

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomiky**



**Diplomová práce**

**Trh s pivem v Pobaltí**

**Hana Stoklasová**

© 2021 ČZU v Praze



## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Hana Stoklasová

Ekonomika a management

Provoz a ekonomika

Název práce

**Trh s pivem v Pobaltí**

Název anglicky

**Beer Market in Baltic States**

---

### Cíle práce

Cílem práce je identifikace a komparace hlavních pivovarů v Pobaltí a jejich sortimentu.

Teoretická část práce bude věnována historii a specifickým pivovarského průmyslu v daných zemích a identifikaci nejznámějších hráčů na trhu.

Praktická část bude zaměřena převážně na trh v Lotyšsku. Bude se zabývat jak lokálními výrobci, tak těmi českými na lotyšském trhu. Praktická část bude podpořena dotazníkovým šetřením převážně na lotyšských studentech.

### Metodika

Teoretická část se bude skládat z informací získaných z dostupných odborných zdrojů a oficiálních informací jednotlivých pivovarů.

V praktické části budou při analýze aplikovány základní statistické metody a informace poskytnuté zástupci pivovarů. Dále bude proveden průzkum veřejnosti dotazníkovou metodou. Výsledky dotazníkového šetření budou statisticky zpracovány a prezentovány za pomoci grafů.

## **Doporučený rozsah práce**

60 – 80 stránek

## **Klíčová slova**

pivo, pivovarnictví, pivovarství, Pobaltí, Lotyšsko, trh

---

## **Doporučené zdroje informací**

DELOS, G. Beers of the world. Godalming : Colour Library Books, 1994. ISBN 1858332222.  
GLOVER, B. The world encyclopedia of beer. London : Lorenz Books, 1997. ISBN 1859674593.  
SMITH, G. D. Beer : a global history. London : Reaktion Books, 2014. ISBN 9781780232997.  
SWINNEN, J. F. M. The economics of beer. Oxford : Oxford University Press, 2011. ISBN 9780199693801.  
WEBB, T. The world atlas of beer. New York: Sterling Epicure, 2012. ISBN 9781402789618.

---

## **Předběžný termín obhajoby**

2018/19 ZS – PEF (únor 2019)

## **Vedoucí práce**

Ing. Tomáš Maier, Ph.D.

## **Garantující pracoviště**

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 5. 11. 2019

**prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 7. 11. 2019

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 10. 03. 2021

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci Trh s pivem v Pobaltí jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31. 3. 2021

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Tomáši Maierovi, Ph.D., za vedení této práce, cenné znalosti a informace. Dále bych ráda poděkovala všem, kteří si našli chvíli, aby zodpověděli mé otázky v rámci dotazníku i mimo něj. Také bych ráda poděkovala vyučujícím na University of Latvia (především profesorům V. Muktupāvelsovi, V. P. Karnupsovi a J. Krūmiņšovi), všem lotyšským respondentům a přátelům, kteří mi poskytli cenné informace a pomohli mi s šířením dotazníků. Jūs esat labākais. Liels paldies un priekā! V neposlední řadě pak děkuji přátelům a rodině za notnou dávku trpělivosti a podpory v rámci celého studia.

# Trh s pivem v Pobaltí

## Abstrakt

Předkládaná práce se zabývá pivním trhem v zemích Pobaltí, tedy trhem Estonska, Lotyšska a Litvy.

Teoretická část práce nejdříve představuje Pobaltí a jeho historii. Při stručném představení nejdůležitějších historických událostí je kladen důraz na jejich vliv na ekonomiku jednotlivých zemí. Následně je představena současná ekonomická a demografická situace pobaltských zemí. Dále se teoretická část věnuje historii piva na území Pobaltí a specifickým pivním stylům Pobaltí. Následují nejdůležitější zákony a daně, které trh s pivem v Pobaltí ovlivňují. Na závěr teoretické části je nastíněno rozdělení trhu s pivem a představeny nejdůležitější pivovary jednotlivých zemí.

Empirická část se věnuje analýze produkce, mezinárodního obchodu a spotřeby ve všech třech zemích. Následují výsledky dotazníkových šetření orientovaných na české a lotyšské spotřebitele, zaměřené na vzájemné vnímání, rozdíly mezi spotřebiteli a nedostatky trhu. Na základě poznatků z teoretické části a výsledků praktické části jsou pak identifikovány a představeny tržní příležitosti.

V závěru práce je pak kromě nejdůležitějších poznatků prezentováno i doporučení k dalšímu výzkumu.

**Klíčová slova:** Pobaltí, pivovarnictví, pivní styly, restriktivní politika, spotřební daně, spotřeba, mezinárodní obchod, spotřebitel, Estonsko, Litva, Lotyšsko

# Beer Market in the Baltic States

## **Abstract**

The presented diploma thesis focuses on the beer market in the Baltic States – Estonia, Latvia, and Lithuania.

The theoretical part of the work introduces the Baltics and their history. Important events are presented as to explicate the changes in the economies of each Baltic country over the course of history. The work then introduces the current economic and demographic situation of the countries. It also deals with the history of beer in the Baltics and specific beers and styles the area offers. It presents the most significant legal and taxation acts regarding both brewers and consumers. The last part of theoretical work introduces the market in the terms of market shares as well as the main competitors in each country.

In the empirical part an analysis of production, foreign trade and consumption is carried out. It also presents the results of questionnaires, which were carried out among both Czech and Latvian consumers with the goal of ascertaining the common perception, differences in consumer behaviour and the market demerits. Market gaps, which were identified based on the findings in both theoretical and empirical part, are presented.

The main findings, along with the author's commentary and proposal of further research, are to be found in the concluding chapter

**Keywords:** Baltic States, Brewing Industry, Beer Styles, Restrictive Policies, Excise Taxes, Consumption, Foreign Trade, Consumer, Estonia, Lithuania, Latvia



# Obsah

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 Úvod</b> .....  | <b>13</b> |
| <b>2 Cíl práce a metodika</b> .....  | <b>15</b> |
| 2.1 Cíl práce .....  | 15        |
| 2.2 Metodika .....   | 15        |
| 2.2.1 Teoretická část .....  | 15        |
| 2.2.2 Praktická část .....   | 15        |
| 2.2.2.1 Analýzy produktového portfolia, trhu, mezinárodního obchodu a spotřeby ..... | 15        |
| 2.2.2.2 Dotazníkové šetření .....  | 16        |
| <b>3 Teoretická východiska</b> .....   | <b>20</b> |
| 3.1 Pobaltí .....  | 20        |
| 3.1.1 Moderní dějiny a jejich vliv na ekonomiku .....                                | 20        |
| 3.1.1.1 První světová válka.....   | 21        |
| 3.1.1.2 Meziválečné období.....  | 22        |
| 3.1.1.3 Druhá světová válka .....  | 22        |
| 3.1.1.4 Sovětský svaz .....  | 23        |
| 3.1.1.5 Od nezávislosti k euru .....   | 24        |
| 3.1.2 Základní údaje o Pobaltí .....   | 26        |
| 3.1.2.1 Demografie .....   | 26        |
| 3.1.2.2 Ekonomická situace.....  | 26        |
| 3.2 Pivní trh v Pobaltí.....   | 28        |
| 3.2.1 Historie piva v Pobaltí .....  | 28        |
| 3.2.1.1 Pivo jako součást dnešní kultury .....                                       | 29        |
| 3.2.2 Pivní styly a chutě typické pro Pobaltí .....                                  | 30        |
| 3.2.2.1 Farmhouse ale.....   | 30        |
| 3.2.2.2 Stone beer .....   | 34        |
| 3.2.2.3 Kvas .....   | 34        |
| 3.2.2.4 Porter, Baltic porter .....  | 35        |
| 3.2.2.5 Ostatní populární druhy piva .....   | 36        |
| 3.3 Faktory ovlivňující trh.....   | 37        |
| 3.3.1 Daň z přidané hodnoty .....  | 37        |
| 3.3.2 Spotřební daň .....  | 38        |
| 3.3.3 Zákony .....   | 40        |
| 3.3.3.1 Definice piva .....  | 40        |
| 3.3.3.2 Definice minipivovaru.....   | 40        |
| 3.3.3.3 Legální věková hranice pro konzumaci a nákup alkoholu .....                  | 41        |

|          |  |           |
|----------|--|-----------|
| 3.3.3.4  | Omezení času prodeje.....                              | 41        |
| 3.3.3.5  | Omezení míst prodeje .....                             | 42        |
| 3.3.3.6  | Omezení velikosti PET láhví .....                      | 42        |
| 3.3.3.7  | Omezení marketingových činností pivovarů .....         | 43        |
| 3.3.3.8  | Alkohol a řízení .....                                 | 43        |
| 3.4      | Nejvýznamnější pivovary .....                          | 44        |
| 3.4.1    | Estonsko .....   | 45        |
| 3.4.1.1  | A. Le Coq.....   | 45        |
| 3.4.1.2  | Saku .....   | 46        |
| 3.4.1.3  | Viru õlu.....  | 48        |
| 3.4.1.4  | Minipivovary .....                                     | 49        |
| 3.4.2    | Lotyšsko .....   | 49        |
| 3.4.2.1  | Aldaris.....   | 50        |
| 3.4.2.2  | Cěsu alus .....  | 51        |
| 3.4.2.3  | CIDO group .....                                       | 53        |
| 3.4.2.4  | Těrvete .....  | 54        |
| 3.4.2.5  | Další významné pivovary .....                          | 55        |
| 3.4.2.6  | Minipivovary .....                                     | 55        |
| 3.4.3    | Litva .....  | 56        |
| 3.4.3.1  | Švyturys-Utenos .....                                  | 57        |
| 3.4.3.2  | Kalnapilio-Tauro.....                                  | 58        |
| 3.4.3.3  | Volfas Engelman .....                                  | 59        |
| 3.4.3.4  | Další významné pivovary .....                          | 60        |
| 3.4.3.5  | Minipivovary .....                                     | 60        |
| <b>4</b> | <b>Vlastní práce .....</b>                             | <b>62</b> |
| 4.1      | Komparace sortimentu Saku, Švyturys-Utenos a Cěsu..... | 62        |
| 4.1.1    | Šírka výrobního portfolia .....                        | 62        |
| 4.1.1.1  | Šírka pivního výrobního portfolia .....                | 63        |
| 4.1.2    | Hloubka výrobního portfolia.....                       | 63        |
| 4.2      | Složení trhu, index koncentrace .....                  | 66        |
| 4.3      | Analýza produkce a mezinárodního obchodu .....         | 69        |
| 4.3.1    | Produkce.....  | 69        |
| 4.3.2    | Mezinárodní obchod .....                               | 69        |
| 4.3.2.1  | Nejvýznamnější obchodní partneři .....                 | 71        |
| 4.4      | Analýza spotřeby .....                                 | 72        |
| 4.4.1    | On-trade a off-trade.....                              | 73        |
| 4.4.2    | Rozpočtová linie, index dostupnosti .....              | 73        |

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| 4.4.3    | Cena piva .....                                     | 75         |
| 4.5      | Dotazníkové šetření.....                            | 76         |
| 4.5.1    | Vnímání Pobaltí .....                               | 76         |
| 4.5.2    | Vztah respondentů k pivu .....                      | 79         |
| 4.5.3    | Preference, nákupní zvyklosti.....                  | 79         |
| 4.5.4    | Přístup k zahraničním pivům .....                   | 82         |
| 4.5.5    | Lotyšský trh a spotřebitel.....                     | 83         |
| 4.5.6    | Zákony .....  | 85         |
| 4.5.7    | CSR a ekologie .....                                | 87         |
| 4.6      | Tržní příležitosti .....                            | 89         |
| 4.6.1    | Turismus .....                                      | 89         |
| 4.6.2    | Nedostatky pivního trhu z pohledu spotřebitelů..... | 90         |
| 4.6.3    | Ovocná piva, netypické chutě a kvas.....            | 91         |
| 4.6.4    | Vzájemná spolupráce a tržní příležitosti.....       | 96         |
| <b>5</b> | <b>Výsledky a diskuse .....</b>                     | <b>98</b>  |
| 5.1      | Diskuse.....  | 101        |
| <b>6</b> | <b>Závěr.....</b>                                   | <b>103</b> |
| 6.1      | Možnosti dalšího a příbuzného výzkumu .....         | 105        |
| <b>7</b> | <b>Seznam použitých zdrojů .....</b>                | <b>107</b> |
| <b>8</b> | <b>Přílohy .....</b>                                | <b>115</b> |

## Seznam obrázků

|                  |   |    |
|------------------|---|----|
| <b>Obrázek 1</b> | - Pobaltí.....  | 20 |
| <b>Obrázek 2</b> | - Speciální edice lotyšského latu.....                                      | 29 |
| <b>Obrázek 3</b> | - Oblasti zachování tradičního farmhouse ale.....                           | 31 |
| <b>Obrázek 4</b> | - Spilka Jovaru alus .....  | 33 |
| <b>Obrázek 5</b> | - Přehled nejvýznamnějších značek (% podíl nadnárodní skupiny ve firmě).... | 44 |

## Seznam tabulek

|                   |   |    |
|-------------------|---|----|
| <b>Tabulka 1</b>  | - Základní vlastnosti výběrových souborů .....              | 19 |
| <b>Tabulka 2</b>  | - Šířka výrobního sortimentu.....                           | 62 |
| <b>Tabulka 3</b>  | - Hloubka výrobního sortimentu (spodně kvašená piva).....   | 64 |
| <b>Tabulka 4</b>  | - Hloubka výrobního sortimentu (svrchně kvašená piva) ..... | 65 |
| <b>Tabulka 5</b>  | - Hloubka sortimentu (ostatní piva a sladové nápoje).....   | 65 |
| <b>Tabulka 6</b>  | - Počty pivovarů (2012-2018) .....                          | 66 |
| <b>Tabulka 7</b>  | - Herfindahl-Hirschman Index .....                          | 68 |
| <b>Tabulka 8</b>  | - Obchodní bilance (pivo, mil. €) .....                     | 70 |
| <b>Tabulka 9</b>  | - Mezní míra substituce ve směně .....                      | 73 |
| <b>Tabulka 10</b> | - Složení ceny 2019 (5 % obj. alk, 500 ml).....             | 76 |
| <b>Tabulka 11</b> | - Vztah respondentů k pivu .....                            | 79 |

|   |    |
|---|----|
| <b>Tabulka 12</b> - Oblíbené pivní styly .....                | 79 |
| <b>Tabulka 13</b> - Navrhované zálohy obalů (eurocenty) ..... | 88 |

## Seznam grafů

|   |    |
|---|----|
| <b>Graf 1</b> - Vývoj HDP .....                                 | 27 |
| <b>Graf 2</b> - Spotřební daň z piva (k 15. 1. 2021) .....      | 38 |
| <b>Graf 3</b> - Vývoj spotřební daně na pivo .....              | 38 |
| <b>Graf 4</b> - Vývoj spotřební daně z lihovin .....            | 40 |
| <b>Graf 5</b> - Produkce piva v letech 2012-2019 .....          | 69 |
| <b>Graf 6</b> - Export a import v letech 2012-2019 .....        | 69 |
| <b>Graf 7</b> - Saldo zahraničního obchodu (pivo) .....         | 70 |
| <b>Graf 8</b> - Spotřeba piva .....                             | 72 |
| <b>Graf 9</b> - Rozpočtová linie (off-trade vs. on-trade) ..... | 73 |
| <b>Graf 10</b> - Index dostupnosti piva .....                   | 74 |
| <b>Graf 11</b> - Inflace pivo (off-trade) .....                 | 75 |
| <b>Graf 12</b> - Převažující druh alkoholu .....                | 77 |
| <b>Graf 13</b> - Loajalita zákazníků .....                      | 80 |
| <b>Graf 14</b> - Nákupní kanály .....                           | 81 |
| <b>Graf 15</b> - Vztah k zahraničním pivům .....                | 82 |
| <b>Graf 16</b> - Vlastnosti lotyšského trhu .....               | 83 |
| <b>Graf 17</b> - Vztah k pivům z minipivovarů .....             | 83 |
| <b>Graf 18</b> - Omezení času prodeje .....                     | 85 |
| <b>Graf 19</b> - Zálohování obalů .....                         | 88 |
| <b>Graf 20</b> - Zájem o pivní turismus .....                   | 89 |
| <b>Graf 21</b> - Atraktivní aktivity pivního turismu .....      | 90 |
| <b>Graf 22</b> - Ovocná piva .....                              | 92 |
| <b>Graf 23</b> - Výběr produktů (radlery) .....                 | 93 |
| <b>Graf 24</b> - Výběr produktů (netradiční piva) .....         | 94 |
| <b>Graf 25</b> - Znalost kvasu .....                            | 95 |

## Seznam příloh

- Příloha A** - (a) Vybrané indexy, (b) Tolerance alkoholu v krvi
- Příloha B** - (a) Mezinárodní obchod (EU), (b) Mezinárodní obchod (země)
- Příloha C** - (a) Oblíbené značky respondentů, (b) Pobaltská piva v ČR, (c) Česká piva v Pobaltí
- Příloha D** - (a) Korelace, (b) Rozpočtové linie
- Příloha E** - (a) Word Clouds, (b) Dotazník - český, (c) Dotazník - lotyšský

# 1 Úvod

Pivo znali už v Mezopotámii tisíce let před Kristem. (Hornsey, 2003) Obilný kvašený mok vznikl možná čistou náhodou, avšak od té doby prošel značným vývojem. Čas a vývoj lidstva dal vzniknout rozdílným technologiím, stylům a chutím. Od v podstatě náhodného procesu výroby se pivovarnictví propracovalo k řemeslu s přesně danými postupy. Pivo každého sládka přesto chutná odlišně a najde si jak své odpůrce, tak i příznivce. Ročně se ho vyprodukuje na dvě miliardy hektolitřů, což za posledních 25 let představuje nárůst o více než polovinu. (Statista, 2020) Ve finančním vyjádření je růst ještě znatelnější, současná spotřeba přesahuje hodnotu 250 miliard dolarů ročně, zatímco v roce 1995 to byla jen pětina, tedy 50 miliard dolarů. (Swinnen, a další, 2017)

V odvěkém boji mezi vinaři a pivaři mluví statistiky jasně ve prospěch pivařů. Celosvětová hodnota spotřeby vína není ani poloviční. (Swinnen, a další, 2017) Zatímco popularita piva roste hlavně v zemích, kde tradičně převažuje konzumace vína nebo lihovin, tradiční pivařské země se od klasických piv pomalu odvrací. Konzumace alkoholu je však ovlivňována mnoha faktory. Jedním z těch hlavních jsou zákony, například ruský zákaz reklam na alkohol z roku 1994 prudce zvýšil konzumaci piva. Tehdejší ruské zákony totiž nápoje do 10 % objemu alkoholu nepovažovaly za alkoholické. Obrazovky Rusů tak zaplavily reklamy na pivo, což v zemi vodky způsobilo raketový nárůst konzumace piva. Tento zákon opravili až v roce 2008. Konzumace piva pak opět klesla, avšak v porovnání s hodnotami před rokem 1994 byl pokles minimální. (Swinnen, a další, 2017)

Pobaltí vnímá většina lidí jako bývalou součást Sovětského svazu, a tedy oblast, kde převažuje konzumace vodky. Lidé mají tendenci vnímat země na základě historie. Pobaltské země vždy byly významným obchodním uzlem spojujícím západ a východ. Tato výhodná poloha a zásoby nerostných surovin udělaly z Pobaltí důležitou hospodářskou oblast. Od 13. století byla města na pobřeží Pobaltí součástí hanzy, převážně německého obchodního spolku měst. Díky tomu se v Pobaltí usadilo mnoho Němců, kteří se postarali o to, aby i Pobaltí mělo kvalitní pivovary. Součástí obchodu hanzovních měst byly i suroviny potřebné na výrobu piva. Některé zdroje dokonce tvrdí, že právě Pobaltí bylo u počátků chmelení piva a patřilo mezi hlavní exportéry chmele do oblastí Baltského a Severního moře. (Swinnen, a další, 2017)

Poloha a surovinové bohatství s sebou ale neslo i přítěž. Přetahování o území Pobaltí, střet východní a západní kultury. Přesto však Pobaltí bylo až do počátku 20. století významnou a rozvinutou obchodní oblastí. Hlavně estonský Tallinn a lotyšská Riga byly spolu s Petrohradem nejvýznamnějšími obchodními městy Ruské říše. Ve 20. století ale Pobaltí zaplatilo tvrdou daň za svou polohu mezi Ruskem a Německem.

Právě moderní dějiny daly vzniknout dnešnímu vnímání Pobaltí. Mnoho lidí si vybaví tři bývalé sovětské republiky s pokřivenou ekonomikou, které od sebe lze jen těžko rozeznat. Právě spojení s Ruskem je důvodem, proč mnoho lidí nevnímá Pobaltí jako pivní země. Jenže pobaltské pivo si i přes nevlídné historické události vždy našlo cestu. Navzdory historii si udrželo společenský, kulturní i obchodní význam, a to od dob pohanství až do dnes.

Po vyhlášení nezávislosti si Pobaltí znovu začalo vybojovávat ztracenou ekonomickou prestiž. Po pádu Sovětského svazu na trhu převažoval tvrdý alkohol, a tak pivovary musely o své místo na něm bojovat. Snaha přilákat zákazníka a odlišit se od ostatních různými inovacemi se dnes mísí se stále udržovanými tradičními historickými postupy, což z Pobaltí dělá unikátní oblast, kde si na své přijdou jak milovníci novoty, tak tradic.

Po přechodu na tržní ekonomiku se pobaltským zemím povedlo docílit takové ekonomické expanze, že si vysloužily přezdívku „Baltic tiger“. (Åslund, 2015) Trend globalizace a vstup do EU s sebou přinesly mnoho příležitostí a zahraničních investic, které se ve velkém týkaly i pivovarnictví.

Pobaltské země dlouhodobě patří na přední příčky konzumace alkoholu. Jenže 21. století zároveň kromě příležitostí přineslo i tlak na zdravý životní styl. Jednotlivé státy tak musí balancovat mezi zájmem o zdraví obyvatelstva a ekonomickým přínosem nejen pivovarnictví, ale celého alkoholového průmyslu. Časté změny spotřebních daní, omezení výroby, marketingových činností a restrikce v prodeji alkoholu ovlivňují nejen pivovary, ale i spotřebitele.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem práce je identifikovat nejdůležitější pivovary v Pobaltí, jejich sortiment a specifika pobaltského trhu s pivem.

Dílčím cílem práce je analyzovat faktory, které pivní trh v Pobaltí ovlivňují, a jejich dopad na produkci a mezinárodní obchod. Dalším dílčím cílem je zjištění specifik lotyšského spotřebitelského chování a preferencí v porovnání se spotřebitelem českým. Následným dílčím cílem je ze získaných poznatků identifikovat vzájemné tržní příležitosti.

Teoretická část se věnuje ekonomice Pobaltí, historii a specifikům pivního trhu jak společným pro celé Pobaltí, tak těm v jednotlivých zemích. Následně jsou v teoretické části představeny nejvýznamnější pivovary v každé ze zemí Pobaltí, a to jak největší hráči z pohledu tržního podílu, tak ti významní v segmentu tzv. řemeslných pivovarů.

Praktická část je rozdělena na dvě části. První se věnuje analýze sortimentu, trhu, mezinárodního obchodu a spotřeby ve všech třech zemích. Další část je pak věnována českým a lotyšským spotřebitelům.

### **2.2 Metodika**

#### **2.2.1 Teoretická část**

Teoretická část vychází z rešerše dostupných knižních i elektronických zdrojů. Vzhledem k povaze tématu byly využívány kromě zdrojů odborných i tiskové zprávy, oficiální dokumenty jednotlivých pivovarů nebo institucí a dokumenty zajišťující základní legislativní rámec zkoumaného tématu.

#### **2.2.2 Praktická část**

##### **2.2.2.1 Analýzy produktového portfolia, trhu, mezinárodního obchodu a spotřeby**

Pro komparaci produktového portfolia byli vybráni nejdůležitější zástupci z každé země. Vzhledem ke stejným podílům na trhu v Lotyšsku a Estonsku mezi pivovary Carlsbergu a Olvi byl zvolen z každé země jeden zástupce tak, aby byly zastoupeny obě skupiny.

Následně byla provedena komparace jejich produktového portfolia – šířka výrobního portfolia. Na pivním sortimentu byla potom provedena i analýza hloubky sortimentu.

Pro analýzu trhu byl využit Herfindahl-Hirschmanův Index. Ten umožňuje měření velikosti firem v odvětví a nastiňuje konkurenční situaci trhu. (Kelly, a další, 2016) (Česká národní banka, 2021)

K analýze produkce a zahraničního obchodu byly použity základní statistické a matematické metody. Z dostupných dat byly vypočítány obchodní bilance obchodu s pivem, a to jak celkové, tak vzájemné. K vysvětlení změn v produkci a zahraničním obchodu byla ve velké míře využita logická dedukce. Vzájemný vztah mezi změnami v jednotlivých zemích byl ověřen pomocí Pearsonova korelačního koeficientu, jehož statistická významnost byla ověřena pomocí párového t-testu.

Pro analýzu spotřeby bylo využito dostupných statistických údajů, které sloužily jako základ pro aplikované metody. Analýza spotřeby se opírá o teorii spotřebitele, konkrétně linie rozpočtu a mezní míru substituce ve směně. Dále je využito indexu dostupnosti piva, který se opírá o průměrné ceny zkoumaných statků a průměrné mzdy.

V rámci celé práce je hojně použito obecně teoretických metod jako např. analyticko-syntetických postupů, indukce, abstrakce, komparace a další.

Výzkumné otázky této části jsou:

1. Jak mají nejvýznamnější pivovary postavené své produktové portfolio?
2. Jak jsou jednotlivé pivní trhy Pobaltí koncentrovány?
3. Jsou na sobě země Pobaltí závislé, co se obchodu s pivem týče, a jaké faktory jsou případnou závislostí ovlivněny?
4. Je složení cen piva v jednotlivých zemích odlišné a jaké je postavení spotřebitelů vůči ceně?

#### 2.2.2.2 Dotazníkové šetření

Na základě poznatků z teoretické části bylo provedeno dotazníkové šetření, a to ve dvou částech.

První část byla určena Čechům a zabývala se povědomím o Pobaltí a pivu v Pobaltí, spotřebitelskými zvyklostmi, preferencemi a pivním turismem.



Druhá část dotazníkového šetření byla určena pro Lotyšsko. Část otázek byla konstruována tak, aby do jisté míry umožňovala komparaci českého a lotyšského spotřebitele co do spotřebitelských zvyklostí a preferencí. Dále byly pokládány otázky, které korespondují s problematikou nastíněnou v teoretické části.

Před sestavením dotazníku byly stanoveny výzkumné otázky, vycházející ze stereotypů (vzájemné vnímání, asociace, předsudky), poznatků z teoretické části (například ohledně legislativy, tradic, kultury, nejvýraznějších pivovarů) nebo analýzy spotřebitele (pivní styl, postoj vůči ovocným pivům, postoj vůči inovacím).

Základní výzkumné otázky dotazníků jsou:

1. Panují vůči Pobaltí v ČR předsudky a jak jsou Češi obeznámeni s pivním trhem v Pobaltí? – CZ/LV
2. V čem se liší český a lotyšský spotřebitel z pohledu postojů a preferencí? – CZ/LV
3. Jaké jsou nedostatky českého/lotyšského pivního trhu? – CZ/LV
4. Jaké jsou nejvýznamnější lotyšské pivovary z různých pohledů (oblíbenost mezi spotřebiteli, marketingová prezence)? - LV
5. Jaký je názor lotyšského spotřebitele na legislativní faktory pivního trhu? - LV

Pro provedení výzkumu byla zvolena explorativní metoda (Hale, a další, 2013) a to převážně vzhledem k tomu, že zkoumané téma nebylo zatím předmětem mnoha dalších výzkumů.

Vzhledem k převážně kvalitativní povaze výzkumných otázek byl zvolen průzkum za pomoci dotazníků. (Hendl, 2012) Byl využit dotazník elektronický, a to nejen kvůli současné situaci pandemie COVID-19, ale i díky výhodám, které přináší. Elektronické dotazníky lze snadno vytvořit a propagovat velkému množství potenciálních respondentů. Další výhodou je, že je lze vyplnit v podstatě kdekoli a z kteréhokoliv zařízení.

Mezi nevýhody patří menší kontrola nad respondenty, nelze si být jistý, zda respondent vyplnil pravdivé údaje nebo zda dotazník někdo nevyplnil opakovaně. Vyšší počet respondentů tyto nevýhody může kompenzovat, neboť platí, že „*čím větší vzorek, tím menší pravděpodobnost chyby*“. (Hale, a další, 2013)

Dotazník byl sestaven podle doporučení Chromého, tedy tak, aby netrval déle než 30 minut a vypadal profesionálně. Grafická stránka dotazníků může ovlivnit nejen návratnost, ale i poctivost při vyplňování. (Chromý, 2014)

Pro sestavení dotazníku byly zvoleny Google Forms, které jako jedna z mála platforem nabízí přeskokování sekcí otázek na základě předchozí odpovědi. Před distribucí dotazníku byl proveden předvýzkum, jehož cílem bylo identifikovat problémy spojené s dotazníkem. (Chromý, 2014)

Předvýzkum byl proveden na 5 lidech pro každý dotazník. Testující byli požádáni, aby si při vyplňování všimli nejasných nebo chybných formulací a případných jazykových chyb a poskytli potřebný feedback. Někteří respondenti českého dotazníku nahlásili, že předprogramované části dotazníku se zobrazují anglicky. Tento fakt záleží na nastavení každého uživatele a nelze nastavit univerzálně pro dotazník, pro jistotu byl proto na začátek dotazníku přidán překlad nejčastějších slov.

Lotyšský dotazník byl šířen v anglickém jazyce. Český dotazník v češtině. Oba dotazníky byly rozděleny do tematických sekcí s postupným rozkrýváním tak, aby následující otázky nemohly ovlivňovat předchozí odpovědi. (Např. *Znáte nějakou značku piva v Pobaltí?* a na stejné stránce výběr produktů podle fotografií, kde jsou značky piv viditelné.)

Dotazníky obsahovaly několik bodů, kde docházelo k rozdělení respondentů. Na základě odpovědi pokračovali v odpovídání, přeskočili část nevhodných sekcí nebo pro ně byl dotazník ukončen vzhledem k nevhodnosti respondenta pro výzkum. (Např. respondenti, kteří označili, že nepijí alkohol, byli přesměrováni za sekci spotřebitelských preferencí při konzumaci a nákupu piva.)

Pokud otázka obsahovala nějaký neznámý nebo sporný termín, bylo respondentům poskytnuto vysvětlení, příp. upřesnění. (Např. co je to kvas nebo co je v rámci dotazníku považováno za ovocné pivo.)

Sekcí bylo několik a byly tematicky rozdělené. Po každé části (nebo několika částech, pokud byly kratší) byl respondentům poskytnut prostor, kde mohli komentovat a blíže specifikovat své odpovědi, případně se k tématu dále vyjádřit.

Na konec dotazníku byla zařazena sekce s demografickými otázkami. Na závěr byl poskytnut volný prostor pro jakékoli komentáře, poděkováno za jejich čas a uvedený odkaz na dotazník pro jeho případné šíření a prostor pro poskytnutí emailové adresy v případě, že mají zájem o výsledky. Oba dotazníky jsou přiloženy v části *Přílohy (Příloha E)*.

Dotazníky byly sdíleny na sociálních sítích. Vzhledem k otevřené distribuci tak nelze vypočítat návratnost dotazníků. Český dotazník vyplnilo 177 respondentů, lotyšský 178. Nejdříve však byly z výsledků vyřazeni nevhodní kandidáti – u dotazníku pro Lotyše byli vyřazeni ti respondenti, kteří nežijí, nebo v posledních třech letech alespoň půl roku nežili, v Lotyšsku (celkem 12 respondentů). Výsledné výběrové soubory jsou následující:

**Tabulka 1 - Základní vlastnosti výběrových souborů**

|            | Respondenti | Z toho |        |       | Věkové složení |        |        |       |
|------------|-------------|--------|--------|-------|----------------|--------|--------|-------|
|            |             | Muži   | Ženy   | Jiné  | 18-25          | 26-40  | 41-60  | 60+   |
| <b>nLV</b> | 166         | 53,6 % | 46,4 % | 0 %   | 34,9 %         | 48,2 % | 16,3 % | 0,6 % |
| <b>nCZ</b> | 177         | 45,2 % | 54,2 % | 0,6 % | 30,5 %         | 56,5 % | 11,3 % | 1,7 % |

Některé odpovědi byly upraveny, pokud například někdo využil pro odpověď pole „Jiné“, avšak uvedl opisem jen jednu z nabízených možností, byla tato odpověď přiřazena k odpovídající možnosti. Odpovědi jsou zpracovány do grafů, některá získaná data jsou pak využita pouze v textu. V grafech je označeno, kolik respondentů na danou otázku odpovědělo. K rozlišení souborů pak slouží značky *nCZ*, *nLV*.

Dále jsou prezentovány vybrané otevřené odpovědi. Vzhledem k anonymitě dotazníku jsou všechny citace respondentů převedeny do mužského rodu. Odpovědi lotyšských respondentů jsou přeloženy do češtiny tak, aby co nejlépe a nejpřesněji zachovaly původní význam. Citace jsou pouze jazykově a stylisticky upraveny. Respondentům byla přiřazena čísla a písmena CZ, příp. LV, podle toho, z jakého výběrového souboru citace pochází.

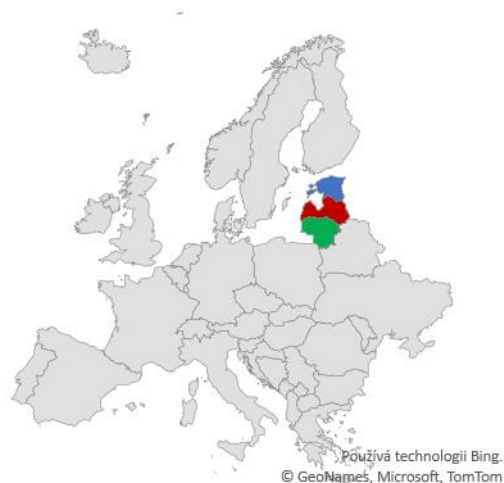
## 3 Teoretická východiska

### 3.1 Pobaltí

Pobaltí je výraz pro tři republiky na pobřeží Baltského moře. Od severu k jihu jde o Estonsko, Lotyšsko a Litvu (**Obrázek 1**). Kromě Pobaltí se lze setkat i s výrazy pobaltské nebo baltské země/státy a sporadicky i s historickým výrazem Baltikum.

Všechny země leží na východním břehu Baltského moře a mají významné přístavy vhodné pro přepravu osob i obchodních nákladů.

Obrázek 1 - Pobaltí



Zdroj: vlastní, podkladové mapy: GeoNames, Microsoft, Tom Tom

#### 3.1.1 Moderní dějiny a jejich vliv na ekonomiku

Zatímco Estonsko s Lotyšskem do 20. století vstoupily jako důležitá území s rozvinutým průmyslem, v Litvě převažovalo zemědělství. Důvodem je odlišná historie Litvy. Zatímco Estonsko a Lotyšsko patřily dlouhou dobu švédskému království a jednalo se spíše o klidná území, Litva tvořila unii s Polskem. Polsko-litevská unie však hlavně v 17. století dost slábla a byla místem častých bojů, což Litvu ekonomicky i politicky oslabovalo. Estonská a lotyšská pobřežní města navíc byla od 13. století důležitou součástí německého obchodního spolku měst – hanzy. Němci měli po staletí na vývoj pobaltských zemí zásadní vliv. I když všechny země nakonec padly pod nadvládu ruského impéria, vliv tzv. baltských Němců zůstal zachován. Německá aristokracie vlastnila většinu půdy a nevolníků. Po zrušení nevolnictví v Estonsku a Lotyšsku na začátku 19. století německý vliv rychle upadal.

V Litvě bylo nevolnictví zrušeno až o půl století později. (Karnups, 2020) Estonští a lotyšští farmáři tou dobou už aplikovali kroky ke zvýšení produktivity v zemědělství, vývoj v Litvě byl ale citelně pomalejší. Zatímco Litva se stále soustředila na zemědělství, Estonsko s Lotyšskem se začínaly orientovat na průmysl. Díky velkým přístavům se staly důležitými exportéry. Města se rozvíjela a rychle rostla, protože mnoho poddaných opustilo venkov a přestěhovalo se do měst za práci a vzděláním. Hlavně Riga se stala v období před první světovou válkou významným obchodním městem, i když její význam byl úzce vázán na poptávku ruské říše. Zatímco Estonsko s Lotyšskem už byly významnými průmyslovými

oblastmi, v Litvě teprve vznikaly první továrny. Většina z nich byla ale potravinářského zaměření, a Litva tak pokračovala v agrárním zaměření země. I přesto byla ale bilance agrárního zahraničního obchodu Litvy velmi špatná. Litva se potýkala s problémy s produktivitou práce a špatnou distribuční sítí mimo Litvu. Na rozdíl od Estonska a Lotyšska neměla Litva žádný velký významný přístav, a tak měla jen omezený počet obchodních partnerů (převážně Británii a Francii) a infrastruktura byla silně zaostalá a nedostatečná. Na konci 19. století už mělo Lotyšsko výborné železniční spojení s Ruskem i Polskem. Řižské přístavy byly hlavní zastávkou při obchodování mezi západem a východem a železniční síť zas umožňovala spojení s Ukrajinou. Estonsko nabylo stejné důležitosti až později, po dokončení železniční trati do Petrohradu. Pro ruskou říši byly důležité hlavně severní estonské přístavy, které se staly strategickou námořní základnou. Důležitost Lotyšska a Estonska znamenala příliv obyvatel, a to hlavně do Rigy a Tallinnu. V Litvě naopak docházelo k hromadnému odlivu obyvatel. Na přelomu 19. a 20. století z Litvy emigrovalo více než 650 tisíc lidí. (Barter, a další, 2020) To mělo devastující dopad na rozvoj země, hlavně kvůli nedostatku pracovní síly a vzdělaných.

#### 3.1.1.1 První světová válka

Během první světové války se na území pobaltských států setkala vojska Německa a Ruska. Rusko však bylo na válku v podstatě nepřipravené, postrádalo zbraně a munici, a tak hned v roce 1915 zabrala německá vojska Litvu a jižní části Lotyšska. Přední bojová linie se nacházela v Lotyšsku podél řeky Daugavy<sup>1</sup> – pravý břeh patřil Rusům, levý Němcům.

Fakt, že Pobaltí bylo v průběhu války bojištěm, se negativně podepsal na ekonomice země. Rusové nařídili evakuaci nejen obyvatel, ale i měst. Z Rigy vyjelo 16 000 vagonů naplněných továrním vybavením. (Karnups, 2020) V průběhu války byly zničeny továrny, lesy, zemědělská půda i celá města, lidé museli odevzdat svůj dobytek armádě. Největším problémem však byly četné ztráty obyvatelstva. Buď padlo jako oběti války, bylo evakuováno dál do Ruska nebo zemřelo v důsledku hladomoru způsobeného zničením a v podstatě zastavením ekonomiky v období války.

V únoru 1917 proběhla ruská revoluce. Provizorní vláda však pokračovala v bojích proti Němcům až do říjnové revoluce, kdy nastoupili k moci bolševici, kteří začali s Němci jednat

---

<sup>1</sup> V češtině též zvaná jako Západní Dvina.

o míru. I přes podepsání příměří v prosinci 1917 se vyjednávání podmínek táhlo a německé armádě se mezitím podařilo získat i zbytek Pobaltí. V březnu 1918 bolševici podepsali Brestlitevský mír a Lenin oficiálně odevzdal Pobaltí Německu. Německo však vidělo v Pobaltí jen zemědělský potenciál, průmyslu bylo pozornosti věnováno velmi málo. Většina produkce šla na export do Německa a nedostatek potravin a zboží základních potřeb způsobil hyperinflaci. Situace se zlepšila až s porážkou Němců na západní frontě. Klidu si však země neužily dlouho. Rusko v listopadu 1918 anulovalo veškeré smlouvy s Německem a za hlavní cíl si vzalo pokoření německého území. Pobaltské státy doplatily na svou polohu. Rudá armáda postupně obsadila všechny státy Pobaltí, které se staly administrativními jednotkami sovětského Ruska. Došlo k znárodnování, vytváření zemědělských družstev a politickým opresím. Estoncům se však brzy podařilo Rudou armádu vytlačit, v Lotyšsku a Litvě pomohly s bojem proti rudoarmějcům němečtí vojáci, kteří se v malém množství na území stále nacházeli.

#### 3.1.1.2 Meziválečné období

V roce 1920 postupně podepsaly baltské státy mírové smlouvy s Rusy. Ve smlouvách stojí, že se Rusko navždy zříká jakýchkoliv práv na území Estonska, Lotyšska a Litvy. Válkou zdevastované státy tak v podstatě začínaly v roce 1920 od znovu. Vrací se k zemědělství, avšak Estonsko s Lotyšskem rychle industrializují a soustředí se na export na západní trhy. Přes veškeré snahy však průmysl ani zdaleka nedosáhl předválečných hodnot. I tak ale byly Estonsko i Lotyšsko k roku 1938 země se stabilní ekonomikou. V meziválečném období zaujaly státy neutrální postoj. Podepsaly mírové smlouvy s Ruskem i Německem, avšak ty spolu v roce 1939 podepsaly pakt Ribbentrop-Molotov, na jehož základě Pobaltí znovu připadlo Sovětskému svazu, a to navzdory smlouvám z roku 1920. Rusko následně rychle aplikovalo změny, aby přetvořilo Pobaltí dle vlastních představ, a došlo k politickým změnám a deportacím desetitisíců obyvatel. (Karnups, 2020)

#### 3.1.1.3 Druhá světová válka

Na začátku války Pobaltí vnímalo Němce jako osvoboditele, kteří obnoví jejich nezávislost. Německo však Pobaltí a Bělorusko spojilo v říšský komisariát Ostland. (Kasekamp, 2018) Zatímco Pobaltí Říše vnímala jako rozvinuté země evropského charakteru vhodné k osídlení Němci a poněmčení místních obyvatel, Bělorusko pro ně bylo vhodné místo k přesídlení nežádoucích obyvatel. Dalšími nežádoucími obyvateli byli Židé, jejichž populace čítala

v Pobaltí před válkou téměř půl milionu. (Barter, a další, 2020) Během války byli do ghatt v Pobaltí transportováni i Židé ze střední Evropy.

Deportace, vyhlazování židovské populace, válečné ztráty a emigrace obyvatel do Švédska a Německa znamenaly, že Pobaltí po válce počítalo jedny z největších úbytků obyvatel v Evropě. Lotyšsko přišlo o 35 % obyvatelstva, Estonsko o 25 % a Litva o 15 %. (Barter, a další, 2020) V roce 1945 se Pobaltí stává součástí SSSR.

#### 3.1.1.4 Sovětský svaz

Svaz investuje do průmyslu Estonska a Lotyšska, probíhá industrializace a urbanizace. Někteří obyvatelé však vzdorují režimu, a tak dochází k hromadným deportacím a vraždám, hlavně mezi početnou agrární společností v Litvě, která se silně postavila proti kolektivizaci. V průběhu 50. let proto došlo k dalším úbytkům obyvatel, nejvýrazněji právě v Litvě, která přišla o více než 300 000 lidí. (Karnups, 2020)

V dalších letech se režim trochu rozvolnil, došlo k četné imigraci z méně rozvinutých částí SSSR, a to hlavně do Estonska a Lotyšska. V 60. letech se Lotyšsko snažilo nativizovat ruské imigranty. Účinek byl však opačný a spustila se vlna rusifikace. Teprve v 60. letech se země dostaly na předválečnou úroveň ekonomiky. (Karnups, 2020) Rozvolnění však skončilo okupací Československa v roce 1968. Znovu nastala naprostá kontrola nad životem obyvatel, jakékoliv národnostní projevy byly potlačeny. V 70. letech se ale začala zvedat vlna odporu a objevilo se velké množství disidentů, kteří publikovali a distribuovali pravdivé informace o režimu a bránili lidská práva. Na konci 70. let režim přestává fungovat a ekonomika se ocitla na hraně krize. (Barter, a další, 2020) Tu se Moskva snažila zažehnat kopírováním západních ekonomik, jenomže toto řešení v SSSR nefungovalo. V 80. letech už byla krize nevyhnutelná. Kupní síla rublu padla na polovinu, rozvoj ekonomik se zastavil a rozdíl mezi východem a západem se jen prohloubil. (Karnups, 2020) Gorbačovovy reformy snažící se vzkřísit ekonomiku a znovu zvýšit životní standard s sebou nesly i částečné rozvolnění režimu. Určitá demokratizace však vedla k podrytí autorit režimu. Gorbačov se snažil restrukturalizovat ekonomiku a zároveň zrychlit její rozvoj. Tato snaha však selhala, což vedlo k nedostatku produkce. Režim tak dál ztrácel na síle a v roce 1987 už státy vyvíjí plány ekonomické nezávislosti. V roce 1988 končí cenzura, což otevřelo brány hudbě. Obyvatelé začali ve velkém zpívat písně s národnostními motivy, pořádat hudební festivaly. Objevila se masová hnutí, která začala zpochybňovat legálnost zapojení Pobaltí do Sovětského svazu

vzhledem k dohodám z roku 1920. K 50letému výročí paktu Ribbentrop-Molotov organizují obyvatelé Pobaltí společnou demonstraci, tzv. baltský řetěz. Nenásilná demonstrace, při které lidé utvořili téměř 600 km dlouhý lidský řetěz skrz hlavní města všech tří zemí, se zúčastnilo na dva miliony lidí. (Lotyšsko, 2019) Pobaltí obecně zvolilo velmi nenásilný styl demonstrací proti režimu, dnes se tento postupný nenásilný převrat v letech 1987–1990 označuje souhrnně jako zpívající revoluce. (Smidchens, 2014) V první polovině roku 1990 země postupně získávaly nezávislost. Na oslavu nezávislosti pobaltské země dodnes pořádají několikadenní hudební festivaly, kterých se účastní až půl milionu diváků<sup>2</sup> a jsou zapsány v seznamu nehmotného dědictví UNESCO. (UNESCO, 2021)

### 3.1.1.5 Od nezávislosti k euru

Baltské státy se pustily do přechodu z plánované na tržní ekonomiku. V roce 1991 byly přijaty do OSN. Estonsko zvolilo šokový přístup k přechodu, Lotyšsko s Litvou začaly podobně, ale postupně přešly spíše k pozvolným změnám.

Všechny země provedly monetární, pozemkové reformy, rozvolnily obchod a snažily se přilákat zahraniční investory. Důležitá také byla privatizace. Lotyšsko a Litva zvolily kuponovou privatizaci, zatímco Estonsko zvolilo privatizaci peněžní. Pro všechny tři republiky bylo důležité přilákat nejen zahraniční investory, ale i jejich know-how. Estonsko aktivně odstranilo všechny překážky pro vstup zahraničních investorů na trh a zrušilo veškerá dovozní cla. I Lotyšsko bylo poměrně atraktivní a přilákalo především investory ze sousedních a ostatních zemí v regionu Baltského moře – Švédsko, Německo nebo Dánsko. Litva byla nejméně úspěšná, co se zahraničních investic týče, vzhledem k mírné zaostalosti oproti Estonsku a Lotyšsku (menší industrializace, nedostatečná infrastruktura).

Reforma proběhla i v zemědělství. Většina pozemků byla rozdělena na menší farmy, které však nebyly dost velké, aby dosáhly ziskovosti. I když byla pozemková reforma v Litvě poměrně úspěšná, zemědělská produkce v průběhu celých 90. let klesala zhruba o 1 % ročně. V Lotyšsku i Estonsku byl pokles výraznější, v průměru o 7 % ročně. (Karnups, 2020)

Dalším problémem byla inflace způsobená přechodem na jiné měny. Všechny země v roce 1992 přestaly používat ruský rubl. Zatímco Estonci rovnou zavedli estonskou korunu,

---

<sup>2</sup> Souhrnná účast týdenního lotyšského festivalu v roce 2018. Závěrečný koncert zaznamenal návštěvnost téměř 70 tisíc lidí. (Delfi.lv, 2018)



fixovanou vůči německým markám, Litva s Lotyšskem zavedly dočasné přechodné měny za účelem snížení ekonomických dopadů, což by jim získalo více času na stabilizaci ekonomiky pomocí monetární politiky. Následně Litva zavedla litas, zafixovaný vůči americkému dolaru, a Lotyšsko zavedlo lats, fixované na SDR (hodnota měnového koše nejdůležitějších světových měn). I přes veškeré snahy změna měn a rozvolnění cenových politik způsobily raketový růst inflace, která se vyšplhala ve všech státech k hodnotám okolo 1000 %. (Kjærgaard, a další, 2001)

Vývoj průmyslu byl ovlivněn i ruskou ekonomickou krizí v roce 1998. Rusko bylo hlavním obchodním partnerem Pobaltí, ale i dodavatelem surových materiálů, což ovlivnilo hlavně Estonsko, kde mnoho velkých společností zbankrotovalo. I přesto se pobaltským zemím podařilo stabilizovat své ekonomiky a zavést potřebné zákony a politiky.

Už v roce 1995 podaly země přihlášku ke vstupu do Evropské unie. Otevřenější a rychlejší privatizace garantovala Estonsku kandidátský status už v roce 1997. Litva s Lotyšskem ho pak získaly o dva roky později. V roce 2002 byly státy oficiálně pozvány do EU a v roce 2003 se konala ve všech zemích referenda o vstupu. Nejdříve v Litvě, která se obávala o splnění potřebné 50% účasti, když se první den k hlasování dostavilo pouze 30 % voličů. Druhý den tak vláda za kooperace supermarketů nabízela těm, co prokázali, že hlasovali, zdarma pivo a čokoládu. (Nohlen, a další, 2010)

Nakonec ale všechny tři země, stejně jako ČR, vstoupily do EU v roce 2004. V témže roce se staly i členy NATO. Výhody členství v EU byly hned znatelné. Liberalizace a intenzifikace obchodu s ostatními členy EU v rámci evropského jednotného trhu a společné obchodní politiky. Členství v EU přilákalo další zahraniční investice, které se do tří let ztrojnásobily v porovnání s rokem 2003. (World Investment Report, 2007)

Ekonomiky všech zemí rapidně rostly, ale v roce 2008 byly silně zasaženy světovou ekonomickou krizí. Největší recesi zaznamenalo Lotyšsko. Dopady krize ale neměly v Pobaltí dlouhého trvání a země pokračovaly v ekonomickém růstu. (Åslund, 2015)

Při vstupu do EU se země zavázaly k přijetí společné měny. Co se týče konvergenčních kritérií, Pobaltí si vedlo lépe, než se čekalo, a Estonsko tak dokončilo poslední ERM fázi a přijalo euro již v roce 2011, Lotyšsko pak v roce 2014 a Litva v roce 2015.

### 3.1.2 Základní údaje o Pobaltí

#### 3.1.2.1 Demografie

Pobaltské státy charakterizuje malá hustota zalidnění – Estonsko s Lotyšskem mají shodně 34 obyvatel/km<sup>2</sup>, Litva pak 42 obyvatel na km<sup>2</sup>. (Krūmiņš, 2020) To je zhruba třetinová hodnota oproti ČR.

Nejlidnatější je Litva, která má téměř 3 miliony obyvatel. Jde zároveň o nejhomogennější stát, co se etnického složení obyvatelstva týče. Litevci tvoří bezmála 87 % obyvatelstva. Menšinami jsou pak především Poláci, Rusové, Bělorusové a Ukrajinci. Následuje Lotyšsko s 1,9 miliony obyvatel a Estonsko s 1,3 miliony. V Estonsku i Lotyšsku je významná část populace Rusů (přibližně 25 % obyvatelstva). Rusové žijí převážně v hlavních městech a u východních hranic, kde v některých oblastech tvoří dokonce majoritu. (Karnups, 2020)

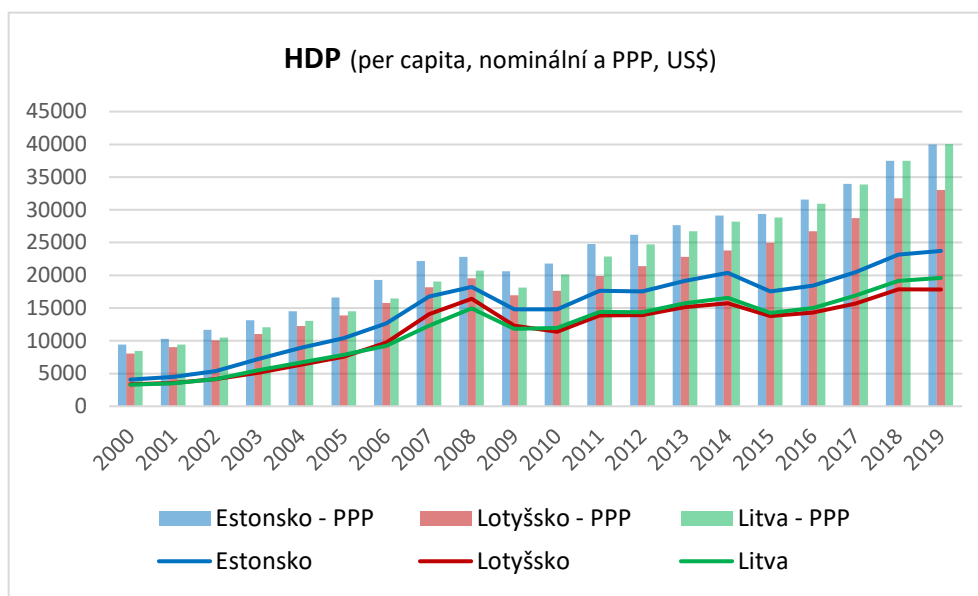
Etnická kompozice a historie ovlivnila i náboženství. Historicky průmyslové Estonsko je jednou z nejvíce bezvěreckých zemí světa. Nějaké náboženství vyznává pouze třetina obyvatel, avšak velký podíl na tom má právě ruská minorita – pravoslavná církev je v Estonsku suverénně nejrozšířenější. Lotyšsko má zhruba 60 % věřícího obyvatelstva. V Litvě je pak věřících více než 90 % obyvatelstva. (Krūmiņš, 2020)

Společným znakem všech tří zemí je pak vysoká míra urbanizace (67-69 %). (Krūmiņš, 2020) Estonské hlavní město Tallinn a lotyšská Riga pojímají třetinu populace. Litevský Vilnius pouze šestinu, což je dáno především méně výhodnou polohou ve vnitrozemí a existencí dalších velkých významných měst.

#### 3.1.2.2 Ekonomická situace

Z ekonomického hlediska jsou na sobě státy Pobaltí velmi závislé. Evropská komise ve své zprávě z roku 2017 uvádí až 90% korelaci mezi vývojem HDP (*Graf 1*) jednotlivých zemí Pobaltí. (Poissonnier, 2017) Důvodem jsou především synchronní ekonomické cykly a podobné ekonomické politiky vyplývající ze společné historie.

**Graf 1 - Vývoj HDP v letech 2000-2019**



Zdroj: vlastní zpracování, data: (WDI: World Bank, 2021)

Ekonomiky zemí Pobaltí vykazují v posledních letech poměrně stabilní růst HDP okolo 3,5 % ročně. Také patří mezi jedny z nejméně zadlužených zemí v Evropě – Estonsko má dlouhodobě nejnižší dluh v EU (8,4 % HDP). Litva s Lotyšskem mají dluh okolo 36 % HDP, i to je však poloviční hodnota průměrného dluhu EU19. (Eurostat, 2021)

Od roku 2015 došlo k nárůstu cenové hladiny přibližně o 10 % v Lotyšsku i Litvě, v Estonsku je pak růst cenové hladiny zhruba o polovinu mírnější. Je však potřeba zdůraznit také růst platů, přičemž nejvyšší vykázala Litva (meziročně o 10 %), kde průměrný hrubý plat ve třetím kvartálu loňského roku dosáhl 1450 € měsíčně. Tím se Litva dostala na úroveň estonského průměrného platu (meziroční nárůst 3 %). Pokud ale vezmeme v potaz mediány platů, dostaneme se v Litvě na hodnotu 910 €, zatímco v Estonsku zůstaneme na hodnotách nad tisíc euro, konkrétně 1150 €. V Lotyšsku pak vzrostl průměrný plat o 6 %, a to na hodnotu 1150 € (medián 850 €). (ERR, 2020)

Míra nezaměstnanosti Lotyšska a Litvy v roce 2019 odpovídala průměru EU (6 %) a má převážně strukturální charakter. V Estonsku je nezaměstnanost nižší (4 %). (Eurostat, 2021)

(V **Příloze A(a)** lze nalézt porovnání zemí Pobaltí a ČR ve vybraných indexech – ekonomické svobody, prosperity, lidské svobody, konkurenceschopnosti a inovace.)

## 3.2 Pivní trh v Pobaltí

### 3.2.1 Historie piva v Pobaltí

Pivo bylo v Pobaltí významným nápojem od pradávna. Nápoje z ječmene hrály roli obětního nápoje pro bohy, předky a jiné duchy v pohanských rituálech a čarodějnictví. Je však pravděpodobné, že se jednalo pouze o částečně zkvašený moučný roztok. Dalším rituálním nápojem byla medovina. (Dumpe, 2001) I do piva se přidával med, vzhledem k velkému množství lesů bylo včelařství v Pobaltí rozšířené. Tato tradice pokračuje v upravené formě i dnes. Dalšími běžnými ingrediencemi byl například jalovec nebo různé lokální byliny. (Garshol, 2020)

První zmínky o pivu ze sladu a chmele se v Pobaltí objevují v historických zdrojích z 13. století. V té době už šlo pravděpodobně o široce rozšířený nápoj. Původní pivo bylo kyselé a určené k okamžité spotřebě. Ke zkvalitnění piva přispělo i to, že se v Pobaltí od 13. století objevuje velké množství Němců, kteří v Pobaltí rozšířili západoevropský styl pivovarnictví. Právě fakt, že pobaltské pobřeží bylo součástí hanzy, vedlo k rozmachu pivovarnictví. Pivovary ve městech hanzy byly jedny z prvních, které začaly pivo chmelit. (Mosher, 2017 str. 255) Swinnen pak dokonce uvádí, že „*Hamburk, centrální město pivovarnictví v hanze, zásobovalo pivovary sladem, zatímco chmel byl vyvážen [do oblastí Severního moře] z malých měst v Pobaltí*“. (Swinnen, a další, 2017 str. 18) Vzhledem k informaci od Swinnena by to pak znamenalo, že Pobaltí bylo nejen jedna z prvních oblastí, která využívala chmel, ale také jeden z prvních producentů a vývozců chmele.

Podobně jako ve zbytku Evropy, i v Pobaltí probíhala většina výroby na hradech a v kláštorech. Od 14. století mohli v Rize vařit pivo jen Němci, avšak na jiných místech bylo vaření piva povoleno a téměř každý statkář měl vlastní pivovar. V Pobaltí, na rozdíl od střední nebo východní Evropy, nikdy v historii neplatil pro poddané zákaz vaření piva. Aby se však předešlo konkurenci, měli zákaz se svým pivem obchodovat. (Dumpe, 2001)

V 17. století se mezi poddanými objevila vodka. V 18. století je hlavním zdrojem příjmů pro mnoho statkářů, hlavně ve městech. Pivo tak v 18. století ztratilo své výsadní postavení slavnostního nápoje. Zároveň se ale ve větším začaly objevovat průmyslové pivovary, které rychle likvidovaly zbylé pivovary ve městech. Na venkově se však udržela tradice pivovarnictví mezi farmáři a pivo je důležitou součástí oslav i ve 20. století. V Lotyšsku dokonce mezi světovými válkami fungoval kartel průmyslových pivovarů, který vyhnal cenu

piva tak vysoko, že si ho běžní občané nemohli dovolit. (Dumpe, 2001) (Aldaris, 2021) Nakonec zakročila vláda a pivo se stalo dostupnějším. Pravděpodobně právě období drahého piva spojené se svobodou pivovarnictví a následná řízená omezená produkce v dobách Sovětského svazu pomohla zachovat starodávné tradice, které jinde v podstatě vymizely, i do dnešních dní.

Výzvou pro Pobaltí však bylo oživit pivovarnický sektor po pádu Sovětského svazu. Desetiletí omezené řízené produkce, limitované na pár druhů piv, zanechalo pivovary bez potřebného know-how, které by pomohlo pobaltským pivovarům srovnat krok s tržními ekonomikami, a hlavně uspět v boji o lokální zákazníky, kteří se v sovětských dobách ve velkém odvrátili od piva k vodce. Poměrně otevřený proces privatizace však rychle přilákal zahraniční investory, kteří skupili pivovary i sladovny a investovali nemalé částky do modernizací a obnovy dodavatelských sítí. (Swinnen, a další, 2017)

### 3.2.1.1 Pivo jako součást dnešní kultury

Zvyklosti pití piva jsou četně zaznamenány ve folkloru – písních a zvycích. V Lotyšsku například existuje na 500 lidových písní o pivu. (Latviešu folkloras krātuve, 2021)

Dříve bylo pivo nápojem spojeným se všemi oslavami průběhu života – křtinami, svatbami, pohřby. Dnes je symbolismus piva spojen především s oslavami slunovratů, obzvláště toho letního. Pro Pobaltí je svatojánská noc jedním z nejdůležitějších dnů v roce, pro pivovary dokonce nejdůležitější, obzvláště pokud je příznivá předpověď počasí. Počasí ovlivňuje poptávku v druhé polovině června, kdy probíhají oslavy, až o 30 %. (Jauns.lv, 2013)

O významnosti konzumace piva při Svatojánských oslavách svědčí i to, že Lotyšská národní banka v roce 2011 vydala právě na počest oslav letního slunovratu speciální edici mincí, v té době ještě lotyšských latů, vyobrazující korbel piva. (**Obrázek 2**) A to, vzhledem k počtu obyvatel, v nemalém nákladu jednoho milionu mincí. Tento krok však rozhořčil lotyšské Ministerstvo zdravotnictví, které se vyjádřilo, že „*mince odporuje snahám ministerstva o snížení spotřeby alkoholu v populaci a ministerstvo ji vnímá jako nelegální propagaci alkoholu.*“ (Osborne, 2011) Banka kontrovala konstatováním, že „*pivo je po vodě*

**Obrázek 2** - Speciální edice lotyšského latu



Zdroj: (Parmonetam.lv, 2021)

*a čaji nejpobulárnějším nápojem. Kritika je neopodstatněná a podle logiky ministerstva by se měly zakázat tradice a oslavy slunovratu jako takové.“ (Osborne, 2011)*

### 3.2.2 Pivní styly a chutě typické pro Pobaltí

Podobně jako ve většině zemí, i v Pobaltí jsou nejpobulárnějšími pivy světlé ležáky, ale i tmavá piva obecně jsou v Pobaltí velmi oblíbená – tvoří až 40 % prodeje. (Jauns.lv, 2013) Za zmínku jednoznačně stojí porter, který hraje zásadní roli v zapsání Pobaltí na pivní mapu stylů. I když trendy v konzumaci odpovídají těm světovým (inovace, nové chutě, návrat ke svrchně kvašeným pivům...), stále lze v Pobaltí najít unikátní historické styly piv.

#### 3.2.2.1 Farmhouse ale

Farmhouse ale neoznačuje vyhraněný styl piva, ale spíše spektrum piv vařených podle tradičních historických postupů. (Garshol, 2014 str. 10)

Tradice vaření piva v zemědělských usedlostech se po staletí vyskytovala v celé Evropě. Ve většině zemí však postupem času vymizela díky zákazům vařit pivo nebo nástupu průmyslových pivovarů. (Dredge, 2018)

Často se můžeme setkat s označením belgického saisonu nebo francouzského bière de Garde jako farmhouse ale. Tradice vaření piva na zemědělských usedlostech však zřejmě v západní Evropě téměř vymřela a jen těžko lze pojít saison a bière de Garde, jak je známe dnes, s historickými postupy. Dnešní technologie výroby těchto stylů byla vyvinuta průmyslovými pivovary za použití moderního vybavení. Lze však najít společné znaky, například vysokou teplotu kvašení. (Laitinen, a další, 2019 stránky 32-33)

S pravým farmhouse ale se však můžeme setkat ve větší míře na severu Evropy – a to jak v Pobaltí, tak v severní Evropě. (**Obrázek 3**) V Pobaltí je důvodem zachování tradičního farmhouse ale možná právě sovětský režim 20. století, který převzal vedení velkých pivovarů a nařídil vaření pouze podle šesti receptů. (Garshol, 2014) Dbalo se spíše na kvantitu než kvalitu, a tak lidé pokračovali ve vaření vlastního piva podle svého. Recepty kolují v rodinách po staletí a ani dnes často nejsou nikde zapsány.

V opravdu tradiční formě jde o pivo z vlastního sladu, vlastnoručně vypěstovaného chmele, nebo chmele divokého, a kvasinek. Právě kvasinky jsou to, co dělají tato piva tak zvláštní. Při výrobě farmhouse ale se povětšinou nepoužívají standardní pivovarské kvasnice. Buď jsou využity kvasnice pekárenské, nebo speciální kvasnice. Ty jsou předávány jako rodinný poklad z generace

na generaci, používány znovu a znovu. Někteří jsou ohledně dlouhodobého využívání stejných kvasinek skeptičtí, neboť průmyslové kvasinky většinou nevydrží více než 20 várek. (Garshol, 2020) DNA analýza však odhalila, že pivovarníci doopravdy udržují kvasinky živé i po staletí a ve výborné kvalitě, bez jakékoliv nákazy. (Garshol, 2014 str. 19) Z vědeckého hlediska mají tyto kvasinky naprosto unikátní DNA, která neodpovídá žádnému známému druhu, i když nepochybně patří do rodu *saccharomyces*, stejně jako kvasinky svrchního a spodního kvašení. Původ kvasinek není jasný, např. Aldona Udriene, majitelka Jovaru Alus, tvrdí, že kvasinky, které používá, našel její děda v lese. Tato verze je vysoce pravděpodobná, vzhledem k tomu, že kvasinky rodu *saccharomyces* se běžně vyskytují v přírodě (například v medu, vosích hnízdech, dubové míze nebo na ovoci). (Garshol, 2014)

Pro piva je typické užití ječmene, ale někteří používají i žito, oves nebo pšenici, ne vždy ve formě sladu. Typická je jalovcová chuť, pocházející z jalovcové výstelky scezovací kádě nebo dodatečného přidání jalovcové infuze. Chmel se používá v malém množství, výjimečně je v Estonsku občas úplně vynechán. Je typické, že mladina se nevaří a jde tedy o tzv. raw ale. Chmel je tak vařen zvlášť a přidáván buď před, nebo v některých případech až po fermentaci. I dnes je typické použití dřevěných nádob a otevřených spilek, ve kterých probíhá kvašení za nezvykle vysokých teplot – až 35°C. (Laitinen, a další, 2019)

**Obrázek 3** – Oblasti zachování tradičního farmhouse ale



Zdroj: (Laitinen, a další, 2019)

Volnost farmářů, různé původy kvasinek, vliv rozdílných kultur a rozdílné přístupy zapříčinily, že dodnes má každá země trochu odlišný postup.

#### 3.2.2.1.1 Litva

Nejlépe dochována je tato tradice v Litvě, nejspíše vzhledem k největší důležitosti zemědělství ze všech pobaltských zemí. V Litvě se taková piva označují jako kaimiškas, v překladu venkovská. Nejtypičtější je domácí ječmenný slad, lze se ale setkat i s žitným, ovesným, pšeničným nebo sladem ze sveřepu. (Garshol, 2020 str. 84) Litevci používají na rozdíl od ostatních výše zmíněných zemí více chmele. Jalovec je použit velmi zřídka.

Chmel se vaří zvlášť, jako tzv. chmelový čaj, který se přilévá do sladiny před fermentací. Pekárenské kvasnice se používají zřídka, užívají se původní kmeny kvasinek. Těch je v Litvě zaznamenáno 7. (Garshol, 2020) Skladují se ve studnách nebo zakopané v zemi a podle potřeby se vykopávají.

Jako poddruh farmhouse ale se označuje i chlebové pivo, známé jako keptinis, které se vyrábí z pečeného ječného chleba. Často je připodobňováno ke kvasu, který se ale vyrábí z žitného pečiva, i když dnes se lze setkat s označím keptinis i pro žitná piva. Právě na výrobu keptinis byl používán i sveřep, a to výhradně v severovýchodní části Litvy. Nejpravděpodobnějším důvodem se jeví chudoba a špatná kvalita orné půdy. (Garshol, 2020 str. 89)

##### 3.2.2.1.1.1 Jovaru Alus

Nejznámější litevský zástupce farmhouse ale je Kaimiškas Jovaru alus, který v roce 2019 získal chráněné zeměpisné označení. (Official Journal of the European Union, 2019)

Dnešní majitelka, Aldona Udriene, převzala pivovar po svém otci. Ten zas po tom svém, který pivovar založil. Ti si vyráběli vlastní slad z místního ječmene, v dnešní době je ale s ohledem na mnohem větší produkci než dříve slad kupován od dodavatele. Dřevěné nádoby také byly vyměněny za kovové.



Sladina se vyrábí při teplotě okolo 70°C. Pivo nikdy neprochází varem a je v něm zachován protein. Chmel se tak musí vařit s vodou zvlášť. Následné kvašení probíhá v otevřených spilkách při teplotě 29°C. Typickou pěnu však navrchu přikrývají velké průhledné bubliny. (**Obrázek 4**) Jovaru Alus se nefiltruje ani nepasterizuje a vydrží maximálně tři týdny. Jde o jedno z mála piv podobného typu, které je na litevském trhu komerčně běžně dostupné. (Garshol, 2016)

**Obrázek 4** - Spilka Jovaru alus



Zdroj: (Garshol, 2016)

#### 3.2.2.1.2 Estonsko

Estonci mají jazykově blízko Finsku, a tak je i jejich farmhouse ale, známé jako koduõlu, velmi blízké finskému nechmelenému sahti. Dříve bylo farmhouse ale běžné v celém Estonsku, ale dnes již na pevninské části prakticky neexistuje. Tradice však zůstává silná na estonských ostrovech Saaremaa a Hiiumaa. (Laitinen, a další, 2019)

Pro koduõlu se používá výhradně světlý ječný slad. Dříve bylo běžné i použití žita, hlavně v oblastech s horšími klimatickými a půdními podmínkami. (Garshol, 2020 str. 86) Tradiční kvasnice, podobné těm, které se používají v Litvě, vymizely z ostrovů v 90. letech, z pevninské části pravděpodobně ještě mnohem dříve. Všichni používají pekárenské kvasnice, které dávají pivu ovocnou, banánovou chuť.

Většina používá dřevěné nádoby, pro filtraci vystlané jalovcovými větvemi. Podobně jako v Litvě pivo neprochází varem, a tak se chmel vaří zvlášť. Někteří ho přidávají před fermentací, někteří dokonce až po. Množství chmele je však minimální, pravděpodobně právě vlivem finského nechmeleného sahti, a tak má koduõlu obecně maximálně kolem 10 IBU. (Garshol, 2018) Fermentace probíhá v otevřených dřevěných sudech, a to pouze 2 až 4 dny a pivo má tak velmi nízký říz. (Järmälä, 1997)

Zatímco na ostrovech je název kuduõlu pro farmhouse ale vžitý, zbytek Estonska jako kuduõlu označuje jakékoli domácí pivo. Proto se lze setkat i s dalším názvem – taluõlu. (Wikisanakirja, 2018)

#### 3.2.2.1.3 Lotyšsko

V menší míře se farmhouse ale zachoval i v Lotyšsku. Historické postupy ovládá na desítky (převážně starších) Lotyšů, ale většina z nich vaří pivo jen na oslavu letního slunovratu. (Labs alus, 2011)

Tradiční postupy se zdají být podobné jako v Estonsku. V dřevěných sudech se ručně míchá slad s horkou vodou, poté je přesunut do sudu s jalovcovými větvemi nebo senem, které mají za úkol sloužit jako filtr. Pro výrobu sladu je používán pouze ječmen. V minulosti však nebylo neobvyklé ani použití pohanky. (Dumpe, 2001 str. 190) Chmel, nejčastěji divoký, je vařen zvlášť a následně přidáván přímo do kvasných kádí. Původní specifické kvasinkové kultury, podobné těm litevským, se podle veškerých informací v Lotyšsku stále nachází ve východním kraji Lotyšska – Latgale. (Garshol, 2020 str. 177) Ostatní pak používají průmyslové kvasnice, nejčastěji ty určené pro pekárství.

#### 3.2.2.2 Stone beer

Dříve bylo pivo vařené za pomoci rozžhavených kamenů běžné ve většině severní a východní Evropy. Dnes se s ním lze setkat pouze sporadicky, například v obci Aizpute v Lotyšsku nebo Andrioniškis v Litvě. Kameny rozžhavené nad ohněm se očistí v teplé vodě a hned se ponoří do kádě, kde je slad smíchaný s horkou vodou. Teplotní šok kolikrát způsobí, že kameny popraskají. Větší kameny se propadají na dno a způsobují krátký var. (Garshol, 2020)

#### 3.2.2.3 Kvas

Boulton definuje kvas jako mírně alkoholické pivo (typicky do 2 % obj. alk.) vyrobené z tmavého žitného chleba. (2013 str. 364) Někteří historici tvrdí, že právě kvas byl konzumován v Babylonu. Jednoduchý proces výroby, v podstatě spontánní, by vysvětloval fakt, že nelze najít přímé důkazy o výrobě alkoholu v Mezopotámii. (Hornsey, 2003 str. 8) Mnozí však nepovažují kvas přímo za pivo, ale pouze za nápoj jemu příbuzný.

Kvas vzniká tak, že se chléb smíchá s vodou (dnes se užívá sladového koncentrátu) a za pomoci kvasnic fermentuje. Jde o tisíce let starý nápoj typický hlavně pro nižší třídy – překvašení chránilo před znečištěnou kontaminovanou vodou. Je často považován za počtu původním pivům. (Dredge, 2018 stránky 254-257)

V současnosti je oblíbený převážně v bývalých zemích SSSR. Po vyhlášení nezávislosti pobaltských zemí v 90. letech rychle zareagovala Coca-Cola, která agresivním marketingem do několika let získala dominanci na trhu. Producenti kvasu se ale rychle adaptovali, začali vyrábět kvas v PET láhvích a také verzi kvasu v čistě nealkoholické variantě, tedy spíše limonádu, která je vyráběna pomocí ochucovadel a barviv, neprochází procesem fermentace a je uměle dosycena oxidem uhličitým. Coca-Cola tak na přelomu tisíciletí v Pobaltí vykazovala milionové ztráty. (Lyons, 2002) Místo boje proti producentům kvasu je však začala skupovat a pustila se ve svých továrnách do vlastní výroby kvasu. Dnes je v Pobaltí možné kvas koupit všude, a to i čepovaný. Naprostá většina pivovarů i ostatních producentů v nápojářském průmyslu má kvas jako součást svého výrobního portfolia.

V Lotyšsku se s kvasem setkáme pod názvem kvass, v Estonsku a Litvě pak kvas označují slova nepříbuzná – kali, resp. gira.

#### 3.2.2.4 Porter, Baltic porter

Jedním z nejtypičtějších pivních stylů v celém Pobaltí je porter. Historie tohoto pivního stylu sahá do Spojeného království v počátcích 18. století. Typické byly tři druhy piva, označované jako *ale*, *beer (pivo)* a *twopenny* (potažmo *tupenny* či *tipenny*). (King, 1947) Ještě na konci 17. století představoval ale jakékoliv nechmelené pivo, pivo jako takové bylo tmavší a hlavně chmelené. (Britannica, 2021) Twopenny pak označovalo pivo silnější, kvalitnější a dražší. (Boulton, 2013) Běžně se při konzumaci míchala, a to rovným dílem dvou, případně všech tří druhů.

První psané zmínky o porteru pochází z roku 1722 – jednalo se o pivo, které představovalo právě tuto trojkombinaci. Výhodou byl ušetřený čas při servírování, z čehož profitovali převážně zaneprázdnění hospodští. První hostinec nabízející toto pivo byl londýnský hostinec Blue Last, jehož nejčastějšími štamgasty byli portýři překládající zboží v nedalekém přístavu. Právě takto tmavé pivo získalo svůj název porter. (King, 1947) Někteří historici však označují tento příběh za pouhý mýtus a název porter, v tomto případě

přesněji poorter, datují již do 14. století – konkrétně do Nizozemí. (Witte Klavervier, 2021) I tato verze je spojena s portýry v přístavištích. Krom faktu, že nizozemští portýři konzumovali pivo nazýváno poorter, toho ale moc o chuti nebo procesu výroby známo není.

Pro britský porter bylo charakteristické dlouhé zrání a se zvyšující se oblibou tohoto piva tak pivovarům docházela kapacita. Obliba porterů je proto hlavním důvodem rozšiřování a zakládání nových pivovarů v 18. století. (Boulton, 2013) Popularita porterů stále rostla, což dalo vzniknout více druhům porterů, včetně těch vyšší stupňovitosti. Ty byly často označovány jako stout porter (anglicky stout – silný, hutný). Podle stupňovitosti pak i double stout porter, triple stout porter a imperial stout porter. Právě slovo porter bylo později vypuštěno.

V průběhu 19. století popularita porterů a stoutů ve Spojeném království klesala, místo nich se těšila oblibě světlá hořká ale piva. Než však popularita upadla, stačil se porter a stout díky exportu rozšířit, a to převážně do Irska, kde je produkován dodnes (např. v pivovaru Guinness). Další významnou exportní oblastí bylo ruské impérium, jehož součástí byly částečně i dnešní pobaltské státy. Do Ruské říše se vyvážel převážně imperial stout, který byl vzhledem k chladnějšímu podnebí preferovaný kvůli většímu obsahu alkoholu. Imperial stout byl údajně nejoblíbenějším nápojem Kateřiny Veliké. (Smith, 2014) (Jackson, 2007) Místní pivovarníci se snažili na její rozkaz tento styl napodobit. V té době již však bylo po kontinentální Evropě rozšířeno spodní kvašení, takže většina místních pivovarníků používala právě je. (Boulton, 2013) V roce 1936 navíc Sovětský svaz přišel s pivovarnickými standardy, které přikazovaly použití spodních kvasinek. (Garshol, 2014 str. 16) Pobaltí tak dalo vzniknout novému druhu piva, které se označuje jako Baltic porter. (Carpenter, 2017)

Dnes jsou v Pobaltí populární jak klasické portery, tak Baltic portery. Často se však můžeme setkat s tím, že pivovary označují své produkty jako porter bez ohledu na druh kvašení, a na první pohled je tak problematičké rozeznat, zda se jedná o porter klasický nebo „pobaltský“.

#### 3.2.2.5 Ostatní populární druhy piva

Velmi oblíbené je pivo s příměsí medu. Pivo s medem se označuje oficiálně jako braggot. Jde o medovinu vyrobenou z 1/3 ze sladu a 2/3 z medu. Chmel je pak nepovinnou složkou. Braggot lze vyrobit i smícháním medoviny s ale. (BrewWiki, 2016) Pobaltské medové pivo

však tyto postupy příliš nerespektuje. Nejčastěji se jedná o ležáky, světlé i tmavé, s různě velkou příměsí medu, které pivu dodává sladkost a zvyšuje obsah alkoholu. Vychází z pohanských tradic před 13. stoletím, kdy byl v Pobaltí oblíbený fermentovaný medový nápoj, v podstatě podobný medovině. (Dumpe, 2001) Medové pivo je populární především v Lotyšsku (medalus), ale lze se s ním setkat i v Litvě (midus) a Estonsku (mõdu).

Oblibě se v Pobaltí těší i belgický lambic, konkrétně kriek. Tento belgický styl piva býval typický fermentací pomocí divokých kvasnic a dlouhou dobou zrání – až tři roky. Kriek je pak lambic, do kterého byly během procesu zrání přidány celé třešně. (Jackson, 2007 stránky 40-41) Od tradičního procesu výroby krieku se však téměř upustilo a dnes je běžné přidávání třešňové šťávy, dochucování cukrem a mnohem kratší doba zrání. (Jackson, 2007)

Dále jsou rozšířená piva s extraktem různých bylin (převážně na craftové scéně) a lokálních ovocných plodů, jako jsou maliny, švestky nebo třešně (a to i u průmyslových pivovarů). Právě tato piva jsou inspirována kriekem a framboise, avšak jde nejčastěji o spodně kvašená piva s příměsí ovocného koncentráту. Na rozdíl od radlerů a jiných ovocných pivních mixů si tak tato piva zachovávají větší obsah alkoholu, typicky okolo 4,5 % objemu.

### **3.3 Faktory ovlivňující trh**

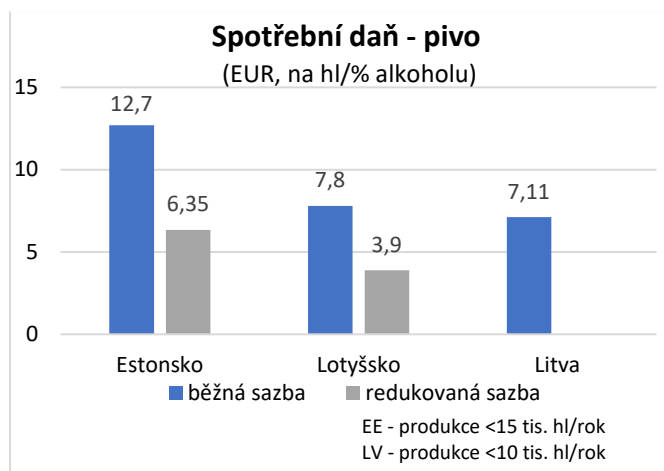
Pivovarnický průmysl je velmi citlivý vůči změnám v daních a zákonech. Vzhledem k celosvětovému trendu zdravého životního stylu a faktu, že Pobaltí je jednou z nejvíce alkoholu holdujících oblastí na světě, dochází v posledních letech k častým změnám.

#### **3.3.1 Daň z přidané hodnoty**

Na alkohol platí v Lotyšsku i Litvě 21% daň z přidané hodnoty. V Estonsku je pak sazba DPH 20 %. Všechny země řadí alkoholické nápoje do základní sazby.

### 3.3.2 Spotřební daň

**Graf 2 - Spotřební daň z piva (k 15. 1. 2021)**



Zdroj: vlastní, zdroj dat: (Ministry of Finance Republic of Latvia, 2020), (Ministry of Finance of the Republic of Lithuania, 2020), (Tax and Customs Board, 2021)

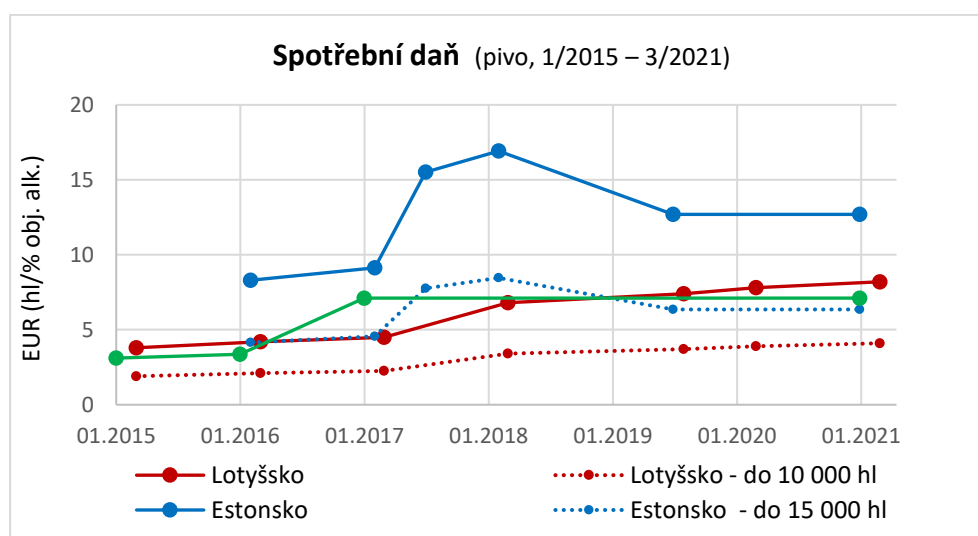
50 tis. hl. Takové pivovary pak mohou při splnění podmínek uplatnit 50 % slevu na prvních vyprodukovaných 10 tis. hl. (Ministry of Finance Republic of Latvia, 2020)

Estonsko má oproti Lotyšsku a Litvě velmi vysoké spotřební daně. Stalo se tak po prudkém zvednutí daní v roce 2017, kdy se daň v krátkém časovém období zvýšila z 6,13 € na více než 16 €. Estonsko také daňově zvýhodňuje malé pivovary, a to do produkce 15 tis. hl ročně. (Estonsko, 2019)

Nejnižší základní sazba spotřební daně z piva je v Litvě. Sazba 7,11 € za každé procento alkoholu v hektolitru piva platí už od roku 2017. Jako jediná ze zemí Pobaltí nemá redukovanou sazbu pro malé nezávislé pivovary.

Lotyšsko má pak sazbu podobnou té litevské, avšak má i redukovanou sazbu pro nezávislé malé pivovary, které ročně vyprodukují méně než

**Graf 3 - Vývoj spotřební daně na pivo**



Zdroj: vlastní zpracování, data: Ministerstva financí Estonska, Lotyšska a Litvy, historická data: Internet Archive Wayback Machine

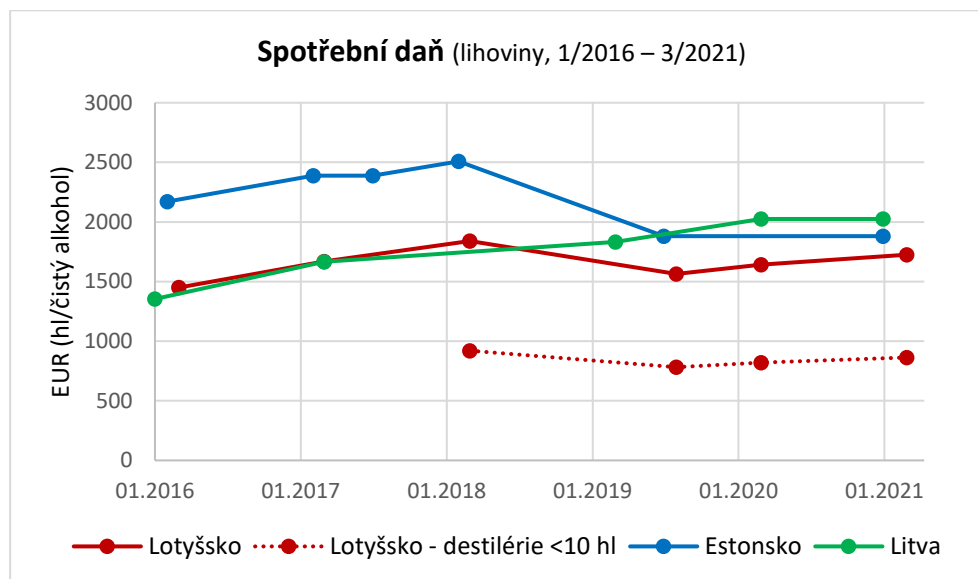
Prudké zvednutí spotřebních daní znamenalo pro Estonsko odliv nejen finských spotřebitelů, kteří do země jezdili nakupovat levný alkohol, ale i těch estonských, kteří se začali hromadně vydávat na hranice s Lotyšskem, přesouvající příjmy nejen z alkoholu, ale například i tabákových výrobků a pohonných hmot. (Laizans, a další, 2019) Estonsko vyčíslilo odhadované ztráty na 100 milionů euro. (KALEVA, 2019) Z vývoje daně na pivo (**Graf 3**) je patrné, že se Estonsko nesmířilo s odlivem příjmů a v létě 2017 tak snížilo daně o 25 %. Mark Uusküla, vedoucí odboru politik celních a spotřebních daní, se ke snížení vyjádřil následovně: „Rozdíl v cenách mezi Lotyšskem a Estonskem byl příliš velký. Opravdu jsme podcenili chování spotřebitele a velikost příhraničního obchodu.“ (Uusküla, Mark v Laizans, a další, 2019)

Reakce Lotyšska na sebe nenechala dlouho čekat. I přes původní plány daně zvyšovat Lotyšsko reagovalo na estonský krok snížením daní o 15 %, avšak pouze na tvrdý alkohol. Daň z piva mírně vzrostla, i tak ale zůstala hluboko pod hodnotou té estonské. Tato reakce Lotyšska vyvolala obavy o vypuknutí „alkoholové daňové války“ mezi Estonskem a Lotyšskem a rozvířila hojně diskuse o preferencích mezi zájmy o zdraví obyvatel a fiskálními zájmy státu. Tato kauza se dotkla i Finska, které v té době plánovalo zvýšit spotřební daně, avšak kvůli nečekanému kroku Estonska a Lotyšska zvýšení odložilo. (KALEVA, 2019)

Litva se naopak odmítla jakkoliv angažovat v nečekaných úpravách spotřebních daní. Litevský ministr financí Vilius Šapoka se vyjádřil, že *“Litva se do této přetahované nezapojí. (...) Daňová válka ještě nikdy nikomu nepřinesla dlouhodobé benefity. Lepší dostupnost a zvyšování konzumace alkoholu stojí plátce daní v dlouhodobém horizontu mnohem víc.”* (Vilius Šapoka v BNS, 2019)

Změny spotřebních daní se samozřejmě týkaly i lihovin (**Graf 4**).

**Graf 4 - Vývoj spotřební daně z lihovin**



Zdroj: vlastní zpracování, zdroj dat: Ministerstva financí Estonska, Lotyšska a Litvy, historická data: Internet Archive Wayback Machine

### 3.3.3 Zákony

Podle dat Světové zdravotnické organizace (WHO) je Litva v konzumaci alkoholu celosvětově na druhém místě (za Moldávií, před ČR), ale i Lotyšsko s Estonskem jsou vysoko nad průměrem EU. Navíc mají země problémy s vysokými počty alkoholově závislých a pitím mladistvých. (World Health Organization, 2018) Vlády jednotlivých zemí se tak v posledních letech snaží aplikovat poměrně restriktivní politiky. Tato podkapitola představuje základní právní rámec týkající se trhu s pivem.

#### 3.3.3.1 Definice piva

Definice piva je ve všech zemích opřena o společný celní sazebník EU. Pivo je tedy definováno jako fermentovaný alkoholický nápoj vyráběný ze sladu, vody a chmele s více než 0,5 % objemu alkoholu. Zároveň se za pivo považují i pivní nápoje obsahující směs piva a nealkoholického nápoje nebo jiných komponentů, pokud výsledný produkt překračuje zmíněnou hranici 0,5 % obj. alkoholu. (Official Journal of the European Union, 2020)

#### 3.3.3.2 Definice minipivovaru

Lotyšsko i Estonsko v legálních dokumentech užívá název „nezávislý malý pivovar“, který definuje jako pivovar, který je právně a ekonomicky nezávislý na jiných pivovarech. Produkce pivovaru nepřekračuje zákonný roční limit 50 tisíc hektolitřů. Takové pivovary mohou využít daňové zvýhodnění při odvodu spotřební daně, a to na prvních 10 tis. hl



produkce. (Ministry of Finance Republic of Latvia, 2020) V Estonsku je hranice produkce pro kvalifikaci jako nezávislý malý pivovar 15 tisíc hl. Takové pivovary mohou uplatňovat 50% zvýhodnění při odvodu spotřební daně na celou svou produkci. (Estonsko, 2019)

Litva malé pivovary daňově nezvýhodňuje a legálně již ani nerozlišuje mezi malými a průmyslovými pivovary. V minulosti byl však produkční limit pro malý pivovar stanoven na 80 tis. hl. (Petraškevičius, a další, 2017)

### 3.3.3.3 Legální věková hranice pro konzumaci a nákup alkoholu

V Estonsku a Lotyšsku platí pro Evropu běžná věková hranice 18 let. (Estonsko, 2021) (Lotyšsko, 2021) V Lotyšsku navíc platí povinnost při nákupu alkoholu automaticky ukazovat osobní doklad prokazující věk, i pokud k tomu prodejce nevyzval, a to až do dovršení 25 let věku. (Lotyšsko, 2021)

Litva, vzhledem ke svému dlouhodobému přednímu postavení ve statistikách konzumace alkoholu a neúspěšnosti snah o její snížení, zvýšila k 1. 1. 2018 věkovou hranici pro konzumaci alkoholu z 18 na 20 let. V Evropě jde o neobvykle striktní limit. V některých severských zemích existují limity 20 let, avšak vztahují se pouze na alkohol s vyšším obsahem alkoholu (Norsko, Finsko) nebo na prodej mimo restaurační zařízení (Švédsko). 20letá věková hranice existuje vyjma Litvy pouze na Islandu, avšak konzumace alkoholu lidmi ve věku 18–20 let není považována za přestupek. Litva má tak od roku 2018 suverénně nejprísnejší věkový limit v celé Evropě.

### 3.3.3.4 Omezení času prodeje

V Estonsku je zakázáno prodávat alkohol v čase mezi 22:00 a 10:00, a to ve všech prodejnách, včetně těch pojízdných. Prodej alkoholu v rámci donáškových služeb je v tomto čase také zakázán. Dále je zakázáno v tomto čase prodávat jakýkoliv alkohol s sebou. (Estonsko, 2021)

V Lotyšsku je zákaz prodeje alkoholu mezi 22:00 až 8:00, a to jak v obchodech, tak při on-line nakupování. (Lotyšsko, 2021)

V Litvě jde opět o nejstriktnější omezení. Nelze nakupovat a konzumovat alkohol mimo pozemky restauračních zařízení v časech mezi 20:00 a 10:00, v neděli pak dokonce v čase 15:00-10:00. (Litva, 2020) Zajímavostí je pak kompletní zákaz prodeje alkoholu (mimo

restaurační zařízení) 1. září, typicky první školní den, kdy se v Litvě slaví Den vědy a vědomostí. (Astrauskiene, 2018) Argumentací pro tento zákaz je snaha poukázat na problémy užívání alkoholu mladistvými.

#### 3.3.3.5 Omezení míst prodeje

Kromě běžného omezení prodeje, jako jsou nemocnice, vzdělávací instituce apod., platí v pobaltských zemích i specifická omezení.

V Estonsku platí zákaz prodávat alkohol ve stáncích, nebo v rámci pouličního prodeje. Aby byl tento zákaz zajištěn, je zakázáno skladování nebo přítomnost alkoholu na takových místech, a to bez ohledu na účel. (Estonsko, 2021)

V Lotyšsku platí podobný zákaz pro stánky a kiosky, avšak s výjimkou na pivo a jiné fermentované nápoje do 5,8 % obj. alkoholu. Příslušné místní orgány mohou udělit stánkům časově omezenou výjimku. Dále je zakázán prodej alkoholu z nápojových automatů nebo v prodejnách s prodejní plochou menší než 20 m<sup>2</sup>. (Lotyšsko, 2021)

Litva pak znovu uplatňuje nejrestriktivnější zákony. Omezuje prodej podle typu a síly alkoholických nápojů. V pojízdných prodejnách, které jsou smluvně sjednané v rámci venkovské obchodní vybavenosti, je povoleno prodávat pouze piva, pivní mixy a cider, a to do 7,5 % obj. alkoholu. Na výstavách je pak povoleno prodávat nápoje do 13 % obj. alkoholu a při masových akcích, trzích a poutích je povoleno prodávat pouze alkohol do 7,5 %. Stejná hranice platí i při sportovních akcích. Od 1. 1. 2020 platí také plošný zákaz prodeje a konzumace alkoholu na plážích. (Litva, 2020)

#### 3.3.3.6 Omezení velikosti PET láhví

Další omezení, které se dotýká prodejů piva, je omezení velikosti PET lahví s alkoholem. V Pobaltí, Finsku a Skandinávii je běžný prodej alkoholu v PET láhvích nejen pro pivo, ale i pro ostatní druhy alkoholu. Vzhledem k povaze alkoholických nápojů se však toto omezení dotýká hlavně piva.

Omezení velikosti jsou následující:

##### 1) Lotyšsko (Lotyšsko, 2021)

- 0,5 litru, pokud je obsah alkoholu větší než 5,8 % obj.
- 1 litr, pokud je obsah alkoholu menší než nebo roven 5,8 % obj.

## 2) Litva (Litva, 2020)

- 0,5 litru, pokud je obsah alkoholu větší než 7,5 % obj.
- 1 litr, pokud je obsah alkoholu menší nebo roven 7,5 % obj.

### 3.3.3.7 Omezení marketingových činností pivovarů

I v oblasti marketingu zastávají státy Pobaltí poměrně restriktivní postoj.

V Estonsku a Lotyšsku je situace mírnější. Marketingové činnosti jsou vesměs povolené, avšak je striktně limitován jejich obsah. Ten musí být podáván neutrálně, nenabádat spotřebitele ke koupi a nenavozovat dojem, že je alkohol běžnou součástí života a má nějaký pozitivní vliv na život. Obrazové typy reklam (TV, bannery) nesmí obsahovat osoby, a to ani animované nebo jinak umělecky vyobrazené. Hlasová stopa reklam nesmí být namluvena známými osobnostmi. V Estonsku jsou reklamy na alkohol v televizi a rádiu povoleny pouze v čase mezi 22:00 a 7:00. V Lotyšsku pak časové omezení není, avšak může se propagovat pouze pivo a víno. (EUCAM, 2021) (Estonsko, 2021) (Lotyšsko, 2021)

Dále je v Estonsku zakázána jakákoliv venkovní reklama na alkohol (bannery, billboard). V Lotyšsku je taková reklama povolena, avšak mnoho měst, včetně Rigy, má vlastní vyhlášky, které tento typ reklamy zakazují. Estonsko dále reguluje i reklamy na internetu a sociálních sítích (zákaz vyjma oficiálních stránek a kanálů výrobce nebo prodejce) nebo vyobrazování alkoholických nápojů v akci, kdy je zakázáno uvádět původní cenu a výši slevy. I sponzoring je silně regulován a omezen pouze na název a logo sponzora. (Lotyšsko, 2021) (Estonsko, 2021)

Litva v rámci zpřísnění zákonů od 1. 1. 2018 zakázala veškeré reklamy na alkohol, včetně distribuce reklamních předmětů s výjimkou otvíráků, lahví a sklenic s názvem nebo logem výrobce. Povoleno je pouze zobrazování loga a jiných registrovaných ochranných známek na neutrálním pozadí, a to pouze v místech prodeje. V tištěných médiích a na internetu je povoleno zveřejňovat recepty obsahující alkohol, avšak bez použití konkrétní značky alkoholu. (EUCAM, 2021) (Litva, 2020)

### 3.3.3.8 Alkohol a řízení

V Estonsku platí povolený limit 0,2 ‰ alkoholu při dechové zkoušce pro všechny řidiče bez rozdílu. (Estonsko, 2021)

V Lotyšsku existuje hranice 0,5 %, avšak pro určité skupiny řidičů je limit snížen na 0,2 %. (Lotyšsko, 2020)

V Litvě platí limit 0,4 %. Pro určité skupiny je pak stanoven nulový limit. (Litva, 2016)

(Detailní tabulka a vymezení skupin s jinou tolerancí je přiložena v rámci příloh práce, konkrétně **Příloha A(b)**.)

### 3.4 Nejvýznamnější pivovary

Stejně jako v České republice i v Pobaltí jsou nejvýznamnější pivovary vlastněny zahraničními společnostmi. (**Obrázek 5**) V Pobaltí se konkrétně jedná o dánský Carlsberg a Royal Unibrew a finskou Olvi group. Společně tyto skupiny pokrývají svými značkami přibližně 70–80 % trhu v Pobaltí. (Konkurences padome, 2019) (Petraškevičius, a další, 2017) (Olvi Oyj, 2021) (Carlsberg Group, 2020)

**Obrázek 5** – Přehled nejvýznamnějších značek (% podíl nadnárodní skupiny ve firmě)

|   | Estonsko   | Lotyšsko  | Litva  |
|---|--|---|--|
|  |  (100%) |  (100%)  |  (99%)  |
|  |  (100%) |  (99,88%)  |  (99,66%)   |
|  | ×  |  (Cido grupa)<br> * (100%)<br> | <br> (Kalnapilis-Tauro grupe) (100%) |

\* Výhradním vlastníkem akcií Bauskas alus je Lāčplēšis. (Lursoft, 2021)

Zdroj: vlastní zpracování, logotypy: webové stránky jednotlivých společností

Nelze ale opomenout ani trend minipivovarnictví. Minipivovary obvykle tvoří jen malé procento celkové spotřeby, avšak jejich vliv na celý trh je nepopiratelný. Minipivovary potřebují přijít s produkty, které v něčem vynikají. Jsou odvážné, experimentují s chutěmi a vzhledem k rostoucí popularitě začaly ovlivňovat celý pivní trh. Průmyslové pivovary se

snaží kopírovat úspěšné produkty malých pivovarů, případně jsou ochotné investovat nemalé částky ke koupi minipivovarů (nebo podílu v nich). (Swinnen, 2011)

### 3.4.1 Estonsko

Rozdělení trhu je v Estonsku léta dané a téměř neměnné. V Estonsku působí dva hlavní pivovary, a to Saku a A. Le Coq. Oba dlouhodobě, minimálně poslední dvě desetiletí, drží zhruba stejný podíl okolo 40 %. Rozdílem je pouze to, jaký význam mají pro své vlastníky. Saku je pro svého majitele, skupinu Carlsberg, téměř bezvýznamnou společností, generující necelé procento hospodářského výsledku. A. Le Coq je naopak jedním z tahounů skupiny Olvi, jeho obrat se rovná čtvrtině obratu skupiny, avšak téměř 40 % zisku. (Tõnis, 2013) Společně jsou jedinými dvěma členy Estonské pivní asociace, která měla největší vliv na výrazné snížení spotřebních daní v roce 2019. (Eesti Õlletootjate Liit, 2021)

Pro ostatní pivovary je velmi těžké se proti těmto pivovarům prosadit, o čemž svědčí i bývalý 3. největší hráč estonského trhu, pivovar Viru, který se snažil budovat lepší pozici na trhu téměř 50 let. V roce 2020 mu na pozici 3. největšího estonského pivovaru stačila pouhá 2 % podílu na trhu. (ERR, 2020)

Rozmach malých pivovarů lze v Estonsku zaznamenat od roku 2012. I minipivovary mají od roku 2013 svou asociaci a o rozmachu svědčí i každoročně se rozrůstající členská základna. Momentálně čítá 41 minipivovarů.<sup>3</sup> (Eesti Väikepruulijate Liit, 2021)

#### 3.4.1.1 A. Le Coq

Značka byla poprvé registrována v roce 1807 v Londýně. Ve 20. letech 18. století A. Le Coq exportoval imperial stout do Ruska, avšak zvyšující se celní sazby donutily A. Le Coq na začátku 20. století přesunout sídlo z Londýna do Petrohradu. Majitelé hledali vhodné místo, kde by mohli imperial stout vařit, a nakonec koupili pivovar Tivoli v estonském Tartu, který vznikl sloučením pivovarů B. J. Hesse (založen 1800) a R. Schramma (založen 1826). V období první světové války pivovar vzhledem k prohibici pivo nevařil a později byl z vandalizován ruskými vojsky. Svou činnost obnovil v roce 1921. Během druhé světové války 80 % produkce spotřebovala německá vojska. V roce 1944 byl pivovar znovu téměř zničen. Po opravách pivovar vyráběl pod jménem Tartu Õlletehas (pivovar Tartu). Od války stabilně zvyšoval svou produkci a vzhledem ke kvalitě se stal jedním z hlavních sovětských

---

<sup>3</sup> Údaj k 13. 2. 2021

pivovarů, což vedlo k velkým investicím do výzkumu a technologií. Po získání nezávislosti Estonska pivovar padl do rukou státu, pod jehož vedením pivovar začal ztrácet podíl na trhu, hlavně oproti konkurenčnímu Saku. Finské Olvi koupilo nejprve 15 % společnosti v roce 1996 a zbylých 85 % pak o rok později, společně s pivovarem Saare. Po několika letech modernizací byl A. Le Coq znovu uveden na trh v roce 1999 a do pěti let se dostal zpět na vrchol estonského nápojářského průmyslu.

Dnes vyrábí kromě piva i cidery, kvass a řadu dalších alkoholických i nealkoholických nápojů.

#### 3.4.1.1.1 Značky A. Le Coq

**A. Le Coq, Le Coq** – Pod svou značkou vyrábí několik produktů, od klasických ležáků a porterů, přes prémiový abbey ale, bock a superprémiový Baltic porter nebo mango pale ale. Pod značkou A. Le Coq lze nalézt i nealkoholická piva – pšeničné pivo, IPA, ležák, dokonce i nealkoholický porter. Dále pak různé radlery.

**Alexander** – Prémiová řada piv, vařená tradičními metodami, pojmenovaná po zakladateli A. Le Coq: spodně kvašená piva, weizen.

**Saare/Saaremaa** – Žitné tmavé Saare podle prastarých tradic (podobné keptinis) a lehké, světlé pivo Saaremaa, které má ctít tradice kuduölu.

#### 3.4.1.1.2 Licenční výroba

Kromě vlastních značek je v A. Le Coq vařeno pivo Viru na základě licence.

Jedná se pivo, které A. Le Coq prodával do roku 2006 pod názvem A. Le Coq Premium Extra. V témže roce změnilo pivo vizáž a majitele, kterým se stala dnešní Baltic Beer Company (britská společnost). Ta pro pivo nastavila novou obchodní strategii. Mělo se jednat pouze o pivo určené pro on-trade v Británii, avšak díky velkému zájmu začal Viru prodávat řetězec Tesco. Dnes je dostupné na více než 20 trzích po celém světě. Jedná se o ležák plzeňského typu, vyráběný z litevského sladu a žateckého chmele a výroba nikdy neopustila pivovar A. Le Coq, i když se jedná pouze o pivo licenční. (Untappd, 2021)

#### 3.4.1.2 Saku

Historie pivovaru sahá do roku 1820, kdy se tehdejší majitel sackého panství, německý hrabě K. F. Reh binder, rozhodl založit si malý pivovar. V 50. letech pivovar změnil majitele, který

pivovar inovoval a zjednodušil procesy zavedením páry. Konkurence mezi pivovary už v té době byla poměrně velká, Saku se tedy rozhodlo zvýšit výrobu a expandovat do Tallinnu. K uspokojení poptávky Saku postavil železniční trať mezi pivovarem a Tallinnem. Zároveň bylo potřeba nové, větší továrny, která otevřela roku 1876 a byla největší v severním Estonsku. Vzhledem k oblibě Saku nebyla nouze o investory a v roce 1900 pivovar uvařil přes 200 000 piv, zatímco jeho tehdejší největší konkurent uvařil o čtvrtinu méně. Konkurenční boj Saku vyhrálo o 11 let později, kdy tallinnský pivovar Revalia zavřel a Saku se stalo jediným pivovarem v Tallinnu.

Podobně jako na A. Le Coq, i na Saku se negativně podepsaly světové války. Mezi lety 1914 až 1921 pivovar zastavil výrobu. Jakmile ale mohl, pustil se do dalších inovací. V průběhu druhé světové války byla produkce opět pozastavena. Podobně jako A. Le Coq se i Saku stal jedním z hlavních pivovarů Sovětského svazu, takže byl vybaven nejmodernějšími technologiemi. Po skončení režimu však na rozdíl od svého největšího konkurenta rovnou přešel do soukromého vlastnictví, konkrétně do nově vzniklého Baltic Beverages Holding (BBH), Saku bylo jedním ze zakládajících členů, spolu s finským Hartwall a švédským Pripps. V roce 1993 se pivovar vrátil k předválečným recepturám, na základě kterých vzniklo pivo Saku Originaal, které je dodnes stěžejním produktem. V roce 2008 přešel celý BBH pod Carlsberg,

Dnes vyrábí, stejně jako A. Le Coq, kromě piva i cidery, kvas a řadu dalších alkoholických i nealkoholických nápojů.

#### 3.4.1.2.1 Značky Saku

**Saku** – Pod hlavní značkou Saku nabízí již zmíněnou vlajkovou loď Saku Originaal, dále pak prémiový „zlatý“ a tmavý ležák, porter a tmavá piva Manchester a Dublin. Dále pak několik nealkoholických radlerů.

**Taurus** – Tato značka pod sebou skrývá jedno pivo stylu bock.

**Rock** – Původně speciální edice piva vyrobená pro rockový festival v roce 1994. Stalo se však tak oblíbené, že i dnes ho Saku nabízí ve svém sortimentu. Jedná se o silné, výrazněji chmelené světlé pivo.

**Karl Friedrich** – Značka na počest zakladatele pivovaru nabízí bavorský märzen<sup>4</sup>, vídeňský a mnichovský tmavý ležák.

---

<sup>4</sup> V češtině též březňák. (Jobánek, a další, 2007)

**Antvärk** – selekce piv ve spolupráci s mikropivovary nabízí například ale kvašený pomocí vinných kvasinek, gose nebo různé obměny stylu IPA.

#### 3.4.1.2.2 Licenční výroba

V pivovaru Saku se vaří pivo Holsten ze stejnojmenného hamburského pivovaru. (Rimi.lv, 2021) Také se v Saku vaří část produktů pivovaru Aldaris. Kromě výše zmíněných piv vaří Saku i pivo jménem „Zlatý klíček – Ležák“. (Untappd, 2021) Vlastníka této značky je bohužel v podstatě nemožné dohledat, i přesto, že na plechovce stojí, že se jedná o pivo „podle tradičních pivovarských receptur“ a pivovar byl založen roku 1820. Jako distributor a výrobce je uváděn pivovar Švyturys-Utenos, avšak vaří se právě v Saku.

#### 3.4.1.3 Viru õlu<sup>5</sup>

Třetím nejvýznamnějším pivovarem byl pivovar Viru, který vznikl v roce 1975 a zpočátku se těšil velké popularitě, možná i díky výrobě ruského piva Žiguli. Krátce po vyhlášení nezávislosti Estonska se největším akcionářem stala dánská skupina Harboes Bryggeri. Začala modernizace a snaha o zlepšení kvality. Viru nikdy nedosáhlo popularity Saku a A. Le Coq. Podíl na trhu se pohyboval vždy v jednotkách procent a největším konkurentem byl pivovar Puls, který však v roce 2008 prodal svou ochrannou známku právě Harboes Bryggeri. Viru tak začalo vařit kromě vlastního piva Wiru i Puls.

I přes pohlcení konkurenta však Viru nadále ztrácel podíl na trhu, a to navzdory četným investicím. Pivovar dlouhodobě vykazoval ztráty – v roce 2019 činila čistá ztráta téměř půl milionu euro (Virumaa Teataja, 2019) a v polovině roku 2020 Harboe Bryggis oznámilo přesun pivovarnické části výroby do ostatních pivovarů skupiny v Německu a Dánsku. V Estonsku pokračuje pouze výroba nealkoholických nápojů. Společnost Viru õlu jako taková je momentálně v likvidaci. (ERR, 2020)

A. Le Coq a Saku jsou tak jediné dva průmyslové pivovary v Estonsku.

---

<sup>5</sup> Pozor na záměnu s pivem Viru, které se licenčně vaří v A. Le Coq.



#### 3.4.1.4 Minipivovary

Převážně v posledních deseti letech na pozadí dvou estonských gigantů vznikly desítky minipivovarů. Dnes mezi ty největší a nejvýznamnější patří minipivovary **Põhjala** a **Pühaste**, oba shodně založené v roce 2011.

Põhjala je minipivovar založený čtyřmi entusiastickými pivaři v Tallinnu. Ti nejprve fungovali jako létající pivovar, ale v roce 2014 otevřeli vlastní pivovar. Během prvních 2,5 let provozu více než zčtyřnásobili svoji produkci. Dnes nabízí širokou škálu stylů, ale jejich specialitou jsou portery a piva zrající v sudech. Také jsou známí pro využívání surovin, které lze najít v estonské přírodě. V roce 2018 se pivovar přesunul do nového prostoru, který kromě moderního zázemí s mnohem větší kapacitou nabízí i výčep, kde lze ochutnat až 24 druhů jejich piva. Úspěch slaví Põhjala i v zahraničí. Jejich pivo lze najít ve více než 40 zemích, včetně České republiky. V roce 2019 uvařili 11 tis. hl piva, což je dvakrát tolik, než v roce 2018. Z toho zhruba 70 % bylo určeno na export, nejčastěji do Francie, Finska a Číny. (Kling, 2019)

I Pühaste začínal jako létající pivovar, ale i tak si rychle získával své jméno doma i v zahraničí. Do vlastního se nastěhoval v roce 2016, konkrétně do města Tartu, a od té doby jeho obliba stále roste. Pühaste často kolaboruje s ostatními minipivovary a nabízí velké množství usedlejších i odvážných příchutí a stylů, které lze ochutnat na jejich vlastním výčepu nebo v jedné z 25 zemí, včetně ČR, do kterých své pivo vyváží.

#### 3.4.2 Lotyšsko

Situace v Lotyšsku je trochu rozdílná a složitěji uchopitelná. K pokrytí 80 % trhu je v Lotyšsku potřeba pivovarů Cēsu, Aldaris, dvou pivovarů skupiny Cido – Līvu alus a Lāčplēsis alus. Všechny zmíněné pivovary mají zahraniční vlastníky. V roce 2018 byly jejich podíly na trhu následující: pivovar Cēsu 30 %, Aldaris 30 % a pivovary skupiny Cido 20 %. (Konkurences padome, 2019) V posledních dvaceti letech lze ale pozorovat pokles pivovaru Aldaris a vzestup Cēsu alus (podíly 2003: 43,7 %, resp. 11,1 %). (DELFI, 2004) V Lotyšsku pak existuje pouze jeden další pivovar, který překračuje hranici produkce minipivovarů, a to pivovar agrofirmy Tērvete (tržní podíl cca 5 %).

Specifikem posledních let je přesun výroby z Lotyšska do jiných pivovarů v rámci skupiny, nejčastěji do Litvy. Tato „lotyšská“ piva vyrobená v Litvě nebo Estonsku poté pivovary

exportují zpět do Lotyšska, malou část pak na ostatní zahraniční trhy. Taková praxe, hlavně když se jedná o nejdůležitější hráče na trhu, konkrétně Aldaris a Cido, silně ovlivňuje a zkresluje statistiky produkce, importu i exportu. I monitoringy trhu jsou v této situaci složité, vzhledem k tomu, že se jedná o přesuny desítek tisíc hektolitrů, které jsou vykazovány jako spotřeba importního piva. Proto za loňský rok Lotyšsko vykázalo podíl domácích piv na celkové spotřebě pouhých 41 %. Zbylých 59 % pak ale z většiny tvoří právě spotřeba piv Aldaris a piva skupiny Cido. (Konkurences padome, 2019)

#### 3.4.2.1 Aldaris

Počátky Aldarisu sahají do roku 1865, kdy byl postaven pivovar Waldschlösschen. Jako jeden z mála pivovarů Aldaris nikdy nezměnil adresu, pouze stavěl a rozšiřoval továrny na rozlehlých pozemcích zámku. Na začátku 20. století vyráběl šest piv a byl považován za jeden z nejmodernějších evropských pivovarů. Stejně jako estonské pivovary, i ty lotyšské zasáhla první světová válka. Aldaris zastavil produkci a když ji znovu spustil, panovala již zmiňovaná situace, kdy si obyčejní lidé pivo nemohli dovolit. (Zariņš, 2009)

V roce 1937 získal jméno Aldaris, které bylo vybráno na základě veřejného průzkumu. Na nátlak státních institucí kvůli existujícímu cenovému kartelu se Aldaris sdružuje s pivovary Vārpa<sup>6</sup> a Ilguciems<sup>7</sup>. Před druhou světovou válkou měl výrobní kapacitu 80 tis. hl, což byla v té době polovina lotyšské spotřeby. Také začal s výrobou nealkoholických nápojů.

V roce 1976 provedl pivovar inovace, včetně instalace československých varen. Po privatizaci spolupracoval s Baltic Beverages Holding, v rámci kterého v roce 2008 přešel do skupiny Carlsberg.

V roce 2013 přesunul část své výroby do ostatních pivovarů skupiny Carlsberg v Estonsku a Litvě. (LETA, 2017) Aldaris investoval v posledním desetiletí 3 miliony eur – část do obnovy původního pivovaru Waldschlösschen, ve kterém se začalo vařit pivo Mežpils (tedy Waldschösschen lotyšsky), které je na trhu propagováno jako řemeslné, a část do interaktivní expozice. Jedná se o vůbec první takové muzeum v Lotyšsku a nabízí mimo jiné pohled na původní pivovarskou halu z roku 1938. (Aldaris.lv, 2021)

---

<sup>6</sup> Uzavřen v listopadu 2013, dokončení likvidace 18. 5. 2017. (Lursoft, 2021)

<sup>7</sup> Dnes působí pod jménem Ilgezem. (Lursoft, 2021)

Po dalším přesunu výroby do ostatních pivovarů skupiny Carlsberg získal v roce 2017 statut malého pivovaru, i když vzhledem k nesplnění podmínky nezávislosti nemůže uplatňovat slevu na spotřební dani. (LETA, 2017)

#### 3.4.2.1.1 Značky Aldaris

**Aldaris** – Základní řada několika piv, jejíž součástí je i prémiová kolekce několika spodně kvašených piv, vč. třešňového a medového piva. (Výroba v litevském Švyturys-Utenos a v menší míře i estonském Saku)

**Apinītis** – Řada spodně kvašených světlých piv o různé stupňovitosti, nejzajímavější z řady je pravděpodobně 7 % ležák v litrové plechovce. (Saku)

**Latvijas Sevišķais** – Spodně kvašená piva různé stupňovitosti, v PET. (Saku)

**Mežpils** – Značka, která je mezi spotřebiteli oblíbená pro prémiovější kvalitu než základní řada Aldaris. Nabízí základní piva v plechu (Saku), jejich verze ve skle (Aldaris), ale i superprémiová „craft“ piva právě ze zrekonstruovaného původního pivovaru (Aldaris).

**Zelta** – Prémiový ležák s 5,2 % obj. alkoholu, několik příchutí radlerů. (Švyturys-Utenos)

#### 3.4.2.2 Cēsu alus

Největší lotyšský pivovar se nachází ve městě Cēsis, ve kterém nalezneme stejnojmenný hrad z počátku 13. století. Právě do něj pivovar zasazuje své počátky, i když s dnešním pivovarem mají společného pramálo. Na hradě se pivo vařilo od roku 1590 až do začátku 17. století, kdy Švédové vyhráli polsko-švédskou válku a v následujících letech zvýšili spotřebu piva na hradě natolik, že kapacita nestačila, a tak postavili nový pivovar v předhradí, okolo kterého vysázeli chmel. V roce 1878 byl postaven nový pivovar na místě, kde ho najdeme i dnes. V roce 1922 pivovar koupilo několik podnikatelů, kteří se zaměřili na produkci vína a nealkoholických nápojů. V roce 1940 byl pivovar znárodněn a po druhé světové válce modernizován a rozšířen. V 70. letech vytvořil skupinu s pivovary Naukšēnu a Gulbene<sup>8</sup>. Skupina se o deset let později rozpadla, ale Cēsu se dál dobře dařilo. Při privatizaci se vlastníkem stal norsko-lotyšský obchodní rozvojový fond, který však svůj podíl v roce 1999 prodal finské skupině Olvi, dnešnímu vlastníkovi. O rok později se začala stavět nová budova pivovaru, jejíž základní kámen pochází z původního pivovaru na hradě.

---

<sup>8</sup> Likvidace k 29. 3. 2019. (Lursoft, 2021)

Cěsu se v Lotyšsku rychle stal pivovarnickou dvojkou, avšak během prvních let 21. století je rozmach pivovaru úctyhodný a Cěsu se vypracovalo v jednu z nejdůležitějších lotyšských firem. Dnes je Cěsu alus pravidelně oceňován nejen pro své produkty, ale i aktivity v rámci společenské odpovědnosti nebo přínos pro region a celou zemi.

#### 3.4.2.2.1 Značky Cěsu alus

Cěsu má velmi široké portfolio. Nabízí od levných piv v plastových láhvích až po superprémiová speciální piva v šampaňských lahvích. Z průmyslových lotyšských pivovarů je Cěsu považován za nejodvážnější, co se týče experimentů a nových chutí.

**Cěsu Premium** – Základní značka piv, nabízející standardní řadu Cěsu – světlý, jantarový, červený a tmavý ležák. Dále pak piva speciální edice – zimní ležák, karamelový porter, pivní sekt a superprémiová piva Baltic porter nebo mangový milkshake ale. Dále pak několik nealkoholických piv.

**Brūža** – Několik piv vytvořených sládky pivovaru. Nejzajímavější je pravděpodobně nefiltrovaný Indian pale ležák, který se prodává v obrácené plechovce, aby byl spotřebitel nucen usazené kvasinky před konzumací promíchat. Později přibyla do série dvě piva s příměsí ovocných šťáv – malina a třešeň (4,5 % obj. alk.). V roce 2021 do série přibyla další dvě piva – vč. piva inspirovaného tradičním chlebovým pivem keptinis.

**Bocmanis** – „Námořnická“ řada silných spodně kvašených piv (až 9 % obj. alk.).

**Latvijas pilzenes** – Ležák plzeňského typu, pouze v PET.

**Mītava** – Dvě piva vytvořená ve spolupráci s oblíbenou lotyšskou hudební skupinou Brainstorm. Recept jednoho z piv pochází z kuchařky, která patřila otci kytaristy skupiny. Druhé skupina vytvořila sama.

**Miezītis** – Tři druhy ležáků vyráběné z lokálního ječmene.

**Light** – Lehké pivo s nižším obsahem alkoholu, neochucené a limetkové.

**Radler** – Řada pivních koktejlů inspirovaných běžnými koktejly – např. piña colada, spritz.

**Beershake** – Citrónový a limetkovo-brusinkový pivní mix.

**Fassbrause** – Nealkoholický sladový nápoj s příchutí maliny nebo broskve.

**Ulmanlaiku** – Tradiční kvas vyroben pomocí přirozené fermentace, 0,5 % obj. alkoholu. I ve verzi Porter, která je oproti normální verzi jemně chmelená.

#### 3.4.2.2.2 Licenční výroba

Podle serveru Untappd vyrábí Cěsu licenčně pivo Česká pinta<sup>9</sup>, které je určené převážně pro ruský trh. (Untappd.com, 2021) V roce 2019 začal pivovar vařit licenčně jeden druh piva pro restaurace LIDO. Ta má vlastní pivovar od roku 1987, avšak jejich pivo se stalo tak populárním, že se restaurace rozhodla uvést některá svá piva na pulty obchodů. Pivovar LIDO však neměl dostatečnou kapacitu, a tak se spojil právě s Cěsu. (DELFI, 2019) Dnes pro ně Cěsu operativně vyrábí i kvas.

#### 3.4.2.3 CIDO group

Třetí největší, co se podílu na trhu týče, jsou pivovary skupiny Cido, která sdružuje několik potravinářských společností v Lotyšsku, včetně několika pivovarů. Od roku 2004 patří dánskému Royal Unibrew. O rok později skupina získala pivovar Lāčplēsis. V roce 2008 pak Līvu. Royal Unibrew oba pivovary začlenilo pod skupinu Cido. (Royal Unibrew, 2008)

V roce 2014 do skupiny Cido přibyla značka Lielvārde, která je ale považována spíše za řemeslné pivo a podíl na trhu je minimální. (LETA, 2016) Důležitější byla, po schválení lotyšskou Radou hospodářské soutěže, akvizice pivovaru Bauskas alus (podíl 3–5 % trhu), a to skrze Lāčplēsis alus. (Konkurences padome, 2019) Akvizice byla dokončena v polovině roku 2020. (Lursoft, 2021)

Jako první vznikl pivovar Lāčplēsis. Začínal původně jako soukromý pivovar na farmě ve městě Lielvārde, přibližně 50 km jihovýchodně od Rigy. Jeden ze zakladatelů místního zemědělského družstva (kolchozu) a jeho syn v roce 1948 začali vařit pivo původně pro svou spotřebu. Postupně však toto pivo získávalo na popularitě, a hlavně v období letního slunovratu měli spoustu objednávek od přátel a rodinných příslušníků. Název Lāčplēsis odkazuje na hrdinu lotyšského národního eposu<sup>10</sup>, jehož hlavní část děje se odehrává právě v Lielvārde. ( Muzejs Andreja Pumpura Lielvārdes, 2019)

Pivovar Līvu vznikl v roce 2000, a to na západním pobřeží ve městě Liepāja, které je třetí největší v Lotyšsku. Pivovar si velmi rychle vybudoval dobré jméno a stal se třetím

---

<sup>9</sup> Česká Pinta Pivovar s.r.o., IČ: 08616078

<sup>10</sup> V češtině uvedeno jako Soubor nad propastí od Radegasta Parolka, který epos přeložil a upravil (originál je veršovaný, překlad je rytmiizovaná próza). ( Muzejs Andreja Pumpura Lielvārdes, 2019)

největším v zemi, co se podílu na trhu týče. Od roku 2018 jsou piva Līvu a Lāčplēsis vyráběna výhradně v litevském pivovaru Kalnapilis. (Royal Unibrew, 2021)

Nejnovější člen skupiny, Bauskas alus, vznikl v roce 1982 a dodnes v něm působí původní sládek, dnes 94letý Kārlis Zālītis, který obdržel v roce 2001 nejvyšší lotyšské státní vyznamenání – Řád tří hvězd. Bauskas alus je známý i pro svůj kvas, vyráběný podle tradičních receptů, které vyvinul právě Zālītis v roce 1961. (Bauskas alus, 2021)

#### 3.4.2.3.1 Značky CIDO

*Lāčplēsis* (výroba v Kalnapilis)

**Lāčplēsis** – Několik světlých spodně kvašených piv (4,8–7,3 % obj. alkoholu). Dále pak dva radlery – grep, třešeň a nealkoholický ležák, který má zápis v Guinnessově knize rekordů<sup>11</sup>.

**Staburags** – Premiovější značka nabízející ležáky, včetně nefiltrovaného nebo nealkoholického, a krieg (ve velmi volné definici stylu).

*Līvu* (Kalnapilis)

**Līvu** – 6 ležáků různých typů (4,4–9 % obj. alk.), převážně v PET.

*Lielvārdes* (Kalnapilis, kromě sezónních speciálů, které jsou z Lielvārde)

**Lielvārdes** – Základní řada obsahující světlý ležák, tmavý ležák a krieg. Také nabízí nepravidelné sezónní speciály, např. vánoční ale nebo malinovo-mangová milkshake IPA.

*Bauska* (pivovar Bauska v jižním Lotyšsku)

**Bauskas alus** – Pivovar nabízí 5 světlých a 2 tmavé ležáky o obsahu alkoholu 4–5,5 % objemu. Dále vyrábí několik druhů kvasu.

**Meistara** – Jantarový ležák „mistr“, který Zālītis vytvořil na oslavu svých 90. narozenin.

#### 3.4.2.4 Tērvete

Podobně jako Lāčplēsis, i pivo Tērvete původně vzniklo jako součást kolchozu, avšak hned od počátku v roce 1971 bylo určeno pro širší trh, jako konkurence státem podporovaných velkých pivovarů. Jednou z podmínek bylo, že na pivo smí být použito pouze obilí, které se vypěstuje v kolchozu, a tak byla v pivovaru vybudována i sladovna. V pivovaru nebyla žádná automatizace, vše se dělalo ručně. Po vyhlášení nezávislosti byli sládci vysláni do Německa, kde získávali nejen know-how, ale i vybírali nové vybavení pivovaru. Roku 1996

---

<sup>11</sup> 2014: Nejvíce lidí současně otevírající nápojové plechovky. (LABA DABA, 2014)

začal pivovar filtrovat své pivo a následně získal předvstupní EU dotaci, z které financoval nákup nových tanků a plnicí linky. Popularita Tērvete každoročně rostla a v roce 2014 došlo k dalšímu rozšíření. V roce 2015 došlo k modernizaci původního vybavení a Tērvete přidalo do svého portfolia kvas a balenou vodu.

Dnes je Tērvete jediným lotyšským průmyslovým pivovarem, který nemá zahraničního vlastníka. Jeho podíl na trhu je okolo 5 %. (Konkurences padome, 2019)

#### 3.4.2.4.1 Značky Tērvete

Pivovar vyrábí veškerou produkci jen pod svou značkou Tērvete. Ta nabízí pět druhů světlých spodně kvašených piv (filtrovaných i nefiltrovaných) a jeden tmavý ležák. V letní sezóně nabízí několik radlerů (například s příchutí žlutého melounu a rakytníku).

#### 3.4.2.5 Další významné pivovary

Mezi další významné lotyšské pivovary patří **Piebalgas**, **Užavas** a **Valmiermuiža** (všechny 1–2 % podíl na trhu). (Labs alus, 2011) Zatímco Piebalgas<sup>12</sup> a Užavas soustředí svou produkci na ležáky a těší se převážně regionální oblibě, Valmiermuiža sází na široké spektrum piva a slaví úspěch napříč Lotyšskem. I když je základní sortiment Valmiermuiži dnes běžně k dostání v supermarketech, pivovar je hlavním lákadlem pro pivní i gastro turisty. Samozřejmostí je prohlídka pivovaru, ochutnávky nebo obchod, kde lze zakoupit celý sortiment pivovaru, čítající zhruba 30 piv, několik druhů pivní whiskey a ciderů. Samozřejmě nechybí ani Baltic porter, medové pivo nebo kvas. (Valmiermuiža, 2021)

#### 3.4.2.6 Minipivovary

Jedním z průkopníků moderních řemeslných pivovarů v Lotyšsku je rižský **Labietis**, který vznikl v roce 2013. Považují se za experimentální pivovar, často mění nabídku piv a nebojí se odklonit od tradičních výrobních postupů. V jednom ze svých dvou pivovarů nabízí workshopy, kde si např. v rámci teambuildingu lze uvařit vlastní pivo. Druhý pivovar je v podstatě brewpub, kde lze pozorovat proces vaření přes sklo, které odděluje výrobu od pivnice s 12 druhy jejich piv na výčepu. (Labietis, 2021) V roce 2014 otevřel pobočku na rižském centrálním trhu, o rok později další v jednom z rižských nákupních center. V roce

---

<sup>12</sup> K 8. 3. 2021: Cēsu alus oznámilo plán koupit všechny akcie Piebalgas alus, což by pivovar Piebalgas začlenilo do koncernu OLVI. Transakci ještě musí schválit lotyšská Rada pro hospodářskou soutěž. (LETA, 2021)

2017 pak pivní bar v Liepāje a další v historickém centru Rigy. V roce 2018 se spojil s osmi dalšími pivovary v projektu Rīgas alus kvartāls (rižská pivní čtvrť), kde je možné ochutnat přes sto druhů řemeslných piv z celého Pobaltí. (Labietis, 2021) V reakci na pandemii COVID-19 zprovoznil e-shop, ale některá piva je možné koupit i v běžných obchodech s potravinami.

**Malduguns** stejně jako Labietis vznikl v roce 2013 na místě bývalé pekárny ve vesnici Rozes v severovýchodním Lotyšsku. I Malduguns se rychle dostal do povědomí spotřebitelů a dnes je lze zakoupit jak v barech, tak v hypermarketech.

V roce 2017 na trh vstoupil pivovar **Ārpus**, zaměřující se na piva typu ale, ovocná piva a stouty. Tento pivovar je oblíbený hlavně mezi těmi nejnáročnějšími spotřebiteli, kteří se nebojí vyzkoušet netradiční piva.

### 3.4.3 Litva

Oproti Estonsku a Lotyšsku je pivovarnictví v Litvě rozšířenější. Je zde mnohem více malých a středních pivovarů, které nepodléhají trendům, ale naopak se věnují tradičnímu pivovarnictví a stylům. Možná právě kvůli důležitosti zemědělství a s tím se pojící zachování tradic vaření farmhouse ale.

Po vyhlášení novodobé nezávislosti se na trhu objevilo mnoho pivovarů, které ale během několika let zkrachovaly. Počet pivovarů se posledních deset let pohybuje stabilně okolo 70. (The Brewers of Europe, 2020) Samozřejmě vznikají nové, moderní minipivovary, i když v mnohem menším měřítku oproti dalším zemím Pobaltí. Vzhledem k restriktivní alkoholové politice Litvy se ale pivovary z právního hlediska podle výstavu nerozlišují.

I v Litvě na přelomu 20. a 21. století přešly velké pivovary do vlastnictví nadnárodních skupin, především pak pod Carlsberg, který na přelomu tisíciletí vlastnil pivovary Švyturys, Utenos a Kalnapilis. Carlsberg tak chvíli kontroloval téměř 80 % litevského trhu. Rada pro hospodářskou soutěž ale rozhodla, že Carlsberg musí jeden z pivovarů prodat. (Lietuvos Respublikos Konkurencijos Taryba, 2000)

Současné rozdělení trhu je podle odhadů analytiků přibližně následovné: Carlsberg prostřednictvím skupiny Švyturys-Utenos drží zhruba 40 % trhu, Royal Unibrew



prostřednictvím Kalnapilis-Tauro přibližně 20 % a Olvi s pivovarem Volfas Engelman pak 10 %. (BNS Spaudos centras, 2016)

#### 3.4.3.1 Švyturys-Utenos

Pivovar vznikl v roce 1784 v Klaipedě, v podstatě jediném přístavním městě Litvy. V 19. století se sloučil s dalším pivovarem ve městě a stal se hlavním městským pivovarem. V té době vařil převážně piva bock a porter. Mezi světovými válkami byl pivovar největším v zemi. Po druhé světové válce obnovil produkci pod novým jménem Švyturys, které nese pivovar dodnes.

V roce 1970 se začal stavět pivovar Utenos, o 7 let později byl dokončen a jako většina sovětských pivovarů vařil pivo „žiguli“.

V roce 1999 se Švyturys stal součástí skupiny Carlsberg. O dva roky později byly pivovary Švyturys a Utenos spojeny ve Švyturys-Utenos – největšího litevského producenta piva.

##### 3.4.3.1.1 Značky Švyturys-Utenos

###### *Švyturys*

**Švyturys** – Švyturys má ve svém portfoliu několik piv rozdílných stylů, například plzeňský, mnichovský ležák, bock, pšeničné pivo, belgický ale nebo stout. Nabízí jak ekonomická, tak prémiová piva.

**Švyturys traditional collection** – Prémiová kolekce piv podle původních receptur. Lze v ní nalézt například märzen Baltijos, který Švyturys vaří od 60. let minulého století.

**Švyturys Salyklo Gira** – Tradiční fermentovaný kvas.

**Memelbräu** – Pivo na počest města, které je vařeno v malých dávkách v historické části pivovaru. Zrání piva probíhá nejdříve ve vertikálních a poté i horizontálních tancích, což dává pivu unikátní chuť a aroma. Podle dostupných zdrojů je Švyturys jediný litevský pivovar, který tuto metodu stále používá. (Klaipėda mano uostas, 2011)

**GO** – Značka nealkoholických piv – nealkoholický ležák, pšeničné pivo a stout.

**Dlight** – Dva pivní mixy (sezónně i více) – jeden s citronovou šťávou a druhý s přídavkem kofeinu a taurinu.

**Raudonų Plytų** – Značka řemeslného piva, které Švyturys nabízí od roku 2013. Od té doby uvařil přes 50 druhů piv.

*Utenos*

**Utenos** – Tři ležáky, jedno nealkoholické pivo a kriek (opět velmi volná definice stylu).

**Utenos radler** – Čtyři druhy ovocných radlerů (z toho jeden nealkoholický) v běžných příchutích grep, citron, pomeranč, malina.

#### 3.4.3.1.2 Licenční výroba

Kromě toho, že vyrábí pivo pro lotyšský Aldaris a částečně i estonské Saku, vaří licenčně některá další piva skupiny Carlsberg, konkrétně některé druhy piv značek Tuborg, Carlsberg, Kronenbourg a Grimbergen. (Barbora.lt, 2021) (Rimi.lt, 2021)

#### 3.4.3.2 Kalnapilio-Tauro

Kalnapilis byl založen v roce 1902 ve městě Panevėžys a pojmenován Bergschlösschen. Svě litevské jméno, které je pouze překladem původního názvu, dostal pivovar v roce 1935. Kalnapilis je jediný litevský pivovar, který za svou existenci nikdy nepřerušil produkci, a to ani při zničení elektrárny ve městě během války. V 70. letech byla ve městě otevřena sladovna exkluzivně pro Kalnapilis. Po rozpadu režimu se vlastníkem stal Baltic Beverages Holding, který o pár let později přešel pod dnešní Royal Unibrew.

Pivovar Tauras byl založen ve Vilniusu v roce 1860. Hned zpočátku šlo o poměrně velký pivovar s vlastní sladovnou. Na sklonku 19. století majitel koupil další pivovar. Tauras však dál vařil v původní budově a v roce 1910 se stal největším v zemi. Po dokončení sladovny v druhém pivovaru byl původní Tauras rozebrán a přesunut právě tam. Vilnius byl často zužován boji, mezi lety 1923–1939 patřil Polsku a pivovar měl problémy se zpočátku prosadit proti polské konkurenci. Avšak i tyto těžké časy přečkal. Sládky v té době byli specialisté z Německa a Československa a pivo mělo dobrou pověst. Před druhou světovou válkou byl pivovar znárodněn a měl povoleno vařit pouze jedno světlé pivo, později pak i minerální vody. V 60. letech byl pivovar rozšířen a modernizován. Na konci 90. let pivovar koupila Danish Brewery Group (dnešní Royal Unibrew). V roce 2001 byl pivovar Kalnapilis a Tauras spojen v Kalnapilio-Tauro. V roce 2006 Royal Unibrew rozhodlo o ukončení výroby ve Vilniusu a přesunutí veškeré produkce pivovaru Tauras do pivovaru Kalnapilis ve městě Panevėžys. (The Baltic Times, 2006)

V roce 2011 koupila skupina i pivovar Vilkmėrgės, který byl založen chvíli po vyhlášení nezávislosti. (Garshol, 2014)

#### 3.4.3.2.1 Značky

##### *Kalnapilis*

**Kalnapilis** – Produktové portfolio Kalnapilisu je poměrně úzké, tvořené pouze ležáky – grand select, dvaro, original „žatecký“, pilsner a bock. Dále pak nealkoholické pivo.

**Kalnapilis Lite** – Řada ovocných pivních mixů s příchutí grepu nebo limetky a citronu.

**Bergschlösschen** – Prémiová řada na počest původního pivovaru, nabízí světlé a tmavé ležáky, witbier a tradiční kvas podle původních receptů.

##### *Tauras*

**Tauras** nabízí několik světlých ležáků, včetně jednoho nealkoholického, a dva druhy tradičního kvasu pod názvem **Tauras Gira**.

##### *Vilkmergės*

**Vilkmergės** je v podstatě řemeslný pivovar nabízející například rybízový stout nebo kořeněný ale.

#### 3.4.3.3 Volfas Engelman

Posledním z hlavních pivovarů v Litvě je Volfas Engelman, který byl založen v polovině 19. století na předměstí Kaunasu podnikatelem R. Volfasem. V podstatě paralelně v regionu začal fungovat další pivovar, patřící F. Engelmanovi. Dědic pivovaru Volfase později kupuje Engelmanův pivovar a v roce 1927 jsou pivovary v rámci úspor spojeny. V průběhu druhé světové války byl Kaunas okupován německou armádou a pivovar byl přejmenován na Perkunas. V období sovětské okupace pak střídal názvy často. Nejprve byl přejmenován na Raudonoji pasvaiste, později byl jako člen kaunaské skupiny nápojářských podniků nazýván jako „továrna č. 1“ a druhý pivovar jako „továrna č. 2“. V roce 1967 byl po reorganizaci přejmenován na Ragutis. Pod tímto jménem operoval ještě v roce 1997, kdy většinový podíl koupil Pilsner Urquell. Urquell byl v té době v Ragutisu i licenčně vařen, avšak pouze dva roky. Urquell totiž svůj podíl prodal estonskému A. Le Coq, a stal se tak členem finské skupiny Olvi. Ta pivovar postupně až do roku 2017 modernizovala a pětkrát rozšířila jeho výrobní kapacitu. Dnešní jméno, podle příjmení dvou zakladatelů, pivovar dostal v roce 2011.

#### 3.4.3.3.1 Značky

**Volfas Engelman** – Základní sortiment pivovaru nabízí poměrně velké množství produktů. Nejen ležáky a portery, ale například i tmavý ale, nealkoholický „kriek“ nebo radlery s příchutí broskve nebo manga.

**Pasaulio Skoniai** – Kolekce piv inspirovaná chutěmi světa nabízí 5 stylů – Baltic porter, belgický kriek, indický pale ale, australský pale ale a belgické witbier.

**Alaus Laiškai** – Kolekce řemeslných piv z vlastního minipivovaru *Studio*. V současné době nabízí čtyři piva: milkshake mango pale ale, hoppy lager, New England IPA a malinový porter.

**1410** – Piva vytvořená na počest vítězství v bitvě u Grunwaldu, kde na vítězné straně kromě Litevců stáli například i Češi. Obsahuje dva ležáky (jeden nefiltrovaný), světlý a tmavý ale.

**Horn** – Značka z dob, kdy se pivovar jmenoval Ragutis. Několik ležáků, světlých i tmavých (5-7,4 %), marketingově podobné českému Radegastu: „Pro pravé chlapy“.

**Fortas** – Značka světlých a tmavého ležáku, dále pak jahodový a pomerančový radler.

**Smetoniška Gira, Imperial Gira** – dvě značky tradičních fermentovaných kvasů.

#### 3.4.3.4 Další významné pivovary

Dalšími významnými pivovary v Litvě jsou rodinný pivovar **Rinkuškiei** a pivovar **Gubernija** (cca 3–5 % trhu). Zatímco Rinkuškiei vznikl v roce 1991, Gubernija je považován za jeden z nejstarších litevských pivovarů. Od roku 1680 vaří stále ve stejné budově. V druhé světové válce byl však úplně zničen a poté se potýkal s problémy, při kterých docházelo k přerušení výroby i na několik let. V roce 2020 byla dokončena fúze s MV group, ve které Gubernija figurovala jako zanikající společnost.

Další pivovar, který je dnes významný především regionálně, je **Biržu Alus**. Pivovar byl od 70. let spjat s dnešním Kalnapilisem, ale v roce 1996 se znovu osamostatnil.

#### 3.4.3.5 Minipivovary

Na scéně minipivovarů se v Litvě mísí klasika a inovace. Na rozdíl od Lotyšska a Estonska bylo pivovarnictví vždy hojně rozšířené a nelze tedy pozorovat boom jako v ostatních zemích. Některé minipivovary existují desetiletí a věnují se tradičním litevským pivům, například farmhouse ale (**Jovaru Alus, Apynys Alaus Darykla**). Dále lze v Litvě nalézt

pivovary z 90. let, které mají pevné místo na litevské minipivovarnické scéně (**Su Puta, Davra**) a nakonec moderní minipivovary.

Mezi těmi nejmodernějšími stojí za zmínku **Dundulis**, který nabízí jak piva podle starých tradic, například stone beer, tak i moderní nové chutě.

Oblíbeným minipivovarem je pak i **Sakiškių alus**, který nabízí například lískooříškový altbier nebo pastrami ale, který má evokovat chuť právě této úpravy masa. Sakiškių alus je oblíbeným minipivovarem nejen pro pivaře hledající nové chutě, ale i pro podniky, které Sakiškiau alus často oslovují kvůli spolupráci na pivní gastronomii.

## 4 Vlastní práce

### 4.1 Komparace sortimentu Saku, Švyturys-Utenos a Cěsu

Je třeba brát v potaz, že Saku a Švyturys-Utenos oba patří do Carlsberg group. Carlsberg často využívá přesunů výroby mezi pivovary. V Pobaltí se svými pivovary operuje v podstatě jako s jedním.

To se promítá i na sortimentu, kde je velmi těžké odlišit, které produkty jsou vyráběny v daném pivovaru a které jsou pouze v rámci distribuční propojenosti skupiny Carlsberg.

Takové propojení je i mezi Cěsu a A. Le Coq finského Olvi, avšak v mnohem menší míře a převážně u výrobků mimo pivovarnický sortiment, např. u ciderů, vod nebo džusů.

#### 4.1.1 Šírka výrobního portfolia

Šírkou výrobního portfolia rozumíme počet druhů zboží (např. pivo, cider, džusy apod.). V následující tabulce (*Tabulka 2*) je přehled vybraného zboží v rámci nápojářského průmyslu. Kategorie „Ost.“ pak zahrnuje jak ostatní nápoje, tak případné další výrobky.

**Tabulka 2 - Šírka výrobního sortimentu**

|                        | Pivo | Kvas | Cider | Long drinky | Víno (mixy) | Voda | Limo | Džusy | Energ. nápoje | Ost. |
|------------------------|------|------|-------|-------------|-------------|------|------|-------|---------------|------|
| <b>Saku</b>            | ✓    | ✓    | ✓     | ✗           | ✗           | ✓*   | ✗    | ✗     | ✓             | ✗    |
| <b>Švyturys-Utenos</b> | ✓    | ✓    | ✗     | ✗           | ✗           |      | ✗    | ✗     | ✗             | ✗    |
| <b>Cěsu</b>            | ✓    | ✓    | ✓     | ✓           | ✓           | ✓    | ✓    | ✗     | ✓             | ✓    |

\*Značka vod patří Saku, ale vyrábí ji výhradně Švyturys-Utenos.

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky je patrné, že největší šírku výrobního portfolia má Cěsu alus. Kromě piva a kvasu vyrábí i vlastní cidery, alkoholické mixy, tzv. long drinky a vinné stříky, sezónně pak i svařené víno. Z nealkoholického sortimentu vyrábí vody ochucené i neochucené, limonády, energetické nápoje. V rámci reakce na pandemii COVID-19 vyčlenilo Cěsu část své výrobní kapacity na výrobu dezinfekce. Dále pak licenčně vyrábí nápoj RC cola pro Pobaltí. V rámci skupiny Olvi vyrábí cidery (Sherwood, FIZZ), vodku, gin a alkoholické mixy značky Johan Freitag.

Saku kromě piva a kvasu vyrábí vlastní cidery a energetický nápoj. Zároveň založilo značku vod VICHY, avšak podle dostupných informací je veškerá výroba této vody přesunuta do pivovaru Švyturys-Utenos. V rámci skupiny pak Saku vyrábí některé cidery Somersby a energetický nápoj Battery (pouze verzi v plechu).

Švyturys-Utenos má pak nejmenší šířku výrobního portfolia. Vyrábí pouze pivo, kvas a již zmíněné vody VICHY. Tento fakt je pravděpodobně dán tím, že Carlsberg postupně přesouvá výrobu piva v rámci Pobaltí právě do Švyturys-Utenos. Vzhledem k nejasnosti a složitosti výrobních přesunů budou v následující kapitola považovány pouze výrobky, které jsou oficiálně marketovány ve spojitosti s porovnávanými pivovary.

#### 4.1.1.1 Šířka pivního výrobního portfolia

Pokud se zaměříme na druhy piv, lze za faktor šířky portfolia považovat například druh kvašení, případně skupiny stylů. V rámci této kapitoly došlo k rozdělení pivního sortimentu následovně:

- **spodně kvašená piva** – světlá, tmavá,
- **svrchně kvašená piva** – pšeničná, ale, porter/stout,
- **ostatní piva** – ovocná, medová, farmhouse ale, keptinis, kvas, radler/shandy, nealkoholická piva (neochucená/ochucená).

Většina piv v kategorii ostatní by se dala rozřadit mezi svrchně a spodně kvašená piva, avšak vzhledem k důležitosti těchto stylů v rámci této práce jsou vedeny zvlášť.

Šířka pivního sortimentu je u všech třech pivovarů velmi podobná. Pivovar Saku z vyjmenovaných kategorií nevyrábí ani jeden produkt v těch následujících: pšeničná piva, porter, stout a keptinis. Pivovar Švyturys-Utenos pak ve svém portfoliu nemá právě typické styly: medové pivo, farmhouse ale a keptinis. Cěsu pak ve svém portfoliu postrádá pšeničná svrchně kvašená piva, medové pivo nebo farmhouse ale.

#### 4.1.2 Hloubka výrobního portfolia

Je třeba brát v potaz, že v Pobaltí není typické piva dělit podle jednotlivých stylů. V oficiálních informacích o jednotlivých pivech jsou piva dělena často pouze podle typu kvašení. Některým pivovarům pak stačí dělení na světlé a tmavé. Určitá stylová svoboda se projevuje i v provedení jednotlivých piv průmyslovými pivovary. Například u medového piva se lze setkat s různými postupy – med je přidáván v rozdílných fázích výroby piva,

v různém množství. Výsledná chuť se tak může velmi lišit. I postup při výrobě tzv. tradičních stylů je poměrně volný. Například pivovar Saku nabízí farmhouse ale, s tradičním farmhouse však sdílí postup výroby pouze částečně (použití pekárenských kvasnic). Pivovar Cěsu zase nabízí pivo podle tradičního keptinis, tedy pivo původně vyráběné z žitného pečeného chleba, avšak k jeho výrobě používá pouze pražený žitný slad.

Následující tabulky zobrazují přehled sortimentu podle stylů. Za vyjmenovanými pivy následuje tučný text, který označuje jejich styl, případně je zvýrazněna část názvu piva, pokud je styl uveden přímo v názvu. Piva psaná kurzívou jsou z portfolia privátních mikropivovarů Saku (*Antvärk*) a Švyturys-Utenos (*Raudoną Plytą*).

**Tabulka 3** – Hloubka výrobního sortimentu (spodně kvašená piva)

|                     |               | <b>Saku</b>  | <b>Švyturys-Utenos</b>  | <b>Cěsu</b>   |
|---------------------|---------------|--|---|---|
| Spodně kvašená piva | <b>Světlá</b> | Original, Kuld, Karl Friedrich, Rock, On Ice ( <b>Pale Lager</b> ), Manchester ( <b>Vídeňský ležák</b> ), Hele, Kuld Export ( <b>Dortmunder</b> ), Karl Friedrich <b>Märzen</b> , Pilsner ( <b>Německý Pilsner</b> ), Taurus ( <b>Bock</b> ) | J.W. Reincke, Švyturio, Auksinis, Žalia Balta ( <b>Pale Lager</b> ), Baltijos, Tradicinis ( <b>Märzen</b> ), Gintarinis ( <b>Pilsner</b> ), Ekstra ( <b>Dortmunder</b> ), Tradicinis ( <b>Bock</b> ), Stipriausias ( <b>Strong Lager</b> ), Ungurio Kojos ( <b>Kellerbier/Zwickel</b> ) | Premium, Light, Mitava Gaišai/Cinitis, Miežitis, Bocmanis dzin., Bruža orig., Jurmala ( <b>Pale Lager</b> ), Prem. Amber, Bruža Grauzdetais, Prem. Red ( <b>Red/Vídeňský</b> ), Latvijas ( <b>Pilsner</b> ), Xmas ( <b>Zimní</b> ), Stiprais, Bocmanis Stiprais/Niknais ( <b>Strong Lager</b> ), Bruža Nefiltr. ( <b>Kellerbier/Zwickel</b> ), Bruža Apinotais ( <b>Indický</b> ) |
|                     | <b>Tmavá</b>  | Karl Friedrich Dunkel ( <b>Mnichovský tmavý</b> ), Tume ( <b>Bock tmavý</b> ), Dublin (?), Porter ( <b>Baltic porter</b> )   | Porteris ( <b>Baltic porter</b> ),  | Premium Bohemian ( <b>Mnichovský tmavý</b> ), Premium <b>Baltic Porter</b> , Miežitis Tumšais ( <b>Tmavý euro</b> )   |

Zdroj: vlastní zpracování

Pokud vezmeme v potaz hloubku sortimentu podle rozdělení na světlá a tmavá spodně kvašená piva bez ohledu na jejich detailnější rozřazení, pivovar Cěsu dominuje v těch světlých (18), zatímco Saku v tmavých (4). Vezmeme-li však v potaz pivní styly, prvenství tmavých piv Saku zůstane (4), avšak ve světlých pivech se do popředí k Cěsu zařadí i pivovar Švyturys-Utenos (oba shodně 7 stylů). Vzhledem k výše diskutovaným problémům v rozřazování piv do jednotlivých stylů bude dále za faktor hloubky sortimentu považováno pouze základní rozdělení.



**Tabulka 4 – Hloubka výrobního sortimentu (svrchně kvašená piva)**

|                 |               | Saku   | Švyturys-Utenos  | Cěsu   |
|-----------------|---------------|--|--|--|
| Svrchně kvašená | Pšeničná      |  | <i>Raudonu Beganti Kopa (Witbier)</i> , Baltas ( <i>Hefeweizen</i> ), Utenos Belgu Baltas ( <i>Witbier</i> )   |  |
|                 | Ale           | <i>Antvärk Citra (IPA)</i> , <i>Antvärk Rose (Gose)</i> , <i>Antvärk (Sparkling Ale)</i> | Memelbräu ( <i>Altbier</i> ), Blonde Ale ( <i>Belgian</i> ), <i>Bocmano Usai (American IPA)</i> , <i>Veju Niekadeju (EPA)</i> , <i>Jam session (Quadrupel)</i> , <i>Nežinomas Krantas (Dubbel)</i> , Ut. Elis Bandis ( <i>Belgian PA</i> ) | Premium mango ( <i>Milkshake Pale Ale</i> ), Bruža Samtainais ( <i>Red Ale</i> ) |
|                 | Porter, Stout |  | Juodas ( <i>Stout</i> )  | Toffee Porter  |

Zdroj: vlastní zpracování

„Králem“ svrchně kvašených piv je pivovar Švyturys-Utenos, který jako jediný z porovnávaných pivovarů nabízí i pšeničná piva a jeho portfolio piv ale je o poznání větší než to v pivovarech Saku a Cěsu. Většinu svrchně kvašené produkce má však na svědomí privátní minipivovar Raudonų Plytų. U Saku je situace velmi podobná – všechny ale piva má na svědomí minipivovar Antvärk.

**Tabulka 5 - Hloubka sortimentu (ostatní piva a sladové nápoje)**

|         |                | Saku                                    | Švyturys-Utenos   | Cěsu  |
|---------|----------------|---|---|---|
| Ostatní | Ovocná (> 4 %) | On Ice (4 druhy), <i>Antvärk Cherry</i> | Crimson cherry, Utenos Kriek, Utenos Red                | Brūža Ogu (2 druhy)                                     |
|         | Medová         | Mōdu                                    |   |   |
|         | Farmh. ale     | Koduōlu                                 |   |   |
|         | Keptinis       |   |   | Brūža Rudzugraudu                                       |
|         | Kvas           | Karl Friedrich Kali (2 druhy)           | Salyklo Gira  | Ulmaņlaiku kvass, Ulmaņlaiku Porter kvass               |
|         | Radler/Shandy  |   | Utenos Radler (3 druhy), Dlight (3 druhy)               | Light lime, Cěsu Radler (4 druhy), Beersshake (2 druhy) |
|         | Nealkoholická  | Original (ležák)                        | GO – Baltas (Pšeničné), Juodas (Stout), Pilsner (ležák) | Premium (ležák), Premium Blue (pšeničné)                |
|         | -ochucená      | On Ice (4 druhy)                        | Radler 0  | Premium 0, Fassbrause (2 druhy)                         |

Zdroj: vlastní zpracování

U ostatních druhů piva vidíme zaměření Saku na tradiční pobaltské chutě – medové pivo, farmhouse ale. Naopak se Saku vůbec nezaměřuje na radlery – ve své nabídce nemá jediný pivní mix s 2-4 % obj. alkoholu. To Cěsu i Švyturys-Utenos vyrábí několik druhů radlerů

jako stálý sortiment (v letní sezoně je jich více). Hodí se však zmínit, že Utenos Radler je naprosto shodný s radlery značky Zelta (značka Aldarisu) jak příchutěmi, tak designem obalů. Oba se vyrábí ve Švyturys-Utenos, avšak část plechovek nese logo Zelty a část logo Utenosu. Podobné je to i s nealkoholickým GO, kde Švyturys-Utenos tvrdí, že se značkou přišel na trh on, avšak v Lotyšsku je pivo prodáváno jako „Aldaris GO“.

## 4.2 Složení trhu, index koncentrace

Jak již bylo nastíněno v teoretické části, v pobaltských zemích je typické, že 2–3 pivovary vlastní okolo tří čtvrtin trhu. Tyto pivovary mají dlouhou historii a jsou stálými hráči na domácím trhu. Mimo nich však na trhu existuje i mnoho menších pivovarů, které svádí konkurenční boj o spotřebitele. Trendem, který můžeme pozorovat téměř v každé zemi, je každoročně rostoucí počet minipivovarů (MP) (*Tabulka 6*).

**Tabulka 6** - Počty pivovarů (2012-2018)

|          | 2012   |           | 2014   |           | 2016   |           | 2018   |           |
|----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|
|          | celkem | z toho MP | celkem | z toho MP | celkem | z toho MP | celkem | z toho MP |
| Estonsko | 7      | 4         | 15     | 12        | 33     | 30        | 53     | 50        |
| Lotyšsko | 16     | 13        | 29     | 26        | 41     | 38        | 64     | 61*       |
| Litva    | 73     |           | 73     |           | 72     |           | *      |           |

\*chybějící nebo odhadovaná data

Zdroj: vlastní zpracování, zdroj dat: (The Brewers of Europe, 2020)

V tabulce lze vidět vývoj počtu pivovarů (a z toho minipivovarů) v letech 2012–2018. Podobně jako všude na světě, i v Estonsku a Lotyšsku dochází k boomu minipivovarnictví. Počet pivovarů se za poslední roky značně násobil.

V Litvě je situace mírně odlišná. Z čísel v tabulce by se dalo usuzovat, že trh v Litvě stagnuje a nevstupují do něj noví hráči. Tyto statistiky jsou však zavádějící. Litva měla vždy poměrně velký počet pivovarníků vařících si pivo pro vlastní spotřebu. Mnoho z nich si po vyhlášení nezávislosti založilo pivovary. Litva tedy zaznamenávala „boom“ v číslech v 90. letech. Mnoho z těchto pivovarů však každoročně ukončí svou činnost, převážně z finančních důvodů, ale ve statistikách počtu pivovarů jsou nahrazovány právě moderními minipivovary. Minipivovarnictví v Litvě však není ani zdaleka tak oblíbené jako v Estonsku a Lotyšsku. Je soustředěno převážně do dvou největších měst Kaunasu a Vilnius v jižní části Litvy. Důvodem může být i to, že severní oblast Litvy je regionem tradičního pivovarnictví – jsou

zde soustředěny litevské největší pivovary i pivovary specializující se na tradiční pivovarnictví. Možná právě tato orientace na tradice a určitá loajálnost regionálnímu pivu brzdí větší rozmach minipivovarů v Litvě.

O určité tradičnosti svědčí i menší koncentrovanost litevského trhu. Ta byla zjišťována pomocí tzv. Herfindahl-Hirschmanova indexu (HHI), který je vypočítán podle následujícího vzorce (1):

$$\sum_{i=1}^n s_i^2 = s_1^2 + s_2^2 \dots + s_n^2 \quad (1)$$

kde  $s_i$  = podíl na trhu  $i$ -té firmy,  $n$  = počet firem v odvětví. (Česká národní banka, 2021)

Index může nabývat hodnot od 0 (žádná firma na trhu) po 10 000 (100 % monopol). HHI je vyhodnocován následovně:

- **HHI < 100** – vysoce konkurenční trh,
- **HHI < 1500** – nekoncentrované odvětví,
- **1500 < HHI < 2500** – středně koncentrované odvětví,
- **HHI > 2500** – vysoce koncentrované odvětví. (Kelly, a další, 2016)

Vzhledem k pouze přibližným informacím o podílech jednotlivých pivovarů na trhu jsou vypočtené indexy pouze orientační. I tak ale poskytují poměrně jasnou představu o koncentraci na trhu s pivem v jednotlivých zemích. Metodika ČNB sice hovoří o  $n$  jako o počtu firem v odvětví, avšak vzhledem k neúplnosti informací o podílech a faktu, že firmy s menším podílem ovlivňují HHI pouze minimálně, jelikož se mocniny jejich podílu postupně téměř blíží nule, bylo k výpočtu použito pouze pivovarů s podílem vyšším jak 2 % na trhu.

Pobaltské pivovary s menším jak 2% podílem na trhu mohou HHI ovlivnit maximálně o necelých 40 bodů u Litvy, 36 bodů u Estonska a 18 bodů u Lotyšska, což lze považovat za nepodstatné. Ve skutečnosti by však změna hodnoty byla ještě méně významná, kdybychom vzali v úvahu stále se snižující podíly pivovarů na trhu (1,9999 => 0,0001).

Hodnoty HHI pro trh s pivem v jednotlivých zemích Pobaltí jsou vyobrazeny v následující tabulce.

**Tabulka 7 - Herfindahl-Hirschman Index**

|          |         | OLVI Oyj               | Carlsberg Group       | Royal Unibrew        | Ostatní          |                |                  | HHI         | Pokryto % trhu |
|----------|---------|------------------------|-----------------------|----------------------|------------------|----------------|------------------|-------------|----------------|
| Estonsko |         | <b>A. Le Coq</b>       | <b>Saku</b>           |                      | <b>Viru</b>      |                |                  | <b>3204</b> | 82             |
|          | % trhu  | 40                     | 40                    |                      | 2                |                |                  |             |                |
|          | $s_i^2$ | 1600                   | 1600                  |                      | 4                |                |                  |             |                |
| Lotyšsko |         | <b>Cesu alus</b>       | <b>Aldaris</b>        | <b>Cido</b>          | <b>Tervete</b>   | <b>Užavas</b>  | <b>Piebalgas</b> | <b>2243</b> | 91             |
|          | % trhu  | 30                     | 30                    | 20                   | 5                | 3              | 3                |             |                |
|          | $s_i^2$ | 900                    | 900                   | 400                  | 25               | 9              | 9                |             |                |
|          | *       | 1089                   | 900                   | 400                  | 25               | 9              |                  |             |                |
| Litva    |         | <b>Volfas Engelman</b> | <b>Švyt. - Utenos</b> | <b>Kaln. - Tauro</b> | <b>Rinkuškai</b> | <b>Gubern.</b> | <b>Biržu</b>     | <b>2141</b> | 80             |
|          | % trhu  | 10                     | 40                    | 20                   | 3                | 5              | 2                |             |                |
|          | $s_i^2$ | 100                    | 1600                  | 400                  | 12               | 25             | 4                |             |                |

\* změna HHI po plánované akvizici Piebalgas alus společností Cēsu alus

Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledných HHI vidíme, že nejvyšší hodnota indexu je v Estonsku (HHI=3204). Vypočtená hodnota odpovídá vysoce koncentrovanému trhu. V Estonsku v podstatě působí pouze dva velké pivovary – A. Le Coq a Saku (oba 40 % trhu). Třetí pivovar – Viru – je dnes již v likvidaci. O zbylých 20 % trhu se tedy dělí mnoho malých pivovarů a piva importovaná.

Lotyšsko je kousek pod hranicí koncentrovaného trhu (HHI=2243). Zatím tedy hodnota indexu odpovídá střední koncentraci v odvětví. Můžeme si povšimnout, že pivovar Piebalgas s 3% podílem na lotyšském trhu přispívá k indexu pouze 9 body. Pokud však Rada hospodářské soutěže povolí Cēsu alus plánovaný nákup 100% podílu v Piebalgas, změní se podíl Cēsu alus na trhu na 33 %, což vyvolá změnu indexu o 180 bodů. Taková změna přiblíží Lotyšsko velmi blízko k hranici 2500 bodů značící vysokou koncentraci v odvětví.

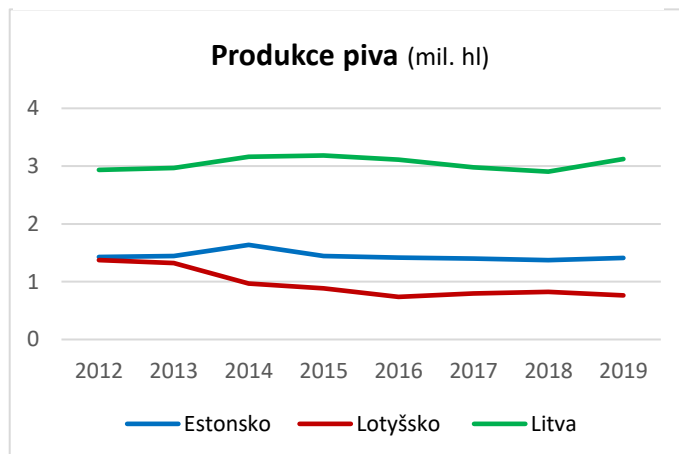
Nejmenší koncentrace v odvětví je v Litvě (HHI=2141), i zde je však hodnota indexu poměrně vysoká. Tato hodnota značí větší rozložení podílů na trhu mezi pivovary.

## 4.3 Analýza produkce a mezinárodního obchodu

### 4.3.1 Produkce

Z grafu je viditelný výrazný pokles produkce v Lotyšsku v posledních letech. Ten je způsoben převážně přesunem výroby do větších pivovarů v Litvě a v menší míře také Estonsku. Důvodem je kromě úspor z rozsahu výroby i fakt, že lotyšské pivovary kolikrát nedisponovaly potřebným plnicím zařízením pro různé typy obalů, a část produkce

Graf 5 - Produkce piva v letech 2012-2019

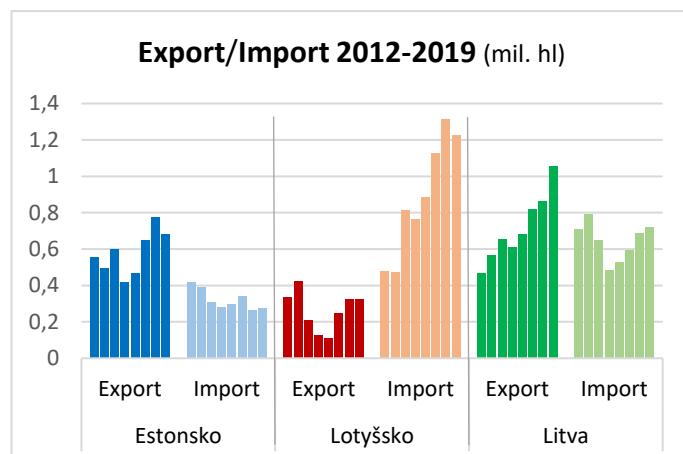


Zdroj: vlastní zpracování, data: (Eurostat, 2021)

tak stejně musela být převezena do sousedních zemí a zase vrácena. Tento odsun výroby inicioval jak Carlsberg s Aldarise, tak Royal Unibrew s pivovary Līvu a Lāčplēsis.

### 4.3.2 Mezinárodní obchod

Graf 6 - Export a import v letech 2012-2019



Zdroj: vlastní zpracování, data: (Eurostat, 2021)

(Výpočet viz Příloha D(a).)

Lotyšsko je pro Litvu i Estonsko hlavní exportní destinací. V roce 2019 směřovala bezmála polovina veškerého exportu Litvy a Estonska piva právě do Lotyšska. Litva s Estonskem má na svědomí 81,6 % celkového importovaného množství piva do Lotyšska. (Tabulka viz Příloha B(a).)

Změny v oblasti produkce se samozřejmě odráží i na hodnotách zahraničního obchodu, kdy můžeme pozorovat značný nárůst importů Lotyšska v posledních letech způsobený právě odsuny výroby „lotyšského“ piva do okolních zemí. Lotyšské hodnoty importu vykazují velmi silnou ( $r=0,91$ ) korelaci se sumou exportů Litvy a Estonska.

**Tabulka 8** - Obchodní bilance (pivo, mil. EUR)

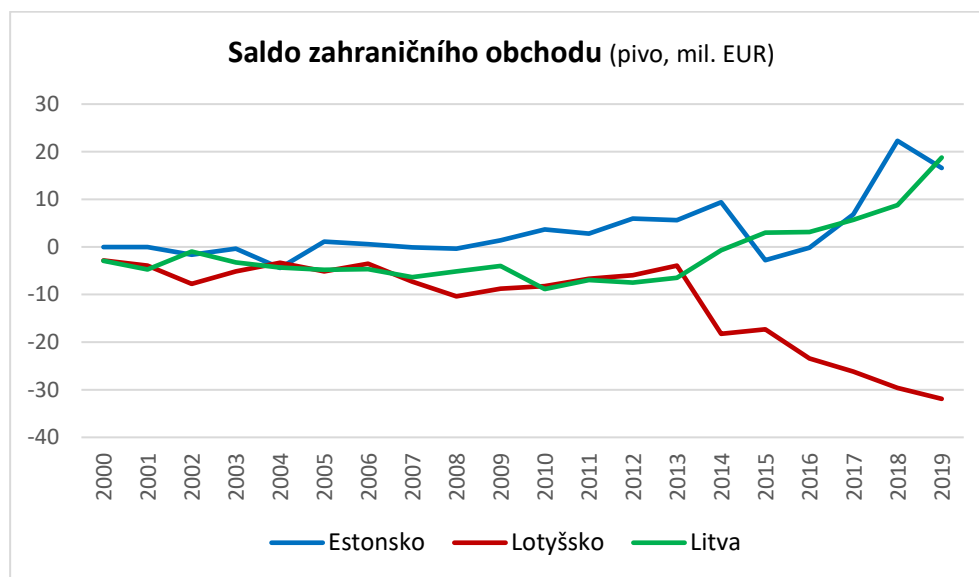
|          | Estonsko | Lotyšsko | Litva |
|----------|----------|----------|-------|
| Estonsko | --       | 16,4     | -2,8  |
| Lotyšsko | -17,8    | --       | -14,7 |
| Litva    | 2,1      | 15,7     | --    |

\*Rozdílné párové hodnoty způsobené tzv. bilaterální asymetrií  
Zdroj: vlastní výpočet, data: (Eurostat, 2021)

Tento vzájemný obchodní vztah lze reflektovat i pomocí vzájemné obchodní bilance. (Tabulka 8) Z té je patrné, že Litvu lze považovat za největšího distributora v rámci Pobaltí.

Vzhledem k velkým obchodovaným objemům piva v rámci Pobaltí má vzájemný obchod značný vliv i na celkové saldo zahraničního obchodu s pivem. Ještě před deseti lety měly země Pobaltí salda podobná. Odliv produkce z Lotyšska však způsobil v podstatě dvojnásobný negativní vliv. Přesun většiny produkce dvou ze tří největších hráčů trhu do okolních zemí zvýšil import a zároveň snížil exporty Lotyšska, protože distribuce těchto značek jde na vrub Litvě a Estonsku. V Lotyšsku sice roste spotřeba, avšak velká část je pokrývána právě i produkcí v okolních zemích.

**Graf 7** - Celkové saldo zahraničního obchodu (pivo)



Zdroj: vlastní výpočet, data: (Eurostat, 2021)

Zároveň je vhodné vzít v potaz rozdíl mezi objemem a hodnotou zboží. Při výpočtu průměrné ceny importované či exportované jednotky zjistíme, že piva nejnížší hodnoty obchoduje Litva. Průměrná cena litru importu je 0,41 €, exportu pak 0,46 €. Estonsko exportuje piva v průměrné hodnotě 0,56 € za litr a importuje piva za 0,77 €. Lotyšsko má pak největší rozdíl v hodnotách. Z pobaltských zemí exportuje nejdražší piva, a to v průměrné hodnotě 0,82 € za litr. Průměrná hodnota importovaného litru je pak 0,44 €.

Tato čísla vzhledem k asymetriím ve vykazování importů a exportů nejsou přesná, avšak i tak mohou poskytnout alespoň přibližné informace. Poměrně vysokou průměrnou hodnotu lze přisuzovat povaze exportního zboží (dražší superprémiová piva, piva minipivovarů) nebo cenovým hladinám partnerské země. Například z lotyšské průměrné hodnoty exportované jednotky lze usuzovat orientaci na export dražších, řemeslných piv. Pokud však porovnáme průměrnou hodnotu zemí s podobnou cenovou hladinou, lze blíže usuzovat, jaká piva jsou součástí obchodu. Například průměrná hodnota lotyšského exportu do Běloruska je 0,48€/litr, avšak průměrná hodnota litru piva směřujícího do Ruska je 0,70 €, což nasvědčuje tomu, že jsou exportována piva vyšší cenové relace.

#### 4.3.2.1 Nejvýznamnější obchodní partneři

(Detailní tabulka viz **Příloha B(b)**.)

Obecně lze konstatovat, že důležitými partnery pro obchod s pivem jsou pro Pobaltí sousední země. Lotyšsko je nejdůležitější exportní destinací z hlediska hodnoty i objemu obchodu pro Litvu i Estonsko, největší část lotyšské produkce pak putuje do sousedního Ruska. Do Ruska putuje i velká část litevské a estonské produkce. Mezi další významné trhy pro Pobaltí patří Severské země (hlavně Finsko), Bělorusko, země Beneluxu a Německo. Pro Litvu je pak důležitým obchodním partnerem i sousední Polsko nebo asijské země (Jižní Korea a Čína). Lotyšsko směřuje dvě třetiny exportu mimo země EU, kromě již zmíněného Ruska je významným cílem lotyšského piva i Čína, UAE, Rumunsko nebo Izrael. Estonsko pak kromě zemí Pobaltí a severských zemí exportuje i do Francie nebo USA.

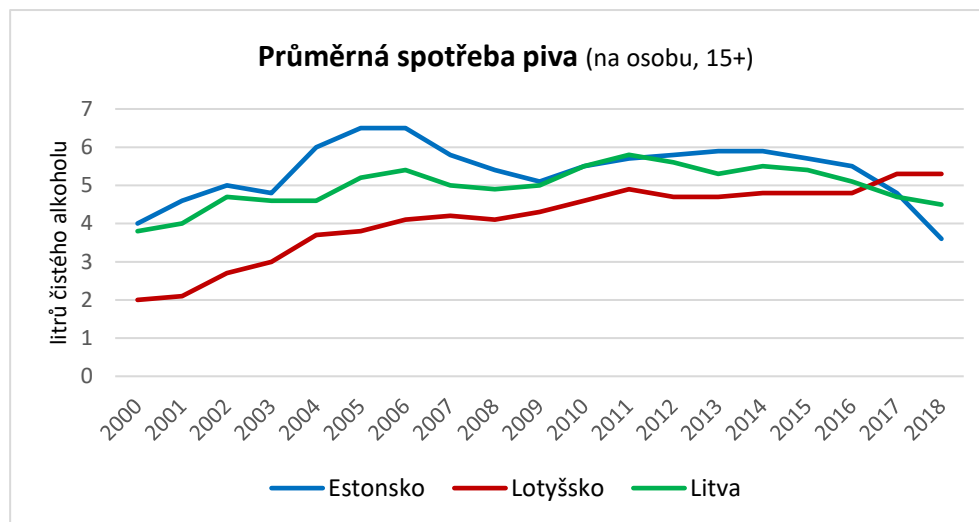
Co se importů týče, znovu platí, že nejvýznamnější jsou země sousední a ostatní země Pobaltí. V Litvě je nejvýznamnější dovoz z Běloruska, Ruska a Ukrajiny, ale také z Německa a zemí Beneluxu. Pro Lotyšsko, jak již bylo mnohokrát zmíněno, je nejdůležitější Litva a Estonsko, následované Německem, Mexikem a zeměmi Beneluxu. Pro Estonsko je pak nejdůležitější kromě Litvy i Finsko, Rusko, Mexiko, Benelux nebo Německo.

Zajímavostí je, že Estonsko má s Českou republikou kladnou obchodní bilanci, a to i přesto, že Česká republika je pro estonský trh, co do objemu importu, 8. nejvýznamnějším dovozcem. Česká republika je poměrně aktivním vývozcem do Pobaltí. Figuruje v nejvýznamnější desítce u všech tří zemí, a to vezmeme-li v potaz objem i hodnotu. Nejaktivnější je v Litvě, kam v roce 2019 vyvezla pivo za bezmála 2,5 milionu euro,

následuje Lotyšsko (1,4 mil. euro) a nejméně vyvezla do Estonska (0,65 mil. euro). Vývoz z České republiky do Pobaltí ale meziročně výrazně klesl.

#### 4.4 Analýza spotřeby

Graf 8 - Spotřeba piva



Zdroj: vlastní, zdroj dat: (WHO, 2021)

Z grafu je patrný rostoucí trend spotřeby v Lotyšsku. I zde je ale potřeba vzít v potaz určité faktory, převážně již několikrát zmíněné změny spotřebních daní a s tím spojené změny cen piva. Po signifikantním nárůstu cen alkoholu v Estonsku se část spotřeby alkoholu přesunula do Lotyšska. U lotyšských hranic s Estonskem, během několika týdnů vznikly prodejny s alkoholem, které se staly novým cílem nejen Estonců, ale i Finů. V roce 2017 tyto příhraniční prodejny prodaly alkohol zodpovědný za 13 % celkové vybrané spotřební daně z alkoholu v roce 2017. (Vahtla, 2018)

Již několikrát zmíněné praktiky odsunu produkce některých lotyšských pivovarů do jiného pivovaru skupiny se promítají i na složení spotřeby z pohledu domácí/zahraniční produkce. Zatímco importovaná piva se v Litvě a Estonsku podílejí na spotřebě přibližně 6–8 %, v Lotyšsku jde o 59 %. Většina z importu Lotyšska je ale tvořena právě pivy pivovaru Aldaris a skupiny Cido.

Vzhledem k tomu, že informace o zemi původu na obalech být nemusí, mnoho spotřebitelů si není vědomo, že piva, která se kolikrát marketingově prezentují jako lotyšská, jsou ve skutečnosti vyráběny v zahraničních pivovarech.

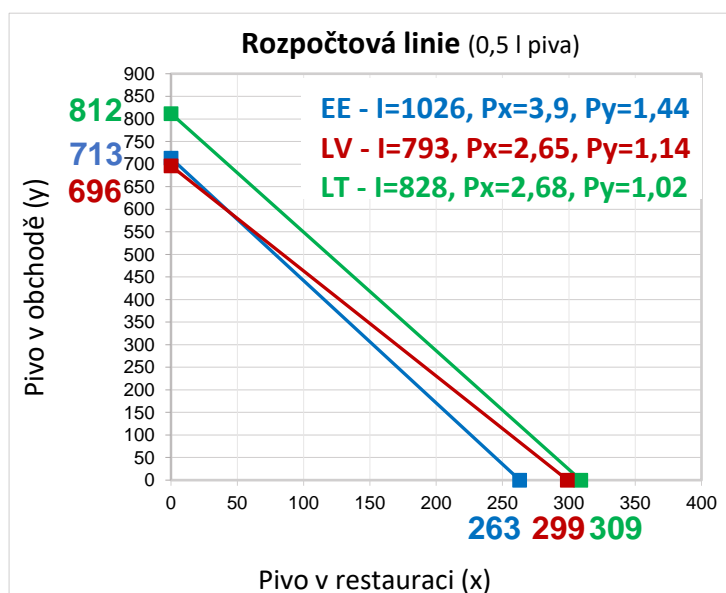


#### 4.4.1 On-trade a off-trade

Pobaltské země patří v Evropě mezi trhy s nejmenším podílem tzv. on-trade. Jde o prodejní kanály jako jsou restaurace, kavárny nebo hotely, kde konzumace probíhá většinou přímo v místě prodeje. Za rok 2017 mělo Lotyšsko s Litvou shodně podíl on-trade na spotřebě pouze 10 %, Estonsko pak ještě o 3 % méně. Vzhledem k značnému daňovému zatížení je pivo pro obyvatele Pobaltí už tak poměrně drahé. V restauracích je pivo přibližně 2,5–3× dražší. Přesnější informace lze získat vymodelováním rozpočtových linií.

#### 4.4.2 Rozpočtová linie, index dostupnosti

Graf 9 - Rozpočtová linie (off-trade vs. on-trade)



Zdroj: vlastní zpracování

Vyobrazené rozpočtové linie (RL) ukazují, jakým způsobem mohou obyvatelé jednotlivých zemí Pobaltí rozdělit svůj důchod mezi pivo v obchodě a pivo v restauraci, vezmeme-li v potaz průměrné ceny statků a průměrný čistý příjem. Z vyobrazených RL je patrné, že Litevci si mohou dovolit největší kombinaci statků. Lotyši si mohou dovolit méně piv z obchodu než Estonci a Litevci, avšak vzhledem ke sklonu křivky

při kombinacích s více než přibližně 45 pivy z restaurace předstihnou estonské spotřebitele. (Výpočty viz Příloha D(b).)

Z mezních měr substituce ve směně (*Tabulka 9*) vidíme, že nejlevnější on-trade v poměru k off-trade je právě v Lotyšsku – jedno čepované pivo odpovídá 2,3246 pivům z obchodu. Naopak nejdražší je v Estonsku, kde točené pivo stojí 2,7083× více než to v obchodě.

Tabulka 9 - Mezní míra substituce ve směně

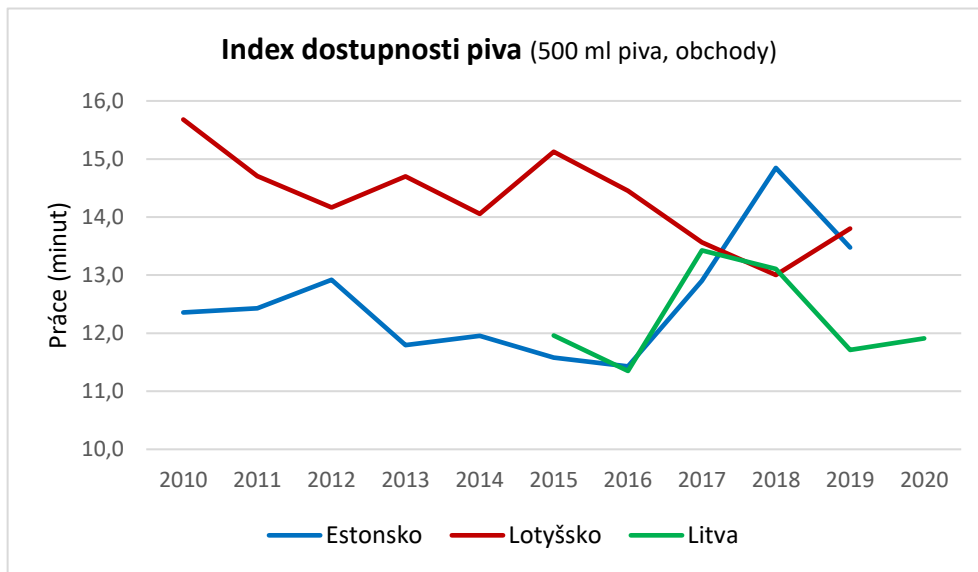
|          | rovnice                | $MRS_E$ |
|----------|------------------------|---------|
| Estonsko | $y = 712,5 - 2,7083x$  | 2,7083  |
| Lotyšsko | $y = 695,6 - 2,3246x$  | 2,3246  |
| Litva    | $y = 811,8x - 2,6275x$ | 2,6275  |

Zdroj: vlastní zpracování

$$\text{Index dostupnosti piva} = \frac{\text{průměrná cena piva}}{\text{čistá hodinová mzda}} * 60 \quad (2)$$

Vývoj cen ve vztahu k důchodu lze vypočítat vypočtením indexu dostupnosti piva (2), který ukazuje, jak dlouho je potřeba pracovat (za průměrnou čistou mzdu, měsíční fond pracovní doby 160 hodin) k vydělání dostatku peněz na nákup 0,5 litru piva v obchodě.

**Graf 10 - Index dostupnosti piva**



Zdroj: vlastní zpracování

Z historického vývoje lze vypočítat prudké zdražení piva v Litvě a Estonsku na začátku roku 2017, které nebylo pokryto růstem důchodů. Od té doby však došlo k růstu mezd. Za posledních pět let pozorujeme zlepšení indexu v Lotyšsku – v roce 2015 bylo potřeba na půllitr piva přes 15 minut práce, v roce 2019 necelých 14 minut. Opačná je situace v Estonsku – v roce 2015 si obyvatelé na pivo vydělali za méně než 12 minut práce, v roce 2020 to bylo 13,5 minuty. V Litvě v posledních letech došlo k výraznému růstu platů, který pokryl inflaci piva v předchozích letech – za rok 2019 tak bylo na půllitr piva nutné odpracovat necelých 12 minut, tedy stejně jako v roce 2015. Index potvrzuje, že pivo v maloobchodech je nejdostupnější právě v Litvě.

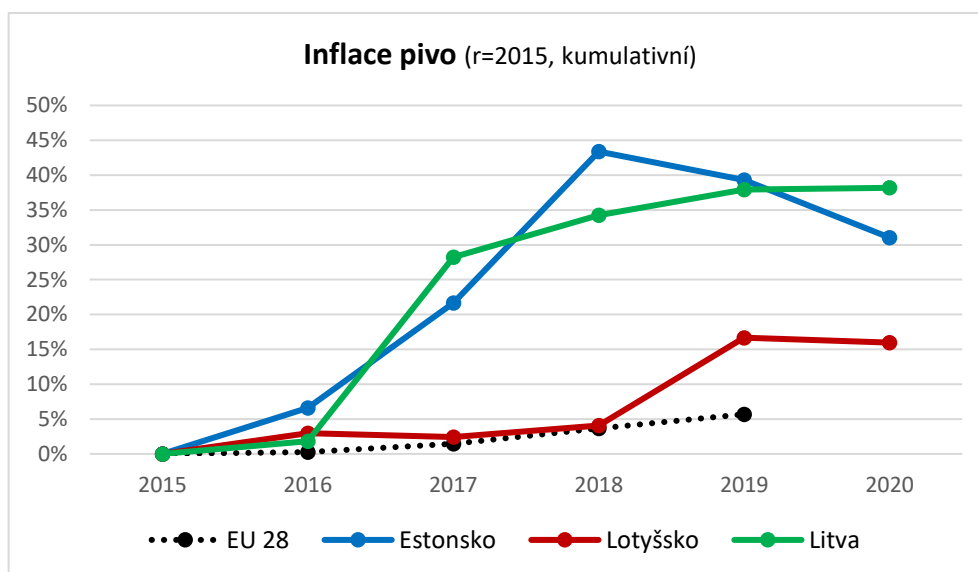
Při porovnání indexů pro pivo čepované se dostaneme na pro spotřebitele nejpříznivější hodnotu znovu v Litvě – čepovaný půllitr odpovídá průměrné čisté finanční odměně za 28 minut práce. V Lotyšsku je to 32 minut práce a „nejpracnější“ pivo je v Estonsku – 36,5 minuty. Pro porovnání – při průměrné ceně piva (35 Kč za půllitr) a čisté průměrné

mzdě (27 560 Kč) Češi na půllitr čepovaného piva v roce 2019 vydělávali okolo 12 minut, tedy téměř třetinovou dobu.

#### 4.4.3 Cena piva

Meziroční změny v cenách piva můžeme pozorovat i ve spotřebitelském indexu cen. (*Graf 11*)

**Graf 11** - Inflace pivo (off-trade)



Zdroj: vlastní zpracování, zdroj dat: (Eurostat, 2021)

Na vývoj cen piva má největší vliv právě spotřební daň. Lze pozorovat významnou meziroční změnu ceny v Litvě mezi lety 2016 a 2017 (o 26 %). Tento nárůst je možné vysvětlit především zvýšením spotřební daně z piva na více jak dvojnásobnou hodnotu (z 3,36 na 7,11 € za každé procento alkoholu v hektolitrů piva). V následujícím roce došlo k výrazné deflaci. Litva od té doby udržuje konstantní spotřební daň a růst cen piva tak od roku 2017 koresponduje s všeobecným růstem cenové hladiny.

V Lotyšsku docházelo mezi lety 2015 až 2018 jen k velmi mírnému navýšení spotřebních daní z piva. Významnější skok (navýšení o cca 50 %) nastal v březnu 2018, což se ihned promítlo do cen pív.

Nejstrmější inflaci můžeme pozorovat v Estonsku, kde také docházelo k nejvýznamnějšímu zvyšování spotřebních daní. Vrchol inflace, tedy rok 2018, koresponduje s vrcholem spotřebních daní. Poté Estonsko daně výrazně snížilo, což vedlo k rychlé deflaci. Lotyšsko v bitvě o příhraniční obchod s alkoholem snížilo spotřební daně jen na lihoviny, daň z piva

však dál rostla (cca o 10 % ročně). Lze však zaznamenat mírnou deflací. Ta může mít původ v omezení reklamních činností výrobců a prodejců alkoholických nápojů, kteří reagovali větším množstvím slevových akcí, nebo ve snaze udržet estonské spotřebitele navzdory mírnému zvýšení spotřební daně nezvyšovali prodejní ceny piva.

**Tabulka 10** - Složení ceny 2019 (5 % obj. alk, 500 ml)

|                 | CENA | Složení ceny (€) |               |       | Podíl na ceně (%) |               |       |
|-----------------|------|------------------|---------------|-------|-------------------|---------------|-------|
|                 |      | Náklady+marže    | Spotřební daň | DPH   | Náklady+marže     | Spotřební daň | DPH   |
| <b>Estonsko</b> | 1,44 | 0,883            | 0,318         | 0,240 | 61,3%             | 22,0%         | 16,7% |
| <b>Lotyšsko</b> | 1,14 | 0,747            | 0,195         | 0,198 | 65,5%             | 17,1%         | 17,4% |
| <b>Litva</b>    | 1,02 | 0,665            | 0,178         | 0,177 | 65,2%             | 17,4%         | 17,4% |

Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce vidíme rozložení průměrných cen piva v jednotlivých zemích na příkladu půllitrového piva s objemem alkoholu 5 %. Z výpočtů vyplývá, že největší podíl má spotřební daň na cenu v Estonsku – tvoří 22 % průměrné ceny, zatímco v Lotyšsku a Litvě je to zhruba o 5 % méně. V peněžním vyjádření však estonští výrobci odvádí téměř 2× takovou částku, co litevští. Podíl povinných odvodů je nejvyšší v Estonsku (38,7 %), následuje Litva (34,8 %) a nejmenší je tento podíl v Lotyšsku (34,5 %).

## 4.5 Dotazníkové šetření

Následující kapitoly nabízí porovnání spotřebitelů z hlediska jejich chování a preferencí. Dále pak pohledy na pivní turismus a nedostatky českého a lotyšského trhu. Důraz je kladen na lotyšské respondenty. Získané poznatky nejen z této kapitoly, ale celé práce, jsou následně využity pro nastínění tržních příležitostí.

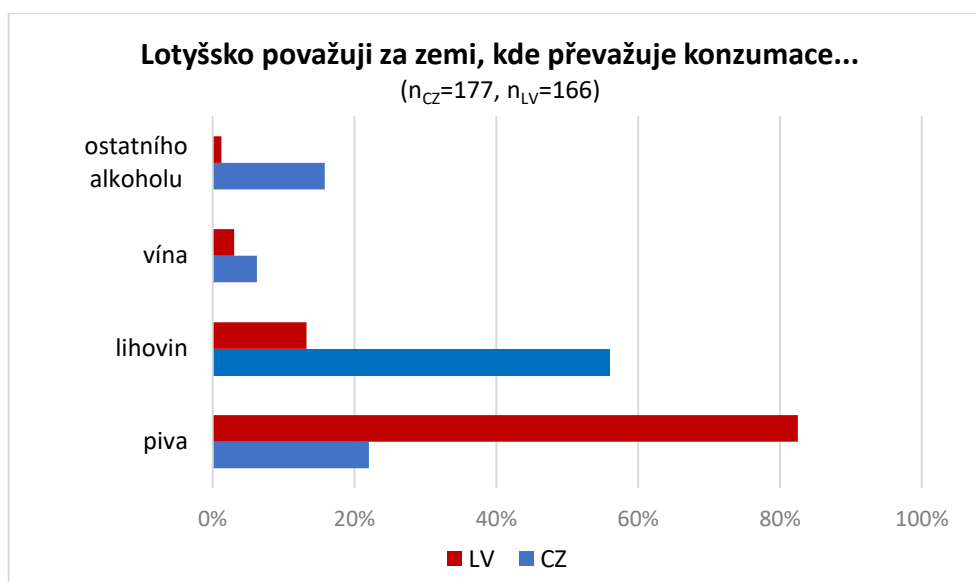
### 4.5.1 Vnímání Pobaltí

Respondenti obou skupin byli tázáni na obecné asociace ohledně zemí. Zatímco Češi ve více jak polovině případů nedokázali vymyslet žádnou asociaci, u Lotyšů se jednalo o necelou čtvrtinu.

Nejfrekventovanějšími asociacemi Čechů ohledně Lotyšska obecně bylo hlavní město *Riga*, *hokej* a *vodka*. Časté byly i narážky na historii (*bývalé SSSR, v podstatě Rusko, šed'*) nebo geografickou polohu (*Pobaltí, Balt, častá záměna s Litvou*).

Lotyši nejčastěji asociovali českou republiku s *pivem*, *Prahou* nebo *hokejem*. Mezi další časté asociace patřila firma *Škoda*, která v Lotyšsku působí jak v osobní, tak hromadné dopravě, a *Švejk*. U obou skupin bylo časté také zmínění *památek* nebo *přírody*. (Více asociací viz **Příloha E.**)

**Graf 12 - Převažující druh alkoholu**



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu je patrný diametrální rozdíl v názoru, který alkohol je v Lotyšsku konzumován nejčastěji. Zatímco 56 % českých respondentů označilo Lotyšsko za zemi, kde převažuje konzumace lihovin, z lotyšských respondentů to stejně vnímá pouze 13 %. Lotyšští respondenti suverénně (83 %) zvolili pivo jako převažující nápoj.

Přes 94 % lotyšských respondentů pivo vnímá jako národní nápoj, 31 % ho dokonce označilo za jediný národní nápoj Lotyšska.

Pivo má v Lotyšsku velký význam i v rámci kultury a tradic. 99,4 % respondentů má oslavy slunovratu spojeny s konzumací piva. Další v pořadí je Lāčplēša diena, při němž si Lotyši připomínají padlé v boji za svobodu – ten už však zvolilo pouze 6 % respondentů.

LV17 však potvrdil podezření na podvědomé spojení kvůli názvu: „*Dříve jsem pracoval v obchodě a okolo Lāčplēša diena si lidé začali kupovat více piva Lāčplēsis než obvykle, i když to nemá spolu nic společného. Takový podvědomý marketing zadarmo.*“

Další otázka byla znovu pro české respondenty asociální – pivo jaké kvality si představí, když se řekne Lotyšsko. Většina českých respondentů si představila pivo průměrné (59,3 %), čtvrtina pivo dobré a 16 % respondentů si představilo pivo podprůměrné nebo špatné. Lotyšští respondenti však ale pivo v Lotyšsku vnímají jinak – v o poznání lepším světle. 52 % respondentů označilo lotyšské pivo obecně jako výborné, 44 % jako dobré a pouze 4 % jako průměrné. Do záporné části škály nesáhl nikdo z lotyšských respondentů.

Lotyšští respondenti zároveň volili, která země Pobaltí má dle nich nejlepší pivo – 56 % zvolilo Lotyšsko, 15 % Estonsko, 1 % Litvu a 27 % nevědělo nebo se nemohlo rozhodnout. Tuto statistiku je ale nutné brát s nadhledem vzhledem k určitému vlivu patriotismu.

Čeští respondenti obecně nevykazovali velké povědomí o trhu v Pobaltí. Ze 177 respondentů dokázalo vyjmenovat nějaký pivovar pouze 18 lidí. Je potřeba zmínit, že 28 respondentů v minulosti navštívilo alespoň jednu pobaltskou zemi a 10 z nich vyjmenovalo jeden či více pivovarů. Celkem padlo 29 názvů – z toho však dva patřily obecně stylům (kviešu – pšeničné pivo, kvass). Nejvíce lidí si vybavilo estonský minipivovar Põhjala (5), následoval Aldaris (4), Cēsu (3) a A. Le Coq (3). Nejméně zněla litevská jména – pouze jeden respondent si vzpomněl na pivovar Volfas Engelmann. Možná překvapivé vítězství minipivovaru Põhjala lze přičíst na vrub jak respondentům, kteří navštívili Estonsko, tak faktu, že piva Põhjala jsou poměrně hojně dostupná ve specializovaných obchodech v ČR. (Pro pobaltská piva dostupná v ČR viz **Příloha C(b).**)

Naopak Lotyši s českými značkami neměli problémy – 52 % respondentů zvládlo vyjmenovat alespoň jednu. Nejčastěji jmenované byly: Plzeň (41 respondentů), Kozel (36), Staropramen (33), Krušovice (27), Budvar (17), Bernard (10), Radegast (4) a Krakonoš (4). Většina jmenovaných značek (snad s výjimkou posledních dvou) je nejen v Lotyšsku, ale i Litvě a Estonsku, poměrně běžně dostupná v supermarketech. (Pro přehled českých piv dostupných v Pobaltí a jejich přibližnou cenu viz **Příloha C(c).**)

Některé české značky je možné najít i na výčepu, z čehož byli čeští respondenti při svých cestách po Pobaltí překvapeni: „*Překvapilo mě, že v Litvě mají poměrně často česká piva. Točený černý Kozel nepatří mezi běžná piva na čepu ani v Česku, ale v Litvě to nebylo nic výjimečného.*“ CZ166

„(...) v Rize mají „švejkovskou“<sup>13</sup> hospodu, kde je v nabídce několik českých piv – Plzeň nepřekvapí, ale čepovaného Bernarda jsem nečekal. Jen na tom čepování by to chtělo zpracovat. Také mě překvapily časté Krušovice na čepu – hlavně v centru.“ CZ124

#### 4.5.2 Vztah respondentů k pivu

**Tabulka 11** - Vztah respondentů k pivu

| Pijete pivo?                           | CZ (n=177) | LV (n=166) |
|--|------------|------------|
| Ano, je to můj nejoblíbenější nápoj.   | 58,8 %     | 57,0 %     |
| Ano, ale preferuji jiný druh alkoholu. | 29,1 %     | 33,3 %     |
| Nepiji pivo, ale jiný alkohol ano.     | 7,6 %      | 7,3 %      |
| Jsem abstinent.                        | 4,5 %      | 2,4 %      |

Zdroj: vlastní zpracování

Vybraný vzorek populace má velmi podobné složení, co se vztahu k alkoholu a pivu týče. Pro nadpoloviční většinu respondentů je pivo nejoblíbenějším nápojem. Okolo třetiny respondentů pak pivo pije, ale preferuje jiný alkohol. Okolo 7 % dotazovaných se pivu úplně vyhýbá a konzumuje pouze jiné alkoholické nápoje. Malá část respondentů pak alkohol nepije vůbec. Podobná struktura konzumentů obou skupin poskytuje lepší srovnání v následujících otázkách.

#### 4.5.3 Preference, nákupní zvyklosti

Po vyřazení respondentů, kteří pivo nebo alkohol obecně nekonzumují, následovala sekce zaměřená na spotřebitelské preference. Odpovědi jsou zaznamenané v následující tabulce:

**Tabulka 12** - Oblíbené pivní styly

| Styl                            | CZ (n=147, o=226) |       | LV (n=149, o=254) |       |
|---------------------------------|-------------------|-------|-------------------|-------|
|                                 | %                 | resp. | %                 | resp. |
| Ležáky, výčepní piva            | 86,40%            | 127   | 52,3%             | 78    |
| Ale - IPA, APA, ...             | 45,6%             | 67    | 51,0%             | 76    |
| Pšeničná piva                   | 9,5%              | 14    | 16,8%             | 25    |
| Stout, Porter, ...              | 6,8%              | 10    | 22,8%             | 34    |
| Bock, Eisbock, ...              | 0,7%              | 1     | 2,7%              | 4     |
| Lambic, Kriek                   | 2,0%              | 3     | 12,1%             | 18    |
| ostatní, volné vyjmenování      |                   |       |                   |       |
| Ochucená piva - ovocná, bylinná | 0,7%              | 1     | 3,4%              | 5     |
| Medové pivo                     | 0,0%              | 0     | 2,7%              | 4     |
| Farmhose ale, wild ale          | 0,0%              | 0     | 1,3%              | 2     |
| Sour ale                        | 1,4%              | 2     | 4,0%              | 6     |
| OST                             | 0,7%              | 1     | 1,3%              | 2     |

Zdroj: vlastní zpracování

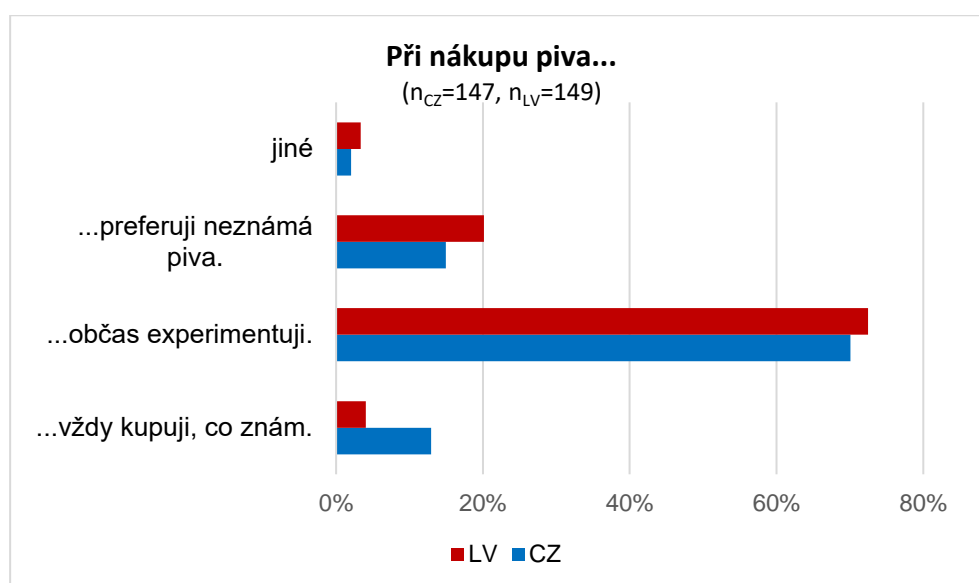
<sup>13</sup> Restaurace Sveiks, Šveik! (www.svejk.lv)

Respondenti mohli zvolit až 3 oblíbené pivní styly. Většina však volila jeden až dva. 86,4 % českých respondentů zvolilo výčepní piva a ležáky. Následovala piva ale, která si oblíbila téměř polovina respondentů. Ležáky a světlá ale piva se těší největší oblibě i mezi Lotyšši, avšak v téměř vyrovnaném poměru 52,3 % a 51 %. Zatímco u Čechů následuje velký propad a další nejoblíbenější – pšeničná piva – mají pod 10 %, Lotyšši ve větším množství zvolili ještě tři styly. Kromě zmíněných pšeničných piv (16,8 %) to byly ještě stouty a portery (22,8 %) a piva lambic se svými ovocnými poddruhy, která figurují mezi top 3 styly u 12,1 % respondentů.

Do výběru nebylo možné zahrnout veškeré pivní styly, proto byla respondentům dána možnost volného doplnění. Češi i Lotyšši tento prostor nejčastěji využili k jmenování tzv. sour ale. Někteří odpovídali „ochucená, ovocná piva“ – vzhledem k rozdílné úrovni znalostí konzumentů však nelze určit, zda mysleli piva jako kriek nebo framboise, piva, která ovocnou chuť získávají využitím různých odrůd chmele nebo dokonce např. radlery. Lotyšši také jmenovali lokálně typická medová piva nebo farmhouse ale.

Z odpovědí lze vyvodit, že lotyšští spotřebitelé jsou náročnější, co se šířky pivního sortimentu týče. Naproti tomu čeští spotřebitelé jsou ve svých preferencích podobnější a odpovídají zaměření většiny českých pivovarů – tedy především na ležáky. Rozdíl ve spotřebitelích lze pozorovat i v následujícím grafu:

**Graf 13 – Loajalita zákazníků**

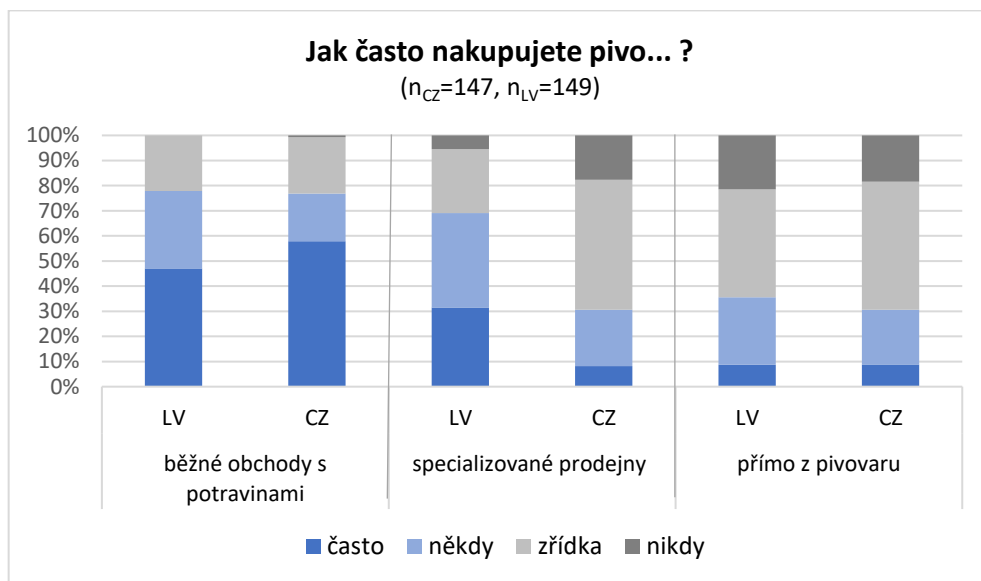


Zdroj: vlastní zpracování



Lze pozorovat určité rozdíly v loajlnosti zákazníků a otevřenosti vůči novým pivům. Zatímco 20 % lotyšských respondentů preferuje piva, co nezná, u českých respondentů to bylo jen 15 %. U Čechů však můžeme pozorovat větší počet loajálních spotřebitelů - 13 % respondentů je věrná svým značkám nebo značce. Z lotyšských respondentů vždy sáhnou po již známých pivech jen 4 % dotazovaných.

**Graf 14 - Nákupní kanály**



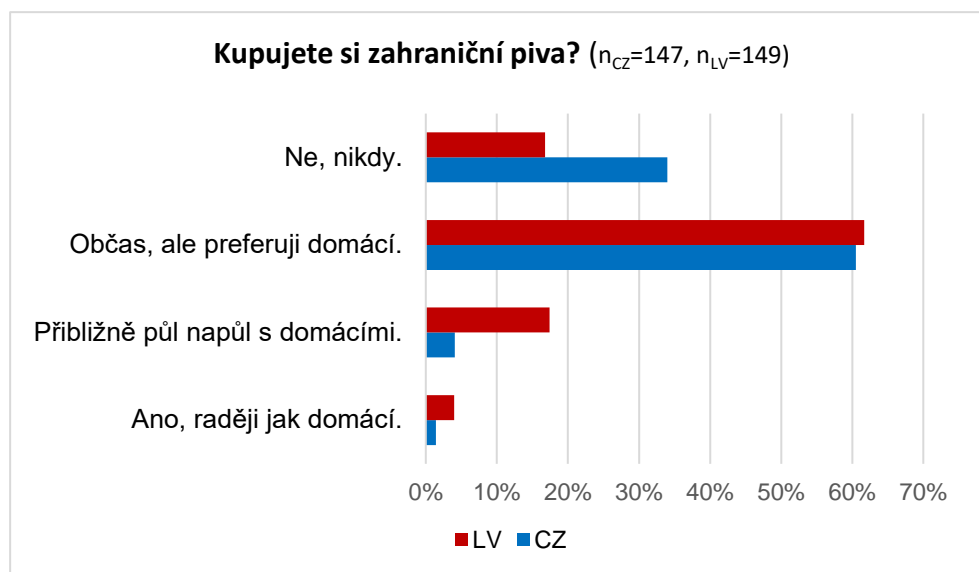
Zdroj: vlastní zpracování

Češi i Lotyši nejčastěji nakupují pivo v běžných maloobchodních prodejnách (supermarkety, hypermarkety apod.). Přímo od pivovarů pak často nebo někdy nakupuje přibližně třetina spotřebitelů. Velký rozdíl ale lze pozorovat v nákupu piva ze specializovaných prodejen. Zatímco v ČR tak nakupuje třetina spotřebitelů, v Lotyšsku v nich alespoň někdy nakupuje 70 %.

Je potřeba zmínit, že v Pobaltí jsou specializované prodejny alkoholu (i přímo piva) velmi běžné, a to hlavně ve větších městech a v příhraničí Lotyšska s Estonskem. Časté dokonce je, že specializované obchody provozují sami výrobci alkoholu – například Latvijās Balzams, který má e-shop i kamenné pobočky, nebo Cēsu alus, který provozuje vlastní e-shop. Sortiment takových obchodů ale většinou obsahuje i produkty jiných výrobců.

#### 4.5.4 Přístup k zahraničním pivům

Graf 15 - Vztah k zahraničním pivům



Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu vyplývá, že Lotyšši mají mírně kladnější vztah k zahraničním pivům. Více jak třetina českých respondentů si nikdy nekupuje jiná než česká piva. Více než 60 % lidí pak preferuje produkci své země, avšak občas sáhnou i po zahraniční produkci.

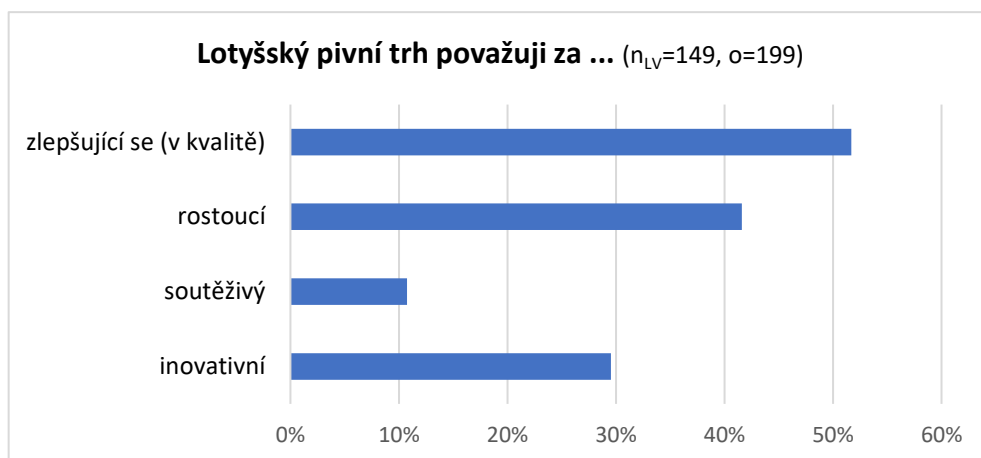
Nejoblíbenější mezi Lotyšši jsou zahraniční piva z Belgie (44,4 %), Německa (35,5 %), Velké Británie a Irska (31,5 %). Česká piva označila jako oblíbená čtvrtina respondentů (24,2 %).

Dále mohli respondenti zvolit až tři faktory, které nejvíce ovlivňují jejich rozhodování ohledně nových produktů. Pro lotyšské respondenty je při výběru nového piva nejdůležitější zajímavý styl nebo příchut' (71,8 %), předchozí zkušenost s jiným pivem stejné značky (59,7 %) nebo doporučení přátel, rodiny, případně obsluhy specializované prodejny (45,2 %).

Odpovědi českých respondentů byly mnohem více diverzifikované, avšak medailové pozice dopadly stejně, avšak inverzně – nejdůležitější bylo doporučení (37,4 %), předchozí zkušenost (32,7 %) a na třetím místě pak zajímavý styl (29,9 %). Zajímavým rozdílem je důležitost recenzí a článků na internetu. Jsou rozhodujícím faktorem pro 31 % lotyšských respondentů, u těch českých pak pouze pro 10,9 %.

#### 4.5.5 Lotyšský trh a spotřebitel

Graf 16 - Vlastnosti lotyšského trhu



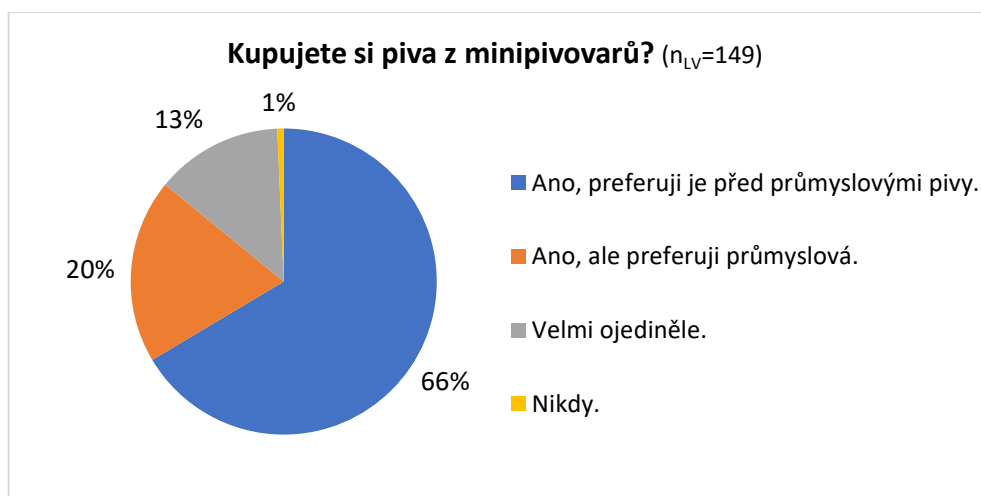
Zdroj: vlastní zpracování

Více jak polovina respondentů shledává kladný posun v kvalitě piva v Lotyšsku. 42 % respondentů vnímá, že trh roste co do počtu pivovarů, tak nabízených piv. Necelá třetina respondentů považuje lotyšský trh za inovativní. Většina respondentů však nevnímá situaci na trhu jako konkurenční. Jeden z respondentů to okomentoval následovně:

*„Soutěživý? Chybí motivace. Tři lídři trhu jsou dlouhodobě daní a ostatní pivovary nemají šanci se s nimi v nejbližší době dorovnat. Problémem je hlavně to, že menší pivovary nikdy nedosáhnou na tak nízké ceny. Cena bohužel stále u většiny spotřebitelů rozhoduje.“ LV98*

To dokládá i další otázka, zda si respondenti kupují piva z minipivovarů:

Graf 17 - Vztah k pivům z minipivovarů



Zdroj: vlastní zpracování

Z průzkumu jasně vyplývá, že většina respondentů preferuje piva z minipivovarů. Problémem je pro mnohé ale vysoká cena. Zatímco ceny piv velkých pivovarů se nejčastěji pohybují v cenovém rozmezí 0,8–1,5 €, řemeslná piva stojí nejčastěji mezi 2–4 €.

Respondent LV26: *„Piva z minipivovarů mám mnohem raději, ale mám dva problémy. Zaprvé – nežiji v Rize, takže sehnat taková piva (kromě mini selekce Labietis a Malduguns v obchodě) je téměř nemožné. Zadruhé – nejsem milionář.“*

Dostupnost řemeslných piv mimo velká města byla nejčastější stížnost ohledně lotyšského pivního trhu. Ve volné otázce si na nedostatek řemeslných piv v supermarketech a špatnou dostupnost mimo největší lotyšská města postěžovalo na 10 % respondentů.

O oblíbenosti řemeslných piv svědčí i to, že respondenti na otázku, jaký pivovar je jejich nejoblíbenější, nejčastěji odpovídali rižský minipivovar Labietis (14,8 %), jehož cena začíná okolo 2,5 € za láhev. Druhým nejčastěji jmenovaným byla Valmiermuiža – jeden z největších lotyšských minipivovarů – s přijatelnější cenovkou od 1,5 € za nejběžnější piva. Jako třetí nejoblíbenější pak zvolili respondenti pivovar Ārpus, jehož piva stojí obvykle 3,7 €. Následují pivovary Tērvete a Malduguns. Na 6. místě figuruje lotyšský velikán Cēsu, který je nejoblíbenější u 6 % respondentů. (Kompletní tabulka viz **Příloha C(a)**.)

Velké pivovary však byly hlavním tématem u otázky, zda má nějaký lotyšský pivovar vyloženě špatnou pověst.

*„Aldaris – od doby, co ho koupil Carlsberg, ztrácí kvalitu.“* LV15

*„Myslím, že Aldaris býval výborný pivovar, ale kvalita se rapidně zhoršila a pivo se dostalo na úroveň generických levných evropských značek jako je například Heineken.“* LV36

*„Aldaris – v určitém bodě začal produkovat pivo špatné kvality (...).“* LV148

Narážky na přesun výroby do Litvy samozřejmě čekaly i na piva skupiny Cido:

*„CIDO (Lāčplēsis, Staburags, Līvu) má špatnou pověst kvůli hrůzostrašné kvalitě, hlavně piva Līvu. Na pověsti nepřidává ani prolhaný marketing (jedno jejich pivo je ‚cherry krieg‘, ale nemá s kriegem nic moc společného) s jejich falešnými příběhy – produkuje pivo v Litvě, ale propaguje ho jako ‚tradiční‘ (ať už to znamená cokoliv) lotyšský produkt. (...).“* LV113

U Lāčplēsis nebyl ani tak problém v kvalitě, jako rozhořčení z výroby v zahraničí. Vyjádření na toto téma byla stručná:

„Lāčplēsis – koupila ho velká společnost Cido grupa a pěkně to pokazila.“ LV95

„Lāčplēsis. Importovaný.“ LV58

„Lāčplēsis, vaří se v zahraničí.“ LV135

Kritika se nevyhnula ani největšímu lotyšskému pivovaru:

„Cēsu, kvalita se zhoršila.“ LV14

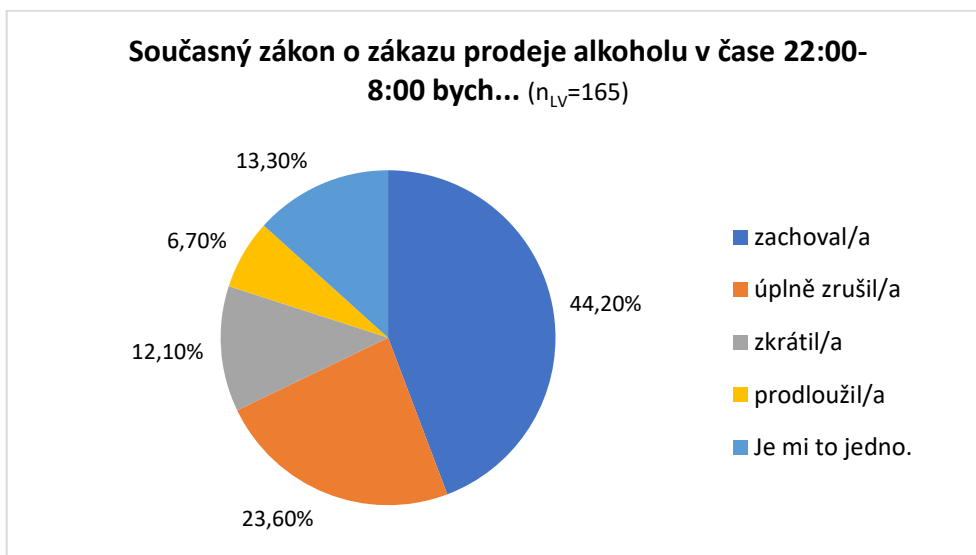
„Cēsu, protože většina základních produktů je jen špatná, zředěná, smutná napodobenina piva. Ale mají i dobrá piva.“ LV119

Ani minipivovary však nezůstaly bez povšimnutí. Několikrát byl zmíněn minipivovar IndieJānis a Brengulis. Stížnosti se nejčastěji týkaly výkyvů v kvalitě, nedostatečného řízu, nebo naopak přílišného obsah oxidu uhličitého a s tím spojeného problému bouchajících lahví při otevírání.

#### 4.5.6 Zákony

V této sekci byl zjišťován názor lotyšských respondentů na restriktivní zákony.

**Graf 18 - Omezení času prodeje**



Zdroj: vlastní zpracování

Více jak 40 % lidí současná legislativa ohledně zákazu prodeje mezi 22. a 8. hodinou vyhovuje. Okolo 7 % by bylo pro prodloužení zákazu (nejčastěji navrhované rozmezí bylo

20:00-8:00, případně 22:00-10:00). Přes 12 % respondentů by pak bylo pro zkrácení zákazu (dotazovaní nejčastěji navrhovali posunutí začátku zákazu na půlnoc). Necelá čtvrtina by pak byla pro úplné zrušení časového omezení prodeje.

Názory ohledně zákazů a omezení marketingových činností pivovarů v Lotyšsku se mezi respondenty poměrně lišily. Pro úplný zákaz bylo nejvíce lidí u rádiových a venkovních reklam (shodně 27 %). Naopak proti zakazu se lidé nejvíce vymezovali u reklam v tištěných médiích a na internetu (48 %). U televizních spotů by pak lidé ještě více omezili obsah a časové okno vysílání takových reklam (45 %).

Respondent LV67 pak okomentoval: „*Myslím, že alkohol by neměl být vůbec propagovaný s výjimkou novin, stejně je lidé moc pečlivě nečtou. (...)*“

Dalšímu respondentovi ani tak nevadily reklamy, jako zavádějící informace, které někteří používají pro upoutání spotřebitelů.

„*Reklamy poskytující falešné představy a informace o produktu, jeho historii, tradici nebo výrobním procesu by měly být zakázány nebo striktně pokutovány. Na sdělení jako „jediný pravý ale“ nebo „jediné opravdu živé pivo“ jsem alergický.*“ LV72

„*Reklamy na pivo jsou populární, protože je zakázáno propagovat silný alkohol. Věřím, že to je důvod, proč jich je tak strašně moc.*“ LV143

Další respondent měl však odlišný názor: „*V Lotyšsku pivo není moc propagováno – kromě televize, ale i tam jde jen jedna reklama dokola.*“ LV148

Respondent LV155 pak vyzdvihl jiný způsob propagace: „*Nejlepším marketingem jsou podle mě vlastní kavárny, bary a restaurace – slouží jako výborná propagace, lze v nich vytvořit atmosféru přesně na míru značce, a navíc zabraňují spotřebitelům konzumovat jiné značky. Škoda, že takových míst je v Lotyšsku naprosté minimum.*“

Jak se dalo předpokládat, jako pivovary s největší marketingovou prezencí na lotyšském trhu dotazovaní téměř ve shodných poměrech vybrali Aldaris, Cěsu a Lāčplēsis.

Dále byli respondenti dotazováni na sponzoring kulturních a sportovních událostí. Nejvíce lidí (38,2 %) vybralo Aldaris jako nejangažovanější, za ním Cěsu (31 %) a Lāčplēsis (20,6 %). Lidé často zmiňovali i Valmiermuižu v souvislosti se sponzoringem v regionu.

Respondenti však upozorňovali na to, že jejich volba je založena spíše na minulosti: „*Ted' už je zakázáno spojovat alkohol se sportovními akcemi a týmy, ale dřív byly pivovary jedním z hlavních sponzorů – například lotyšská basketbalová liga se jmenovala Aldaris LBL.*“  
LV35

LV142 pak okomentoval: „*Lotyšské pivovary dále ve velkém sponzorují, avšak skrz své nealkoholické produkty – například Cěsu často sponzoruje pod svým energetickým nápojem Dynamit.*“

#### 4.5.7 CSR a ekologie

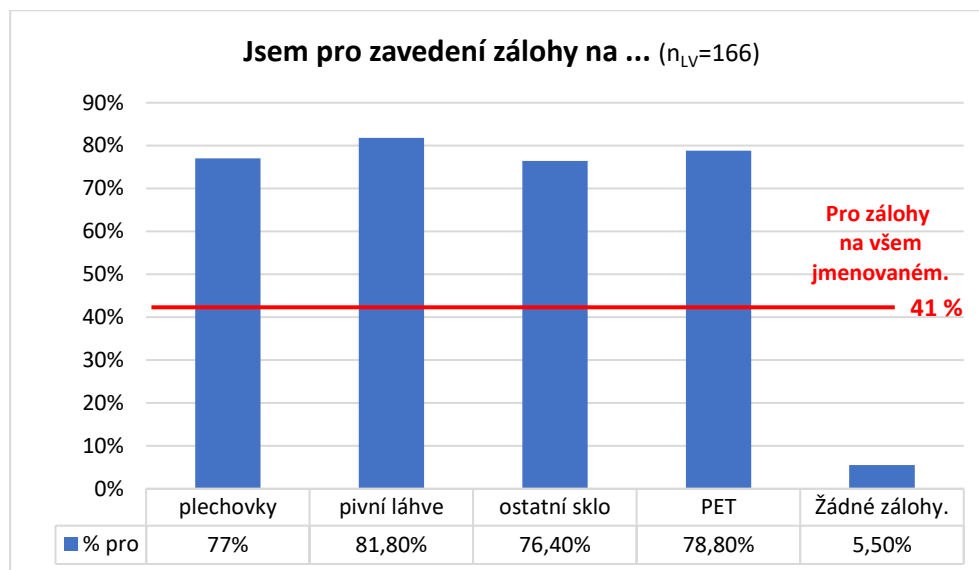
Diskutovaným tématem posledních let jsou stále se zvyšující nároky spotřebitelů na korporátní sociální odpovědnost (CSR) firem. Lídrem mezi lotyšskými pivovary je Cěsu, který je velmi aktivní v kontribuci k rozvoji kraje Vidzeme a jeho obyvatel a celého Lotyšska. Častý sponzoring, kooperace s vládními organizacemi na navrhování a implementaci nových politik, edukativní činnost dospělých i dětí, charitativní činnost a proaktivní přístup k implementování změn ve vztahu k lepšímu životnímu prostředí, např. využívání pouze energie z obnovitelných zdrojů. V období pandemie vyčlenil pivovar část výrobní kapacity na produkci dezinfekcí pro nemocnice a školy. (Cěsu alus, 2020)

Ekologie je v Lotyšsku poměrně palčivým tématem. Tři čtvrtiny respondentů souhlasí s tím, že často vidí poházené odpadky, a to jak v přírodě, tak ve městech. Více jak polovina respondentů pak zároveň souhlasí s tím, že většina z těchto odpadků jsou prázdné láhve a plechovky.

Je to i tím, že zatímco Litva i Estonsko praktikují systém záloh na nápojové obaly, v Lotyšsku podobný systém zatím nefunguje, a to na žádný druh nápojových obalů. Lotyšský parlament ale schválil v roce 2019 úpravu obalového zákona, který mimo jiné zahrnuje i zavedení systému vratných nápojových obalů, a to od roku 2022.

Tohoto faktu si však bylo vědomo pouze 61,8 % respondentů. Čtvrtina respondentů o této úpravě vůbec nevěděla a 12 % respondentů zprávu pouze letmo zaznamenalo v roce 2019.

**Graf 19 - Zálohování obalů**



Zdroj: vlastní zpracování

94,5 % respondentů bylo pro zavedení zálohového systému alespoň na jedno z jmenovaných – z toho 47 % bylo pro jednotnou sazbu zálohy a 53 % pro různé sazby podle typu obalu.

Respondenti dále navrhovali podle nich ideální hodnotu zálohy. U první skupiny, tedy té, co je pro jednotnou sazbu, byla nejčastější hodnota 10 centů (zvolilo ji 60 %), druhou nejčastější navrhovanou částkou pak bylo 20 centů (15 %).

Druhá skupina pak navrhovala částky zvlášť pro každý typ obalu. Nejmenší zálohu volili respondenti pro plechovky (30 % pro 10 centů, 25 % pro 5 centů). U skla pak byly nejčastější hodnoty 10 a 20 centů (shodně po 25 %). U PET lahví pak panovala mezi respondenty největší neshoda – nejčastější hodnoty byly 5 centů (15,9 %), 10 centů (25 %), 20 centů (12,2 %) a 50 centů (11 %).

**Tabulka 13 – Navrhované zálohy obalů (eurocenty)**

|                    | vše stejné | plech | sklo  | PET   |
|--------------------|------------|-------|-------|-------|
| <b>průměr</b>      | 15,86      | 11,84 | 18,96 | 18,79 |
| <b>modus</b>       | 10         | 10    | 10    | 10    |
| <b>medián</b>      | 10         | 10    | 15    | 11,5  |
| <i>respondentů</i> | 82         | 74    | 74    | 74    |

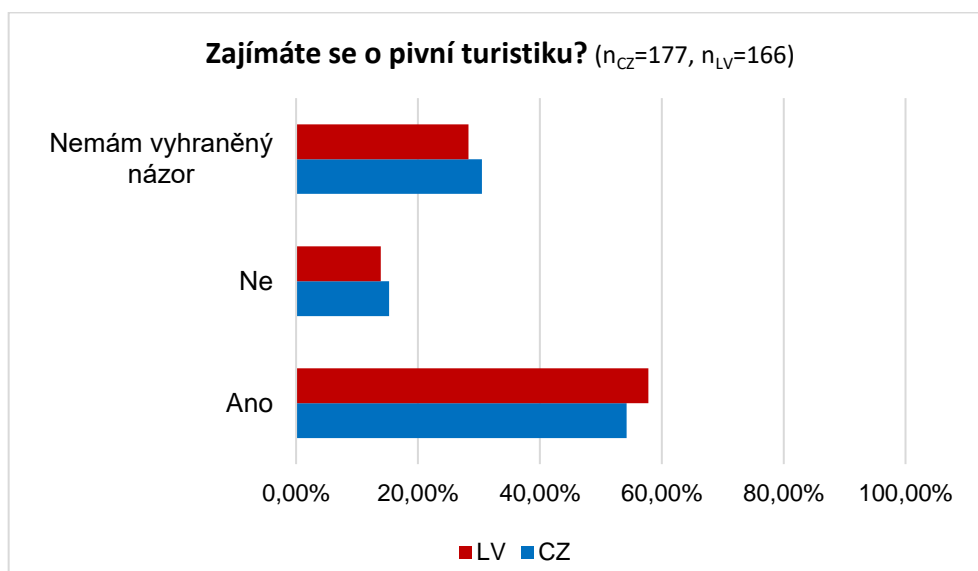
Zdroj: vlastní zpracování



## 4.6 Tržní příležitosti

### 4.6.1 Turismus

Graf 20 – Zájem o pivní turismus



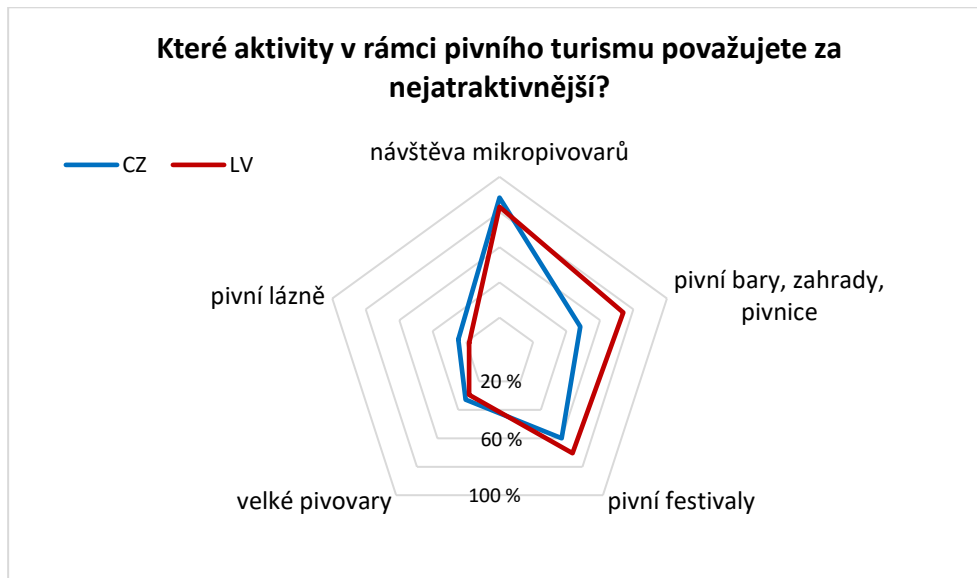
Zdroj: vlastní zpracování

O pivní turistiku se zajímá nadpoloviční většina respondentů. Zatímco lotyšští respondenti se zajímají převážně o domácí turistiku (81,8 % se zajímá o domácí, 8 % o zahraniční a 10,2 % o domácí i zahraniční), čeští respondenti se zajímají o domácí i zahraniční (48,2 % se zajímá o domácí i zahraniční, 45,9 % pouze o domácí a 5,9 % pouze o zahraniční).

Rozdíl byl i v tom, jaký způsob turistiky by preferovali nebo preferují. Obě skupiny dotazovaných preferují individuálně organizovaný turismus (CZ: 75 %, LV: 52 %). Organizovaný turismus by preferovalo pouze 20 % českých respondentů, u Lotyšů pak organizovaný turismus preferovala třetina dotazovaných. Někteří respondenti neměli vyhraněnou preferenci (LV: 17 %, CZ: 5 %).

Zajímavostí je, že čeští i lotyšští respondenti, kteří pivní turistiku nevyhledávají ( $n_{CZ}=79$ ,  $n_{LV}=70$ ), by byli ve velké míře ochotni se na pivní turistice podílet jako doprovod – odpovědělo tak 94 % Lotyšů a 88 % Čechů.

**Graf 21** – Atraktivní aktivity pivního turismu



Zdroj: vlastní zpracování

Velmi atraktivní je pro respondenty v rámci pivní turistiky návštěva minipivovarů (CZ: 88 %, LV: 83 %) nebo návštěva pivních festivalů (CZ: 60 %, LV: 70,5 %). Lotyšové pak ve velkém lákají i pivní bary, zahrady a návštěva stylových pivnic (CZ: 48,5 %, LV: 74 %). Naopak nejmenší zájem je o prohlídky a ochutnávky ve velkých pivovarech (CZ: 33 %, LV: 30 %) a pivní lázně (CZ: 25 %, LV: 18 %).

Pobaltí vnímá jako atraktivní lokalitu pro pivní turismus jen 14,1 % českých respondentů (jako nejatraktivnější zvolili respondenti Německo a Benelux, které přijdou atraktivní 77 % dotazovaných.)

Respondenti, kteří Pobaltí navštívili a místní piva ochutnali, však v Pobaltí spatřovali potenciál: „Pobaltí (nebo alespoň Lotyšsko) má ohledně piva rozhodně co nabídnout. Mají, co si myslím, silnější piva – a některá jsou i lepší než česká. Namátkou žluto-černá plechovka (Zelta<sup>14</sup>).“ CZ171

#### 4.6.2 Nedostatky pivního trhu z pohledu spotřebitelů

Dotazovaní jak v ČR, tak Lotyšsku, si nejčastěji stěžovali na špatnou dostupnost řemeslných piv. Respondentům vadil malý výběr takových piv v supermarketech nebo specializovaných

<sup>14</sup>Upřesněno prostřednictvím e-mailové komunikace s respondentem ze dne 1. 3. 2021.

prodejnách. Stěžovali si, že taková piva lze sehnat pouze v místě produkce nebo velkých městech.

Čechům pak dále scházela větší rozmanitost a originalita piv, což dále okomentoval respondent CZ19: „*Česko je ještě pořád dost konzervativní, narozdíl třeba od Polska. Hodně lidí se bojí nových značek, ochutnávat nové věci. Drží si prostě ty svoje ‚staré‘ značky.*“

Na určitou zkosnatělost českého trhu narážela většina respondentů, například CZ73: „*Je to bída. Velké pivovary sice dělají kvalitní ležáky, ale do ničeho jiného se moc nepouští – a když už, dopadá to většinou katastrofálně. Podle mě je to prokletí tradičního trhu. Spotřebitelé velké pivovary nikam netlačí, a ty tak podle mě usínají na vavřínech, co se světových trendů týče.*“

CZ166 však vidí určitý posun: „*(...) dříve (na trhu chyběl) výběr i jiného piva než výčepní/ležák – prostě pivo plzeňského typu. Dnes se situace již zlepšila.*“

Kromě rozmanitosti pivních stylů respondentům chyběl i větší výběr radlerů a nealkoholických piv.

Lotyšši si stěžovali hlavně na nedostatky ve složení sortimentu. Respondenti by ocenili větší výběr zahraničních piv, kvalitní nealkoholické pivo a výčepní pivo s nižším obsahem alkoholu. Většina spodně kvašených piv má totiž v Pobaltí obj. alkoholu okolo 4,5–5,8 %.

Dalším nedostatkem jsou ochucená nealkoholická piva – zatímco radlerů okolo 2,5 % obj. alkoholu je na trhu mnoho, nealkoholických pivních mixů je minimum.

I na české pivo došla řeč – respondenti by chtěli větší výběr českého piva, a to převážně toho silně chmeleného, hořkého.

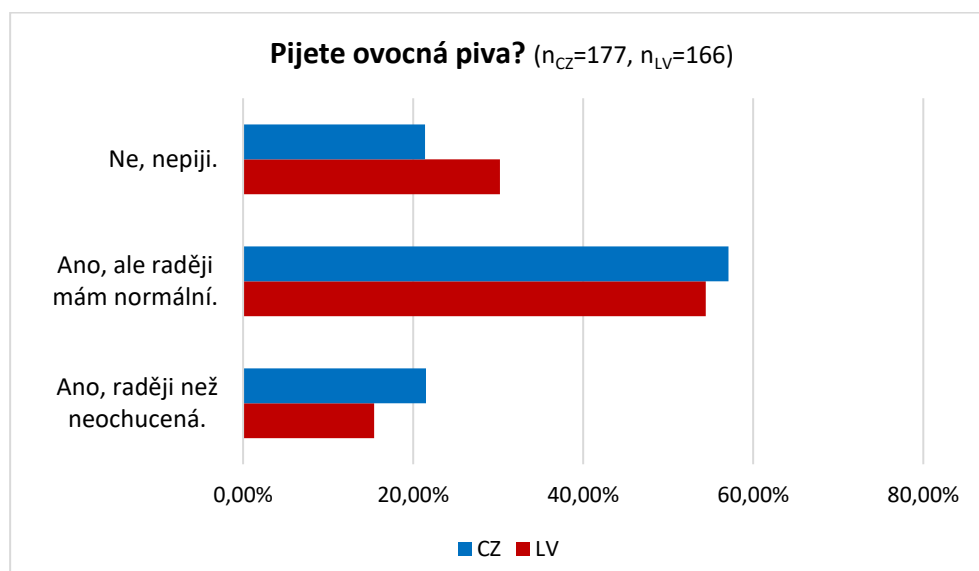
Dále si stěžovali na malé množství pivnic, absenci možnosti vzdělání v pivovarnickém řemeslu a nedostatečné dostupnosti surovin pro domácí vaření piva.

#### **4.6.3 Ovocná piva, netypické chutě a kvas**

Jedním z celosvětových trendů je stále se zvyšující popularita ochucených ovocných piv. Pro účely této kapitoly (a dotazníku) jsou za ovocná piva považována piva s poměrně nízkým nebo žádným obsahem alkoholu, která vznikla smícháním piva s ovocným nápojem

(typicky v poměru 1:1), případně přilitím ovocné šťávy do již hotového piva. (Tedy radlery, shandy a jiné pивní ovocné mixy.)

**Graf 22 - Ovocná piva**



Zdroj: vlastní zpracování

Mezi lotyšskými a českými respondenty je mírný rozdíl ve vztahu k ovocným pivům. Třetina lotyšských respondentů ovocná piva vůbec nepije, zatímco u českých respondentů to bylo pouze 21,4 %. Většina respondentů ovocná piva pije (78 % českých respondentů, 69 % lotyšských respondentů). Poměrně velká část respondentů je pak dokonce preferuje před neochucenými pivy (CZ: 21,5 %, LV: 15,4 %).

Českým respondentům pak byla zobrazena řada radlerů (2,5 % alk. obj.) lotyšského Cěsu alus, obsahující následující příchutě, z nichž je většina inspirovaná letními koktejly, typicky z jiných druhů alkoholu:

- melounová margharita,
- jahodovo-limetkový radler,
- piña colada (ananas, smetana),
- pomerančový spritz.

Respondenti mohli vybrat pouze jeden produkt, který by nejraději viděli na českých pultech a nejraději by ho ochutnali.

Graf 23 - Výběr produktů (radlery)



Zdroj: vlastní zpracování, zdroj fotografií produktů: (Cesu.lv, 2021)

Nejvíce lidí zvolilo příchut' pomerančového spritzu (28,1 %), těsně následovala kombinace jahoda-limetka (26,6 %). Méně pak zaujala melounová příchut' (17,3 %) a nejméně piña colada (10,1 %). Necelou pětinu respondentů pak nezaujala ani jedna příchut'.

Respondenti dále vybírali hlavní důvody jejich volby – 97,4 % respondentů se rozhodlo na základě příchutě. Dalšími ovlivňujícími faktory byla pro 3,5 % respondentů barva nápoje, design obalu (1 %) a předpoklad největšího osvěžení (1 %).

Někteří pak svou volbu dále okomentovali:

„Melounový jsem ještě nikdy neměl, takže bych ho rád ochutnal.“ CZ51

„Mám raději tradiční příchutě, takže jedině, co by mi podle mě chutnalo, by byla příchut' jahoda-limetka. Ale třeba se mýlím.“ CZ87

Dále byl zjišťován vztah respondentů k netradičním, inovativním pivům – tedy piva netradičních stylů (např. piva s vinnými kvasinkami) nebo piva s neobvyklými příchutěmi.

Respondenti se rozdělili na dva tábory – jeden, co má inovace rád a vítá je (44,4 %) a druhý, trochu větší, kterému sice nevadí, ale nevyhledává je. Někteří respondenti pak zastávají názor, že s pivem by se vůbec nemělo experimentovat (3,6 %).

I zde mohli respondenti vybírat ze čtyř produktů ten, který by nejraději ochutnali. Na výběr byly následující produkty:

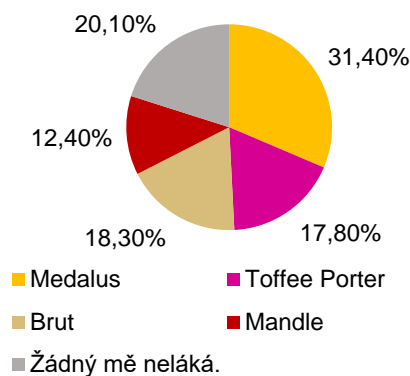
- Cěsu – Brut lager – ležák kvašený pomocí vinných kvasinek, 5,2 % obj. alk., láhev 568 ml,

- Cěsu – Toffee porter – porter s karamelovou příchutí, 5,4 % obj. alk., láhev 568 ml,
- Aldaris – Medalus – tradiční ležák s pravým medem, 4 % obj. alk., láhev 500 ml,
- Saku – tmavý ležák s příchutí mandlí, 6,7 % obj. alk., láhev 500 ml.

**Graf 24 - Výběr produktů (netradiční piva)**



**Který z vyobrazených produktů byste nejraději ochutnali? (n<sub>CZ</sub>=169)**



Zdroj: vlastní zpracování, zdroj fotografií produktů: (Cěsu, 2021) (Aldaris, 2021) (Saku, 2021)

S přehledem vyhrálo medové pivo, které bylo první volbou 31,4 % respondentů. Následovaly piva značky Cěsu – brut lager (18,3 %) a karamelový porter (17,8 %). Nejméně zaujal tmavý mandlový ležák estonského Saku (12,4 %). Pětinu respondentů nenalákal ani jeden produkt.

Faktory ovlivňující volbu respondentů už nebyly tak jednoznačné jako u radlerů a lidé učinili volbu na základě kombinace více faktorů. Nejvíce lidí ovlivnila příchut' (78,5 %). Následoval pivní styl (25,9 %), inovativnost produktu (19,3 %) a design obalu (14,1 %).

Mnoho respondentů ale u volby jak radleru, tak netradičního piva, zmínilo, že pro ně byla volba pouze jednoho produktu těžká:

*„Bylo těžké zvolit, kromě piňa colady bych ochutnal všechny.“ CZ24*

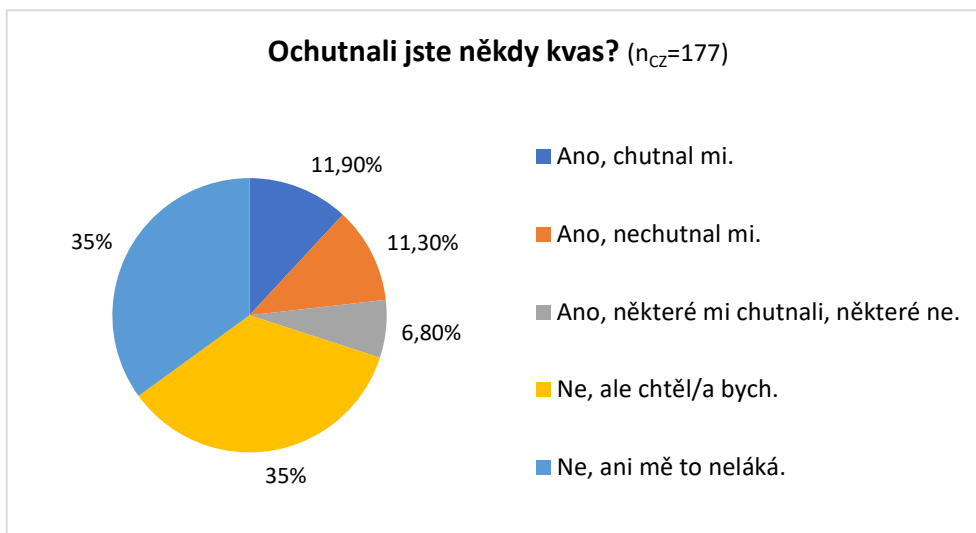
*„Lákají mě všechny, škoda, že lze zvolit jen jednu příchut'.“ CZ11*

*„Rád zkouším nové chutě a v nabídce netradičních piv mě zaujala všechna. Medové pivo se občas dá sehnat i u nás (hlavně v srpnu a září), ale ochutnal jsem jen to z krumlovského pivovaru – naprosto hnusné. Věřím, že tohle by bylo lepší.“ CZ176*

*„Hodně jsem váhal mezi vinnými kvasinkami a medovou variantou.“ CZ106*

Došla řeč i na kvas, který byl respondentům představen v krátkém popisu (jak klasická verze, tak limonáda). Následně byla položena otázka, zda někdy respondenti ochutnali kvas a v jaké formě.

**Graf 25 - Znalost kvasu**



Zdroj: vlastní zpracování

30 % respondentů kvas někdy ochutnalo, někteří i víc značek, z toho přibližně dvou třetinám alespoň nějaký chutnal. Nejčastěji ochutnali kvas točený (polovina respondentů, kteří kvas někdy ochutnali). Lidé, co ochutnali kvas v točené formě, častěji odpovídali, že jim chutnal než ti, co ho ochutnali v láhvi nebo plechovce.

V Pobaltí kvas ochutnali pouze dva respondenti. Nejčastěji dotazovaní ochutnali kvas při cestách po Polsku, Rusku nebo Ukrajině. Několik respondentů pak dokonce sdělilo, že si kvas vyrábí doma nebo znají někoho, kdo ho vyrábí.

Polovina těch, co kvas nikdy neochutnali, by tak ráda učinila. Čtvrtina lidí si pak myslí, že dostupnost kvasu v České republice je nedostatečná a kvas by měl být běžným sortimentem v obchodech. To podpořil i jeden z respondentů svým komentářem:

*„Popravdě moc nechápu, že u nás kvas nemáme běžně. To, že je typický pro Slované – budíž, prostě pijeme radši Kofolu. Každopádně u nás žije spousta Ukrajinců a Rusů... Rozhodně jsem v obchodech viděl věci pro menší cílovou skupinu, než by byl kvas. (...) Vím, že se dá sehnat v ruských specializovaných obchodech, ale zatím jsem viděl jen ty uměle sycené kvasy z koncentrátů s barvivem.“ CZ85*

#### 4.6.4 Vzájemná spolupráce a tržní příležitosti

Na základě dotazníkového šetření byl zjištěn velký zájem o zahraniční pivní turismus. Země by mohly těžit z podobné cenové hladiny a levných možností dopravy (Ryanair před pandemií spojoval Prahu s Rigou za ceny letenek od 250 Kč). Bylo by však vhodné nastavit vhodnou kampaň na podporu vzájemného turismu. Hlavně v České republice panuje mnoho předsudků vůči zemím bývalého Sovětského svazu. Pobaltí však nabízí mnoho přírodních, historických i kulturních zajímavostí, a to za ceny pro českého turistu příznivější, než západní země nebo Skandinávie. Pivní turismus by mohl být jedním z opěrných bodů takové kampaně v České republice.

Vzhledem k spíše doplňkové povaze pivního turismu na celkovém turismu nelze spatřovat velký potenciál v organizovaných zájezdech zaměřujících se na pivo. Lze však pivní turismus zařadit jako fakultativní část takových zájezdů – Litva nabízí unikátní náhled do tradičních technik pivovarnictví, zatímco Lotyšsko s Estonskem nabízí pohled na pivní inovace. Je nasnadě propojení menších pivovarů napříč Pobaltím, např. vytvoření pivních stezek, okruhů apod. Vzhledem k restriktivním zákonům však pravděpodobně bude složité získat pro takové projekty podporu. Další tržní příležitost lze spatřit v pivních festivalech, a to jak v jejich pořádání, tak účasti na nich. Hlavně pro minipivovary, hledající nové trhy, mohou právě pivní festivaly znamenat významné ulehčení vstupu na trh.

Další příležitosti vyplývají z rozdílného sortimentu a názorů spotřebitelů. Čeští spotřebitelé hledají inovativnější produkty v přijatelné cenové relaci. Spotřebitelé by ocenili větší nabídku ovocných piv, radlerů a nealkoholických piv. To lze vidět jako příležitost pro velké pivovary, které nabízí široký sortiment, cenově srovnatelný s českými výrobci. Skupina Olvi má v tomto trochu lepší výchozí postavení – běžně se zde prodávají cidery FIZZ a další produkty A. Le Coq. Případný vstup na český trh i v jiných druzích sortimentu by byl tímto ulehčen.

Další příležitost lze spatřit v kvasu, který zaujal velkou část oslovených českých spotřebitelů.

Pro české pivovary se pak otevírají příležitosti převážně v oblasti hořčejších a nealkoholických piv, kterých v uspokojující kvalitě není mnoho.



Zároveň také přibývá i náročnějších spotřebitelů, kteří jsou ochotní za pivo zaplatit i větší částky, pokud se jedná o zajímavý produkt. Například pivo z estonských minipivovarů je v ČR v menší míře dostupné ve specializovaných obchodech s pivem, a i přes svou vysokou cenu (okolo 150 Kč) je často vyprodáno. I pobaltští spotřebitelé se nezdráhají si za kvalitní pivo připlatit.

Dalším tržním příležitostí pro české pivovary v Pobaltí nahrává dobré jméno českého piva. Oblíbenost českých piv a absence hospod a pivnic otevírá příležitost konceptům jako jsou např. Bernard Pub, Pilsner Urquell Original Restaurant, případně podobné podniky, kde bude k dispozici více značek piv. Odrazující podíl on-trade na spotřebě piva je způsoben převážně absencí on-trade možností mimo velká města a cenou on-trade piv. Ceny točených piv jsou v Lotyšsku poměrně vysoké, v okolí centra Rigy by cena za kvalitní točené pivo okolo 2,5 € byla významnou konkurenční výhodou.

V mnoha restauracích je problémem kvalita čepování piva. Vzdělání, a to nejen ohledně zacházení s pivem v distribuční síti, ale i v oblasti pivovarnictví obecně, na lotyšském trhu naprosto chybí. Spolupráce na otevření pivovarnického oboru např. na zemědělské univerzitě v Jelgavě, nabídka škol čepování nebo bližší spolupráce českých a lotyšských sládků (převážně v menších pivovarech) jsou jen některé možnosti případné spolupráce.

Mnoho pivovarů také odebírá české suroviny. Český chmel používá mnoho pobaltských pivovarů i minipivovarů. Vzhledem k rychle rostoucímu segmentu minipivovarů v Pobaltí je export surovin – chmele i sladu – lukrativní oblastí hlavně v Lotyšsku a Estonsku.

## 5 Výsledky a diskuse

V této části jsou odprezentovány nejdůležitější výsledky práce.

Ve všech zemích Pobaltí existují 2–3 průmyslové pivovary, které mají dohromady významný podíl na trhu (70–80 %). Za nejkonzentrovanější trh lze označit ten estonský (Herfindahl-Hirschman index > 3200), kde existují pouze dva hlavní pivovary, dohromady pokrývající 80 % trhu. I Lotyšsko a Litva patří mezi poměrně koncentrované pivovarnické trhy, v obou zemích existují 3 významné pivovary.

Nejvýznamnější pivovary Pobaltí jsou vlastněny nadnárodními skupinami. V Pobaltí působí dánská pivovarnická společnost Carlsberg (vlastní litevský Švyturys-Utenos – podíl na trhu 40 %, lotyšský Aldaris – 30 % a estonské Saku – 30 %), finská skupina Olvi (litevský Volfas Engelman – 10 %, lotyšské Cēsu – 30 % a estonský A. Le Coq – 40 %) a další dánská společnost Royal Unibrew (litevský Kalnapilio-Tauro – 20 % a lotyšská nápojářská skupina CIDO – 20 %).

Na rozdíl od českých pivovarů, které se často specializují na výrobu několika málo produktů, mají průmyslové pivovary v Pobaltí sortiment o větší hloubce i šířce – vyrábí piva mnoha stylů i v několika variantách (například pivovar Švyturys-Utenos nabízí téměř 20 světlých spodně kvašených piv). Běžné je, že průmyslové pivovary vyrábí spodně i svrchně kvašená piva, řadu radlerů, nealkoholických piv i kvas. Mnoho pivovarů pak kromě pivního sortimentu vyrábí i další alkoholické a nealkoholické nápoje – např. alkoholické koktejly, balené vody, limonády, energetické nápoje apod.

Jednotliví zahraniční vlastníci však mají rozdílný přístup, co se sortimentu a výroby týče. Carlsberg postupně propojuje produktová portfolia svých pobaltských pivovarů a výroba všech tří hlavních pivovarů je vzájemně silně provázána. Podobný postup praktikuje i Royal Unibrew, který postupně přesunul naprostou většinu výroby z Lotyšska do Litvy, avšak na rozdíl od pivovarů patřící Carlsbergu zachovává ve větší míře identitu jednotlivých značek. Skupina Olvi propojování výroby téměř nevyužívá, pivovary si zachovávají velkou míru autonomie a volné kapacity jsou využívány k rozšiřování sortimentu jednotlivých pivovarů spíše než přelévání výroby napříč pivovary. Určitým důvodem je i množství pivovarů, které skupina vlastní, a tedy význam jednotlivých pivovarů v rámci skupiny.

Propojování výroby v rámci skupiny a její odsun převážně z Lotyšska má za následek výrazné změny ve statistikách zahraničního obchodu i spotřeby. „Lotyšská“ piva jsou vyráběna v Estonsku nebo Litvě, odkud se exportují do Lotyšska (téměř 82 % veškerého importovaného piva je z Estonska nebo Litvy). To způsobilo za posledních 10 let významný pokles produkce piva (z 1,5 mil. hl v roce 2012 na 0,76 mil. hl v roce 2019) a značný nárůst importu (0,47 mil. hl v roce 2012, 1,23 mil. hl v roce 2019).

Pobaltské země jsou si v rámci pivního trhu vzájemně nejvýznamnějšími obchodními partnery, tudíž se negativní změny Lotyšských statistik promítají pozitivně do statistik Estonska i Litvy. Mezi další důležité exportní trhy patří i ostatní okolní země a země dostupné po Baltském moři (Rusko, Bělorusko, Finsko a další severské země). Pobaltským zemím se také podařilo podchytit tržní příležitosti v asijských zemích (převážně v Číně). Na nezvyklé trhy míří převážně pivo z minipivovarů. Scéna minipivovarů je v Pobaltí silná především v Estonsku a Lotyšsku, kde se počet pivovarů za poslední dekádu zněkolikanásobil a ovlivňuje celý trh – průmyslové pivovary více experimentují v rámci svých produktů, zároveň zřizují privátní řemeslné minipivovary, případně kupují existující, ve kterých vyrábí prémiová piva.

Pivní trh ve všech třech zemích je ale silně ovlivněn častými změnami v zákonech. Pobaltským zemím patří přední příčky v konzumaci alkoholu, v posledních letech tak došlo k výrazným restrikcím týkajícím se časů a míst prodeje, marketingu, nebo dokonce posunu věkové hranice pro konzumaci alkoholu (Litva – z 18 na 20 let). Vzhledem k růstu ekonomik a zvyšujícím se důchodům obyvatelstva dochází k ovlivňování cen alkoholu především prostřednictvím změn ve spotřebních daních. Estonsko bývalo častým cílem finských spotřebitelů alkoholu, po výrazném zvýšení spotřebních daní v roce 2017 se ale část spotřebitelů (finských i estonských) přesunula do Lotyšska. To vyvolalo sérii změn spotřebních daní a kolísání cen alkoholu.

Cena piva je obecně v Pobaltí v porovnání s průměrnou mzdou poměrně vysoká. Průměrná cena piva v obchodech je nejnižší v Litvě (1,02 €), následuje Lotyšsko (1,14 €) a nejdražší pivo je v Estonsku (1,44 €). Pivo v rámci on-trade (např. v restauracích) je pak přibližně 2,5× dražší. Pokud vezmeme v úvahu průměrné čisté důchody v jednotlivých zemích, nejlevnější je pivo pro Litevce (na půllitr piva ze supermarketu vydělávají necelých 12 minut), Estonce (13,5 minuty) a nejdražší je pro Lotyše (téměř 14 minut). U piva čepovaného jde pak

o Litevce (28 minut), Lotyšské (32 minut) a nejdražší čepované pivo v porovnání s průměrnou čistou mzdou mají Estonci (36,5 minuty). Pro porovnání – průměrně placený Čech vydělává na jedno čepované pivo okolo 12 minut. I proto vykazují země Pobaltí jeden z nejmenších podílů on-trade na spotřebě (pouze 7–10 %) a mnoho pivovarů nabízí velmi omezený, či dokonce žádný, sortiment určený speciálně pro on-trade.

Dále se práce věnovala lotyšským a českým spotřebitelům.

Mezi hlavní zjištění patří, že Češi mají vůči Pobaltí často mylné předsudky založené na historii pobaltských zemí. Vnímají Pobaltí jako zaostalé země, kde převládá konzumace vodky a jiného tvrdého alkoholu. Na 83 % lotyšských respondentů ale vnímá Pobaltí jako oblast piva. Pivo má v pobaltských zemích dlouhou tradici. Tradice jsou v Pobaltí poměrně hojně udržovány a promítají se i do sortimentu těch největších pivovarů (např. koduolu pivovaru Saku). Zároveň ale roste zájem o inovativní piva a nezvyklé chutě. Lotyšští respondenti jsou v porovnání s těmi českými otevřenější novým značkám, stylům a chutím, vykazují menší loajalitu vůči značkám a větší otevřenost zahraničním pivům.

Česká piva lze najít v Pobaltí hojně jak v off-trade, tak on-trade prodejních kanálech. Mezi nejvýraznější české pivovary v Pobaltí patří Pilsner Urquell, Kozel, Staropramen a Krušovice. Kozel s Krušovicemi těží hlavně z oblíbenosti tmavých piv mezi pobaltskými spotřebiteli (až 40 % spotřebovaných piv je tmavých).

Převážně v posledních deseti letech se dostává velké popularitě pivům z minipivovarů, avšak tato piva bývají velmi drahá, a navíc špatně dostupná mimo největší města. Popularita malých pivovarů se promítla i do žebříčku nejoblíbenějších pivovarů. Jako nejoblíbenější lotyšští respondenti zvolili minipivovary Labietis, Valmiermuiža a Ārpus. V rámci marketingové prezence a sponzoringu však jasně respondenti volili průmyslové pivovary. Respondenti si v rámci marketingu stěžují na klamavé informace ohledně produktů (např. „tradiční lotyšské pivo“) u Lāčplēsise, který je vyráběn v Litvě. Velká část respondentů si pak odsunu výroby není vůbec vědoma (převážně u Aldarisu mnoho respondentů neví, že většina produkce je vyráběna mimo Lotyšsko).

Nedostupnost řemeslných piv v obchodech je jedním z hlavních nedostatků lotyšského trhu, na který respondenti poukazovali. Dále pak nedostatky v sortimentu – respondentům chybí

větší výběr zahraničních piv, kvalitní nealkoholické pivo (ochucené i neochucené) a piva výčepní.

Ze zjištění v rámci dotazníků a analýz bylo zjištěno několik oblastí, ve kterých se otevírají tržní příležitosti, případně příležitosti ke spolupráci. Pro ČR směrem do Pobaltí (převážně Lotyšska) se jedná o export silněji chmelených piv a nealkoholických piv, on-trade sektor (puby, pivnice) a export surovin (chmele a sladu). Obráceným směrem se pak jedná o příležitosti exportu kvasu, ovocných piv, radlerů a inovativních piv. Vzájemné tržní příležitosti pak lze spatřit v sektoru minipivovarů a turistiky.

## 5.1 Diskuse

V průběhu vypracovávání diplomové práce nastalo několik sporných momentů nebo pochybností, ke kterým bych se jako autorka ráda vyjádřila.

Původním plánem bylo využít pro práci mírně odlišnou metodiku. Bohužel situace ohledně pandemie COVID-19 ovlivnila přístup jak ke knižním zdrojům, tak informacím pivovarů v Pobaltí. Zároveň nečekaně zasáhla do studijního života.

Teoretická část se věnuje spíše formálním než odborným informacím. Pro pochopení trhu v Pobaltí je však důležité znát jeho specifika a ekonomické souvislosti. Obyvatelé Pobaltí jsou navíc velmi hrdí na své tradice, historii a postsovětský vývoj ekonomik. Při vstupu zahraničních firem na pobaltský trh je důležité respektovat jejich kulturu a mentalitu. Zároveň je třeba vnímat rozdíly mezi jednotlivými zeměmi – i když jsou si velmi blízké, jsou to stále tři rozdílné republiky. Trh pak významně ovlivňují a formují místní zákony.

Ohledně metodiky praktické části práce je v zadání uvedeno, že dotazníkové šetření bude provedeno převážně na lotyšských studentech. Vzhledem k uzavření lotyšských vysokých škol na téměř celý letní semestr 2020 bohužel bylo velmi obtížné získávat pro dotazník respondenty. Dotazníkové šetření tak nakonec bylo provedeno prostřednictvím sociálních sítí. Konečný výběrový soubor tedy bohužel není reprezentativní a závěry prezentované v této práci tak nelze zobecňovat na celou populaci, případně část populace (píjící alkohol, abstinenti apod.).

V rámci dotazníků zároveň nastalo několik pochybností pramenících z toho, že někteří respondenti nevěnovali dostatečnou pozornost doplňkovým poznámkám – například

vysvětlení pojmu „ovocné pivo“ pro potřeby dotazníku. V rámci sekce otázek ohledně turismu byla jedna otázka vedena jako nepovinná a respondent byl požádán, aby na ni odpověděl pouze v případě určité odpovědi u předchozí otázky. Někteří však chybně otázku vyplnili/nevyplnili, což vedlo k přeskočení relevantního okruhu otázek, případně se respondent ocitl v nerelevantním okruhu otázek. Bohužel dělení na více oddílů, při kterém by se dala možnost této chyby eliminovat, by dotazník prodloužilo a významně snížilo jeho logickou návaznost a přehlednost.

Dále bych se ráda vyjádřila k možné nepřesnosti ohledně zařazení piv do jednotlivých stylů. V Pobaltí není na pivní styly kladen velký důraz, proto i terminologie v této práci a zařazení jednotlivých piv mezi styly nemusí být vždy přesná a z oficiálních zdrojů.

Také bych ráda upozornila na možnost rozdílnosti dat u jednotlivých zemí. U některých statistik bohužel chyběly údaje jedné nebo více zemí Pobaltí. Případně jsou v práci zmiňovány statistiky ze dvou zdrojů. Například data spotřeby piva WHO a národních statistických agentur se mohou lišit vzhledem k rozdílným metodikám, připočtu odhadů stínové ekonomiky apod. Pokud to bylo možné, byla preferována data z jednoho zdroje a ta, která svou metodikou lépe zapadala do rámce práce nebo její části, případně pocházela ze spolehlivějšího zdroje.

## 6 Závěr

Tématem předkládané diplomové práce byl trh s pivem v Pobaltí.

Práce si kladla za cíl identifikovat a porovnat nejvýznamnější pivovary v Pobaltí a jejich sortiment. Dílčími cíli práce bylo identifikovat a analyzovat faktory ovlivňující situaci na pobaltském trhu s pivem. Dále pak analýza lotyšského spotřebitelského chování a preferencí a komparace s českými spotřebiteli. Vzhledem k tomu, že data získaná v dotazníkovém šetření pochází od poměrně malého populačního vzorku, nedají se závěry označit za obecně platné. Zároveň také nelze vzhledem k širší tématu a omezenému rozsahu považovat informace uvedené v této práci za vyčerpávající.

Teoretická část práce stručně představila historii pobaltských států, s důrazem na novodobou historii a její vliv na ekonomiku jednotlivých pobaltských států. Důraz byl také kladen na historii pivovarnictví na území Pobaltí, včetně typických postupů a stylů, které formují i dnešní trh. Dále se zabývala daňovými regulacemi trhu a zákonnými omezeními prodeje i konzumace alkoholu v jednotlivých zemích. Následně představila největší hráče – a jejich sortiment – na estonském, lotyšském i litevském trhu a významné minipivovary. Také nastínila problematiku vlastnictví nejdůležitějších pivovarů zahraničními společnostmi a z toho plynoucí provázanost jednotlivých pivovarů a trhů.

V praktické části byl blíže analyzován sortiment (jeho šířka, hloubka a specifika) pivovarů Saku, Švyturys-Utenos a Cēsu, složení a koncentrace pivovarnického odvětví v jednotlivých zemích Pobaltí, vývoj produkce piva, změny objemů mezinárodního obchodu s pivem a příčiny těchto změn. Také byla analyzována spotřeba piva v jednotlivých zemích.

Empirická část se dále věnovala analýze výsledků provedeného dotazníkového šetření, které bylo distribuováno mezi české i lotyšské respondenty. Dotazníkové šetření se skládalo jak z otázek unikátních, tak z otázek shodných pro české i lotyšské respondenty. V rámci šetření byly porovnány názory a preference českých a lotyšských spotřebitelů v několika oblastech (nákupní kanály, oblíbené pivní styly, otevřenost vůči zahraničním pivům, loajalita zákazníků, vnímání kvality trhu, názory na pivní turistiku...).

Z výzkumu vyplynulo, že pivovarnictví patří v Pobaltí mezi poměrně koncentrovaná výrobní odvětví. V každé zemi jsou 2-3 průmyslové pivovary, držící většinový podíl na trhu.

Tyto pivovary jsou vlastněny nadnárodními společnostmi. Nejvýznamnější je Carlsberg, následuje Olvi a Royal Unibrew. Každá společnost má však rozdílný přístup k výrobě. Carlsberg hojně propojuje pivovary napříč Pobaltím a jejich portfolia. Royal Unibrew propojuje výrobu, avšak ve větší míře zachovává identitu jednotlivých značek. Olvi naopak propojení pivovarů napříč skupinou téměř nepraktikuje.

U většiny průmyslových pivovarů v Pobaltí je typické široké výrobní portfolio – kromě mnoha různých druhů piv často pivovary vyrábí i ostatní alkoholické a nealkoholické nápoje. Velký vliv na sortiment průmyslových pivovarů mají jak tradice (Baltic porter, farmhouse ale, kvas...), tak trendy (ovocná piva, brut lagery a další netradiční piva).

Za posledních 10 let pobaltské země vykazují významné změny ve statistikách produkce i mezinárodního obchodu. Ty jsou převážně způsobeny již zmíněným propojením výroby napříč Pobaltím (odsun výroby z Lotyšska jak u pivovaru Aldaris, tak Lāčplēsis a Līvu). Lotyšská produkce piva tak za posledních 10 let poklesla na polovinu, avšak vzrostl import (82 % importu je z Litvy a Estonska) a podíl zahraničních piv na spotřebě (59 %). Pobaltí také vykazuje nejmenší podíl on-trade piva na spotřebě v Evropě, což je dáno především jeho vysokou cenou (čepované pivo je v porovnání s průměrnou mzdou v Pobaltí až 3x dražší než v ČR). Pivo v Pobaltí je obecně poměrně drahé, což je dáno převážně vysokými spotřebními daněmi, které se navíc často mění.

Výzkum mezi spotřebiteli potvrdil domněnku, že Češi vnímají Pobaltí jako oblast, kde převládá konzumace vodky a jiného tvrdého alkoholu. Pivovarnický sektor v Pobaltí vnímají jako nezajímavý, avšak většina respondentů o něm nevykázala žádné povědomí. Lotyšští respondenti však trh vnímají převážně pozitivně, s kvalitním pivem a tradicí pivovarnictví.

Hlavním rozdílem mezi spotřebiteli byly odlišné preference stylů. Zatímco čeští respondenti dávají přednost pro český trh typickým stylům (ležáky), Lotyši jsou otevřenější odlišným stylům a chutím. Také vykazují menší loajalitu vůči značkám a jsou otevřenější zahraničním pivům – ta česká jsou jim dobře známa (především Pilsner Urquell, Kozel a Staropramen) a jsou mezi spotřebiteli poměrně oblíbená (čtvrtina lotyšských respondentů si kupuje česká piva).

Jako největší problémy a nedostatky trhu Lotyši vnímají špatnou dostupnost řemeslných piv mimo velká města, vysoké ceny piva, malý výběr zahraničních piv a piv s nižším obsahem



alkoholu. Vůči restriktivním politikám se staví převážně neutrálně, spíše jim vadí nepravdivé marketingové informace, včetně těch o přesunech výroby do jiných zemí Pobaltí.

Z výzkumu také vyplynulo několik tržních příležitostí – především v rámci rozdílného sortimentu (lotyšský kvas, ovocná piva vs. hořká česká piva) nebo rostoucího počtu minipivovarů v Pobaltí (vývoz surovin). Naopak velký potenciál nelze nalézt v organizované pivní turistice.

Přestože mají pobaltské země podobnou historii, a i dnes jsou si, nejen politicky, velmi blízké, je potřeba je vnímat jako tři odlišné republiky. To platí i co se pivního trhu týče. Země aplikují podobné politiky, nadnárodní skupiny přesouvají výrobu z jedné země do druhé, ale i tak jsou trhy a spotřebitelé stále odlišní a mají potenciál v odlišných oblastech. Zatímco litevský trh je silný v historických a tradičních pivních stylech, potenciál Estonska a Lotyšska tkví převážně v silném a rychle rostoucím sektoru minipivovarnictví, které si postupně získává velmi dobré jméno i na zahraničních trzích.

Bude zajímavé sledovat další vývoj pobaltských zemí, obzvlášť vezmeme-li v potaz rostoucí ekonomickou úroveň zemí, podpořenou silným IT sektorem, snahami o zvyšování počtu obyvatel a dalšími plánovanými projekty, jako je připojení pobaltské železnice na evropskou železniční síť a železniční tunel mezi Tallinnem a Helsinkami.

## **6.1 Možnosti dalšího a příbuzného výzkumu**

V průběhu výzkumu bylo zjištěno několik zajímavých faktorů, oblastí nebo příležitostí, kterým se vzhledem k omezenému rozsahu práce bohužel nešlo věnovat.

V dnešní době se samozřejmě nabízí vliv pandemie COVID-19 na pivovarnictví, změny v segmentu HoReCa, maloobchodní prodej a proměna sortimentu pivovarů v rámci reakce na pandemii.

Dalším tématem je vývoj trhu s pivem a to, jak ho ovlivní například vstup zahraničních prodejců potravin. V roce 2021 plánuje vstoupit na trh v Estonsku a Lotyšsku LIDL (v Litvě je od roku 2016). Je potřeba zmínit, že situace v Pobaltí, převážně pak Estonsku a Lotyšsku, je mírně specifická. Většinový podíl v odvětví prodeje potravin tam drží v podstatě lokální společnosti – litevská Maxima a Rimi Baltic (centrála v Lotyšsku, vlastněné švédskou skupinou ICA).

Dalším faktorem, který může silně ovlivnit nejen pivovarnictví, ale celou ekonomiku Pobaltí, je probíhající projekt Rail Baltica. V současné době mezi pobaltskými státy nefunguje žádné železniční spojení. Je však v plánu vysokorychlostní železnice, která má za cíl připojit Pobaltí k evropské železniční síti, a to jak pro pasažéry, tak pro cargo. Projekt Rail Baltica zahrnuje pět zemí – Polsko, Litvu, Lotyšsko, Estonsko a nepřímo také Finsko. Měl by být dokončena do roku 2026. (RB Rail AS, 2021) Na tento projekt navazuje další – podmořský železniční tunel mezi Helsinkami a Tallinnem, který by výrazně zkrátil dobu cesty mezi Estonskem a Finskem. Odhadovaným přínosem je nárůst cestujících z 8,5 na 12,5 milionů ročně a zvýšení objemu vzájemného obchodu z 3,7 milionů tun (2017) na 8 milionů. (Lo, 2019) Zkoumání příležitostí a změn nejen v pivovarnictví, ale celém odvětví průmyslu i služeb, které dokončení těchto dvou projektů nabídne, je jistě zajímavým tématem.

Také se nabízí bližší výzkumy ohledně surovin potřebných pro vaření piva. Pěstování obilovin, zpracování na slad a možnosti chmele (některé pivovary se vyjádřily, že by byly ochotné se podílet na financování výzkumu a šlechtění chmele, který by byl odolný a obsahoval uspokojivé množství alfa hořkých kyselin).

## 7 Seznam použitých zdrojů

- Åslund, Anders. 2015.** Why Have the Baltic Tigers Been So Successful? *CESinfo Forum - A quarterly journal on European economic issues*. 2015, Sv. 16, 4, stránky 3-8.
- Astrauskiene, Audrone. 2018.** *Alcohol Control Policy in Lithuania*. Vilnius : Ministry of Health of the Republic of Lithuania, 2018.
- Barter, James H. a Misiunas, Romuald, J. 2020.** Baltic States. *Encyclopedia Britannica*. [Online] Encyclopedia Britannica, 4. 11. 2020. [Citace: 1. 2. 2021.] <https://www.britannica.com/place/Baltic-states>.
- BNS. 2019.** Lithuania won't get into 'excise wars' with Estonia, Latvia, finance minister says. *LRT english*. [Online] Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija, 29. 6. 2019. [Citace: 10. 1. 2021.] <https://www.lrt.lt/en/news-in-english/19/1073003/lithuania-won-t-get-into-excise-wars-with-estonia-latvia-finance-minister-says>.
- BNS Spaudos centras. 2016.** „Švyturys-Utenos alus“: rinkoje – craft alaus aukso amžius. *BNS Spaudos centras*. [Online] BNS, 26. 4. 2016. [Citace: 17. 1. 2021.] <https://sc.bns.lt/view/item/202591>.
- Boulton, Christopher. 2013.** *Encyclopaedia of Brewing*. místo neznámé : John Wiley and Sons Ltd, 2013. stránky 474-476, 625. ISBN: 978-1405167444.
- Brewers Association. 2020.** Beer Style Guidelines . *Brewers Association for Small & Independent Craft Brewers*. [Online] Brewers Association, 2020. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://www.brewersassociation.org/edu/brewers-association-beer-style-guidelines/#16>.
- BrewWiki. 2016.** Braggot - BrewWiki. *BrewWiki*. [Online] MediaWiki, 2016. [Citace: 4. 1. 2021.] <http://brewwiki.com/index.php/Braggot>.
- Britannica. 2021.** The Editors of Encyclopaedia. "Ale". [Online] Encyclopedia Britannica, 22. 1. 2021. [Citace: 24. 1. 2021.] <https://www.britannica.com/topic/ale>.
- Carlsberg Group. 2020.** *ANNUAL REPORT 2019*. Copenhagen, Denmark : PricewaterhouseCoopers, 4. 2. 2020.
- Carpenter, Dave. 2017.** *Lager: The Definitive Guide to Tasting and Brewing the World's Most Popular Beer Styles*. Minneapolis : Voyageur Press, 2017, 2017. stránky 147-148. ISBN: 978-0760352151.
- Cēsu alus. 2020.** Care for the Environment. *Social Responsibility Report 2019/2020*. Rīga, Lotyšsko : Cēsu alus, 2020.
- Cēsu Alus. 2021.** Výroční zprávy 2015-2019. *Cēsu alus*. [Online] 2021. [Citace: 19. 1. 2021.] <https://www.cesualus.lv/en/social-responsibility/>.
- Česká národní banka. 2021.** Metodický list: Herfindahl - Hirschmanův Index. *Databáze časových řad ARAD*. 2021.
- DELFI. 2019.** 'Lido' alu sāk pildīt pudelēs; ražošanu uztic 'Cēsu alum' - DELFI. *DELFI Bizness*. [Online] AS DELFI, 24. 7. 2019. [Citace: 15. 3. 2021.] [https://www.delfi.lv/bizness/biznesa\\_videlido-alu-sak-pildit-pudeles-razosanu-uztic-cesu-alum.d?id=51306835](https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_videlido-alu-sak-pildit-pudeles-razosanu-uztic-cesu-alum.d?id=51306835).
- . 2004. Lielākās alus darītavas pērn – ‘Aldaris’, ‘Cēsu alus’ un ‘Lāčplēsis’ - DELFI. *DELFI Bizness*. [Online] AS DELFI, 13. 1. 2004. [Citace: 16. 1. 2021.] [https://www.delfi.lv/bizness/biznesa\\_videlielakas-alus-daritavas-pern-aldaris-cesu-alus-un-lacplesis.d?id=7207418](https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_videlielakas-alus-daritavas-pern-aldaris-cesu-alus-un-lacplesis.d?id=7207418).

**Dredge, Mark. 2018.** *The Beer Bucket List: Over 150 essential beer experiences from around the world.* New York : Ryland Peters & Small, 2018. stránky 255-258. ISBN: 978-1911026976.

**Dumpe, Linda. 2001.** *Alus tradīcijas Latvija.* Rīga : Latvijas vestures instituta apgads, 2001. stránky 186-194. ISBN: 978-9984601632.

**Eesti konjunktuuriinstituut. 2021.** Eesti konjunktuuriinstituut - Estonian Institute of Economic Research. *Põllumajandussaaduste, toiduainete ja kiutuste hinnad.* [Online] Eesti konjunktuuriinstituut, 2021. [Citace: 10. 1. 2021.] <http://ki.ee/>.

**Eesti Õlletootjate Liit. 2021.** Eesti Õlletootjate Liit. *Eestiõlu - Eesti Õlletootjate Liit.* [Online] Eestiõlu, 2021. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://eestiolu.ee/>.

**Eesti Väikepruulijate Liit. 2021.** Liidust - Eesti Väikepruulijate Liit. *Eesti Väikepruulijate Liit.* [Online] Eesti Väikepruulijate Liit, 2021. [Citace: 13. 2. 2021.] <https://evpl.ee/#ylevaade>.

**Enterprise Lithuania. 2021.** Alcohol, tobacco, and drugs - Versli Lietuva. *Enterprise Lithuania.* [Online] Enterprise Lithuania, 2021. [Citace: 3. 2. 2021.] <https://www.verslilietuva.lt/en/alcohol-tobacco-drugs/>.

**ERR. 2020.** Lithuania's average wage rises above Estonia's | News | ERR. *ERR.ee.* [Online] Eesti Rahvusringhääling, 18. 12. 2020. [Citace: 6. 1. 2021.] <https://news.err.ee/1212541/lithuania-s-average-wage-rises-above-estonia-s>.

— **2020.** Viru Õlu to stop brewing in Haljala | News | ERR. *ERR.ee.* [Online] Eesti Rahvusringhääling, 2. 7. 2020. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://news.err.ee/1108131/viru-olu-to-stop-brewing-in-haljala>.

**Estonsko. 2021.** Advertising Act. Původní vydání 2008. Tallinn : Parlament Estonské republiky (Riigikogu), 2021.

— **2021.** Alcohol Act. Původní vydání 2001. Tallinn : Parlament Estonské republiky (Riigikogu), 2021.

— **2019.** Alcohol, Tobacco, Fuel and Electricity Excise Duty Act. Původní vydání 2002. Tallinn : Parlament Estonské republiky (Riigikogu), 2019.

— **2021.** Road Traffic Act. Původní vydání 2010. Tallinn : Parlament Estonské republiky (Riigikogu), 2021.

— **2021.** Statistikaamet. *Statistics Estonia.* [Online] 2021. [www.stat.ee](http://www.stat.ee).

**EUCAM. 2021.** EUCAM - European Centre for Monitoring Alcohol Marketing. [Online] EUCAM, 2021. <https://eucam.info/>.

**European Commission. 2021.** Geographical indications register. *eAmbrosia – the EU geographical indications register.* [Online] European Commission, 2021. [Citace: 10. 1. 2021.] <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/#>.

**European Commission - Taxation and Customs Union. 2020.** Excise Duty Table. *European Commission.* [Online] 1. 7. 2020. [Citace: 21. 1. 2021.] [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/excise\\_duties/alcoholic\\_beverages/rates/excise\\_duties-part\\_i\\_alcohol\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/excise_duties/alcoholic_beverages/rates/excise_duties-part_i_alcohol_en.pdf).

**European Commission. 2021.** EUROSTAT. *Eurostat: Your key to European statistics.* [Online] European Commission, 2021. <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.

- Evropská komise. 2021.** Režimy jakosti - přehled | Evropská komise. *Oficiální internetová stránka Evropské unie*. [Online] Generální ředitelství pro komunikaci, 2021. [Citace: 10. 1. 2021.] [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained\\_cs](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_cs).
- Garshol, Lars Marius. 2016.** Hidden Treasure: Lithuanian Farmhouse Ale - Deep Baltic. *Deep Baltic*. [Online] Deep Baltic, 2016. [Citace: 25. 1. 2021.] <https://deepbaltic.com/2016/07/04/hidden-treasure-lithuanian-farmhouse-ale/>.
- . **2020.** *Historical Brewing Techniques: The Lost Art of Farmhouse Brewing*. 1. Boulder : Brewers Publications, 2020. ISBN: 978-1938469619.
- . **2018.** Koduõlu, portrait of a style. *Larsblog*. [Online] 2018. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://www.garshol.priv.no/blog/388.html>.
- . **2014.** *Lithuanian Beer - A Rough Guide*. 1. místo neznámé : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014. ISBN: 978-1502738523.
- Hale, Sandra a Napier, Jemina. 2013.** *Research Methods in Interpreting*. London : Bloomsbury, 2013. ISBN: 978-1441168511.
- Hendl, Jan. 2012.** *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha : Portál, 2012. ISBN: 978-8026202196.
- Hornsey, Ian S. 2003.** *A History of Beer and Brewing*. Cambridge : The Royal Society of Chemistry, 2003. ISBN: 978-0854046305.
- Chromý, Jan. 2014.** *Práce s empirickými daty: příručka pro studenty Bc. studia ČJL*. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2014. ISBN: 978-8024628011.
- Jackson, Michael. 2007.** *Eyewitness Companions - Beer*. London : Dorling Kindersley Ltd, 2007. ISBN: 978-1405320283.
- Järmälä, Ari. 1997.** Estonian Koduolu - Homebrewing in Estonia. [Online] 1997. [Citace: 15. 1. 2021.] <http://www.pcuf.fi/~jarmala/ekoduolu.html>.
- Jauns.lv. 2013.** Šogad Jāņos bijis par 10% lielāks alus patēriņš nekā pērn - Jauns.lv. *Jauns.lv*. [Online] SIA "Izdevniecība Rīgas Viļņi", 25. 6. 2013. [Citace: 10. 12. 2020.] <https://jauns.lv/raksts/bizness/116865-sogad-janos-bijis-par-10-lielaks-alus-paterins-neka-pern>.
- Jobánek, Jiří a Žalio, Petr. 2007.** Vídeňský ležák a märzen - PIVO-PIVO (svět piva a vše kolem něj). *Pivo-pivo.cz*. [Online] Archa, 27. 6. 2007. [Citace: 10. 1. 2021.] <https://www.pivo-pivo.cz/opivu/clanek/140-Vidensky-lezak-a-marzen/index.htm>.
- Kalama, Wailana. 2018.** Craft Beer Is Struggling In Lithuania—But Not in Its Capital. *October - falling for beer*. [Online] October, 13. 12. 2018. [Citace: 17. 1. 2021.] <https://oct.co/travel/vilnius-lithuania-craft-beer-guide>.
- KALEVA. 2019.** Suomi joutui Latvian ja Viron viinasodassa kahden tulen väliin – ja siksi kotimainen alkoholiveron korotus joutunee odottamaan. *Kaleva*. [Online] Kaleva media, 11. 7. 2019. [Citace: 8. 1. 2021.] <https://www.kaleva.fi/suomi-joutui-latvian-ja-viron-viinasodassa-kahden/1700103>.
- Karnups, Viesturs P. 2020.** *Economy of the Baltic States*. Faculty of Business, Management and Economics, University of Latvia. Riga : Karnups, Viesturs P., 2020. Podklady k přednáškám.
- Kasekamp, Andres. 2018.** *A History of the Baltic States. II.* . London : PALGRAVE, 2018. ISBN: 978-1137573650.

- Kelly, Anthony a Muijs, Daniel. 2016.** *Developing Metrics for Equity, Diversity and Competition*. London : Taylor & Francis Group, 2016. stránky 95-99. ISBN: 978-1317666639.
- King, Frank Alfred. 1947.** *Beer Has a History*. London : Hutchinson's Scientific and Technical Publications, 1947. stránky 91-92. ASIN: B0007J4EO2
- Kjærgaard, Morten a Larsen Kjærgaard, Jens Anton. 2001.** *The Baltics – 10 Years of Independence*. International Economy; EU, Danmarks Nationalbank. Copenhagen : Danmarks Nationalbank, 2001. stránky 1-17, Monetary Review.
- Klaipēda mano uostas. 2011.** Klaipēdos istorija. *Klaipēda mano uostas*. [Online] Uostas.info, 2011. [Citace: 17. 1. 2021.] <http://www.uostas.info/miestas/miesto-istorija/klaipedosistorija.html?id=53:klaipedossukilimas&catid=1>.
- Kling, Victor. 2019.** Põhjala and the craft beer industry in Estonia | Beer Informed | Medium. *Medium*. [Online] Medium, 19. 11. 2019. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://medium.com/beer-informed/p%C3%B5hjala-and-the-craft-beer-industry-in-estonia-75664e390d70>.
- Konkurences padome. 2019.** *Alus izplatīšanas tirgus*. Riga : Competition Council Republic of Latvia, 2019. Noslēguma ziņojums.
- . 2019. KP atļauj SIA “Lāčplēša alus” iegādāties SIA “Bauskas alus” | Konkurences padome. *Konkurences padome*. [Online] Konkurences padome, 20. 9. 2019. [Citace: 16. 1. 2021.] <https://www.kp.gov.lv/lv/jaunums/kp-atlauj-sia-lacplesa-alus-iegadaties-sia-bauskas-alus-0>.
- Korselt, Vít. 2019.** *Česko-litevské bilaterální vztahy*. Velvyslanectví České republiky ve Vilniusu. Praha : autor neznámý, 2019. Prezentace. Teritoriální setkání Litva, ICC Praha.
- Krūmiņš, Juris. 2020.** *Population and Development*. Faculty of Business, Management and Economics, University of Latvia. Riga : Krūmiņš, Juris, 2020. Podklady k přednáškám.
- Labs alus. 2011.** *Beer guide Latvia - summer 2011*. [Průvodce] místo neznámé : Labsalus.lv, 2011.
- Laitinen, Mika a Mosher, Randy. 2019.** *Viking Age Brew: The Craft of Brewing Sahti Farmhouse Ale*. Chicago : Chicago Review Press, 2019. stránky 21-34. ISBN: 978-1641600507.
- Laizans, Janis a Lund, Tommy. 2019.** Latvia fires next salvo in Baltic booze battle. *Reuters*. [Online] Reuters, 8. 7. 2019. [Citace: 28. 1. 2021.] <https://www.reuters.com/article/us-estonia-latvia-alcohol-idUSKCN1U321V>.
- Lane, Thomas, a další. 2002.** *The Baltic States: Estonia, Latvia and Lithuania*. London, New York : Routledge, Taylor & Francis Group, 2002. ISBN: 978-1136483042.
- Latvia Magazine. 2018.** Traces of Pagan Culture in Latvia. *Latvia Magazine*. [Online] 29. 5. 2018. [Citace: 3. 1. 2021.] <http://latviamagazine.com/latvia/traces-of-pagan-culture-in-latvia/>.
- Latviešu folkloras krātuve. 2021.** Mекlešana: Dainu Skapis. Latvju daina, tautasdziesmas, dziesmas. *Krišjana Barona Dainu skapis*. [Online] Lursoft, Latviešu folkloras krātuve, Latvijas Kulturas Kanons, UNESCO, 2021. <http://dainuskapis.lv/>.
- LETA. 2017.** 'Aldaris' pērn ieguvis mazās alus darītavas statusu - Nozares - Finančenet - TVNET. *TVNET*. [Online] TVNET grupa, 17. 6. 2017. [Citace: 16. 1. 2021.] <https://www.tvnet.lv/4569713/aldaris-vern-ieguviss-mazas-alus-daritavas-statusu>.

—, 2021. 'Cēsu alus' iegādāsies 'Piebalgas alu' - DELFI. *DELFI business*. [Online] AS DELFI, 8. 3. 2021. [Citace: 8. 3. 2021.] [https://www.delfi.lv/bizness/biznesa\\_vidē/cesu-alus-iegadasies-piebalgas-alu.d?id=52999477](https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_vidē/cesu-alus-iegadasies-piebalgas-alu.d?id=52999477).

—, 2016. 'Cido grupa' alus brūvēšanai no 'Latrapa' iepirks vietējo iesaļu - DELFI. *DELFI Business*. [Online] AS DELFI, 15. 2. 2016. [Citace: 16. 1. 2021.] [https://www.delfi.lv/bizness/biznesa\\_vidē/cido-grupa-alus-bruvesanai-no-latrapa-iepirks-vietejo-iesalu.d?id=47063499](https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_vidē/cido-grupa-alus-bruvesanai-no-latrapa-iepirks-vietejo-iesalu.d?id=47063499).

**Lietuvos Respublikos Konkurencijos Taryba. 2000.** *Dėl Carlsberg A/S pranešimo apie koncentraciją įsigyjant ab "Kalnapilis", UAB "Utenos alus", UAB "Jungtinis alaus centras" kontrolę.* 123, Rimantas Stanikūnas. Vilnius : autor nežnámý, 9. 11. 2000.

**Litva. 2020.** Law on Alcohol Control. Původní vydání 1995. Vilnius : Parlament Litevské republiky (Seimas), 2020.

—, 2019. Law on Excise Duty. Původní vydání 2001. Vilnius : Parlament Litevské republiky (Seimas), 2019.

—, 2016. Law on Road Traffic Safety. Původní vydání 2000 Vilnius, Litva : Parlament Litevské republiky (Seimas), 2016.

—, 2021. Obchodní rejstřík. *Rekvizitai.lt - The directory of Lithuanian Companies*. [Online] Rekvizitai.lt, 2021. <https://rekvizitai.vz.lt/en/>.

—, 2021. Statistics Lithuania - Oficialiosios statistikos portalas. *Statistics Lithuania*. [Online] 2021. [www.stat.gov.lt](http://www.stat.gov.lt).

**Lo, Chris. 2019.** Helsinki-Tallinn tunnel: checking in with the world's most ambitious rail link. *Railway Technology*. [Online] 5. 6. 2019. [Citace: 10. 1. 2021.] <https://www.railway-technology.com/features/helsinki-tallinn-tunnel-development/>.

**Lotyšsko. 2021.** Central Statistical Bureau of Latvia. [Online] 2021. [www.csb.gov.lv](http://www.csb.gov.lv).

—, 2021. Handling of Alcoholic Beverages Law. Původní vydání 2004. Riga : Parlament Lotyšské republiky (Saeima), 2021.

—, 2021. Obchodní rejstřík. *Lursoft - Enterprise Register of Latvia*. [Online] Lursoft IT, 2021. [www.lursoft.lv](http://www.lursoft.lv).

—, 2020. Procedures for the Circulation of Excisable Goods. Původní vydání 2005. Riga : Legal Acts of the Republic of Latvia, Parlament Lotyšské republiky (Saeima), 2020.

—, 2020. Road Traffic Law. Původní vydání 2000 [překl.] State Language Centre. Riga : Legal Acts of the Republic of Latvia, Parlament Lotyšské republiky (Saeima), 2020.

—, 2019. The Baltic Way 30. *Komemorační video*. Riga, Lotyšsko : Saeima, 2019.

**Lyons, J. Michael. 2002.** The real thing? Coke cashes in by producing nostalgic, Soviet-era drink. *SFGate.com*. [Online] Archivovaný článek, [web.archive.org](http://web.archive.org), Associated Press , 13. 1. 2002. [Citace: 8. 1. 2021.] <https://web.archive.org/web/20060304041358/http://sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=%2Fn%2Fa%2F2002%2F01%2F13%2Ffinancial1217EST0003.DTL&nl=fix>.

**Ministry of Finance of the Republic of Lithuania. 2020.** Excise Duties | Ministry of Finance of the Republic of Lithuania. *Ministry of Finance of the Republic of Lithuania*. [Online] 17. 1. 2020. [Citace: 22. 1. 2021.] <https://finmin.lrv.lt/en/competence-areas/taxation/main-taxes/excise-duties>.

**Ministry of Finance Republic of Latvia. 2020.** Excise Duty | Finanšu ministrija. *Ministry of Finance Republic of Latvia*. [Online] 2. 9. 2020. [Citace: 22. 1. 2021.] <https://www.fm.gov.lv/en/excise-duty>.

**Mosher, Randy. 2017.** *Tasting Beer : An Insider's Guide to the World's Greatest Drink*. 2. North Adams : Storey Publishing, LLC, 2017. ISBN: 978-1612127781.

**Muzejs Andreja Pumpura Lielvārdes. 2019.** Osobní návštěva. Lielvārdes, 2019.

**Nohlen, Dieter a Philip, Stöver. 2010.** *Elections in Europe: A data handbook*. Baden-Baden : Nomos, 2010. stránky 1187-1227. ISBN: 978-3832956097.

**O'Connor, Kevin. 2015.** *The History of Baltic States*. 2. Westport : Greenwood, 2015. ISBN: 978-1610699150.

**Official Journal of the European Union. 2019.** Commission Implementing Decision - Kaimiškas Jovaru alus. [Online] 2019. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32019D0628\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32019D0628(01)&from=EN).

— **2020.** *Official Journal of the European Union*. 63, Brusel : Publications Office of the European Union, European Union, 30. 10. 2020. L 361. ISSN: 1977-0677.

**Olvi Oyj. 2021.** About Olvi Group | Olvi Export. *Olvi Group*. [Online] 2021. [Citace: 19. 1. 2021.] <https://export.olvi.fi/about-olvi/>.

— **2019.** Olvi Group's Corporate Responsibility Report 2019. místo neznámé : Olvi Group Finland, 2019.

— **2019.** Olvi Group's Financial Statements. *Výroční zpráva*. 2019.

— **2015.** Olvi group's financial statements January to December 2014. *Financial Statements Bulletin*. 2015.

**Osborne, Andrew. 2011.** Latvian coin featuring beer mug "amounts to hidden alcohol advertising". *Ritums*. 9. 2011, 686, stránky 59-60.

**Petraškevičius, Vladislavas a Nedelko, Zlatko. 2017.** New trends of development of beer industry in Lithuania - Diversification and social responsibility. *Business, Management and Economics Engineering*. 2017, 15(1), stránky 140-157.

**Poissonnier, Aurélien. 2017.** The Baltics: Three Countries, One Economy? [Online] 2017. [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/eb024\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/eb024_en.pdf). ISSN: 2442-8030.

**RB Rail AS. 2021.** Rail Baltica – Project of the Century. *Rail Baltica*. [Online] RB Rail AS, 2021. [Citace: 21. 2. 2021.] <https://www.railbaltica.org/about-rail-baltica/>.

**Royal Unibrew. 2008.** Royal Unibrew's acquisition of all activities of Livu Alus – Latvia's number 3 brewery in terms of size – now realised. *Company Announcement*. Fax : Royal Unibrew A/S, 2008. RU02/2008.

— **2021.** The Baltic countries. *Royal Unibrew*. [Online] Royal Unibrew A/S, 2021. <https://www.royalunibrew.com/markets/baltic-sea/the-baltic-countries/>.

**Saku Õlletehase AS. 2021.** *Õllemüük jaekaubanduses kasvas 11 protsenti, horeca kukkus poole võrra*. Harjumaa : Saku, 29. 1. 2021.

— **2020.** Saku alustas suuremahulist eksporti Venemaale. *Saku*. [Online] Saku Õlletehase AS, 21. 12. 2020. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://saku.ee/et/newsroom/saku-alustas-suuremahulist-eksporti-venemaale/>.

**SAKU ÕLLETEHASE AS. 2019.** Saku Brewery Export Portfolio. *A guide to the Estonian brewery and its beverages*. 2019.



- Smidchens, Guntis. 2014.** *The Power of Song: Nonviolent National Culture in the Baltic Singing Revolution.* místo neznámé : University of Washington Press, 2014. ISBN: 978-0295994529.
- Smith, Gavin D. 2014.** *Beer - A Global History.* London : Reaktion Books Ltd, 2014. stránky 50-53. eISBN: 978-1780232997.
- Statista. 2021.** Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies. *Statista.* [Online] 2021. www.statista.com.
- . **2020.** World beer production. *Statista.* [Online] Statista, 12. 10. 2020. [Citace: 5. 1. 2021.] <https://www.statista.com/statistics/270275/worldwide-beer-production/>.
- Swinnen, Johan a Briski, Devin. 2017.** *Beeronomics: How Beer Explains the World.* Oxford : Oxford University Press, 2017. ISBN: 978-0198808305.
- Swinnen, Johan F. M. 2011.** *The Economics of Beer.* Oxford : Oxford University Press, 2011. ISBN: 978-0199693801.
- Šveicars, Raivis. 2017.** LA.LV. *Latvijas alus acu apmānīšanai | Laukos.lv.* [Online] LA.LV Ziņu portāls Latvijai, 20. 6. 2017. [Citace: 16. 1. 2021.] <https://www.la.lv/latvijas-alus-acu-apmanisanai>.
- Tax and Customs Board. 2021.** Rates of excise duty | Estonian Tax and Customs Board. *Republic of Estonia Tax and Customs Board.* [Online] 13. 1. 2021. [Citace: 22. 1. 2021.] <https://www.emta.ee/eng/business-client/excise-duties-assets-gambling/about-excise-duties/rates-excise-duty>.
- The Baltic Times. 2006.** Danes plan to build new brewery. *The Baltic Times.* [Online] The Baltic Times, 16. 8. 2006. [Citace: 17. 1. 2021.] <https://www.baltictimes.com/news/articles/16136/>.
- The Brewers of Europe. 2020.** *European Beer Trends | Statistics Report | 2019 Edition.* Brussels, Belgium : The Brewers of Europe, 2020.
- The World Bank. 2021.** World Bank Open Data | Data. *The World Bank.* [Online] World Bank Group, 2021. <https://data.worldbank.org/>.
- Tlapa, Martin, a další. 2019.** *Mapa globálních oborových příležitostí 2019/2020.* 5. Praha : Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2019. stránky 564-570, 620-631. ISBN: 978-8074410413.
- Tõnis, Oja. 2013.** The duelling beer biggies. *Postimees.* [Online] Postimees news, 10. 7. 2013. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://news.postimees.ee/1295960/the-duelling-beer-biggies>.
- Untappd. 2021.** Viru - A. Le Coq - Untappd. *Untappd - drink socially.* [Online] Untappd, 2021. <https://untappd.com/b/a-le-coq-viru/52825>.
- Vahtla, Aili. 2018.** Estonian border sales make up 13 percent of Latvia's alcohol tax receipts | ECONOMY | ERR. *ERR.ee.* [Online] Eesti Rahvusringhääling, 14. 5. 2018. [Citace: 4. 1. 2021.] <https://news.err.ee/831364/estonian-border-sales-make-up-13-percent-of-latvia-s-alcohol-tax-receipts>.
- Virumaa Teataja. 2019.** *Viru Õlu jätkas kahjumis.* Postimees, 1. 11. 2019.
- Wikisanakirja. 2018.** Taluõlu - Wikisanakirja. *Wikisanakirja.* [Online] Wikimedia, 2018. [Citace: 15. 1. 2021.] <https://fi.wiktionary.org/wiki/talu%C3%B5lu>.
- Witte Klavervier. 2021.** Poorter. *Witte Klavervier BV.* [Online] 2021. [Citace: 24. 1. 2021.] <https://www.witteklavervier.nl/us/beer/poorter>.

**World Health Organization. 2021.** Data - European Health Information Gateway. *World Health Organization* . [Online] WHO, 2021. <https://gateway.euro.who.int/en/datasets/>.

— . **2018.** *Global status report on alcohol and health 2018*. Geneva : World Health Organization, 2018. ISBN: 978-9241565639.

**United Nations. 2007.** *World Investment Report*. New York, Geneva : United Nations, 2007. UNITED NATION SCONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. ISBN: 978-9211127188.

**Zariņš, Viesturs. 2009.** History of beer in Latvia spans centuries - Latvians Online. *Latvians Online* . [Online] Latvians Online, 24. 12. 2009. [Citace: 16. 1. 2021.] <https://latviansonline.com/history-of-beer-in-latvia-spans-centuries/>.

## **Další zdroje:**

**Pivovarnické skupiny:** *Carlsberg group* ([www.carlsberggroup.com](http://www.carlsberggroup.com)), *Olvi* ([www.olvigroup.fi](http://www.olvigroup.fi)), *Royal Unibrew* ([www.royalunibrew.com](http://www.royalunibrew.com))

**Estonsko:** *A. Le Coq* ([www.alecoq.ee](http://www.alecoq.ee)), *Pohjala* ([www.pohjalabeer.com](http://www.pohjalabeer.com)), *Pühaste* ([www.puhastebeer.com](http://www.puhastebeer.com)), *Saku* ([www.saku.ee](http://www.saku.ee)), *Viru* ([www.wiru.ee](http://www.wiru.ee))

**Lotyšsko:** *Aldaris* ([www.aldaris.lv](http://www.aldaris.lv)), *Arpus* ([www.arpusbrewing.co](http://www.arpusbrewing.co)), *Bauska* ([www.bauskasalus.lv](http://www.bauskasalus.lv)), *Cēsu* ([www.cesualus.lv](http://www.cesualus.lv)), *Ilguciems (Ilgezeem)* ([www.ilgezeem.lv](http://www.ilgezeem.lv)), *Labietis* ([www.labietis.lv](http://www.labietis.lv)), *Lačplesis* ([www.lacplesis.lv](http://www.lacplesis.lv)), *Lido* ([www.lido.lv](http://www.lido.lv)), *Lielvārdes* ([www.lielvardesalus.lv](http://www.lielvardesalus.lv)), *Livu* ([www.livualus.lv](http://www.livualus.lv)), *Malduguns* ([www.malduguns.lv](http://www.malduguns.lv)), *Piebalgas* ([www.piebalgasalus.lv](http://www.piebalgasalus.lv)), *Tervete* ([www.tervetesal.lv](http://www.tervetesal.lv)), *Užavas* ([www.uzavasalus.eu](http://www.uzavasalus.eu)), *Valmiermuiža* ([www.valmiermuiza.lv](http://www.valmiermuiza.lv))

**Litva:** *Apynys* ([www.apynys.lt](http://www.apynys.lt)), *Biržu* ([www.birzualus.lt](http://www.birzualus.lt)), *Davra* ([www.davra.lt](http://www.davra.lt)), *Gubernija* ([www.gubernija.lt](http://www.gubernija.lt)), *Jovaru*, *Kalnapilis* ([www.kalnapilis.lt](http://www.kalnapilis.lt)), *Raudonu plytu* ([www.raudonuplytu.lt](http://www.raudonuplytu.lt)), *Rinkuškiai* ([www.rinkuskiai.lt](http://www.rinkuskiai.lt)), *Sakiškiu alus* ([www.sakiskiualus.lt](http://www.sakiskiualus.lt)), *Su Puta*, *Švyturys* ([www.svyturys.eu](http://www.svyturys.eu)), *Tauro* ([www.tauroalus.lt](http://www.tauroalus.lt)), *Utenos* ([www.utenos.lt](http://www.utenos.lt)), *Vilkmerges* ([www.vilkmergesalus.lt](http://www.vilkmergesalus.lt)), *Volfas Engelman* ([www.volfasengelman.lt](http://www.volfasengelman.lt))

**Ostatní:** *Britské Viru* ([www.virubeer.com](http://www.virubeer.com)), *Česká pinta* ([www.ceskapinta.cz](http://www.ceskapinta.cz)), *Rižská pivní čtvrť* ([www.beerdistrict.lv](http://www.beerdistrict.lv)), *Untappd* ([www.untappd.com](http://www.untappd.com)), *Rimi* ([www.rimi.lt](http://www.rimi.lt), [www.rimi.lv](http://www.rimi.lv), [www.rimi.ee](http://www.rimi.ee)), *Maxima (Barbora)* ([www.barbora.lt](http://www.barbora.lt), [www.barbora.lv](http://www.barbora.lv), [www.barbora.ee](http://www.barbora.ee))

## 8 Přílohy

### PŘÍLOHA A – Přílohy k teoretické části

#### Příloha A(a)

| Přehled vybraných indexů – Pobaltí, ČR |      |     |     |     |     |                            |
|--|------|-----|-----|-----|-----|----------------------------|
|  | Rok  | EE  | LV  | LT  | CZ  | Zdroj, informace o indexu: |
| Index of Economic Freedom              | 2020 | 10. | 32. | 16. | 23. | heritage.org               |
| Legatum Prosperity Index               | 2020 | 21. | 32. | 34. | 29. | prosperity.com             |
| Human Freedom Index                    | 2020 | 8.  | 22. | 21. | 24. | cato.org                   |
| Global Competitiveness Report          | 2019 | 31. | 41. | 39. | 32. | weforum.org                |
| Global Innovation Index                | 2020 | 25. | 36. | 40. | 24. | globalinnovationindex.org  |

#### Příloha A(b)

| Tolerance alkoholu pro řidiče |                 |          |              |        |
|-------------------------------|-----------------|----------|--------------|--------|
|                               | dechová zkouška |          | krevní odběr |        |
|                               | mg/l            | ‰        | mg/g         | ‰      |
| <b>Estonsko</b>               | 0,1             | 0,2      | 0,20         | -      |
| <b>Lotyšsko</b>               | 0,25/0,1        | 0,5/0,2* | -            | -      |
| <b>Litva</b>                  | 0,2/0           | 0,4/0*   | -            | 0,40 ‰ |

Zdroj: (Estonsko, 2021) (Litva, 2016) (Lotyšsko, 2020)

\*Lotyšsko – snížený limit pro řidiče, kteří vlastní řidičský průkaz (ŘP) méně než 2 roky, pro učitele autoškoly, taxikáře a řidiče z povolání. Pro řidiče mopedů a cyklisty platí limit 0,5 ‰, a to bez rozdílu. (Lotyšsko, 2020)

\*Litva – nulový limit platí pro nezkušené řidiče (ŘP méně jak 2 roky), řidiče vozidel o hmotnosti vč. nákladu více než 3,5 tuny, řidiče devíti a vícemístných vozidel, řidiče vezoucí nebezpečný náklad a taxikáře. (Litva, 2016)

### PŘÍLOHA B – Mezinárodní obchod

#### Příloha B(a)

| Celkové objemy mezinárodního obchodu 2019 |        |                     |            |         |       |       |       |
|---|--------|---------------------|------------|---------|-------|-------|-------|
|   |        | Celkem<br>(tis. hl) | z toho (%) |         |       |       |       |
|   |        |                     | EU         | Pobaltí | EE    | LV    | LT    |
| <b>Estonsko</b>                           | Export | 684,316             | 82,9%      | 53,2%   | --    | 47,7% | 5,4%  |
|   | Import | 282,457             | 82,8%      | 31,3%   | --    | 29,0% | 2,3%  |
| <b>Lotyšsko</b>                           | Export | 327,903             | 31,9%      | 13,1%   | 3,2%  | --    | 10,0% |
|   | Import | 1328,5              | 94,1%      | 81,6%   | 36,6% | --    | 45,0% |
| <b>Litva</b>                              | Export | 1151,469            | 67,2%      | 53,4%   | 7,2%  | 46,2% | --    |
|   | Import | 819,61              | 38,1%      | 9,1%    | 2,5%  | 6,6%  | --    |

**Příloha B(b)**

**2019 TOP 10 Export/Import** - podle hodnoty (mil. €) a množství (tis. hl)

|                 |         | 1.       | 2.     | 3.     | 4.      | 5.     | 6.         | 7.      | 8.         | 9.         | 10.      |         |         |
|-----------------|---------|----------|--------|--------|---------|--------|------------|---------|------------|------------|----------|---------|---------|
| <b>ESTONSKO</b> | Import  | země     | Finsko | Litva  | Belgie  | Mexiko | Nizozemsko | Německo | Rusko      | Lotyšsko   | ČR       | Irsko   |         |
|                 |         | mil. €   | 5,11   | 4,05   | 3,24    | 2,11   | 1,40       | 1,13    | 0%         | 1,08       | 0,65     | 0,64    | 0,64    |
|                 |         | Δ %      | 11%    | 30%    | 76%     | 20%    | 36%        | 0%      | -6%        | -43%       | -17%     | 43%     |         |
|                 | Export  | země     | Litva  | Finsko | Rusko   | Belgie | Německo    | Mexiko  | Nizozemsko | ČR         | Lotyšsko | Švédsko | Švédsko |
|                 |         | tis. hl  | 81,80  | 68,7   | 24,7    | 21,7   | 15,8       | 14,7    | 15%        | 12,3       | 7,2      | 6,5     | 5,6     |
|                 |         | Δ %      | 10%    | 4%     | -6%     | 38%    | 9%         | 15%     | 1%         | -40%       | -30%     | -30%    | -3%     |
| Export          | země    | Lotyšsko | Finsko | Norsko | Švédsko | Dánsko | Německo    | Litva   | ČR         | Nizozemsko | Francie  | Francie |         |
|                 | mil. €  | 17,15    | 5,72   | 3,64   | 2,21    | 1,91   | 1,80       | -29%    | 1,26       | 0,99       | 0,54     | 0,42    |         |
|                 | Δ %     | -14%     | 3%     | 26%    | 300%    | -30%   | -29%       | 2%      | 32%        | 37%        | 37%      | 73%     |         |
| Export          | země    | Lotyšsko | Norsko | Finsko | Švédsko | Dánsko | Litva      | Německo | ČR         | Rusko      | USA      | USA     |         |
|                 | tis. hl | 326,58   | 97,83  | 52,59  | 47,96   | 38,71  | 37,20      | -17%    | 36,03      | 16,39      | 5,42     | 3,66    |         |
|                 | Δ %     | -24%     | 20%    | -4%    | 558%    | -28%   | -17%       | -23%    | 31%        | -3%        | -3%      | -46%    |         |

|                 |         | 1.      | 2.       | 3.       | 4.        | 5.        | 6.       | 7.         | 8.         | 9.         | 10.      |           |           |
|-----------------|---------|---------|----------|----------|-----------|-----------|----------|------------|------------|------------|----------|-----------|-----------|
| <b>LOTYŠSKO</b> | Import  | země    | Estonsko | Litva    | Mexiko    | Německo   | Belgie   | Nizozemsko | ČR         | Švédsko    | UK       | Bulharsko |           |
|                 |         | mil. €  | 18,69    | 17,57    | 5,20      | 3,00      | 2,50     | 2,08       | -8%        | 1,38       | 0,98     | 0,92      | 0,86      |
|                 |         | Δ %     | -17%     | 31%      | 35%       | 44%       | 378%     | -8%        | -61%       | 507%       | -36%     | 15%       |           |
|                 | Export  | země    | Litva    | Estonsko | Německo   | Mexiko    | ČR       | Finsko     | Nizozemsko | Belgie     | Rusko    | Bělorusko | Bělorusko |
|                 |         | tis. hl | 592,24   | 486      | 42,20     | 36,60     | 23,28    | 20,11      | 1%         | 19,98      | 18,16    | 16,27     | 14,97     |
|                 |         | Δ %     | 18%      | -22%     | 48%       | 32%       | -66%     | 1%         | -29%       | 485%       | -31%     | 55%       |           |
| Export          | země    | Rusko   | Litva    | Čína     | Španělsko | UAE       | Ukrajina | Nizozemsko | Rumunsko   | Bělorusko  | Estonsko | Estonsko  |           |
|                 | mil. €  | 7,90    | 2,83     | 2,12     | 2,06      | 1,99      | 1,42     | 253%       | 1,20       | 0,90       | 0,86     | 0,86      |           |
|                 | Δ %     | -11%    | 12%      | 97%      | 80%       | 48%       | 2%       | 72%        | -6%        | -9%        | -26%     |           |           |
| Export          | země    | Rusko   | Litva    | Ukrajina | UAE       | Bělorusko | Čína     | Španělsko  | Israel     | Nizozemsko | Estonsko | Estonsko  |           |
|                 | tis. hl | 112,80  | 32,64    | 26,38    | 23,29     | 18,71     | 15,32    | 48%        | 13,61      | 10,65      | 10,40    | 10,40     |           |
|                 | Δ %     | -8%     | -17%     | 306%     | 36%       | -6%       | 44%      | 16%        | 70%        | 70%        | -37%     |           |           |

|              |         | 1.       | 2.        | 3.         | 4.       | 5.        | 6.      | 7.          | 8.         | 9.          | 10.      |          |
|--------------|---------|----------|-----------|------------|----------|-----------|---------|-------------|------------|-------------|----------|----------|
| <b>LITVA</b> | Import  | země     | Bělorusko | Nizozemsko | Německo  | ČR        | Rusko   | Lotyšsko    | Ukrajina   | Francie     | Belgie   | Finsko   |
|              |         | mil. €   | 6,47      | 4,32       | 3,49     | 2,46      | 2,35    | 2,23        | 19%        | 2,16        | 1,70     | 1,49     |
|              |         | Δ %      | 39%       | 68%        | 1%       | 11%       | 28%     | -35%        | -23%       | 7%          | 7%       | 0%       |
|              | Export  | země     | Bělorusko | Ukrajina   | Rusko    | Německo   | ČR      | Francie     | Nizozemsko | Polsko      | Finsko   | Lotyšsko |
|              |         | tis. hl  | 318,11    | 94         | 89,48    | 52,37     | 44,88   | 36,91       | -18%       | 34,95       | 34,01    | 26,21    |
|              |         | Δ %      | 38%       | -38%       | 11%      | 4%        | 26%     | -25%        | 52%        | -2%         | -12%     |          |
| Export       | země    | Lotyšsko | Rusko     | Estonsko   | Polsko   | Bělorusko | Německo | Čína        | UK         | Jižní Korea | Norsko   |          |
|              | mil. €  | 17,90    | 16,55     | 3,38       | 3,36     | 1,78      | 1,32    | -22%        | 1,14       | 1,10        | 0,97     |          |
|              | Δ %     | 33%      | 29%       | 33%        | 44%      | 79%       | 5%      | 172%        | 5%         | 29%         | 248%     |          |
| Export       | země    | Lotyšsko | Rusko     | Polsko     | Estonsko | Bělorusko | Německo | Jižní Korea | Čína       | UK          | Ukrajina |          |
|              | tis. hl | 532,31   | 257,13    | 87,96      | 82,48    | 33,49     | 27,98   | -17%        | 18,37      | 16,75       | 12,56    |          |
|              | Δ %     | 0%       | 31%       | 30%        | 21%      | 114%      | -17%    | 26%         | 168%       | 2%          | 141%     |          |

zdroj: vlastní zpracování

podkladový dataset: Eurostat, DS-057009

$$\Delta\% = \frac{(V_2 - V_1)}{|V_1|} \cdot 100$$

Výpočtový vzorec

Δ %

= změna oproti roku 2018

## PŘÍLOHA C – Doplnující tabulky k výsledkům dotazníků

### Příloha C(a)

| Oblíbené značky respondentů (LV) |       |         |               |                |             |
|----------------------------------|-------|---------|---------------|----------------|-------------|
| n=149, o=155                     |       |         | cena od       |                | Kč          |
| značka                           | resp. | % resp. | supermarket** | vlastní e-shop | 1 € = 26 Kč |
| Labietis                         | 22    | 14,8%   | 2,5           | 2,3            | 59,8        |
| Valmiermuiža                     | 21    | 14,1%   | 1,5           | 1,5            | 39,0        |
| Ārpus                            | 20    | 13,4%   |               | 3,7            | 96,2        |
| Tērvete                          | 16    | 10,7%   | 1,0           |                | 26,0        |
| Malduguns                        | 15    | 10,1%   | 2,5           | 2,2            | 57,2        |
| Cēsu alus                        | 9     | 6,0%    | 0,8           | 0,8            | 20,8        |
| Bauska                           | 8     | 5,4%    | 1,2           |                | 31,2        |
| Užavas                           | 8     | 5,4%    | 1,6           |                | 41,6        |
| Brālis                           | 4     | 2,7%    | 1,3           |                | 33,8        |
| Iļģuciems (Ilgezeem)             | 4     | 2,7%    | 1,8           |                | 46,8        |
| Mežpils                          | 4     | 2,7%    | 1,2           |                | 31,2        |
| Nurme                            | 4     | 2,7%    |               | 3,0            | 78,0        |
| Aldaris                          | 3     | 2,0%    | 1,0           |                | 26,0        |
| Madonas                          | 3     | 2,0%    | 1,8           |                | 46,8        |
| Piebalgas                        | 3     | 2,0%    | 1,0           |                | 26,0        |
| Viedi                            | 3     | 2,0%    | 2,5           |                | 65,0        |
| Brenguļu                         | 2     | 1,3%    |               | 1,8            | 45,5        |
| Hopalaa                          | 2     | 1,3%    |               | 2,8            | 72,8        |
| Lāčplēsis                        | 2     | 1,3%    | 0,8           |                | 20,8        |

\*Při dvou cenách je přepočítáno do Kč provedeno u té levnější

\*\*Online ceny v obchodech Rimi nebo Barbora (Maxima) - (bez slev)

### Příloha C(b)

| Pobaltská piva dostupná v ČR |                        |  |
|------------------------------|------------------------|--|
| Země                         | Pivovar                | Dostupné na:   |
| Estonsko                     | <i>Pohjala</i>         | beershop.cz, pivnimozaika.cz,<br>pivoteka.beergeek.cz, pivokram.cz |
|                              | <i>Viru</i>            | metrpiva.cz  |
|                              | <i>A. Le Coq</i>       | iglobus.cz   |
|                              | <i>Puhaste</i>         | pivoteka.beergeek.cz   |
| Lotyšsko                     | <i>Arpus</i>           | pivoteka.beergeek.cz, pivokram.cz                                  |
| Litva                        | <i>Volfas Engelman</i> | rohlik.cz  |

**Příloha C(c)**

| <b>Česká piva dostupná v Pobaltí* (běžné ceny, €)</b> |                      |           |           |           |
|---|----------------------|-----------|-----------|-----------|
|   |                      | <b>EE</b> | <b>LT</b> | <b>LV</b> |
| <b>Kozel</b>  | Premium 4,6 %        | 1,89      | 1,35      | 1,55      |
|   | Dark 3,8 %           | 1,89      | 1,36      | 1,55      |
|   | Polotmavý NEALKO     | 1,49      |           |           |
| <b>Pilsner Urquell</b>                                | 4,40%                | 1,85      | 1,09      | 1,75      |
| <b>Budweiser Budvar</b>                               | B:Original 5 %       | 1,59      |           | 1,49      |
|   | Premium Dark 4,7 %   | 1,89      |           |           |
|   | B:Free 0 %           |           | 0,99      |           |
| <b>Krušovice</b>                                      | Černé 3,8 %          |           | 1,39      | 1,58      |
|   | Imperial 5 %         | 1,69      | 1,39      | 1,57      |
| <b>Bernard</b>  | Dark Lager 5,1 %     |           |           | 2,19      |
|   | Světlý nefiltr. 5 %  |           |           | 2,19      |
| <b>CZECH INN</b>                                      | Premium Dark 4,7 %   |           |           | 1,39      |
|   | Premium Lager 4,7 %  |           |           | 1,23      |
|   | Premium Lager 4,8 %  |           | 1,29      | 1,39      |
| <b>Staropramen</b>                                    | Světlý, 5 %          | 1,69      |           | 1,08      |
|   | Granát 4,8 % (0,33)  |           |           | 0,89      |
|   | Dark 4,4 % (0,33)    |           |           | 0,89      |
|   | NEALKO (0,33)        |           |           | 0,85      |
| <b>Černovar</b>                                       | Světlé premium 4,9 % |           |           | 1,3       |
|   | Černé 4,7 %          |           |           | 1,42      |
| <b>Primátor</b>                                       | Premium 5 %          |           | 1,49      |           |
| <b>Rychtář</b>  | Grunt 4,6 %          |           |           | 1,29      |

Další dostupná piva mimo hlavní supermarkety: Bohemia Regent, Bakalář, Platan, Lobkowicz, Pražačka, Samson

\*Piva dostupná v on-line prodeji hlavních supermarketů (Rimi EE/LV/LT, Barbora EE/LV/LT)

**PŘÍLOHA D – Výpočty**

**Příloha D(a) – Korelace (kapitola 4.3)**

| <b>Vstupní data, zdroj: (Eurostat, 2021)</b> |                  |                       |
|--|------------------|-----------------------|
|  | <b>IMPORT LV</b> | <b>EXPORT LT + EE</b> |
| <b>2012</b>                                  | 0,47764863       | 1,02098219            |
| <b>2013</b>                                  | 0,47348586       | 1,06327941            |
| <b>2014</b>                                  | 0,81483503       | 1,25505473            |
| <b>2015</b>                                  | 0,76293184       | 1,03030935            |
| <b>2016</b>                                  | 0,88622316       | 1,15001445            |
| <b>2017</b>                                  | 1,12774816       | 1,46953041            |
| <b>2018</b>                                  | 1,3110995        | 1,63958352            |
| <b>2019</b>                                  | 1,22540232       | 1,74015581            |

### Pearsonův korelační koeficient (3):

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}} \quad (3)$$

Vypočtená hodnota:  $r = 0,915882572$ .

### Statistická významnost korelačního koeficientu:

H0: Korelační koeficient je statisticky významný.

H1: Korelační koeficient je statisticky nevýznamný.

| Dvouvýběrový t-test s nerovností rozptylů |              |              |
|---|--------------|--------------|
|   | IMPORT       | EXPORT LT+EE |
| Stř. hodnota                              | 0,884921813  | 1,296113734  |
| Rozptyl                                   | 0,101637918  | 0,081258601  |
| Pozorování                                | 8            | 8            |
| Hyp. rozdíl stř. h                        | 0            |              |
| Rozdíl                                    | 14           |              |
| t Stat                                    | -2,719486127 |              |
| P(T<=t) (1)                               | 0,008305104  |              |
| t krit (1)                                | 1,761310136  |              |
| P(T<=t) (2)                               | 0,016610209  |              |
| t krit (2)                                | 2,144786688  |              |

Statistickou významnost korelačního koeficientu zjistíme porovnáním hodnoty P se zvolenou hladinou významnosti.  $P(T \leq t)(2) < \alpha$ , tedy  $0,016610209 < 0,05$  a lze tedy konstatovat, že **korelační koeficient je statisticky významný.**

### Příloha D(b) – Rozpočtové linie, MRS (kapitola 4.4.2)

| Vstupní data, zdroj: Statistické úřady EE/LV/LT, 2021 |                |                |             |
|---|----------------|----------------|-------------|
|   | BL1 - Lotyšsko | BL2 - Estonsko | BL3 - Litva |
| I=  | 793,00         | 1026,00        | 828,00      |
| P <sub>x</sub> =                                      | 2,65           | 3,90           | 2,68        |
| P <sub>y</sub> =                                      | 1,14           | 1,44           | 1,02        |

### Rovnice BL (4a, 4b):

$$I = P_x x + P_y y \quad (4a)$$

Kde:

$I$  = důchod,  $P_x$  = cena statku  $x$ ,  $P_y$  = cena statku  $y$ ,  $x$  = množství statku  $x$ ,  $y$  = množství statku  $y$

**Upravená rovnice BL pro výpočet sklonu a MRS (4):**

$$y = \left( \frac{I}{P_y} \right) - \left( \frac{P_x}{P_y} \right) x \quad (4b)$$

Kde:

$I/P_y$  = průsečík linie s vertikální osou

$P_x/P_y$  =  $MRS_E$ , tedy mezní míra substituce ve směně

**Hodnoty pro  $y=0$ ,  $x=0$ :**

|                             | <b>BL1 - Lotyšsko</b> | <b>BL2 - Estonsko</b> | <b>BL3 - Litva</b> |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| <b><math>P_x/P_y</math></b> | 2,3246                | 2,7083                | 2,6275             |
| <b><math>I/P_y</math></b>   | 696                   | 713                   | 812                |
| <b><math>I/P_x</math></b>   | 299                   | 263                   | 309                |





# Trh s pivem

Dobrý den,

Jsem studentkou 5. ročníku oboru Provoz a ekonomika na České zemědělské univerzitě v Praze. Momentálně zpracovávám diplomovou práci na "pivní téma", které Vám vzhledem k povaze otázek zatím nemohu prozradit.

Prosím, věnujte pár minut svého času vyplnění tohoto dotazníku. Dotazník obsahuje několik sekcí, avšak na základě odpovědí může být jedna či více z nich přeskočena. Po několika otázkách vždy následuje prostor, který můžete využít k rozepsání nebo doplnění odpovědí.

Odpovědi budou využity jako doplněk k praktické části práce. Veškeré poskytnuté informace budou v práci prezentovány jako anonymní.

Děkuji mnohokrát za Váš čas a odpovědi.

V případě dotazů nebo připomínek mě můžete kontaktovat na e-mailové adrese [h.sto95@gmail.com](mailto:h.sto95@gmail.com).

P.S.: Pokud se Vám čírou náhodou dotazník otevře v angličtině, tak ještě krátký slovníček pro ty, kdo to potřebují:

Other - možnost doplnit jinou, vlastní odpověď

Required - povinná otázka (značeno červenou hvězdičkou)

Next - přechod na další část dotazníku

Back - přechod na předchozí část dotazníku

Submit - Odeslat dotazník

\*Povinné pole

## 1. Pijete pivo? \*

Označte jen jednu elipsu.

Ano, je to můj nejoblíbenější nápoj.

Ano, ale preferuji jiný druh alkoholu.

Piji pouze ovocné a/nebo nealkoholické pivo. Přeskočte na otázku 13

Ne, ale jiný alkohol piji. Přeskočte na otázku 13

Nepiji alkohol vůbec. Přeskočte na otázku 13

## 2. Přibližně kolik procent z Vaší celkové konzumace alkoholu tvoří pivo? \*

1 pivo = 1 sklenička vína = 1 panák (Příklad: Týdně běžně vypiji 4 piva, 1 skleničku vína a 5 panáků. Pivo tvoří přibližně 40 % konzumace. Jako odpověď piši 40.) Pokud alkohol nepijete, zadejte 0.

## Nákupní zvyklosti

### 3. Při výběru piva: \*

Označte jen jednu elipsu.

Sáhnu vždy po značce, kterou mám prověřenou.

Občas experimentuji, ale většinou se držím toho, co znám.

Dávám přednost pivům, která neznám.

Jiné: \_\_\_\_\_

### 4. Jak často nakupujete pivo: \*

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

|                                    | Ve většině případů    | Poměrně běžně         | Zřídka kdy            | Nikdy                 |
|------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| V supermarketu, hypermarketu apod. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ve specializované prodejně.        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Přímo v pivovaru.                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

5. Který pivní styl máte nejraději? \*

Zvolte max. 2 styly.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Ležáky a výčepní piva
- IPA, APA a jiná "Ale" piva
- Pšeničná piva
- Porter, Stout
- Bock
- Lambic

Jiné:  \_\_\_\_\_

6. Je něco, co Vám na českém trhu v souvislosti s pivem chybí?

---

---

---

---

---

---

7. Volný prostor pro připomínky, doplnění nebo upřesnění odpovědi z předchozích sekcí.

---

---

---

---

---

---

Zahraníční piva

8. Kupujete si (na území ČR) zahraniční piva? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Ano, ale česká častěji.
- Ano, častěji jak česká.
- Ne, zahraniční piva nekupuji vůbec.
- Jiné: \_\_\_\_\_

9. Podle čeho vybíráte, které zahraniční pivo koupíte a vyzkoušíte? \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Doporučení přátel nebo rodiny.
- Předchozí zkušenost s jiným pivem stejné značky.
- Podle recenzí, článků na internetu.
- Zajímavý styl, příchutí.
- Líbíví nebo zajímavý design lahví, plechovek.
- Výhodná cena, slevová akce.
- Nekupuji zahraniční piva.

Jiné:  \_\_\_\_\_

10. Když jsem v zahraničí,... \*

Označte jen jednu elipsu.

- ochutnávám piva dané země, lokality.
- vyhledávám česká piva.
- piji celosvětově známá a dostupná piva. (Heineken, Corona, ...)
- Jiné: \_\_\_\_\_

Pivní  
turistika  
- (a)

Pivní turistika je forma cestovního ruchu, při které dochází k návštěvě pivovarů, pivních festivalů, ochutnávce piv a jiným činnostem vázaných s pivem.

11. Láká Vás pivní turistika?

Označte *jen jednu elipsu*.

- Ano  
 Spíš ano  
 Spíš ne  
 Ne

12. Pokud jste na předchozí otázku odpověděli, že Vás pivní turistika neláká nebo spíš neláká, byli byste ochotni se pivní turistiky účastnit kvůli někomu blízkému? (Partner, přátelé, rodina, ...)

Ostatní prosím tuto otázku nevyplňujte. Jde o cílicí bod dotazníku.

Označte *jen jednu elipsu*.

- Ano, i kdyby byla pivní turistika hlavní náplní cesty. *Přeskočte na otázku 21*  
 Ano, pokud by pivní turistika nebyla hlavní náplní cesty. *Přeskočte na otázku 21*  
 Pravděpodobně ne. *Přeskočte na otázku 21*  
 Určitě ne. *Přeskočte na otázku 21*

*Přeskočte na otázku 15*

**Pivní  
turistika  
- (b)**

Pivní turistika je forma cestovního ruchu, při které dochází k návštěvě pivovarů, pivních festivalů, ochutnávce piv a jiným činnostem vázaných s pivem.

13. Láká Vás pivní turistika? \*

Označte *jen jednu elipsu*.

- Ano, rád/a se do pivovarů nebo na pivní festival podívám, i když pivo (téměř) nepiji.  
 Vyloženě mě neláká, ale ani se jí nevyhýbám.  
 Vůbec mě neláká.

14. Pokud jste na předchozí otázku odpověděli, že Vás pivní turistika neláká, byli byste ochotni se pivní turistiky účastnit kvůli někomu blízkému? (Partner, přátelé, rodina, ...)

Ostatní prosím tuto otázku nevyplňujte. Jde o cílicí bod dotazníku.

Označte *jen jednu elipsu*.

- Ano, i kdyby byla pivní turistika hlavní náplní cesty. *Přeskočte na otázku 21*  
 Ano, pokud by pivní turistika nebyla hlavní náplní cesty. *Přeskočte na otázku 21*  
 Pravděpodobně ne. *Přeskočte na otázku 21*  
 Určitě ne. *Přeskočte na otázku 21*

**Pivní turistika - preference**

15. Láká mě... \*

Označte *jen jednu elipsu*.

- spíš domácí pivní turistika.  
 spíš zahraniční pivní turistika.  
 domácí i zahraniční turistika.

16. V souvislosti s pivní turistikou mě lákají: \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- pivní festivaly  
 minipivovary, mikropivovary  
 větší pivovary  
 restaurace, hospody a pivnice  
 pivní lázně  
Jiné:  \_\_\_\_\_

17. V souvislosti s pivní turistikou bych preferoval/a: \*

Označte jen jednu elipsu.

- organizovanou pivní turistiku (pořádané skupinové zájezdy).
- organizovanou pivní turistiku s větší mírou individuálního času.
- individuální pivní turistiku.
- Nemám preferenci.

18. Pokud bych se účastnil/a organizovaného zájezdu do zahraničí, preferoval/a bych \*

Označte jen jednu elipsu.

- pivní turistiku jako hlavní náplň zájezdu.
- pivní turistiku jako vedlejší náplň zájezdu.
- pivní turistiku jako volitelnou, fakultativní část zájezdu.

19. Které evropské země nebo oblasti považujete osobně za zajímavé z pohledu pivní turistiky? \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Německo, Rakousko a země Beneluxu
- Velká Británie a Irsko
- Slovensko, Maďarsko
- Polsko, Ukrajina, Bělorusko
- Severské země (Dánsko, Norsko, Švédsko, Finsko)
- Pobaltí - Estonsko, Lotyšsko, Litva
- Jižní Evropu - Itálie, Španělsko, Francie, Portugalsko
- Balkánské země (Chorvatsko, Černá Hora, Řecko, Bulharsko apod.)

Jiné:  \_\_\_\_\_

20. Volný prostor pro připomínky, doplnění nebo upřesnění odpovědí z předchozích sekcí.

---

---

---

---

---

Pobaltí -  
Estonsko,  
Lotyšsko,  
Litva

Tato sekce se zabývá názory ohledně Pobaltí. Pobaltí bylo pro tuto práci definováno jako Estonsko, Lotyšsko a Litva. Je mi jasné, že málokdo tyto země navštívil. Vůbec to nevaďí, protože v této sekci jde spíš o asociace a obecné názory. Když nebudete vědět, zvolte prosím možnost, u které máte pocit, že je nejspřávnější.

21. Pobaltí považuji za oblast, kde převažuje konzumace: \*

Označte jen jednu elipsu.

- Tvrdého alkoholu
- Piva
- Vína
- Jiného druhu alkoholu

22. Když se řekne Lotyšsko, jako první se mi vybaví: \*

Prosím, stručně jedním nebo pár slovy napište to první, co Vás napadlo.

---

23. Pobalí osobně považují za oblast s: \*

Nezáleží na tom, zda jste někdy nějaké estonské, lotyšské nebo litevské pivo ochutnali. Jde o asociaci, která nemusí vyplývat z racionálních argumentů.

Označte jen jednu elipsu.

- výborným pivem  
 dobrým pivem  
 průměrným pivem  
 podprůměrným pivem  
 špatným pivem

24. Dokážete z hlavy jmenovat nějakou značku piva nebo pivovar z Estonska,

Lotyšska nebo Litvy? \*

Vymenujte všechny, co Vás napadají, i pokud si nejste jisti správností. Pokud žádné neznáte, napište "ne".

---

---

---

---

---

---

25. V minulosti jsem navštívil/a: \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Estonsko  
 Lotyšsko  
 Litvu  
 Ani jednu z výše zmíněných zemí

Ovocná  
piva

V rámci dotazníku jsou za ovocná piva považovány pivní míxy a piva s přidáním ovocných šťáv, typicky s nižším obsahem alkoholu - Radlery, Shandy, pivní míchané nápoje, ochucená nealkoholická piva.

26. Pijete ovocná piva? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Ano, raději jak klasická piva.  
 Ano, ale dávám přednost klasickému pivu.  
 Ne, nechutnají mi. *Přeskočte na otázku 30*  
 Ne, nepiji alkohol. *Přeskočte na otázku 33*

27. Máte oblíbené ovocné pivo? Pokud ano, jaké?

---

Výběr produktů

28. Který z vyobrazených produktů byste rádi ochutnali? \*



Označte jen jednu elipsu.

- Cesu Radler Watermelon Margarita, 2,5% obj. - Radler s příchutí vodního melounu.
- Cesu Radler Strawberry, 2,5% obj. - Radler s příchutí jahod a limetky.
- Cesu Radler Pina Colada, 2,5% obj. - Radler inspirovaný koktejlem Pina Colada (ananas, smetana)
- Cesu Radler Spritz, 2,5% obj. - Radler inspirovaný Aperol Spritzem (hořký pomeranč)
- Ani jeden produkt mě nezaujal. Přeskočte na otázku 30

29. Z jakého důvodu jste zvolili zrovna tento produkt? \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- příchut'
- barva nápoje
- design obalu
- Jiné:  \_\_\_\_\_

Netradiční piva

30. Jaký máte názor na netradiční piva? \*

Například ochucené ležáky, ochucené portery, piva vyráběná netradiční technologií, ...

Označte jen jednu elipsu.

- Mám rád/a inovace a rád/a taková piva zkouším.
- Nevadí mi, ale osobně taková piva nevyhledávám.
- Myslím, že s pivem by se nemělo experimentovat.
- Jiné: \_\_\_\_\_

Důvody - ovocné pivo

31. Který z vyobrazených produktů byste rádi ochutnali? \*



Označte jen jednu elipsu.

- Cesu premium brut, 5,2% obj. - ležák s vinnými kvasinkami
- Cesu premium Toffee porter, 5,4% obj. - porter s příchutí karamelů
- Aldaris medalus, 4% obj. - vídeňský ležák s příměsí pravého medu
- Saku Mandil, 6,7% obj. - tmavý ležák s příchutí mandle
- Ani jeden produkt mě nezaujal. Přeskočte na otázku 33

Netradiční pivo - důvody

32. Z jakého důvodu jste zvolili zrovna tento produkt? \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- příchut
- pivní styl
- obsah alkoholu
- inovace
- známá značka
- design obalu

Jiné:  \_\_\_\_\_

Kvas je nealkoholický (případně mírně alkoholický) nápoj, který se těší velké oblibě v mnoha zemích východní Evropy. Pokud je vyráběn podle tradiční receptury, tedy za pomoci vody, sladu a kvasinek, jedná se o nápoj příbuzný pivu. Hlavním rozdílem je absence chmele a kratší doba kvašení. V Estonaku kvas najdeme pod názvem kalli, v Lotyšsku jako kvass a v Litvě jako gira.

Kvas

33. Ochutnali jste někdy kvas? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Ano, chutnal mi.
- Ano, nechtal mi.
- Ochutnal/a jsem jich víc a některé mi chutnaly, některé ne.
- Ne, ale chtěl/a bych.
- Ne, ani mě to neláká.

34. V jaké formě jste kvas ochutnali? \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Točený
- Ve skleněné lahvi
- V plastové láhvi
- V plechovce
- Nevzpomínám si.
- Kvas jsem nikdy neochutnal/a.

Jiné:  \_\_\_\_\_



35. Kde jste kvas ochutnali? Vzpomenete si na značku ochutnaných kvasů? Která Vám zachutnala nejvíce a která nejméně?

---

---

---

---

---

36. Byli byste rádi za větší dostupnost kvasů v ČR? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Ano, měl by to být běžný nápojový sortiment.
- Ano, alespoň v některých obchodech.
- Ne, myslím, že dostupnost je dostatečná.
- Ne. Nekupoval/a bych ho.
- Jiné: \_\_\_\_\_

#### Informace

Toto je poslední sekce dotazníku.

37. Jsem: \*

Označte jen jednu elipsu.

- Žena
- Muž
- Jiné

38. Kolik je vám let? \*

Označte jen jednu elipsu.

- méně než 18
- 18 - 25 let
- 26 - 40 let
- 41 - 60 let
- 61 let a více

39. Zde máte v případě zájmu volný prostor ještě cokoli doplnit nebo okomentovat. Pokud se chcete podělit o nějaký zážitek nebo názor týkající se Pobaltí a jeho piva, budu ráda.

---

---

---

---

---

40. Pokud Vás zajímají výsledky, zanechte prosím svůj email.

Jak mnozí asi vydedukovali, konkrétní téma diplomové práce je Trh s pivem v Pobaltí. Výsledky by měly být k dispozici v červnu/červenci po obhajobě práce. Upozorňuji, že e-mailové adresy jsou uvedeny v rámci sady odpovědí - dojde tak k částečné ztrátě anonymity.

---

Obsah není vytvořen ani schválen Googlem.

Google Formuláře

## Beer Market in the Baltic States

Hello, my name is Hana Stoklasová and I am a student at the University of Life Sciences in Prague, Czech Republic. I'm currently studying towards a master's degree in the field of Economics and Management.

As of now, I'm mostly working on my master thesis. The topic is Beer Market in the Baltic States.

I know you are probably wondering why this topic? For several reasons. The first one being my interest in beer and all the surrounding processes. The second would be my year-long studies in beautiful Latvia at the University of Latvia as part of my Erasmus. I thought I would manage to visit many breweries and travel around, but unfortunately the pandemic happened and my plans shattered. However, I do not give up easily, because I saw good potential in the Latvian beer market that I think is worth exploring.

By filling out this form, you will help me greatly. It will take you around 10 minutes. I do not know many Latvians in person, so I would be very grateful if you could share this among your friends.

In the thesis, your answers will be presented as anonymized. It will be written in Czech, so I can not offer to present the final result, but if some of you want to get in touch and discuss some issues mentioned, feel free to contact me. To do so (and please do if you have any questions or found an error that needs fixing), write me an email to [h.sto95@gmail.com](mailto:h.sto95@gmail.com)

Thank you very much for your time.

\*Povinné pole

1. I consider ..... to be the most popular alcoholic beverage in the Baltic States. \*

Označte jen jednu elipsu.

- Spirits (Vodka, Rum, Gin, ...)  
 Beer  
 Wine  
 Other alcoholic beverage (i.e. mead)

2. Where do you live? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Latvia. Přeškočte na otázku 4  
 Estonia, Lithuania. Přeškočte na otázku 38  
 Other. Přeškočte na otázku 3

Přeškočte na otázku 4

3. Have you lived in Latvia for at least 6 months in the past 3 years? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Yes.  
 No.

4. Do you drink beer? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Yes, it's my favorite alcoholic drink.  
 Yes, but I prefer other alcoholic drink.  
 No, but I drink other alcohol. Přeškočte na otázku 23  
 I don't drink alcohol at all. Přeškočte na otázku 23

5. Beer takes up approximately .... of all my alcohol consumption? (%) \*

Insert a number from 0 to 100, if beer is the only alcohol you drink, insert 100, if you don't drink beer or alcohol, insert 0.

\_\_\_\_\_

Consumer habits, imported beers

6. When choosing a beer, I: \*

Označte jen jednu elipsu.

- Always pick one I already know.  
 Sometimes try new ones, but mostly stick to what I know.  
 Prefer beer I don't know.  
 Jiné: \_\_\_\_\_

7. How often do you buy beer... \*

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

|  | Often.                | Sometimes.            | Rarely.               | Never.                |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| in the grocery store? (Rimi, Maxima, Stockmann, Mego...) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| in shops specialized on alcohol, beer?                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| directly from the brewer, brewery?                       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

8. What beer style is your favourite? \*

Pick 2 styles at max.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Lagers or light lagers  
 IPA, APA and other "ale" type beers  
 Wheat beers (witbier, weissbier...)  
 Porter, Baitic Porter  
 Stout  
 Bock  
 Kriek, Lambic  
Jiné:  \_\_\_\_\_

9. What is your favourite Latvian beer brand (or particular beer)? \*

10. In general, I consider Latvian beer: \*

Označte jen jednu elipsu.

- Great  
 Good  
 Average  
 Below average  
 Bad

11. I prefer: \*

Označte jen jednu elipsu.

- bottled beer, canned beer  
 draught beer (on tap)  
 I don't have a preference

12. Do you like to explore Latvian craft beers? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Yes, I prefer craft beer to mass produced beers.  
 Yes, but I prefer mass produced beers.  
 No, I try craft beers only very rarely.  
 No, I never try craft beer.  
 Jiné: \_\_\_\_\_

13. Which of these do you think describe Latvian beer market? \*

Pick all that apply.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Innovative
- Growing
- Improving in quality
- Competitive

Jiné:  \_\_\_\_\_

14. Optional - Is there something (beer related) you think is missing on Latvian market?

---

---

---

---

---

---

15. Optional - Is there a Latvian brewery that has particularly bad reputation? Which one (and why)?

---

---

---

---

---

---

16. In your opinion, which Baltic country has the best beer? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Estonia
- Latvia
- Lithuania
- I think they are equal.
- I don't know./ Can't decide.

17. Do you drink fruit flavoured beers? \*

Radlers, beer mixes, non or lower alcohol fruit flavoured beers. (i.e. Radlers, Bruža, ... not Kriek beers.)

Označte jen jednu elipsu.

- Yes, rather than normal beers.
- Yes, but i prefer normal beers.
- No, I do not like them.

18. Optional - Do you have favourite fruit flavoured beer? If yes, which one?

---

19. When in Latvia, do you buy other than Latvian beer? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Yes, I prefer to buy imported beer.
- Yes, approximately in half cases.
- Sometimes, but I prefer to buy latvian beer.
- I only drink latvian beer. *Přeskočte na otázku 23*

Imported beers

20. How do you choose what imported beer you'll try? \*

Pick all that apply.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Recommendation from family or friends.
- Previous experience with certain beer brand.
- According to reviews, articles on internet.
- Interesting beer style, flavour.
- Pretty or interesting design of cans, bottles.
- According to ads in TV, on social media, internet, ...
- Good price, sale.

Jiné:  \_\_\_\_\_

23. According to you, which Latvian brewery has the biggest marketing presence? (TV ads, radio ads, billboards, banners...)\*

Select max. of 2 answers.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Aldaris
- Cesu alus
- Lačplesis
- Bauskas alus
- Valmiermuiža
- Tervete

Jiné:  \_\_\_\_\_

21. Beer from which countries do you buy most often? \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Estonia
- Lithuania
- Germany
- Czech Republic
- Russia
- Benelux - Belgium, Netherlands, Luxembourg
- Great Britain and Ireland

Jiné:  \_\_\_\_\_

24. Do you think the advertisements on alcohol should be banned? \*

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

|  | Yes.                  | More limited, but not banned. | No.                   |
|--|-----------------------|-------------------------------|-----------------------|
| TV ads.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         | <input type="radio"/> |
| Internet ads. (Youtube, page banners, ...)                 | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         | <input type="radio"/> |
| Radio ads.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         | <input type="radio"/> |
| Printed media ads. (Magazines, newspapers,...)             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         | <input type="radio"/> |
| Banners and billboards. (Along the roads, on buildings...) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>         | <input type="radio"/> |

22. What is your favourite non-Latvian beer? (Can be a brewery or particular beer.)

\_\_\_\_\_  
Sponsorship, marketing

25. Which Latvian brewery do you consider the most involved in sponsoring (sports, culture, venues, events, ...)? \*

Označíte jen jednu elipsu.

- Aldaris  
 Cesu alus  
 Lačplesis  
 Jiné: \_\_\_\_\_

26. Optional – If you would like to comment on anything related to alcohol advertising or sponsorship, you can do so below:

---

---

---

---

---

#### Ecology. laws

27. What do you think about the 22:00-8:00 ban on selling alcohol in shops? \*

Označíte jen jednu elipsu.

- I would extend it. (for example 20:00-9:00 or 21:00-8:00)  
 I think it's good the way it is now.  
 I would shorten it. (for example 24:00-8:00)  
 I would completely lift the ban.  
 I don't know./Indifferent.

28. Do you agree or disagree with the following statements? \*

Označíte jen jednu elipsu na každém řádku.

|  | Strongly agree.       | Agree.                | I don't know.         | Disagree.             | Strongly disagree.    |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| I often see litter when walking in nature.           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| I often see litter in city areas.                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| The litter is mostly made of empty bottles and cans. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Most of the litter are beer cans and beer bottles.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

29. Are you in favour of introducing the refundable deposit system? (Select all that apply.) \*

(Paying extra few cents when buying drinks in glass bottles or cans and receiving the money back once you return those bottles/cans back to store.)

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Yes, on cans.  
 Yes, on beer glass bottles.  
 Yes, on other glass bottles. (Alcohol or soft drinks)  
 Yes, on plastic bottles.  
 No.

30. Are you aware of Saeima passing amendments to packaging law, agreeing to the deposit system in 2019? \*

(should be implemented in 2022)

Označíte jen jednu elipsu.

- Yes.  
 I think I knew, but forgot later.  
 No.  
 Jiné: \_\_\_\_\_

31. The deposit amount should be...\*

Označte jen jednu elipsu.

- same for all types of containers. *Přeskočte na otázku 32*  
 different according to type of container. *Přeskočte na otázku 33*  
 There shouldn't be any deposit. *Přeskočte na otázku 36*

Deposit amount

32. How much (cents) should the deposit be? \*

(For example: Germany - 25 cents, Lithuania - 10 cents, Czech Republic - app. 12 cents on beer bottles)

*Přeskočte na otázku 36*

How much (cents) should the deposit be for...

33. ...cans? \*

36. Do you consider beer "national drink" of Latvia?

Označte jen jednu elipsu.

- Yes, the only one.  
 Yes, one of national drinks.  
 No.  
 I don't know.

37. What holidays/celebrations do you connect with beer the most? \*

Pick maximum of 2 answers.

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Ligo/Jani (23.-24.6.)  
 Lačpleša day (11.11.)  
 Independence day (18.11.)  
 Christmas  
 Easter  
 Labour day (1.5.)  
 Independence restoration day (4.5.)

Jiné:

Beer  
tourism

Beer tourism is a part of gastronomy tourism. Tourists are interested in visiting breweries, microbreweries, beer tastings, beer festivals, visiting beer spa or exploring beer gastronomy. Some beer tourism activities can appeal even to people who do not drink beer or any alcohol. (Beer museums, beer spa, ...)

35. ...plastic bottles? \*

*Přeskočte na otázku 36*

Beer as cultural element

38. Are you interested in beer tourism? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Yes.  
 Not sure.  
 No.

39. Answer this only if you answered "no" or "not sure" in the previous question. Would you be willing to take part in beer tourism, if it's something your friends, family, significant other asked you to?

Označte jen jednu elipsu.

- Yes, even it is the main part of a trip. Přeskočte na otázku 43  
 Yes, but only if it's not the main part of a trip. Přeskočte na otázku 43  
 Most likely no. Přeskočte na otázku 43  
 Definitely no. Přeskočte na otázku 43

#### Beer tourism

40. I am/would be interested in: \*

Označte jen jednu elipsu.

- domestic beer tourism.  
 international beer tourism.  
 both domestic and international beer tourism.

41. Which beer tourism activities appeal the most to you: \*

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

- Beer festivals  
 Visiting microbreweries, craft breweries, brewpubs  
 Visiting bigger breweries  
 Beer pubs, beer gardens, beer cellar pubs and restaurants  
 Beer spa

Jiné:  \_\_\_\_\_

42. I'd prefer: \*

Označte jen jednu elipsu.

- Organized beer tourism. (Group tourism)  
 Organized beer tourism with bigger portion of individual free time.  
 Individual beer tourism.  
 I do not have any preference.

This section is centred around the Czech Republic and its beer. It does not matter if you ever visited Czech Republic or drank Czech beer. It is more about general opinions and associations. If you feel like you do not know an answer, just pick whatever feels "most right".

#### Czech beer

43. When someone mentions Czech Republic, the first thing that comes to my mind is ... \*

Please, short answer (one or few words) only. It can be anything. If nothing comes to your mind, write "nothing".

44. I personally consider Czech Republic to have: \*

Označte jen jednu elipsu.

- Great beer  
 Good beer  
 Average beer  
 Below average beer  
 Bad beer



45. Can you name some Czech beer brands? \*

Name all that come to your mind. If you can not think of any, write "no".

---

---

---

---

---

This is the last part of the form.

#### Information

46. I am:

Označte jen jednu elipsu.

- Male  
 Female  
 Other

47. How old are you? \*

Označte jen jednu elipsu.

- less than 18  
 18 - 25  
 26 - 40  
 41 - 60  
 61+

48. I am: \*

Označte jen jednu elipsu.

- Latvian.  
 Russian.  
 Both.  
 Other.

49. In what part of Latvia do you live? \*

Označte jen jednu elipsu.

- Riga  
 Latgale  
 Vidzeme (except Riga)  
 Zemgale  
 Kurzeme  
 I don't live in Latvia.

50. Optional - If you would like to add something, share a thought, related story or comment on anything related to this form, you can do so here:

---

---

---

---

---