu maloobchodu smluvním partnerem je konzumace nižší o 14,8 %. Na grafu 2 je vidět podobná tendence jako v případě grafu 1 s výjimkou maloobchodu provozovaného smluvním partnerem, jenž zaznamenal strmý propad ve spotřebě vína na hlavu o 61 %.⁸

Graf 1



Zdroj: ZULLO, 2013.

⁶ VARIAN, 2010.

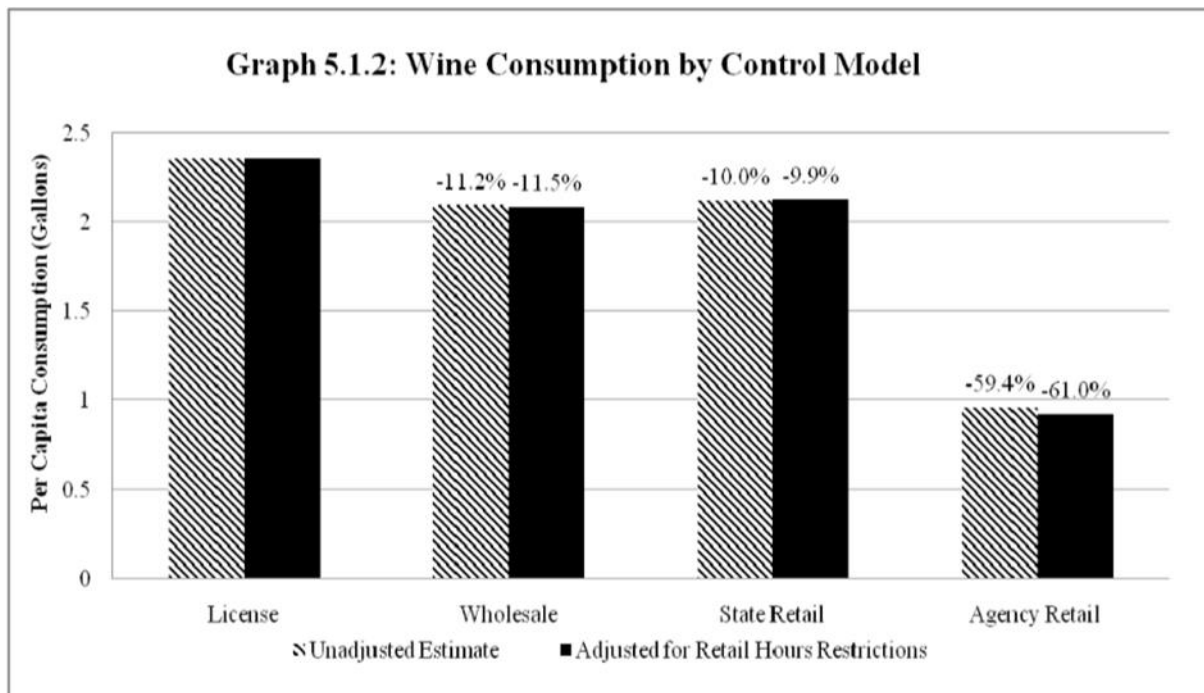
⁷ WAGENAAR, Alexander, HOLDER, Harold. Changes in alcohol consumption resulting from the elimination of retail wine monopolies: results from five U. S. states. Minneapolis 1995.

⁸ ZULLO, 2013.



Tyto výsledky mohou být spojeny s faktem, že obchodů distribuujících alkohol, které provozuje stát či smluvní partner, je většinou méně než licencovaných obchodů, třebaže jsou průměrně větší. Navíc jsou tyto obchody oddělené od supermarketů, zelinářství a domácích potřeb, a tak není pro zákazníky tak příhodné koupit si s jejich obvyklým nákupem také alkohol. Rovněž se tímto způsobem daří na úkor pohodlí zákazníka lépe předcházet prodeji alkoholu nezletilým, neboť pro nezletilého není odůvodnění pro vstup do obchodu, který prodává pouze alkohol, pokud není doprovázen osobou oprávněnou ke konzumaci alkoholu. Z toho je možné vyvodit, že zákon o prodeji alkoholu je efektivněji dodržován ve státě s dozorem nad maloobchodním prodejem alkoholu. Další možností, proč monopoly dosáhly výše zmíněných výsledků, mohla být kratší otevírací doba obchodů států s monopolem, která je v porovnání s otevírací dobou států s licencováním okolo šesti hodin kratší v týdnu (vyjma neděle) a okolo tří hodin kratší v neděli. Přesto se výsledky po přidání hodin jako kontrolované proměnné lišily pouze minimálně.

Graf 2



Zdroj: ZULLO, 2013.

4. Státní výnosy z prodeje

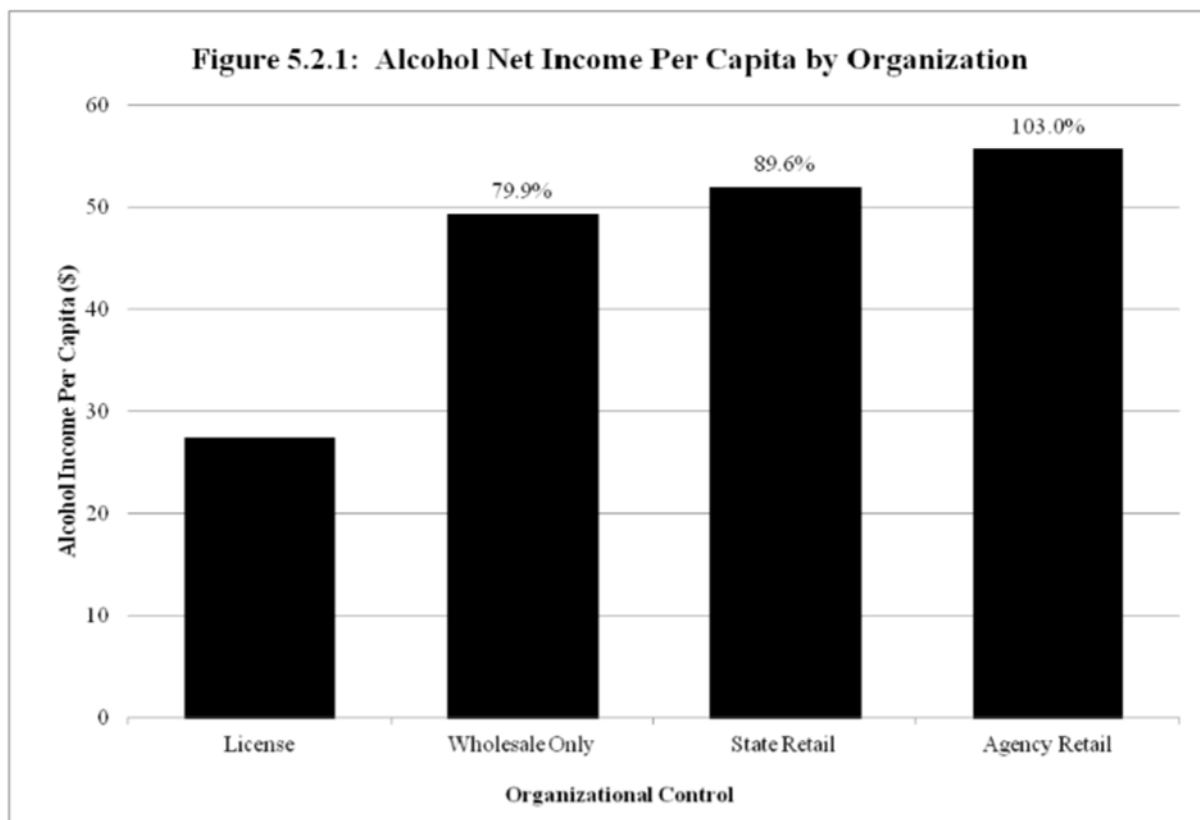
Nezanedbatelnou součástí této problematiky je rozdíl mezi příjmy státu z prodeje alkoholu. Výtěžky jednotlivých států se skládají z příjmů zejména ze spotřební daně z lihu a z prodaných licencí. Státy, které zavedly systém licencování, získávají finance pouze z předchozích dvou zmíněných položek. Na rozdíl od nich si pak stát, jenž se zároveň podílí na distribuci nebo prodeji alkoholu, do svých



příjmu může započítat také utržený zisk z obchodu s alkoholem. Z grafu 3 tedy můžeme vyčíst, že stát, který používá systém licencování, utrží v průměru pouze 27,43 USD na hlavu za prodej alkoholu. Oproti tomu utrží všechny druhy státního monopolu znatelně více financí. Státní monopol kontrolující pouze velkoobchod utrží o 79,9 % více než stát s licencováním, přičemž stát provozující vlastní maloobchod utrží o 89,6 % více, a stát, který uzavře smlouvu o provozu maloobchodu s agenturou, vydělává o 103 % více než stát s licencováním. Z těchto dat můžeme zjistit, že většina příjmů jakéhokoli státu s monopolem pravděpodobně plyne z velkoobchodu.⁹

Častý argumentem je, že nadbytečný zisk vytěžený z prodeje alkoholu je posléze použit na pokrytí nákladů za policii, soudy a zdravotnictví. Podle dat COG (*Census of Governments*) zpracovaných Michiganskou univerzitou však nebyl nalezen statisticky významný rozdíl v množství financí utracených na výše zmíněných nákladech v případech států s licencováním a monopolem. To může však být i tím, že mnohé náklady spojené s těmito položkami nejsou zachyceny daty COG.¹⁰

Graf 3



Zdroj: ZULLO, 2013.

⁹ ZULLO, 2013.

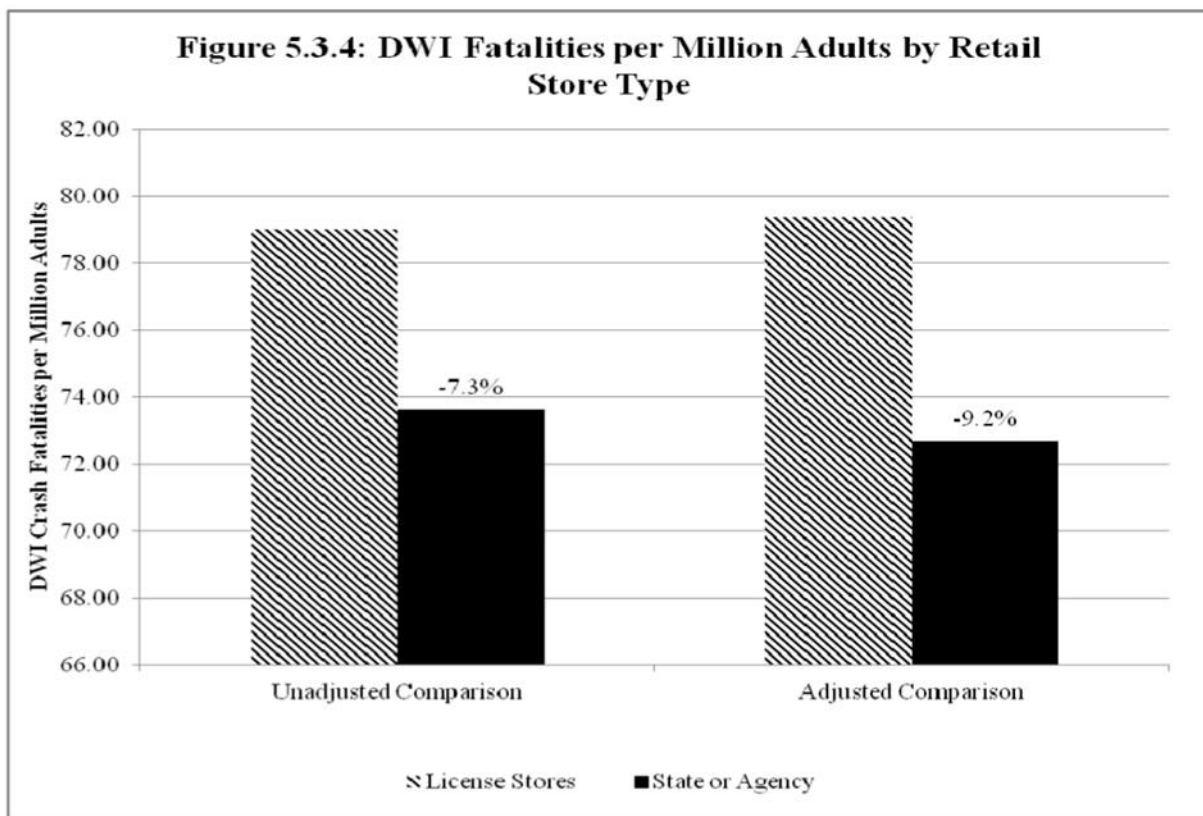
¹⁰ ZULLO, 2013.



5. Úmrtí na silnicích vlivem řízení v podnapilosti

Michiganská univerzita se rovněž pokusila zjistit, zdali je statisticky viditelný rozdíl mezi jednotlivými systémy distribuce alkoholu v jejich vlivu na úmrtnost za volantem z důvodu řízení v podnapilosti. Pro zpracování byla použita data z NHTSA (*National Highway Traffic Safety Administration*). Data o počtu nehod, která byla vztažená na počet obyvatel, ukázala, že státy s jakoukoli formou státního monopolu na distribuci alkoholu mají vyšší úmrtnost než státy se systémem licencování. Pro tyto výsledky se však nepodařilo najít žádné logické odůvodnění, tudíž se pokračovalo pouze s porovnáním úrovně kontroly maloobchodu – na jedné straně státy, které svým maloobchodníkům nabízejí licenci (státy s licencováním a státy pouze s kontrolou nad velkoobchodem), na straně druhé státy, které kontrolují taktéž maloobchod.

Graf 4



Zdroj: ZULLO, 2013.

Z grafu 4 můžeme odtušit, že úmrtnost za volantem z důvodu konzumace alkoholu je v případě státům kontrolovaných maloobchodů nižší o 9.2 % než v případě států, které provozují maloobchod skrze systém licencí.¹¹ Z výzkumu PRC (*Prevention Research Center*) také plyne, že počet nehod

¹¹ ZULLO, 2013.



za volantem je znatelně více závislý na prodeji piva než na prodeji vína a lihovin.¹² Přesto jediným státem, jenž nedovoluje prodej piva jinde než ve specializovaných státních obchodech, je Utah.¹³

6. Kriminalita

Konzumace alkoholu rovněž silně ovlivňuje kriminalitu. Značný pokles kriminality tudíž zaznamenaly státy s kontrolou nad maloobchodem. Naopak zajímavou skutečností je, že znatelný nárůst v kriminalitě byl registrován ve státech, jež měly v platnosti zákon upravující prodej alkoholu ve stravovacích a pohostinských zařízeních (tzv. *dram shop*). Mezi tyto zařízení patří všechny podniky, ve kterých se prodává alkohol. Těmi mohou být například bary, noční kluby, restaurace, atp. Tento zákon – odborně nazýván „dram law“ – udává všem výše zmíněným podnikům odpovědnost za jednání viditelně podnapilých, kterým prodá podnik další alkohol a kteří svou činností v podnapilém stavu někoho zabijí nebo někomu způsobí zranění.¹⁴ Tento zákon se snaží zabránit podnikům v nezodpovědném hazardu souvisejícím s podáváním alkoholu osobám ve viditelné podnapilosti, třebaže se dá jen velice těžko prokázat, že pouze vliv daného nápoje na strávnicka byl příčinou deliktu. Přestože by měl mít tento zákon za následek pokles kriminality, zdá se, že přítomnost tohoto zákona, mnohými považovaného za přílišně drakonický, je spojena s vyšším počtem znásilnění, vloupání, sexuálního harašení a vandalismu.¹⁵

7. Co můžeme očekávat od privatizace?

Za poslední dobu se velmi rozvinul trend privatizovat státní monopoly s cílem minimalizovat zásahy vlády do volného trhu. Úspěšně se povedlo privatizovat alkoholový monopol ve státě Washington, třebaže tento krok nevedl ke snížení cen alkoholu, neboť zákonodárci zároveň s privatizací také výrazně zvedli státní zdanění alkoholu, aby tak docílili podobných výtěžků, jaké měl monopol před privatizací. Ceny však v mnoha větších specializovaných obchodech a v rozsáhlých řetězcích supermarketů zůstaly na stejné úrovni.¹⁶ Nedá se tedy očekávat, že by se státy rozhodly privatizovat, aniž by došlo ke zvýšení průměrné ceny alkoholu. Právě tato skutečnost se stává častým mýtem o privatizaci, kterým se ovlivňuje veřejné mínění.

O privatizaci se nyní zasazuje i mnoho kongresmanů z Pensylvánie. Již podruhé totiž prošel dolní komorou návrh zákona o privatizaci prodeje lihovin; poté, co ho guvernér Pensylvánie Tom Wolf

¹² GRUENEWALD, Paul, PONICKI, William. The relationship of the retail availability of alcohol and alcohol sales to alcohol-related traffic crashes. Berkeley 1997

¹³ *Liquor Laws* [online]. Utah Department of Alcoholic Beverage Control [cit. 27. 2. 2016], url: <http://abc.utah.gov/laws/law_faqs.html>.

¹⁴ HILL, Kathleen, HILL, Gerald. *The People's Law Dictionary*. New York 2002.

¹⁵ ZULLO, 2013.

¹⁶ KERR, William, WILLIAMS, Edwina, GREENFIELD, Thomas. *Analysis of Price Changes in Washington Following the 2012 Liquor Privatization*. Emeryville, 2015.



jednou vetoval, neboť se obával mezery ve státních příjmech, která by po privatizaci trhu jistě následovala. Další státy, ve kterých se o privatizaci uvažuje, jsou Idaho a Oregon.¹⁷

Do jaké míry se trh dokáže vyrovnat s uvolněním prodeje alkoholu, však zůstává otázkou. Pravděpodobně by došlo ke zvýšení spotřeby alkoholu a zvýšení hustoty sítě prodejen alkoholu. Není jisté, zdali by se cena opravdu snížila, neboť zákonodárci při privatizaci většinou tíhnou spíše ke zvýšení zdanění alkoholu. Zvýšení dostupnosti alkoholu vede ke zvýšení spotřeby alkoholu a tedy i k většímu počtu onemocnění přímo či nepřímo spojených s alkoholem, jakými jsou například cirhóza jater, onemocnění trávicí, vylučovací, nervové i cévní soustavy a řada dalších zdravotních problémů. Rovněž jsou dle statistik roční výdaje na léčbu onemocnění zaviněných konzumací alkoholu mnohanásobně vyšší než příjmy ze spotřební daně, případně z licencí.^{18 19} Pokud by se však zákonodárci rozhodli daň ponechat ve stejné podobě jako před privatizací, dočkali by se rovněž drastického snížení příjmu státu z distribuce alkoholu. Tento problém by se však poté dal jen stěží kompenzovat následným rozhodnutím pro navýšení alkoholové daně, neboť se dá předpokládat, že by zákonodárné orgány čelily značné nevoli ze strany občanů i tlaku alkoholového průmyslu. V případě privatizace monopolu zároveň kontrolujícího i maloobchod může dojít k citelnému zvýšení nehod na silnicích a mírnému zvýšení kriminality.

8. Názory na řešení

V debatě o regulaci licencování a prodeje alkoholu bude zapojeno mnoho zájmových skupin, tudíž při jednání o případných systémových změnách budou kongresmani muset zvážit přehršel různorodých názorů na tuto problematiku. Hlavní aktéři často neváhají vynaložit velké finanční obnosy za reklamní spoty a propagandu, která nakloní voliče jejich myšlence. Kromě manipulace s veřejným míněním se tito aktéři často obracejí i na přední lobbistické firmy.

8.1 Velké řetězce supermarketů

Tito aktéři jsou těmi nejvíce angažovanými v diskuzi o tom, zdali privatizovat či ne. V privatizaci tak často vidí možnost od státu elegantně převzít velmi výdělečný byznys. Snaží se však rovněž zpříjemnit zákazníkům nákup, protože si zákazník již nemusí zajít do specializovaného státního obchodu, který je většinou vzdálený od supermarketů a obchodních center, aby si daný alkoholický nápoj koupil. Určitou příležitost vidí hlavně v koupi mnoha licencí, aby si tak mohli zajistit dominantní

¹⁷ ALEXANDERSEN, Christian. Liquor reform bill heads to the Pa. Senate amid concerns of privatization, expanded sales. Pennlive [online]. 10. 12. 2015 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://www.pennlive.com/news/2015/12/liquor_reform_bill_heads_to_th.html>.

¹⁸ *Excessive Drinking Costs U. S. \$223.5 Billion* [online]. Centers for Disease Control and Prevention [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.cdc.gov/features/alcoholconsumption/>>.

¹⁹ *Statistical release: Excise tax 2006* [online]. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.ttb.gov/statistics/final06.pdf>>.



postavení na licencemi velmi stísněném trhu. Hlavními hráči na tomto poli supermarketů jsou zejména obří řetězce Wal-Mart či Giant Eagle. Privatizovat alkoholové monopoly se také snaží gigant mezi americkými klubovými velkoobchody Costco Wholesale Corporation. Costco je jako jedno z mála schopno udržet ceny nízko i po zvýšení daně, zákazník si však musí koupit větší objem alkoholu (u lihovin to může být například objem 1,75 l a výše). Další kategorií rozsáhlých řetězců, které se snaží dosáhnout privatizace, jsou specialisti na distribuci alkoholu (Např. BevMo!, Young's Market, Southern Wine & Spirits, Total Wine & More) nebo síť čerpacích stanic a občerstvení Sheetz.²⁰

8.2 United Food and Commercial Workers

Výraznou roli v diskuzi o privatizaci bezpochyby hrají odbory. Ty se totiž obávají, že kvůli privatizaci přijde podle odhadů UFCW o práci okolo 3 500 zaměstnanců²¹, za předpokladu, že se státní obchody s alkoholem zavrou. I kdyby však bylo rozhodnuto o odprodeji státních obchodů, pro většinu z nich by to stejně bylo likvidační. Tyto obchody byly totiž záměrně umístěny z dosahu velkých obchodních zón a nákupních center, aby tak potenciálním zákazníkům znemožnili koupi lihovin s jejich normálním nákupem. To sice přinášelo ovoce, dokud byly obchody vlastněny státem, ale v případě privatizace nebudou mít špatně umístěné obchody proti dravé konkurenci šanci.

8.3 Výrobci

Mnozí výrobci piva, mezi kterými byla i velká jména jako Anheuser-Busch a MillerCoors, se rázně ohradili vůči prvnímu návrhu zákona, neboť obsahoval limity na prodej piva, třebaže limity na prodej vína ani lihovin neobsahoval. Těmto distributorům totiž jde především o výhodnou pozici na trhu, zejména pak o co nejmenší regulaci prodeje jejich produktu, a nebojí se poskytnout velké částky lobby, aby tak byl prosazen zákon podle jejich představ. Rovněž se tak staví proti vysokému zdanění produktů a jednání velkých řetězců, které se snaží skoupit co největší počet licencí za účelem dominance na trhu. Naopak nadnárodní společnosti a lihovinové koncerny jsou privatizaci jednotlivých států velmi nakloněny. Za privatizací totiž vidí další možnost rozšířit svůj produkt.²²

Jestli pomyšlení na tyto protisoutěžní praktiky distributorů velké výrobce tak děsí, pro menší výrobce, mezi které patří zejména lokální či rodinné vinice a pivovary, je tato možnost takřka likvidační.

²⁰ SMART, Gil. Liquor lobbyists spent over \$900,000 towards privatizing alcohol sales in Pa. Lancaster Online [online]. 7. 8. 2013 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://lancasteronline.com/news/liquor-lobbyists-spent-over-towards-privatizing-alcohol-sales-in-pa/article_37053452-a02f-576c-be5b-fa37fd5690ec.html>.

²¹ PA's Wine and Spirits Stores [online]. UFCW Local 1776 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://www.ufcw1776.org/?zone=/unionactive/view_page.cfm&page=PA20Wine202620Spirits20Stores>.

²² SOUTHWICK, Ron. Anheuser-Busch, MillerCoors, Pennsylvania breweries oppose liquor privatization bill. Pennlive [online]. 20. 3. 2013 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://www.pennlive.com/midstate/index.ssf/2013/03/anheuser-busch_millercoors_pen.html>.



Přestože že jsou tito výrobci povětšinou skalní zastánci privatizace, velmi se obávají nátlaku velkých řetězců na cenu a kvantitu dodávek daného výrobku, kterou drobné vinice či pivovary nejsou schopny splnit. Za jejich práva pak především lobují celostátní asociace (např. Brewers of Pennsylvania).²³

9. Závěr

Přestože je vítané, že jednotlivé státy regulují svůj trh s alkoholem v závislosti na svých konkrétních sociokulturních rysech, federální Kongres by měl v tomto případě zakročit a přinejmenším elementárně sjednotit strukturu trhu s alkoholem pro všechny státy. Monopol na obchod s alkoholem představuje vskutku nevšední způsob, jak úspěšně redukovat konzumaci alkoholu a zároveň výrazně zvyšovat výnos státu z prodeje alkoholu. Avšak i alkoholový monopol sebou nese četné nedostatky – spekulativní je hlavně dopad monopolů na hospodářskou soutěž v jednotlivých státech. V poslední době je možné pozorovat nápadný trend, kdy firmy i samotní občané tíhnou spíše k privatizaci; příkladem tohoto trendu jsou zejména státy Pensylvánie či Washington. Bereme-li rovněž v potaz fakt, že systémy alkoholových monopolů jsou v menšině oproti státům se systémem licencování a že tyto struktury jsou mnohdy značně rozrůzněné, je jen přirozené, že by se mohly alkoholové monopoly privatizovat. Samotná privatizace však nese mnohá úskalí, jakými jsou například masové propouštění státních zaměstnanců nebo nátlaku velkých prodejců na drobné vinice a pivovary. Nižší příjmy z prodeje alkoholu mohou zákonodárci vykompenzovat vyšší spotřební daní, to se však výrazně promítne na ceně alkoholu, a cena alkoholu bude tedy pravděpodobně vyšší ve státě se systémem licencí než se systémem alkoholového monopolu. Rozumně nastavená privatizace zbylých alkoholových monopolů by mohla celou situaci na trhu s alkoholem ve Spojených státech značně zlepšit. Klíčové bude zejména zvážit a implementovat návrhy zájmových skupin, přesto však tyto hlasy nesmí dominovat nad zájmy občanů a nad zdravým úsudkem.

²³ RUSS, Madison. Pennsylvania wineries see opportunities in state liquor privatization. Pittsburgh Post-Gazette [online]. 23. 8. 2015 [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.post-gazette.com/news/state/2015/08/23/Pennsylvania-wineres-see-opportunities-in-state-liquor-privatization/stories/201508160118>>.



Zdroje

ALEXANDERSEN, Christian. Liquor reform bill heads to the Pa. Senate amid concerns of privatization, expanded sales. Pennlive [online]. 10. 12. 2015 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://www.pennlive.com/news/2015/12/liquor_reform_bill_heads_to_th.html>.

Excessive Drinking Costs U. S. \$223.5 Billion [online]. Centers for Disease Control and Prevention [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.cdc.gov/features/alcoholconsumption/>>.

GRUENEWALD, Paul, PONICKI, William. The relationship of the retail availability of alcohol and alcohol sales to alcohol-related traffic crashes. Berkeley 1997.

HILL, Kathleen, HILL, Gerald. The People's Law Dictionary. New York 2002.

KERR, William, WILLIAMS, Edwina, GREENFIELD, Thomas. Analysis of Price Changes in Washington Following the 2012 Liquor Privatization. Emeryville, 2015.

Liquor Commission FAQ [online]. State of New Hampshire [cit. 27. 2. 2016], url: <<https://www.nh.gov/liquor/faq.shtml>>.

Liquor Laws [online]. Utah Department of Alcoholic Beverage Control [cit. 27. 2. 2016], url: <http://abc.utah.gov/laws/law_faqs.html>.

PA's Wine and Spirits Stores [online]. UFCW Local 1776 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://www.ufcw1776.org/?zone=/unionactive/view_page.cfm&page=PA20Wine202620Spirits20Stores>.

Prohibition [online]. History.com [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.history.com/topics/prohibition.html>>.

RUSS, Madison. Pennsylvania wineries see opportunities in state liquor privatization. Pittsburgh Post-Gazette [online]. 23. 8. 2015 [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.post-gazette.com/news/state/2015/08/23/Pennsylvania-winerries-see-opportunities-in-state-liquor-privatization/stories/201508160118>>.

SMART, Gil. Liquor lobbyists spent over \$900,000 towards privatizing alcohol sales in Pa. Lancaster Online [online]. 7. 8. 2013 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://lancasteronline.com/news/liquor-lobbyists-spent-over-towards-privatizing-alcohol-sales-in-pa/article_37053452-a02f-576c-be5b-fa37fd5690ec.html>.



SOUTHWICK, Ron. Anheuser-Busch, MillerCoors, Pennsylvania breweries oppose liquor privatization bill. Pennlive [online]. 20. 3. 2013 [cit. 27. 2. 2016], url: <http://www.pennlive.com/midstate/index.ssf/2013/03/anheuser-busch_millercoors_pen.html>.

Statistical release: Excise tax 2006 [online]. Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.ttb.gov/statistics/final06.pdf>>.

Tobacco, Beer, and Alcohol FAQs [online]. State of Mississippi [cit. 27. 2. 2016], url: <<http://www.dor.ms.gov/Pages/ABC-QA.aspx#322>>.

VARIAN, Hal. *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*, 8th ed., New York 2010.

WAGENAAR, Alexander, HOLDER, Harold. *Changes in alcohol consumption resulting from the elimination of retail wine monopolies: results from five U. S. states*. Minneapolis 1995.

ZULLO, Roland a kol. *The Fiscal and Social Effects of State Alcohol Control Systems*, Ann Harbor 2013.