

Globalizacja w browarnictwie europejskim

Sławomir Kalinowski
Joanna Smoluk-Sikorska*

■ Wstęp

Przemysł browarniczy odgrywa kluczową rolę w gospodarce każdego z krajów. W większości państw UE przychody generowane przez tę branżę są większe niż w sektorze spirytusowym. Ze względu na wysoką atrakcyjność sektora, związanego ze stale rosnącym popytem dochodzi w nim do ciągłych zmian w grupach strategicznych oraz fuzji. W rezultacie ciągłej koncentracji produkcji sektor browarniczy na świecie przybrał strukturę oligopolistyczną. Znamiennym przejawem globalizacji są sieci powiązań produkcyjnych, które prowadzą w europejskim przemyśle browarniczym do tworzenia się swoistego rodzaju „megamarketu”, w którym główną rolę odgrywają takie przedsiębiorstwa jak SABMiller, InBev, czy Anheuser-Busch. Te wzajemne powiązania prowadzą z jednej strony do wzrostu produkcji i konsumpcji piwa, z drugiej zaś do ciągłej rywalizacji o konsumenta. Celem artykułu jest przedstawienie sytuacji w zakresie produkcji i konsumpcji piwa w krajach UE, z uwzględnieniem również krajów pozostających poza Unią – Chorwacji, Turcji, Norwegii i Szwajcarii. Artykuł ma również wskazać na zachodzące w ostatnich latach procesy globalizacyjne, które są charakterystyczne dla przemysłu browarniczego.

■ Procesy globalizacyjne w przemyśle browarniczym

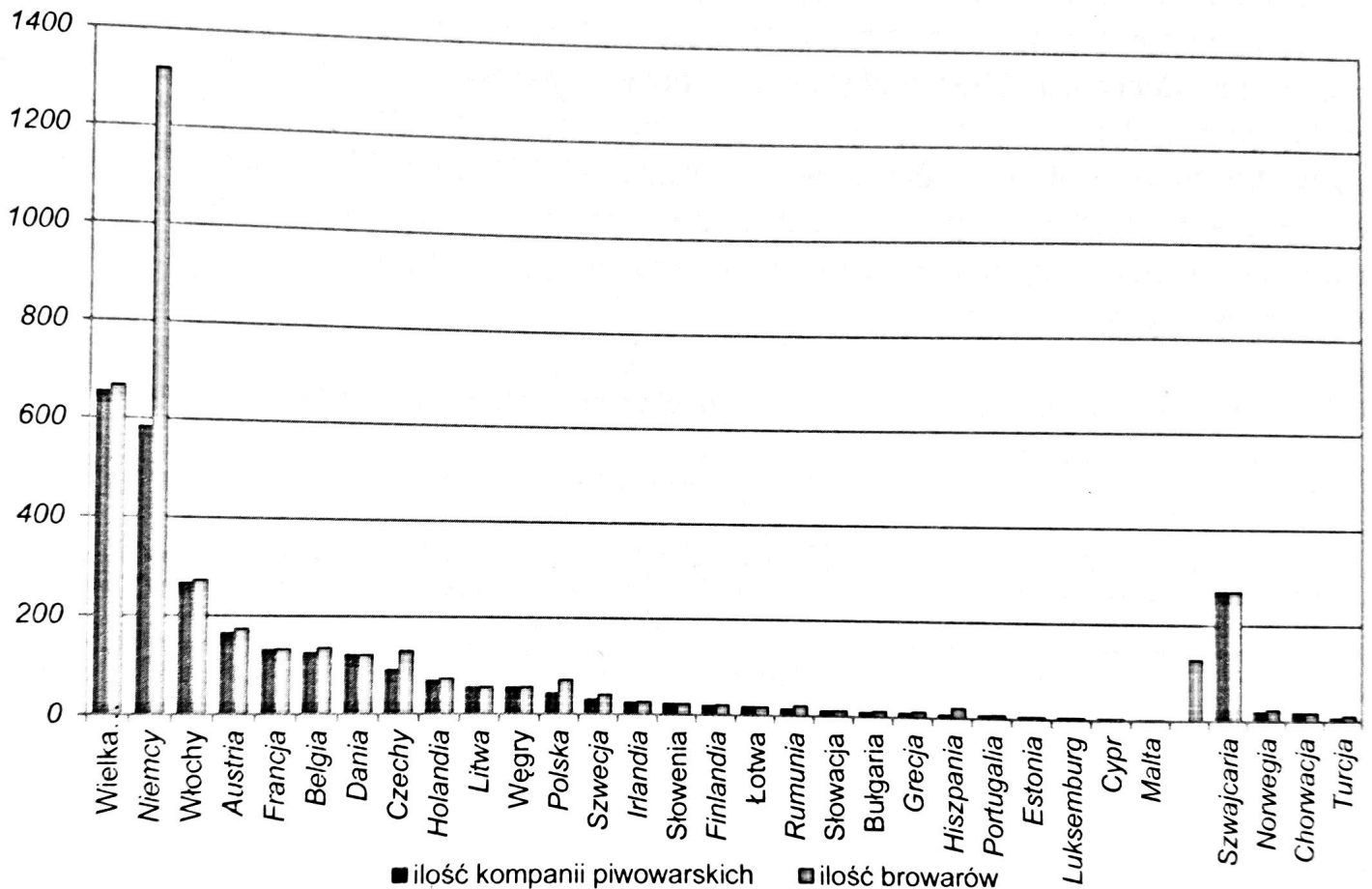
W ostatnich latach w przemyśle browarniczym można zaobserwować dwa przeciwstawne zjawiska zachodzące w strukturze i ilości browarów oraz kompanii piwowskich. Z jednej strony postępująca *globalizacja sprzyja powstawaniu coraz większych dużych korporacji międzynarodowych skupiających lokalne browary*, z drugiej zaś strony coraz popularniejsze stają się małe browary o niszowej ofercie, produkującej na *potrzeby rynku lokalnego, oraz browary restauracyjne*, posiadające w ofercie głównie piwa konsumowane w miejscu ich wytworzenia. Ich rozwój spowodował, że na jeden kraj UE przypada ponad 120 browarów, jednak z reguły ich pozycja rynkowa jest niewielka. Skupiają one niewielką część krajowej produkcji. Największa ilość kompanii piwowskich ma swoją siedzibę w Wielkiej Brytanii i Niemczech (odpowiednio 654 i 583), natomiast browarów (w tym browarów restauracyjnych) w Niemczech (1319) (rys. 1). Szansę na

* dr Sławomir Kalinowski, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Ekonomiczno-Społeczny, Katedra Ekonomii

** dr Joanna Smoluk-Sikorska, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wydział Ekonomiczno-Społeczny, Katedra Ekonomii

rozwój mają głównie ci lokalni producenci, którzy w swojej ofercie mają piwa wyróżniające się na tle oferty koncernów międzynarodowych⁸⁵. Postępujący rozwój marek niszowych sprzyja powstawaniu nowych producentów, a także odtwarzaniu marek zlikwidowanych we wcześniejszych latach. Przejawem mody, czy też swego rodzaju pozytywnego snobizmu, stało się nabywanie piwa lokalnego, o specyficznym smaku, niepodlegającemu masowej produkcji. Taki powstający trend wykorzystują większe browary, które reklamują swoje pozycje z oferty jako produkty regionalne.

■ Rysunek 1. Ilość kompanii piwowskich i browarów w krajach UE + Szwajcaria, Norwegia, Chorwacja i Turcja w 2008 roku.



Źródło: opracowanie własne na podstawie Raportu Ernst&Young.

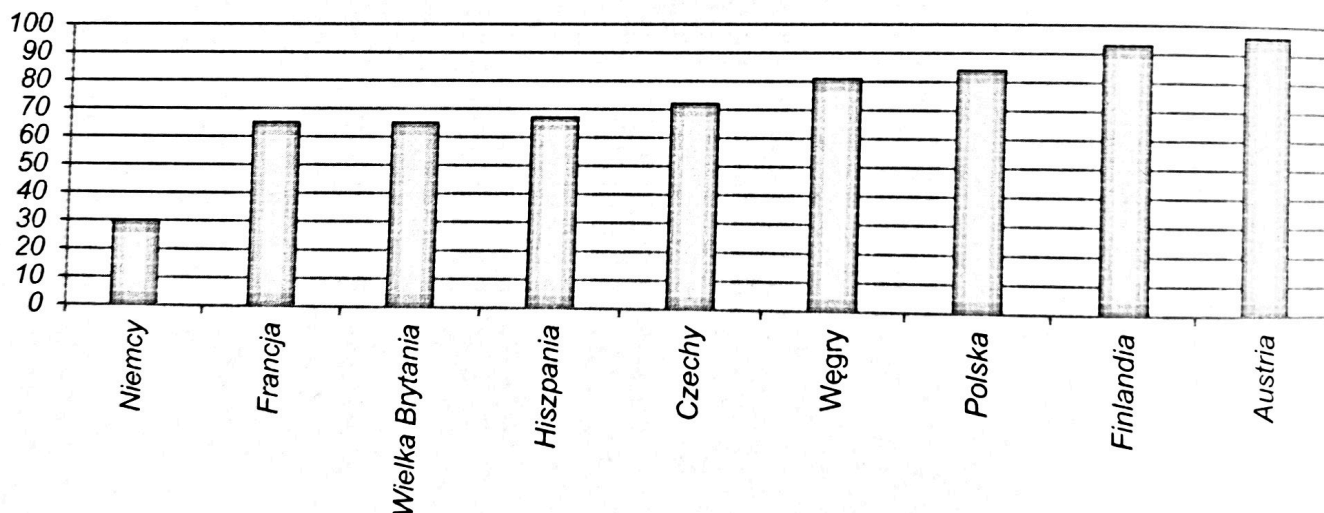
Koncentracja rynku piwa uzależniona jest od rosnących możliwości nabywczych największych potentatów w branży piwowskiej, uzyskania przewagi niematerialnej w postaci wysokiej rozpoznawalności marki, zwiększonej lojalności klientów, a także unifikacji decyzji konsumentów i ujednolicenia stylów ich życia⁸⁶. Jednocześnie obok unifikacji decyzji konsumentów pojawia się przeciwstawne zjawisko polegające na chęci zindywidualizowania własnej konsumpcji, przejawiające się w nabywaniu piw niszowych, z

⁸⁵ B. Drewnowska: Jak piwo to z małego browaru, Rzeczpospolita OnLine, 22-11-2009; B. Drewnowska: Polacy znów decydują się na mały browar, Rzeczpospolita, OnLine, 23-11-2009.

⁸⁶ Łuczka-Bakuła W., Smoluk J., Kalinowski S., Globalizacja w przemyśle browarniczym, Akademia Rolnicza w Poznaniu, Poznań, 2004.

małych browarów⁸⁷. Wiele z nich przestawia się na produkcję rzemieślniczą, w której liczą się wysoka jakość i oryginalność. Mimo że postępujące procesy konsumpcyjne sprzyjają powstawaniu takiej działalności, nadal małe browary nie mają na tyle silnej pozycji rynkowej, aby móc mówić o ich znaczącym wpływie na całkowitą produkcję oraz wartość przychodów przez nie generowanych. Nadal, z punktu widzenia możliwości rozwojowych gospodarki globalnej, ważniejsze wydają się te przedsiębiorstwa, które potrafią akumulować znaczny kapitał. Duże przedsiębiorstwa i te, które potrafią pokażne wydatki przeznaczać na inwestycje i wzmocnienie aparatu wytwórczego, a także posiadają środki pozwalające przejmować mniejszych graczy rynkowych, w istotnej mierze wpływają na rynek, a tym samym decydują o jego obliczu. O przemyśle browarniczym w zasadniczej części decydują najwięksi gracze, skupiający w swoim portfelu produkcyjnym wielu lokalnych producentów. Chęć zdobycia silnej pozycji rynkowej oraz możliwości wpływu na lokalny przemysł piwowarski sprzyja silnym zjawiskom koncentracyjnym. W większości krajów trzech największych producentów skupia od 2/3 do 9/10 całkowitej produkcji, wyjątek stanowią Niemcy, gdzie znaczna część produkcji pochodzi z małych lokalnych browarów, w pozostałych przypadkach w gestii małych browarów z reguły pozostaje niewielka ilość produkcji (rys. 2).

■ Rysunek 2. Koncentracja produkcji przez 3 największych producentów w wybranych krajach UE



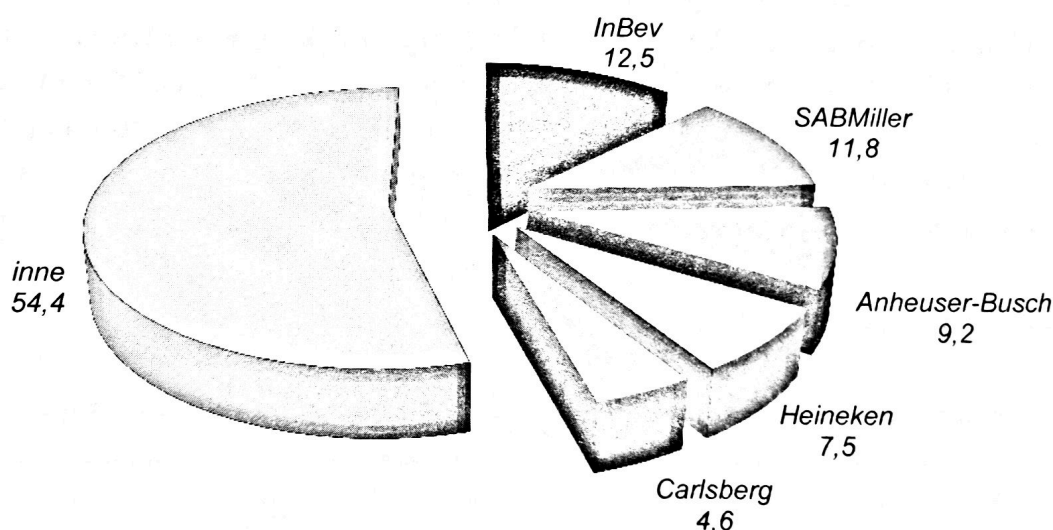
Źródło: obliczenia własne na podstawie Datamonitor market analysis.

Z procesem koncentracji łączy się zjawisko oligopolizacji oraz uzyskiwaniem przez największe światowe korporacje produkujące piwo znacznej przewagi konkurencyjnej. Ich silna pozycja rynkowa sprzyja dalszej oligopolizacji i wzrostowi udziału w światowej produkcji. Z danych PlatoLogic (2006) wynika, że 3 największe firmy skupiają 1/3 europejskiego rynku. Najwyższy udział ma InBev (12,5%), SABMiller (11,8%) i Anheuser-Busch (9,2%). Można zaobserwować, że znaczenie wśród producentów piwa mają tylko międzynarodowe spółki, a 5 największych ma blisko 50% udział w całkowitym rynku (rys. 3). Do port folio największego producenta należą 4 światowe i ponad 200 lokalnych marek

⁸⁷ Drewnowska B.,: Jak piwo to z małego browaru, Rzeczpospolita OnLine, 22-11-2009; Drewnowska B.,: Polacy znów decydują się na mały browar, Rzeczpospolita, OnLine, 23-11-2009.

piwa, wśród których można znaleźć Stella Artois, Beck's, Brahma, Leffe. W przypadku InBev łączna światowa produkcja wynosi ponad 200 mln hl piwa. Drugi w kolejności koncern SABMiller prawdziwą potęgą stał się dopiero w 2002 roku po wykupieniu przez SAB udziałów w Miller Brewing Company⁸⁸. Uważa się, że udział w rynku największych kompanii piwowarskich w kolejnych latach będzie dalej zwiększał się. Wynika to m.in. z możliwości obniżki kosztów, dużej rozpoznawalności marek, łatwości pozyskiwania nowych rynków zbytu, a tym samym możliwym wzroście produkcji, znacznej możliwości przejmowania mniejszych konkurentów. Wszystkie te elementy sprzyjają wypychaniu konkurencji z rynku oraz zwiększaniu własnego udziału. Charakterystyczne jest, że producenci przejmujący rynek z reguły nie likwidują dotychczasowych marek, a jedynie uzupełniają swoją ofertę o nowe pozycje. Tak długo, jak produkty te przynoszą zysk są utrzymywane w portfolio sprzedażowym.

■ Rysunek 3. Udział w europejskim rynku największych spółek piwowarskich w 2008 roku (w %)



Źródło: opracowanie własne, na podstawie PlatoLogic.

Bardzo podobnie sytuacja ta kształtuje się na świecie, przy czym tutaj 6 największych spółek ma udział w blisko 60% rynku - Anheuser-Busch/InBev (20,6%), SABMiller (13,1%), Heineken (9,5%), Carlsberg (6,8%), MCBC (3,2%), Tsingtao (3,0%). Natomiast 9 największych (dodatkowo meksykańskie Modelo, brytyjskie Scotisch&Newcastle, meksykańskie Valores Industriales S.A.) kontroluje ponad 2/3 rynku. Warto zauważyć, że jeszcze w 1999 roku udział największych browarów w światowym rynku piwa wynosił 38%. Można zatem stwierdzić, że aktualnie światowe koncerny piwne podzieliły globalny rynek. Według Bogacza⁸⁹ tendencje te charakteryzują niemal wszystkie gałęzie gospodarki globalnej, a przemysł piwowarski nie jest w tym przypadku wyjątkiem. Mimo że w ostatnich latach tempo oligopolizacji zwalnia, istnieje nadal bardzo duży rynek i dalsze możliwości zwiększania potencjału tych spółek. Pojawiły się nowe rynki zbytu, w tym przede

⁸⁸ Gołaś Z., Ścibek M.,: *Struktura, dynamika i kierunki zmian na światowym rynku piwa*, Agribus J., Rural Dev., 4(14).

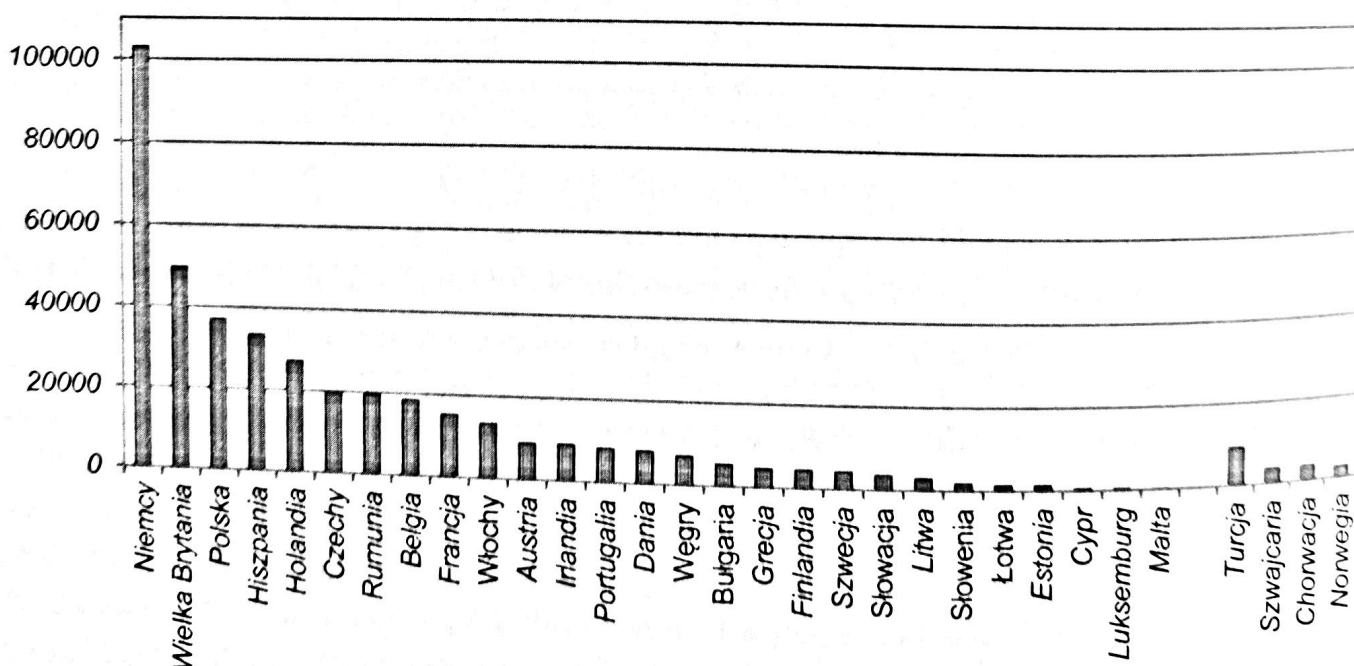
⁸⁹ Bogacz A.,: *Światowy rynek piwa*, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny”, nr 10, 2003.

wszystkim Chiny oraz Indie. Według Datamonitor, w najbliższych latach rynki te będą motorem wzrostu sektora. W krajach tych spożycie wynosi odpowiednio 32 litry i 1 litr na mieszkańca⁹⁰, wystarczy, że średnie spożycie wzrośnie o litr na osobę, wówczas całkowita produkcja w tych krajach będzie musiała istotnie wzrosnąć. To samo dotyczy się krajów Europy Wschodniej, które wciąż jest w stanie przyjąć wielu producentów. Sprzedaż piwa w tych krajach wzrasta w dużym tempie.

■ Produkcja piwa w krajach UE

W ostatnich latach zauważalny jest ciągły wzrost produkcji i konsumpcji piwa na świecie, który nawet w latach kryzysu potrafił utrzymać zbliżony poziom produkcji (niewielkie spadki w latach 2008 i 2009). Ciągły wzrost *produkcji wynika m.in. ze zmian we wzorcach konsumpcji*. Coraz mniej spożywa się alkohole wysokoprocentowe, a coraz częściej nabywa wyroby browarnicze. Jednocześnie zauważalny jest relatywny spadek cen piwa w porównaniu z napojami wysokoprocentowymi oraz większe możliwości promocyjne tej branży. Z Raportu Ernst&Young wynika, że największym producentem piwa w UE są Niemcy produkujące ponad 100 tys. hl piwa (rys. 4). Można zauważyć, że w kraju tym produkuje się tyle piwa ile w 22 krajach UE o najniższej produkcji (wraz z Turcją, Chorwacją, Norwegią i Szwajcarią). Wielkość produkcji piwa ma istotne znaczenie dla krajów europejskich. Nie dość, że sektor ten zatrudnia ponad 2,5 mln osób, to zasila budżety krajowe w wysokości ponad 57 mld euro⁹¹. Według Pruska⁹² *jest to jedna z najistotniejszych gałęzi gospodarki europejskiej*.

■ Rysunek 4. Produkcja piwa w hl w krajach UE + Chorwacja, Norwegia, Szwajcaria i Turcja



Źródło: opracowanie własne na podstawie Raportu Ernst&Young.

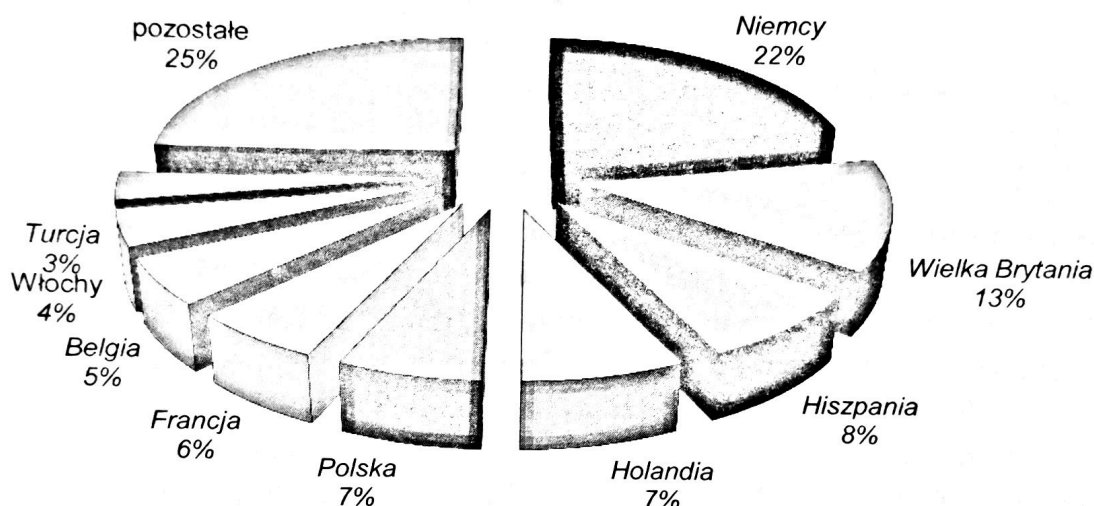
⁹⁰ Łakomy J.,: Ubyło 10% piwa," Rynki alkoholowe", nr 3, 2010.

⁹¹ Łakomy J.,: Ubyło 10% piwa, „Rynki alkoholowe” ,nr 3, 2010.

⁹² Prusek T.,: Europa stoi browarem, „Gazeta Wyborcza”, 14.05.2006.

Z Raportu Ernst&Young wynika, że co piąty wyprodukowany *litr piwa* pochodzi z Niemiec, a niemal połowa europejskiej produkcji z 4 krajów (Niemcy, Wielka Brytania, Hiszpania, Holandia) (rys. 5). Tak wielki udział w rynku Niemiec ma źródło w bogatej tradycji warzenia piwa. Początki produkcji datuje się tu na średniowiecze. Do dzisiaj w kraju tym istnieje wiele browarów przyklasztownych (np. Weißenstephan) oraz browarów rodzinnych, których ilość w XIX wieku szacowano na kilkanaście tysięcy. Większość z nich aktualnie należy do dużych międzynarodowych koncernów, jednak nadal wiele z nich nastawione jest na niszową produkcję. W większości przypadków, browarom tym nie zależy na masowym wzroście produkcji, a jedynie trafieniu do klienta o wyszukanych potrzebach i specyficznym guście.

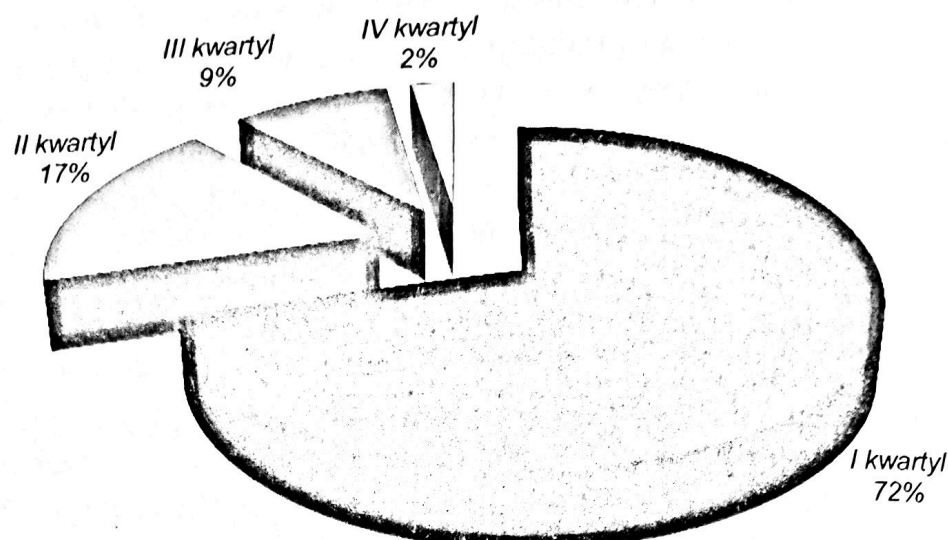
■ Rysunek 5. Udział poszczególnych krajów w całkowitej produkcji piwa w krajach UE + Chorwacja, Norwegia, Szwajcaria i Turcja



Źródło: obliczenia własne na podstawie Raportu Ernst&Young.

Z danych E&Y wynika, że 8 krajów o najwyższej produkcji obejmuje zasięgiem prawie $\frac{3}{4}$ rynku (rys. 6). Znaczna produkcja w tych krajach jest efektem nie tylko wielkości tych krajów, a co z tego wynika możliwości produkcyjnych, ale również kultury picia piwa. Dodatkowo konsolidacja na tych rynkach ułatwia zdobycie wysokiej pozycji producentów. Można zauważyć pewną zależność, a mianowicie im wyższa produkcja w krajach, tym bardziej zauważalne są zachowania strategiczne przedsiębiorstw piwowarskich, jednocześnie w krajach tych branża ma szersze możliwości rozwoju. Ponadto przedsiębiorstwa te posiadają nakłady inwestycyjne pozwalające im zwiększać możliwości produkcyjne oraz rozwijać produkty pod względem jakościowym. Rozwój przemysłu w tych krajach pozwala nie tylko na odtwarzanie potencjału produkcyjnego, ale przede wszystkim na zmiany o charakterze jakościowym, w tym wzrost elastyczności produkcji.

■ Rysunek 5. Struktura produkcji piwa w krajach UE + Chorwacja, Norwegia, Szwajcaria i Turcja w grupach kwartylowych



Źródło: obliczenia własne na podstawie Raportu Ernst&Young.

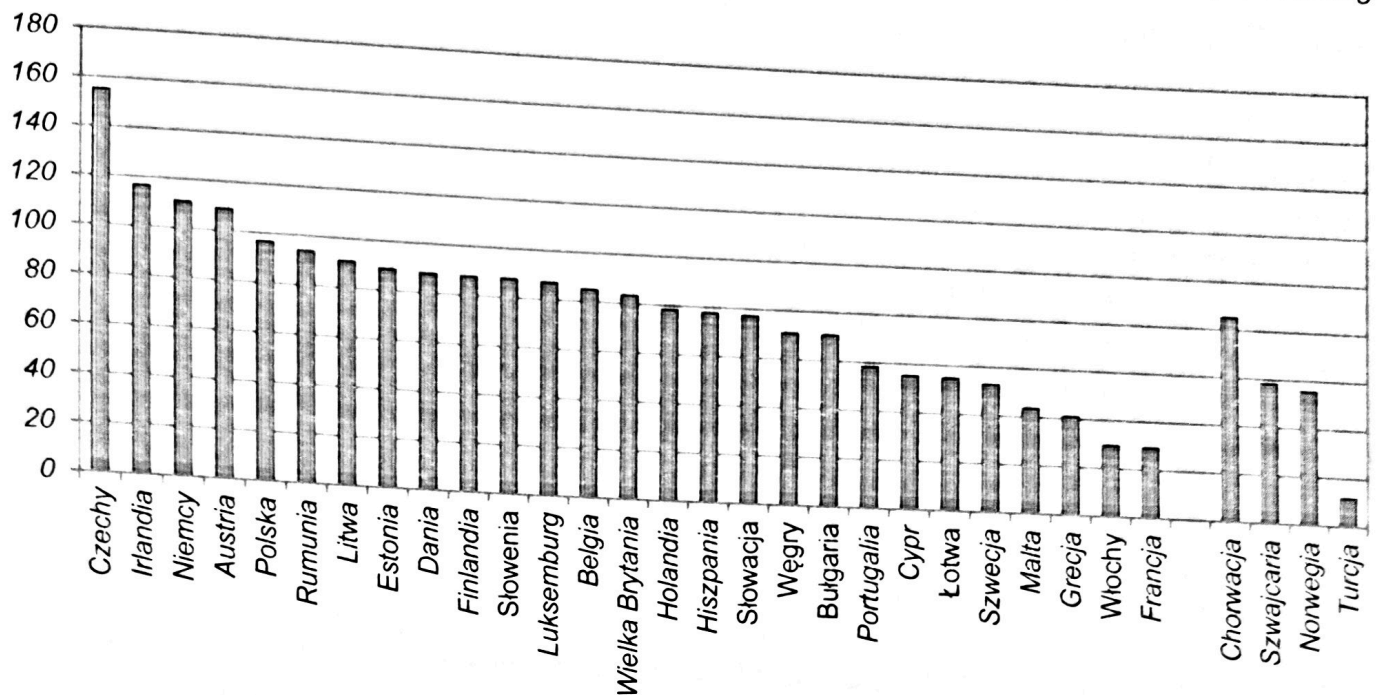
■ Konsumpcja piwa w krajach UE

W opiniach specjalistów rynek piwa jest w coraz większym stopniu nasycony. Średnia konsumpcja na jednego mieszkańca UE wynosi nieco ponad 75 litrów. Według specjalistów spożycie na poziomie 70-80 litrów na osobę jest optymalne i dla większości krajów europejskich jest nie do osiągnięcia. Średnia konsumpcja piwa per capita w latach 2008 i 2009 spadła o blisko 6 litrów. Najwyższy poziom spożycia został zanotowany w 2007 roku i wynosił blisko 81 litrów na osobę. Najwyższe spadki w porównaniu z rokiem 2007 zanotowały Irlandia (ok. 14 l/os.), Litwa i Wielka Brytania (ok. 12 l/os.), Dania (ok. 11 l/os.) i Polska (ok. 8 l/os.). Jedynie w Czechach, na Malcie, w Turcji i Norwegii zanotowano niewielkie wzrosty spożycia. Czechy mogą się pochwalić największym spożyciem na jednego mieszkańca (159,3 l/os.). Drugi w kolejności kraj – Niemcy, mają spożycie o blisko 1/3 mniejsze (rys. 7). Należy pamiętać, że na wielkość i wahania konsumpcji wpływ ma wiele czynników o charakterze egzogenicznym, jak pogoda, sezonowość sprzedaży piwa, sytuacja społeczno-ekonomiczna, w tym światowy kryzys gospodarczy itp. Czynniki te w zasadniczej mierze wpływają na dynamikę sprzedaży, a tym samym wyniki ekonomiczne producentów. O ile na pogodę oraz sytuację ekonomiczną i społeczną przedsiębiorstwa nie mają wpływu, to na sezonowość próbują w pewnym zakresie oddziaływać. W ostatnich latach zauważalne są istotne zmiany w tym zakresie, m.in. poprzez sponsorowanie wielkich koncertów, imprez masowych, czy drużyn sportowych, które w efekcie mają na celu zwiększenie konsumpcji piwa poza tradycyjnym sezonem sprzedaży. Według Polaczka⁹³ w interesie producentów piwa powinna być taka zmiana organizacji i kultury

⁹³ Polaczek R.,: *Rozwój sektora piwowarskiego w Polsce a oddziaływanie zasobów na zachowania strategiczne przedsiębiorstw*, (red.) Płoszajski P., Belz G., [w:] *Wybory strategiczne firm: nowe instrumenty analizy i wdrażania*, Warszawa, SGH, 2006.

picia alkoholi oraz preferencji i nawyków konsumentów, aby spożycie piwa było rozłożone równomiernie na cały rok.

■ Rysunek 6. Konsumpcja piwa per capita w 2009 roku w krajach UE + Chorwacja, Norwegia, Szwajcaria i Turcja

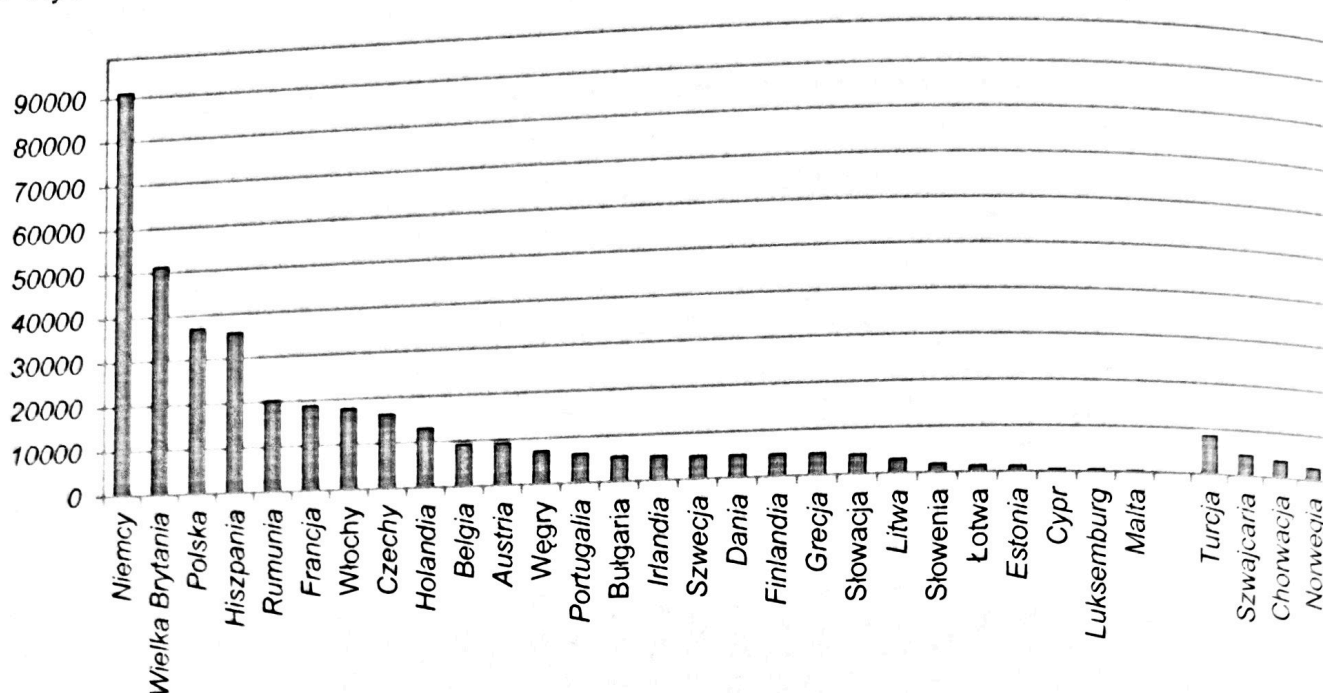


Źródło: Beer statistics 2010 edition.

Inaczej się przedstawia sytuacja konsumpcji biorąc pod uwagę spożycie całościowe. W tym przypadku największą konsumpcją charakteryzują się Niemcy (89,9 mln hl). Można zauważyć, że w przypadku całościowej konsumpcji dominują kraje największe w UE (rys. 7). Pelto⁹⁴ zwraca uwagę, że w krajach ekonomicznie rozwiniętych, coraz więcej uwagi poświęca się indywidualnym potrzebom i preferencjom konsumenta, jako czynnikom wpływającym wyborom produktów spożywczych na rynku. Wynika to głównie z rosnącej siły nabywczej konsumentów, z drugiej strony również z coraz większego i bardziej różnorodnego asortymentu. Zwiększona oferta produktowa uzupełniona jest o dodatkowe cechy produktu, takie jak jego subiektywna atrakcyjność, sposób opakowania, cena, oraz inne atrybuty wpływające na kształtowanie się wizerunku nabywcy, związane z modą, stylem życia, zwyczajami żywieniowymi itp. Analitycy przewidują, że w najbliższych latach może nastąpić spadek konsumpcji piwa w krajach rozwiniętych, w wyniku coraz większej popularności modnych nietypowych napojów alkoholowych – cydrys, nalewki, likiery, oraz innych używek.

⁹⁴ Pelto G.M.,: *Anthropological Contributions to Nutrition Education Research*, "Journal of Nutrition Education" nr 1, 1981.

■ Rysunek 7. Struktura konsumpcji piwa w krajach UE + Chorwacja, Norwegia, Szwajcaria i Turcja



Źródło: obliczenia własne na podstawie Raportu Ernst&Young.

Można zauważyć, że style spożywania alkoholu w ostatnich latach ulegały znacznym zmianom. Napoje produkowane przez browary, najczęściej spożywane są z przyjaciółmi. Jednocześnie widoczna jest lojalność do marki⁹⁵. Dlatego niezwykle istotny dla browarów jest PR, tworzący pozytywny wizerunek marki. W ostatnich latach stale wzrasta ich zaangażowanie finansowe w reklamę i marketing. Równie ważnym czynnikiem wpływającym na ciągły wzrost konsumpcji piwa jest zmiana struktury wiekowej nabywców. Coraz powszechniejsza jest akceptacja picia piwa przez osoby niepełnoletnie. Dodatkowo popyt będzie wzrastał w wyniku ciągłego wzrostu dochodów konsumentów oraz wzrostu gospodarczego. Jednocześnie browary chcąc zwiększać produkcję muszą rywalizować ze sobą nie tylko cenowo, ale zwiększając ofertę produktów niszowych i w pewnym sensie wyjątkowych dla konsumenta.

■ Podsumowanie

W UE dominującą rolę w produkcji i konsumpcji piwa mają Niemcy, kraj o największych tradycjach piwowskich, na terenie którego znajduje się ponad 1300 browarów. Niemcy rocznie konsumują blisko 90 mln hl piwa. W przeliczeniu na jednego mieszkańca największym spożyciem charakteryzują się Czechy, gdzie spożywa się blisko 160 litrów piwa rocznie, w przeliczeniu na jednego mieszkańca. Na rynkach o najdłuższych tradycjach piwowskich zauważalna jest pewna stagnacja, jednak w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, a więc w krajach rozwijających się obserwuje się roczny wzrost produkcji i konsumpcji tego napoju. Przyczyny tego są rozmaite, ale za

⁹⁵ Garlicki J., „Jasne, że pełne z pianką,” *Rynki alkoholowe*, nr 6, 2010.

najważniejszy można uznać wzrastający poziom życia oraz zmiany preferencji konsumentów.

Pomimo nasycenia rynku, przemysł browarniczy traktowany jest jako jeden z najlepiej działających branż, i w kolejnych latach przewiduje się jego dalszy rozwój, który wynika z ciągłego procesu globalizacyjnego i koncentracji produkcji, silnej pozycji rynkowej, korzystnej sytuacji finansowo-ekonomicznej przedsiębiorstw piwowarskich, wysokiego poziomu zarządzania branżą, stale poprawiającej się sytuacji ekonomicznej nabywców oraz korzystnej struktury konsumentów.

■ Bibliografia

1. *Beer statistics 2010 edition, The Brewers of Europe.*
2. Bogacz A., Światowy rynek piwa, „Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny”, nr 10, 2003.
3. Drewnowska B., Jak piwo to z małego browaru, „Rzeczpospolita”, OnLine, 22-11-2009.
4. Drewnowska B., Polacy znów decydują się na mały browar, „Rzeczpospolita”, OnLine, 23-11-2009.
5. Garlicki J., Jasne, że pełne z pianką, „Rynki alkoholowe”, nr 6, 2010.
6. Gołaś Z., Ścibek M., Struktura, dynamika i kierunki zmian na światowym rynku piwa, *J. Agribus. Rural Dev.*, 4(14).
7. Łakomy J., Ubyło 10% piwa, „Rynki alkoholowe”, nr 3, 2010.
8. Łuczka-Bakuła W., Smoluk J., Kalinowski S., *Globalizacja w przemyśle browarniczym*, Akademia Rolnicza w Poznaniu, Poznań, 2004.
9. Pelto G.M., *Anthropological Contributions to Nutrition Education Research*, „Journal of Nutrition Education”, nr 1, 1981.
10. Polaczek R., *Rozwój sektora piwowarskiego w Polsce a oddziaływanie zasobów na zachowania strategiczne przedsiębiorstw*, (red.) Płoszajski P., Belz G., [w:] *Wybory strategiczne firm: nowe instrumenty analizy i wdrażania*, Warszawa, SGH, 2006.
11. Prusek T., *Europa stoi browarem*, „Gazeta Wyborcza”, 14.05.2006.

■ Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie sytuacji w zakresie produkcji i konsumpcji piwa w krajach UE, z uwzględnieniem również krajów pozostających poza Unią – Chorwacji, Turcji, Norwegii i Szwajcarii. Artykuł ma również wskazać na zachodzące w ostatnich latach procesy globalizacyjne, które są charakterystyczne dla przemysłu browarniczego.

W pracy wykorzystano analizę opisową oraz porównawczą badanego zjawiska w poszczególnych krajach UE oraz Chorwacji, Turcji, Norwegii i Szwajcarii.

W UE dominującą rolę w produkcji i konsumpcji piwa mają Niemcy, kraj o największych tradycjach piwowarskich, na terenie którego znajduje się ponad 1300 browarów. Niemcy rocznie konsumują blisko 90 mln hl piwa. W przeliczeniu na jednego mieszkańca największym spożyciem charakteryzują się Czechy, gdzie spożywa się blisko 160 litrów piwa rocznie, w przeliczeniu na jednego mieszkańca. Na rynkach o najdłuższych tradycjach piwowarskich zauważalna jest pewna stagnacja, jednak w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, a więc w krajach rozwijających się obserwuje się rokroczny wzrost produkcji i konsumpcji.

Określenie poziomu spożycia oraz produkcji piwa oraz dynamika zjawiska pozwala oszacować przychody do budżetu państwa środków pieniężnych pochodzących z podatków płaconych przez szeroko pojęty przemysł browarniczy.

Artykuł stanowi źródło informacji dla uczestników rynku napojów alkoholowych i jego otoczenia. Wskazuje i ułatwia ocenę tendencji występujących w konsumpcji i produkcji piwa w krajach UE.

Wielkość spożycia oraz produkcji piwa pozwala w pewnym zakresie określić aktualny poziom życia ludności. W krajach o wyższym poziomie życia spożycie dóbr wyższego rzędu rośnie. Nie jest to bezpośrednia zależność, jednak wynika ona *m.in.* z teorii Engla.

Wzrost spożycia piwa w krajach Europy Środkowej i Wschodniej odzwierciedla również zmiany w strukturze konsumpcji napojów alkoholowych. Spada spożycie alkoholi wysokoprocentowych na rzecz piwa, co świadczy o stopniowym przejmowaniu zachodnich wzorców kulturowych w zakresie konsumpcji alkoholu.

■ Summary

The aim of the article is to present the situation in the area of the production and consumption of beer in the EU countries and four other countries, which are Croatia, Turkey, Norway and Switzerland. The paper indicates the recent globalisation processes, which are characteristic for the brewing industry.

The descriptive and comparative analysis of the investigated phenomenon in particular EU countries as well as Croatia,. Key findings / analysis

Germany, which is a country of the longest brewing tradition and where over 1300 breweries are located, plays a dominant role in production and consumption of beer in the EU. The Germans consume nearly 90 million hl of beer annually. The Czech Republic is a country of the highest per capita consumption of beer with annual consumption of 160 l. Certain stagnation is noticeable on the markets with the longest brewing tradition, nevertheless a yearly growth of production and consumption of beer is observed in the developing countries, particularly in Central and Eastern European countries.

The defining of the level of consumption and production of beer and the dynamics of the phenomenon enables to estimate the budgetary revenues for taxes paid by widely understood brewing industry.

The paper is an information source for actors of alcoholic beverages market and its environment. It indicates and enables the assessment of the tendencies in consumption and production of beer in the EU countries.

The level of consumption and production of beer allows define to some extent the current standard of living. The consumption of goods of higher order increases simultaneously with the increase in standard of living. It is not a direct dependence; however it results from the Engel theory.

The growth of the beer consumption in Central and Eastern European countries also reflects the changes in the structure of alcoholic beverages consumption. The consumption of highly alcoholic beverages falls and the consumption of beer increases, which indicates a gradual taking over of the western culture patterns in the area of alcohol consumption.