

Hrvatsko tržište piva: Analiza trendova i ključnih tržišnih pokazatelja

Željka Mesić¹, Kristina Petljak², Marina Tomić Maksan¹

¹Agronomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Svetošimunska 25, Zagreb, Hrvatska (zmesic@agr.hr)

²Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Trg J. F. Kennedyja 6, Zagreb, Hrvatska

SAŽETAK

Cilj rada je pregled i analiza hrvatskog tržišta piva temeljem ključnih tržišnih pokazatelja, kao što su proizvodnja, uvoz, izvoz i ukupna potrošnja piva. Najveći lideri na hrvatskom tržištu piva su Zagrebačka pivovara, Heineken Hrvatska i Carlsberg Croatia, dok ostatak tržišta čine manje pivovare i *craft* pivovare, čiji udio i broj zaposlenih raste. Unatoč stabilnosti u strukturi tržišta, ukupna proizvodnja piva u 2023. pala je u odnosu na prethodnu godinu za 14 %. U vanjskotrgovinskoj razmjeni bilježi se rast vrijednosti uvoza u 2023. godini na 57 milijuna eura te izvoza na 53 milijuna eura, pri čemu su ključni izvozni partneri Bosna i Hercegovina i Slovenija, dok najviše piva uvozimo iz Slovenije i Njemačke. U 2023. godini potrošnja piva u Hrvatskoj pala je na 75 litara po stanovniku, što se može pripisati ekonomskim pritiscima, uključujući inflaciju i više cijene piva. U 2023. godini samodostatnost u proizvodnji piva iznosi 101 %. Unatoč izazovima, tržište piva pokazuje potencijal za daljnji razvoj kroz inovacije, jačanje izvoza i prilagodbu potrošačkim trendovima.

Ključne riječi: pivarska industrija; hrvatsko tržište piva; proizvodnja piva; potrošnja piva

UVOD

Pivo je jedno od najpoznatijih i najkonzumiranijih alkoholnih pića u svijetu, treće najpopularnije piće nakon vode i čaja (Larimo i sur., 2006). Kao osvježavajuće gazirano piće s relativno niskim udjelom alkohola i karakterističnom aromom po hmelju, pivo se proizvodi procesom alkoholnog vrenja od hmeljene pивske sladovine pomoću pivskog kvasca (Pavlečić i sur., 2012). S obzirom na bogatu povijest i duboko ukorijenjeno mjesto u mnogim kulturama, pivo se često povezuje s društvenim okupljanjima i zabavom te

predstavlja važan segment tržišta alkoholnih pića.

Pivarska industrija u Hrvatskoj ima dugu tradiciju koja seže još u 1840. godinu, kada je osnovana Pivovara u Daruvaru, koja se smatra najstarijom pivovarom u Hrvatskoj. U uvjetima snažnog globalnog tržišta i sve promjenjivijih potrošačkih preferencija, industrija piva u Hrvatskoj bilježi značajan rast i prilagodbu te čini važan čimbenik hrvatskog gospodarstva. Prema podacima The Brewers of Europe, u 2022.

godini u Hrvatskoj je bilo aktivno 109 pivovara, od čega su 92 mikropivovare, a sektor izravno zapošljava više od 1800 radnika. Financijski podaci pokazuju da su 10 najvećih pivovara u 2023. godini ostvarile ukupni prihod od preko 465 milijuna eura (FINA, 2024). Hrvatskim tržištem piva dominiraju industrijske pivovare u vlasništvu međunarodnih korporacija, poput Zagrebačke pivovare (u vlasništvu Molson Coors Beverage Company), Heinekena Hrvatska (u vlasništvu Heineken N.V.) i Carlsberga Croatia (u vlasništvu Carlsberg Group), koje zajedno zauzimaju više od 88 % tržišnog udjela. Njihovi poznati brendovi poput Ožujskog, Karlovačkog i Pana su prepoznatljivi simboli domaće pивske ponude. Unatoč prevlasti velikih proizvođača, sve se više otvara prostor za manje i srednje pivovare, uključujući rastući segment *craft* pivovara. Ove manje pivovare donose inovativne okuse i zadovoljavaju sofisticirane preferencije potrošača koji traže autentičnost i raznolikost.

U posljednjih nekoliko godina pivarska se industrija suočava s brojnim izazovima poput visokih poreza, rastućih troškova proizvodnje i strožih propisa o ambalaži, dodatno opterećujući pivare. Ipak, inovacije i promjenjive preferencije potrošača nastavljaju poticati rast i razvoj ovog dinamičnog tržišta. Pozitivni trendovi na svjetskom, ali i hrvatskom tržištu piva rezultat su nekoliko čimbenika, uključujući rastuću potražnju u zemljama u razvoju i sve veću popularnost *premium* piva. Promjene u životnim stilovima i društvenim navikama doprinose širenju tržišta, dok potrošači sve više cijene raznolikost i kvalitetu te se često emotivno vežu uz svoje izbore piva. Posebno se ističe porast proizvodnje *craft* piva, čiji jedinstveni okusi i majstorska izrada privlače ljubitelje piva diljem svijeta. Također, sve je veća potražnja za pivima s niskim udjelom alkohola i bezalkoholnim pivima, što odražava veću svijest o zdravlju. S obzirom na važnost pivarskog sektora za hrvatsko gospodarstvo, cilj ovog rada je analizirati tržište piva s aspekta proizvodnje i potrošnje.

MATERIJAL I METODE

Za analizu tržišta korištena je metoda proizvodno-potrošnih bilanci koja je izrađena na temelju podataka Državnog zavoda za statistiku (DZS) te znanstvene i stručne

publikacije vezane za pivarsku industriju. Pri analizi tržišta piva interpretirani su ključni tržišni pokazatelji kao što su proizvodnja, uvoz i izvoz, te ukupna potrošnja piva.

REZULTATI I RASPRAVA

Proizvodnja piva

U promatranom razdoblju (Tablica 1 i Grafikon 1) vidi se trend količinski ujednačene proizvodnje piva, izuzev pandemijskih godina 2020. i 2021. godine kada se bilježi najniža razina proizvodnje u posljednjih 10 godina. U 2022. godini pivovare u Hrvatskoj proizvele

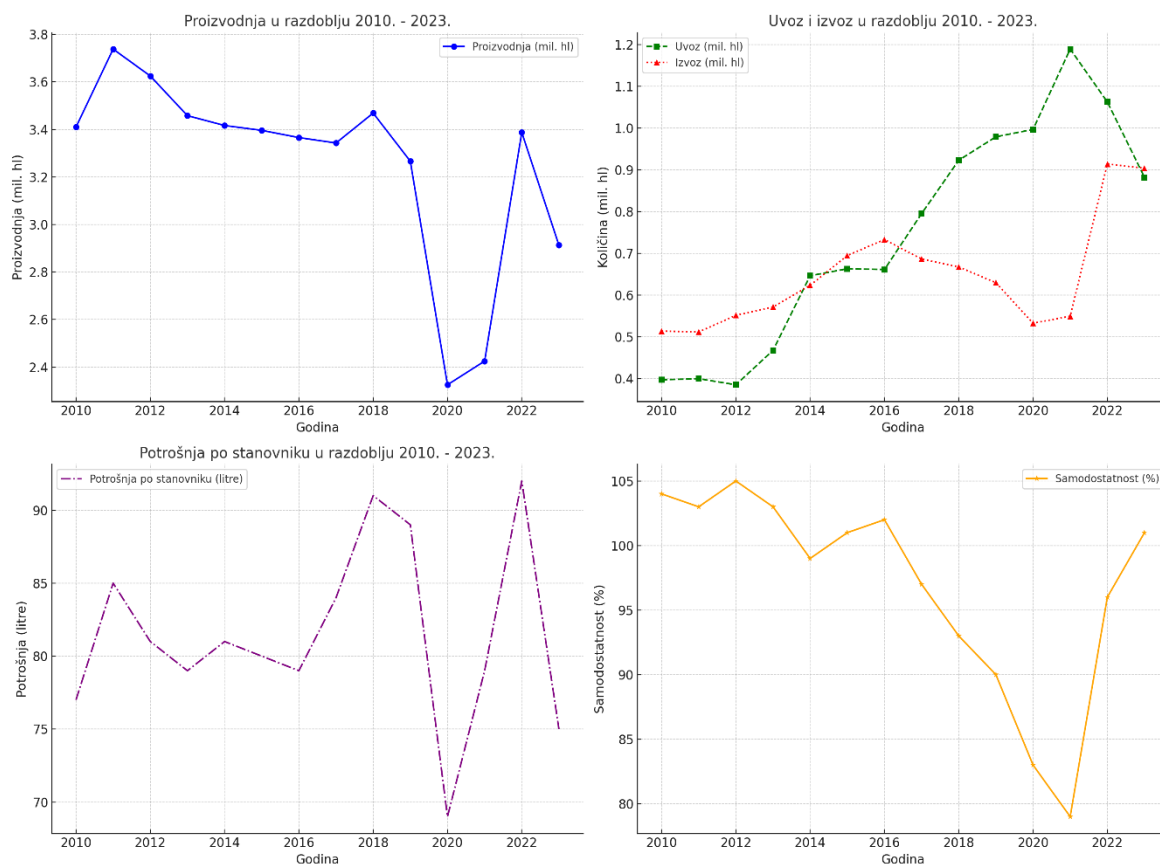
su više od 3,3 milijuna hektolitara piva, što je rast od 39,7 % u odnosu na 2021. godinu. Ipak, podaci o proizvodnji piva za 2023. godinu ukazuju na pad proizvodnje od 14 % u odnosu na prethodnu godinu, što se može povezati s rastućim troškovima proizvodnje i smanjenom

kupovnom moći potrošača zbog visoke stope inflacije, dok se industrija suočava i s izazovima poput visokih poreza i strožih propisa o ambalaži.

Tablica 1. Proizvodno-potrošna bilanca piva za razdoblje 2010. – 2023. godine (hl)

Godina	Proizvodnja*	Uvoz	Izvoz	Domaća potrošnja	Potrošnja po stanovniku (litre)	Samodostatnost (%)
2010.	3.409.891	396.753	513.398	3.293.246	77	104
2011.	3.738.332	399.420	511.392	3.626.360	85	103
2012.	3.625.144	384.821	551.055	3.458.910	81	105
2013.	3.458.159	467.230	571.261	3.354.128	79	103
2014.	3.416.687	646.102	623.094	3.439.695	81	99
2015.	3.396.272	662.811	694.446	3.364.637	80	101
2016.	3.365.899	660.929	732.737	3.294.091	79	102
2017.	3.343.055	794.879	686.104	3.451.830	84	97
2018.	3.468.984	922.771	667.196	3.724.559	91	93
2019.	3.266.374	978.931	629.313	3.615.992	89	90
2020.	2.325.427	996.589	532.308	2.789.708	69	83
2021.	2.425.093	1.189.073	549.154	3.065.012	79	79
2022.	3.387.815	1.062.437	913.802	3.536.450	92	96
2023.	2.913.021	881.930	903.685	2.891.266	75	101

Izvor: Autorov izračun na temelju podataka DZS, 2024. * rezultati PRODCOM-a, Industrija proizvodnja od 2010. do 2023.



Grafikon 1. Prikaz ključnih trendova na tržištu piva u razdoblju 2010. – 2023. godine

Najveći tržišni lideri u 2023. godini bili su Zagrebačka pivovara (najpoznatiji brendovi Ožujsko, Tomislav, Beck's, Corona, Hoegaarden, Leffe, Löwenbräu, Nikšićko, Staropramen te Stella Artois), s tržišnim udjelom od 42,9 % i 580 zaposlenih, Heineken Hrvatska (najpoznatiji brendovi Karlovačko, Heineken, Laško Zlatorog, Krušovice itd.), s tržišnim udjelom od 30,42 % i 344 zaposlenih, te Carlsberg Croatia (Pan, Carlsberg, Somersby, Grimbergen, Holsten, Budweiser, Zanatsko

i Lav), s tržišnim udjelom od 15,12 % i 341 zaposlenim. Preostali dio tržišta zauzimaju srednje, male i minipivovare. Pivovara Daruvar, primjerice, drži tržišni udio od 3,5 % i zapošljava 105 radnika, dok Prvo hrvatsko pivo 1664 zauzima 1,59 % tržišta uz 21 zaposlenog. Razvoju bogate pивske scene u zemlji pridonosi i sve veći broj *craft* pivovara, kao što su Pivovara Medvedgrad (0,87 % tržišnog udjela, 33 zaposlenih) i The Bird (0,70 % tržišnog udjela, 18 zaposlenih) (Tablica 2).

Tablica 2. Prikaz financijskih rezultata 12 vodećih poduzetnika u djelatnosti proizvodnje piva u 2023. godini

	Naziv pivovare	Prihodi (milijuna EUR)	Broj zaposlenih	Tržišni udio prema ostvarenim prihodima (%)
1.	Zagrebačka pivovara	199,1	580	42,86
2.	Heineken Hrvatska	141,3	344	30,42
3.	Carlsberg Croatia	70,3	341	15,12
4.	Pivovara Daruvar	16,3	105	3,52
5.	Prvo hrvatsko pivo 1664 (Osječka pivovara)	7,4	21	1,59
6.	Kaltenberg Adria	6,4	0 (stečaj)	1,37
7.	Istarska pivovara	5,5	48	1,18
8.	Prvo pivo 1664	7,4	21	1,59
9.	Pivovara Medvedgrad	4,0	33	0,87
10.	The Bird d.d.	3,3	18	0,70
11.	Proizvodnja zdrave hrane (Gardia)	1,98	5	0,43
12.	Zmajska pivovara	1,64	15	0,35
	Ukupno	464,69	1531	100

Izvor: Autorov izračun na temelju podataka Fine – Registar godišnjih financijskih izvještaja za 2023. godinu

Uvoz-izvoz

Ukupna vrijednost uvoza piva u Hrvatsku 2023. godine iznosila je nešto više od 57 milijuna eura, dok je 2010. ta vrijednost iznosila svega 17,7 milijuna eura, što je rast vrijednosti uvoza od čak 222,7 %. U razdoblju od 2010. do 2023. primjetan je značajan porast izvoza piva od 78 %, s 513.398 tisuća hl 2010. na 903.685 tisuća hl 2022. godine. Ukupna vrijednost izvoza u 2023. iznosila je preko 53 milijuna eura, dok je 2010. iznosila približno 28 milijuna eura, što je povećanje vrijednosti izvoza za visokih 94 % (Tablica 3).

Tablica 3. Ukupan uvoz i izvoz piva prema zemljama za 2023. godinu

Naziv zemlje	Uvoz (000 hl)	Uvoz (mil. EUR)	Naziv zemlje	Izvoz (000 hl)	Izvoz (mil. EUR)
Slovenija	267.642	12 059 448	Bosna i Hercegovina	496.283	29 702 075
Njemačka	143.023	11 084 716	Slovenija	291.511	16 630 781
Austrija	150.314	10 238 930	Mađarska	61.244	3 291 590
Srbija	80.748	4 462 452	Švedska	10.227	977.858
Nizozemska	45.232	4 089 620	Austrija	8.259	585.262
Meksiko	17.045	2 902 747	Njemačka	10.208	550.127
Poljska	45.757	2 566 383	Crna gora	7.441	391.816

Česka	39.012	2 557 551	Srbija	8.331	389.687
Italija	19.784	1 335 737	Italija	4.705	340.865
Mađarska	20.734	1 114 046	Francuska	816	322.891
Grčka	19.692	966.932	Nizozemska	297	116.147
Bosna i Hercegovina	12.931	953.169	Švicarska	795	84.134

Izvor: Autorov izračun na temelju podataka DZS, 2024.

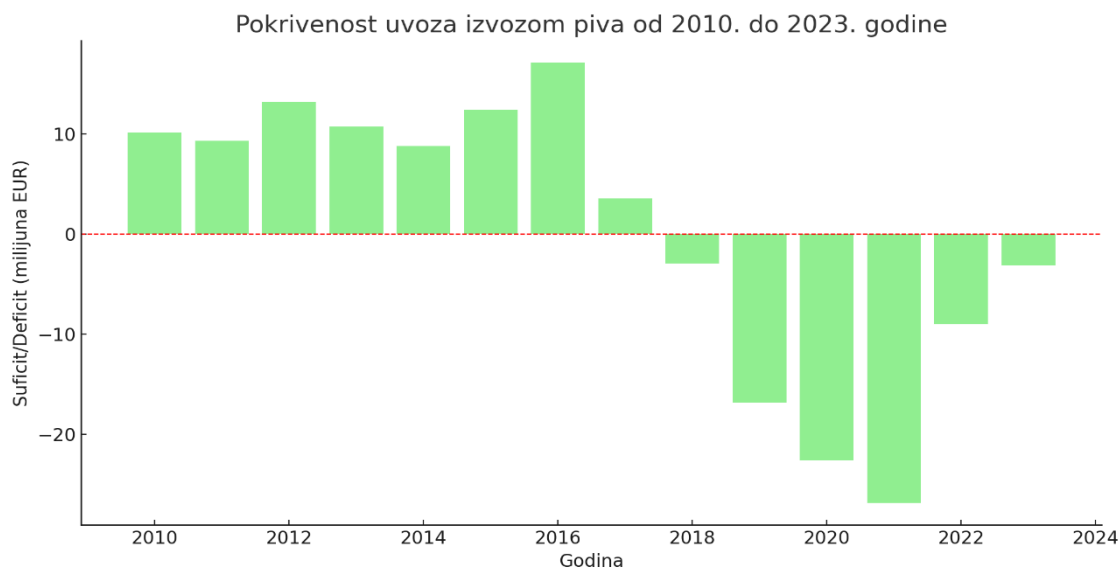
Analiza izvoza i uvoza piva prema zemljama u 2023. godini (Tablica 3), pokazuje da Hrvatska uvozi značajne količine piva iz susjednih i velikih europskih pivskih tržišta poput Slovenije, Njemačke i Austrije, dok izvoz dominira prema Bosni i Hercegovini i Sloveniji. Podaci o visokoj vrijednosti izvoza na manjim tržištima upućuju na strateško pozicioniranje hrvatskih pivara u segmentima više kvalitete i cijene kao i na snažnu regionalnu povezanost i potencijal za daljnju diversifikaciju izvoza prema zapadnoeuropskim i *premium* tržištima.

Pokrivenost uvoza izvozom piva, izraženo u količinama, u promatranom razdoblju je jako oscilirala, od 46 % u 2021. godini do maksimalnih 143 % u 2012. godini. Istodobno, pokrivenost uvoza izvozom glede vrijednosti uvezenog piva kretala se od 49 % u 2021. godini do 177 % u 2012. godini kada je ostvarena i najveća proizvodnja piva. (Tablica 4).

Tablica 4. Pokrivenost uvoza izvozom piva od 2010. do 2023. godine

Godina	Uvoz (000 hl)	Izvoz (000 hl)	Pokrivenost uvoza izvozom (količinski) %	Uvoz (milijuna EUR)	Izvoz (milijuna EUR)	Pokrivenost uvoza izvozom (vrijednosno) %	Suficit/deficit
2010.	396.753	513.398	129	17.682.481	27.830.873	157	10.148.392
2011.	399.420	511.392	128	18.385.333	27.685.068	151	9.299.735
2012.	384.821	551.055	143	17.049.646	30.232.843	177	13.183.197
2013.	467.230	571.261	122	20.583.389	31.293.071	152	10.709.682
2014.	646.102	623.094	96	28.640.294	37.411.256	131	8.770.962
2015.	662.811	694.446	105	29.490.509	41.907.776	142	12.417.267
2016.	660.929	732.737	111	31.679.682	48.775.922	154	17.096.240
2017.	794.879	686.104	86	36.853.073	40.374.407	110	3.521.334
2018.	922.771	667.196	72	43.627.766	40.680.036	93	-2.947.730
2019.	978.931	629.313	64	47.051.071	30.153.673	64	-16.897.398
2020.	996.589	532.308	53	46.665.305	24.034.886	52	-22.630.419
2021.	1.189,07	549.154	46	52.893.217	26.011.757	49	-26.881.460
2022.	1.062,44	913.802	86	53.186.844	44.165.107	83	-9.021.737
2023.	881.930,00	903.685	102	57.057.676	53.927.393	95	-3.130.283

Izvor: Autorov izračun na temelju podataka DZS, 2024.



Grafikon 2. Vrijednosni prikaz vanjskotrgovinske razmjene piva u mil. EUR

Od 2018. godine Hrvatska bilježi deficit u vanjskotrgovinskoj razmjeni piva, pri čemu je najveći zabilježen u 2021. godini, kada je iznosio približno 27 milijuna eura. (Grafikon 2). U 2023. godini deficit je značajno smanjen, što se može povezati s povećanom potražnjom za domaćim pivom, jačanjem lokalne proizvodnje i većim povjerenjem potrošača u domaće brendove. Izvoz piva istovremeno je ostvario

veće prihode, ponajprije zahvaljujući plasmanu skupljih i kvalitetnijih proizvoda, poput *craft* i *premium* piva, koji na međunarodnim tržištima postižu visoke cijene. Smanjenje domaće proizvodnje moglo je biti nadoknađeno boljim upravljanjem zalihama i prilagodbom industrije na nove tržišne uvjete, čime bi se osigurala stabilnost poslovanja unatoč izazovima.

Potrošnja piva i samodostatnost

Prosječna potrošnja piva u RH u razdoblju od 2010. do 2023. iznosi 81,5 litre po stanovniku, što Hrvate svrstava među najveće potrošače piva u Europi. (Tablica 1). U 2023. godini potrošnja piva u Hrvatskoj pala je na 75 litara po stanovniku, što se može povezati s ekonomskim pritiscima poput rasta životnih troškova i inflacije, koji su smanjili potrošnju neesencijalnih proizvoda, uključujući pivo. Na pad su dodatno utjecale promjene u potrošačkim navikama, slabija turistička sezona

te rast cijena piva, dok sve veći fokus na zdrav način života dodatno ograničava potražnju. Ovi trendovi ukazuju na potrebu prilagodbe strategija domaćih proizvođača kroz inovacije i širenje izvoza radi stabilizacije tržišta.

Samodostatnost u proizvodnji piva u Hrvatskoj dosegla je 101 % u 2023. godini, čime je Hrvatska postala potpuno samodostatna na ovom tržištu. (Tablica 1). Ovaj rezultat ukazuje na značajnu otpornost

domaće industrije i povećanu orijentaciju prema lokalnoj proizvodnji, unatoč izazovima poput pada potrošnje i ekonomskih pritisaka. Visoka samodostatnost rezultat je uspješnog

upravljanja proizvodnim kapacitetima i prilagodbe potražnji, što dodatno naglašava konkurentnost hrvatskih pivara na domaćem tržištu.

Prodaja piva

U prodaji piva u Hrvatskoj najzastupljenija su lager piva. Odnos prodaje piva u ugostiteljstvu i trgovini u Hrvatskoj je 40:60. Distribucija piva odvija se kroz različite kanale, uključujući prodajna mjesta poput supermarketa, specijaliziranih prodavaonica alkoholnim pićima, restorana, barova te prodaje putem interneta. Također, postoji i znatan broj pivskih festivala i događaja koji promoviraju različite vrste piva i pивske kulture. Domaći brendovi piva sa svojom kvalitetom i tradicijom, unatoč utjecaju uvezenih brendova, dominiraju na hrvatskom tržištu piva (Dumičić *i sur.*, 2003).

Digitalizacija je promijenila način na koji ljudi kupuju pivo (Rivaroli *i sur.*, 2021). E-trgovina omogućava potrošačima da naručuju pivo online i dobivaju ga dostavljenog na svoja vrata. Ovo je posebice postalo popularno tijekom pandemije COVID-19, kada su mnogi ljudi tražili siguran način nabavke omiljenog pića. Pivari su se prilagodili trendu e-trgovine otvaranjem internetskih prodavaonica i suradnjom s dostavnim poduzećima kako bi osigurali dostavu piva svojim kupcima učinkovito i brzo.

Hrvatsko tržište craft piva

Proizvodnja *craft* piva u Hrvatskoj je na skromnoj razini s približno 2 % tržišnog udjela u odnosu na industrijska piva (The Brewers of Europe, 2023). Iako je većina pivara zadovoljna cijenama koje postižu njihova piva, kupovna moć u Hrvatskoj je relativno niska, a budući da je Hrvatska zemlja članica EU-a, otvorena su vrata slobodnog tržišta roba i usluga pa većina hrvatskih *craft* proizvođača vidi priliku u plasiranju piva na tržište EU-a. S obzirom na to da se većina *craft* pivara kuhanjem piva krenula baviti iz hobija koji je tijekom vremena prerastao u posao, još uvijek nemaju razvijene precizne marketinške i distribucijske strategije, ponudu formiraju prema potražnji, a do informacija o potražnji dolaze iz razgovora s vlasnicima ugostiteljskih objekata koji u ponudi imaju *craft*

piva, te putem društvenih mreža koje ujedno koriste i u promotivne svrhe. Iako su hrvatski proizvođači sirovina za proizvodnju piva još uvijek orijentirani na proizvodnju za velike industrijske pivovare, neki *craft* proizvođači za proizvodnju piva koriste slad proizveden u Hrvatskoj, dok su ostali *craft* proizvođači ovisni o uvezenim sirovinama. Uz visoke stope poreza i kompliciranu birokraciju, najveći problem za hrvatske *craft* proizvođače je plasman piva u ugostiteljske objekte koji imaju potpisane ugovore s industrijskim pivovarama. Ipak, većina pivara vjeruje da će hrvatsko tržište *craft* piva rasti u idućih nekoliko godina jer se svijest tržišta o *craft* pivu povećava kao i potražnja za istim.

Implikacije za praksu

Rezultati rada ukazuju na nekoliko ključnih smjerova djelovanja proizvođača piva. Prvo, velike pivovare trebaju nastaviti s inovacijama u ponudi, posebice u segmentu *premium* i *craft* piva, kako bi ostale konkurentne na sve dinamičnijem tržištu. Suradnja s manjim pivovarama kroz distribucijske kanale može pružiti dodatnu snagu u segmentu *craft* piva i pomoći u zadovoljavanju potrošačke potrebe za raznolikošću.

Drugo, rast izvoza i važnost regionalnog tržišta zahtijevaju daljnje jačanje vanjskotrgovinskih odnosa, osobito s najvažnijim tržištima poput Bosne i Hercegovine, Slovenije i Mađarske. Proizvođači bi trebali uložiti u marketinške strategije koje naglašavaju kvalitetu i autentičnost hrvatskih piva kako bi povećali konkurentnost na tim tržištima.

Ograničenja istraživanja

Glavna ograničenja istraživanja vezana su uz neusklađenost podataka koje pružaju različite baze podataka. Relevantne baze podataka kao što su FAOSTAT, DZS, Statista, The Brewers of Europe i Kirin Brewery Company koriste različite metodologije i izvore podataka za prikupljanje i prikazivanje podataka o proizvodnji, vanjskotrgovinskoj razmjeni i potrošnji piva. Ovo često dovodi do značajnih razlika u prikazanim podacima, što otežava usporedbu i formiranje jedinstvene

Treće, *craft* pivovare, čiji broj je u porastu, trebaju razviti preciznije marketinške strategije i ulagati u istraživanje tržišta kako bi bolje razumjele potrebe potrošača. Digitalizacija i e-trgovina pokazale su se ključnim alatima tijekom pandemije te pivovare trebaju nastaviti s ulaganjima u online prodajne kanale i suradnju s pružateljima transportnih usluga. Održivost bi također trebala postati središnji dio poslovanja, uz ulaganje u lokalnu proizvodnju sirovina i ekološki prihvatljivu ambalažu.

Pivarska industrija u Hrvatskoj ima veliki potencijal za daljnji rast, no proizvođači moraju biti spremni na prilagodbe kako bi ostali konkurentni i opstali u sve složenijem poslovnom okruženju.

slike tržišta. Na primjer, podaci o potrošnji piva po stanovniku u Hrvatskoj za 2022. godinu variraju među različitim izvorima, pa tako Statista navodi da potrošnja piva iznosi 90 litara po stanovniku, The Brewers of Europe 79 litara po stanovniku (izračun se temelji na podacima PRODCOM o prodanim količinama piva), dok autorov izračun pokazuje 92 litre po stanovniku (izračun se temelji na podacima o proizvedenim količinama piva prikazanim u dokumentu PRODCOM za 2023.).

ZAKLJUČAK

Hrvatska pivarska industrija nalazi se u dinamičnoj fazi razvoja, gdje tradicionalne velike pivovare i sve brojniji *craft* proizvođači

oblikuju budućnost tržišta. S više od 3,3 milijuna hektolitara proizvedenih u 2022. godini, Hrvatska je među značajnijim europskim

proizvođačima piva, a pivarska industrija je važan čimbenik domaćeg gospodarstva. Dominacija triju velikih industrijskih pivovara ukazuje na to da ove kompanije zadržavaju snažnu tržišnu poziciju zahvaljujući širokoj ponudi proizvoda i prepoznatljivim brendovima. Međutim, sve veća potražnja za raznolikim i autentičnim pivima pruža manjim pivovarama priliku da se istaknu i zauzmu svoju tržišnu nišu.

Povećanje popularnosti *craft* piva, uz promjene potrošačkih navika i sve veću potražnju za bezalkoholnim pivima i pivima s niskim udjelom alkohola, potiče daljnje inovacije i prilagodbe u industriji. Iako se pivarski sektor suočava s izazovima poput visokih poreza, strožih regulativa i rastućih troškova, stabilan rast uvoza i izvoza te jačanje

domaće potrošnje pružaju optimističan pogled na budućnost industrije piva u Hrvatskoj.

Hrvatska, koja prosječno bilježi potrošnju od 82 litre piva po stanovniku godišnje, svrstava se među najveće potrošače piva u Europi. Ovaj podatak, zajedno s trendom rasta potrošnje u posljednje dvije godine, ukazuje na stabilnost domaćeg tržišta i spremnost potrošača na prihvaćanje novih proizvoda i inovacija. Međutim, pivovare će se morati prilagoditi i u fokus staviti ekološki prihvatljive i održive poslovne prakse s obzirom na sve veću potražnju za ambalažom koja ima manji utjecaj na okoliš. Uvođenje održivih praksi u proizvodnji i distribuciji moglo bi postati ključan diferencijator u privlačenju novih potrošača, osobito među mlađim i ekološki osviještenim generacijama.

In memoriam Višnja Knjaz

LITERATURA

Državni zavod za statistiku Republike Hrvatske: Godišnji izvještaj – rezultati PRODCOM-a, Industrija proizvodnja od 2010. do 2022. Dostupno na: <http://www.dzs.hr/>, pristupljeno 15. kolovoza 2024. godine

Dumičić, K., Renko, S., & Renko, N. (2003). A case study of the Croatian beer market structure and performances. *British Food Journal*, 105(3), 193-203. <https://doi.org/10.1108/00070700310477130>

Fina (2024). Registar godišnjih financijskih izvještaja za 2023. godinu. Datum pristupanja rujan 2024. <https://www.fina.hr/javne-usluge-za-poslovne-subjekte/registri/registar-godisnjih-financijskih-izvjestaja>

Larimo, J., Marinov, M., & Marinova, S. (2006). The Central and Eastern European brewing industry since 1990. *British Food Journal*, 108(5), 371-384.

Pavlečić, M., Tepalović, D., Ivančić Šantek, M., Rezić, T., & Šantek, B. (2012). Utjecaj ukupne koncentracije kisika u boci na kakvoću piva tijekom skladištenja. *Hrvatski časopis za prehrambenu tehnologiju, biotehnologiju i nutricionizam*, 7(1-2), 118-125.

Rivaroli, S., Hingley, M., & Spadoni, R. (2021). Motivations Behind Craft Beer Online Buying Habits among Italian Millennials. In D. Clarke, V. Ellis, H. Patrick-Thomson, & D. Weir (Eds.), *Researching Craft Beer: Understanding Production, Community and*

Culture in An Evolving Sector (pp. 195-223). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-184-320211013>

brewersofeurope.eu. Preuzeto s: <https://brewersofeurope.eu/wp-content/uploads/2023/11/european-beer-trends-2023-web.pdf>

The Brewers of Europe (2023). European beer trends. Dostupno na: <https://>

Croatian Beer Market: An Analysis of Trends and Key Market Indicators

ABSTRACT

The aim of this professional paper is to examine and analyze the Croatian beer market on the basis of key market indicators such as production, import, export, and total beer consumption. The largest market leaders in the Croatian beer market are Zagrebačka pivovara (Zagreb Brewery), Heineken Croatia, and Carlsberg Croatia, while the rest of the market is comprised of microbreweries and craft breweries, whose share and employee number are growing. Despite a stable market structure, a total 2023 beer production decreased by 14% if compared to the previous year. In terms of a foreign trade, the 2023 import value was set to increase to €57 million, whereas the 2023 export value was predicted to reach €53 million, with the most important export partners being Bosnia-Herzegovina and Slovenia, while most beer was imported from Slovenia and Germany. In 2023, beer consumption in Croatia dropped to 75 liters per capita, which can be related to the economic pressures, including inflation and higher beer prices. In 2023, a beer-production self-sufficiency level amounted to 101%. Despite the challenges, beer market demonstrates potential for further development through innovation, exports enhancements, and adaptation to the consumer trends.

Keywords: brewing industry; Croatian beer market; beer production; beer consumption