

ANALIZA GLOBALNEGA POVPRASEVANJA PO HMELJU V LETIH 1980-2012

Martin PAVLOVIČ¹¹

UDK / UDC 633.791:631.559:339.133(045)
pregledni znanstveni članek / review scientific paper
prispelo / received: 11. oktober 2014
sprejeto / accepted: 20. november 2014

Izvleček

Tržna pridelava hmelja je razširjena v približno 30 državah sveta severne in južne poloble. Med najpomembnejše države pridelovalke uvrščamo Nemčijo in ZDA, sledijo Kitajska, Češka, Slovenija in Poljska. Namen članka je v orisu značilnosti svetovnega trga s hmeljem in v analitičnem pregledu ključnih dejavnikov globalnega povpraševanja po hmelju za obdobje 33 let – od 1980 do 2012. Pregled izbranih statistik povpraševanja po hmelju pojasnjuje del zakonitosti oblikovanja cen hmelja na globalnem trgu.

Ključne besede: hmelj, hmeljarstvo, pridelava, povpraševanje, globalni trg

ANALYSIS OF THE GLOBAL DEMAND FOR HOPS IN THE YEARS 1980-2012

Abstract

Market production of hops is found in about 30 countries globally in Northern and Southern hemisphere. Among the most important producer countries we count Germany and the USA, followed by China, the Czech Republic, Slovenia and Poland. The purpose of this article is to outline the characteristics of the world market for hops and the review of the key factors of the global demand for hops for a period of 33 years, from 1980 until 2012. An overview of the selected statistics explains a part of the background in formation of prices for hops on the global market.

Key words: hop, hop industry, yield, demand, global market

1 SPLOŠNE ZNAČILNOSTI TRGA S HMELJEM

Kmetijski trg omogoča stike pridelovalcev in kupcev, ki so pripravljeni in zmožni pridelek bodisi prodati, bodisi kupiti. Na ta način trg povezuje ponudbo in povpraševanje, ki sta ključna vzvoda delovanja tržnega mehanizma. Trg tudi uravnava razmeščanje pridelovalcev po prostoru, času in dejavnostih. Za kmetijske

¹¹ Izr. prof. dr., Inštitut za hmeljarstvo in pivovarstvo Slovenije, Cesta Žalskega tabora 2, 3310 Žalec, e-pošta: martin.pavlovic@ihps.si

pridelke sta običajna dva tipa osrednjih trgov, avkcija in blagovne borze. Avkcije so oblika trženja s hitro pokvarljivimi kmetijskimi pridelki, medtem ko je kmetijska blagovna borza poseben, stalno organiziran trg, ki poteka v obliki dražbe (Vadnal, 2008).

Hmeljarstvo je izjema v kmetijstvu, saj se v povprečju več kot 97 % hmelja uporablja v pivovarski industriji (Hintermeier in sod., 2012), zato hmelja ne prodajajo na avkcijah ali blagovnih borzah. Pivovarne večinoma kupujejo hmelj pri maloštevilnih organiziranih trgovcih s hmeljem. Glede na potrebe oz. povpraševanje pivovarn pa za tem trgovci iščejo pridelek pri hmeljarjih oz. njihovih posrednikih (Pavlovič, 2012a).

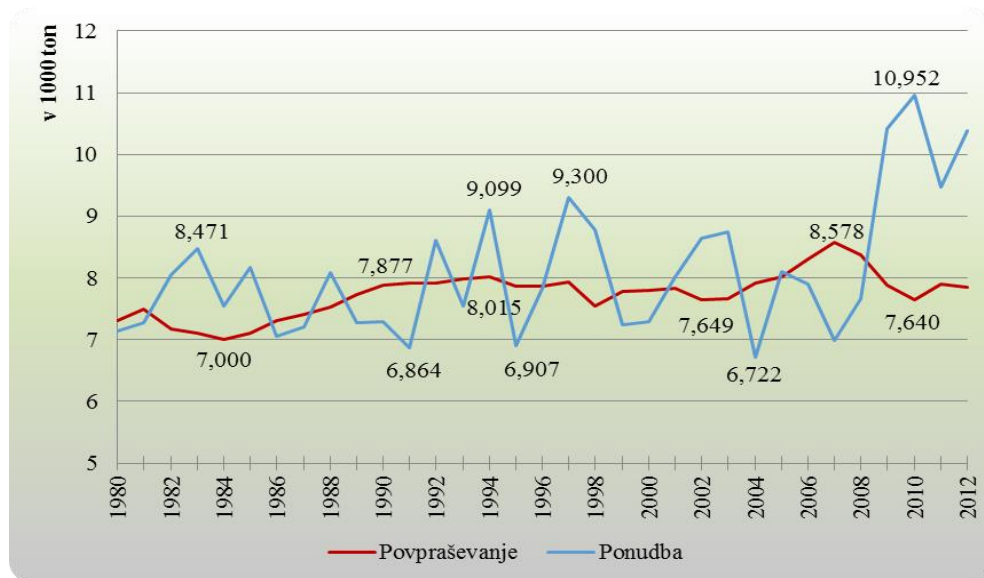
Hmeljarji se redko odločajo za samostojno trgovino s hmeljem, saj taka odločitev zahteva precej dodatnega podjetniškega znanja in stalni poslovni stik s tujimi hmeljarji, trgovci in pivovarji. Tako večina hmeljarjev po svetu svoj pridelek proda na lokalnih trgih znotraj različnih poslovnih oblik organiziranosti, lokalni trgovci, ki so lahko tudi sami hmeljarji, pa za tem ponudijo pridelek mednarodno organiziranim trgovcem s hmeljem, redkeje tudi neposredno pivovarnam (Pavlovič, 2012b).

Trg s hmeljem ima značilnost oligopsona, kjer je majhno število povpraševalcev in ogromno ponudnikov. Ima tudi značaj t.i. dvojnega trga, saj trgujejo z njim na t.i. pogodbenem in na prostem trgu. Podobno velja npr. še za kavčuk, tropski les, baker, svinec, sladkor. Dvojni trg pomeni tudi dvojne cene. Na zaprtem oz. oligopsonskem delu trga – trga srednjeročnih in dolgoročnih pogodb, so le-te mnogo stabilnejše kot na prostem trgu. Proste cene so tem bolj spreminjajoče, čim manjši je delež prostega trga v celotni svetovni menjavi.

Kot je razvidno iz slike 1, je povpraševanje po hmelju precej bolj konstantno kot ponudba. To je razumljivo, saj je ponudba v veliko večji meri odvisna od zunanjih dejavnikov, predvsem vremenskih razmer ter posledično pojava različnih boleznih in škodljivcev. Leta 1980 je povpraševanje po hmeljnih grenčicah (alfa-kislinah) znašalo 7.315 t in je do leta 2012 naraslo za 7,4 % na 7.855 t. Najvišjo vrednost je doseglo v letu 2007, ko je znašalo 8.578 t, najnižja raven pa je bila leta 1984, ko je znašalo 7.000 t hmeljnih grenčic. Ponudba hmelja je v letu 1980 (pridelek 1979) znašala 7.142 t hmeljnih grenčic in je do leta 2012 narasla za 45,3 % na 10.378 t. Najvišjo raven je dosegla v letu 2010, ko je znašala 10.952 t, najnižjo pa v letu 2004, 6.722 t.

V letu 2009 beležimo na trgu presežek hmeljnih grenčic, enako stanje se je ohranilo vse do 2013. Ponudba se je sicer nekoliko znižala, ob napovedih dviga povpraševanja pa se je situacija na trgu za hmeljarje postopoma izboljšala. V veliki meri je izboljšanje stanja potrebno pripisati industriji butičnih piv (angl. *craft*

beers) v ZDA in vedno več novim posnemovalcem po svetu. Butična piva vsebujejo med drugim precej večjo količino hmelja, kar posledično pomeni povečanje povpraševanja (Barth-Haas Group, 2013).



Slika 1: Ponudba in povpraševanje po hmeljnih grenčicah (alfa-kislinah) 1980-2012

Figure 1: Supply and demand for alpha-acids in hops 1980-2012 (Vir: Barth-Haas Group, The Barth Report, Hops 1980/1981-2012/2013)

1.1 Pogodbena prodaja hmelja

Odstopanja med ponudbo in povpraševanjem so v preteklosti že povzročala primanjkljaje oz. presežke pridelka hmelja, kar je vplivalo na izrazito kratkoročno spreminjanje cen hmelja. Zaradi tega so v 60-ih letih prejšnjega stoletja trgovci s hmeljem uvedli pogodbeno prodajo hmelja. Na ta način je cena hmelja več let ostala nespremenjena oz. pogodbeno določena glede na sorto, območje pridelave, kakovost hmelja in dobavitelja. Tak način omogoča hmeljarjem večleten stabilen prihodek od prodaje hmelja, s tem pa tudi lažje dolgoročno podjetniško poslovanje (Pavlovič, 2012b).

Pogodbena prodaja hmelja se uvršča med terminske transakcije (angl. *forward transactions*). Gre za posle, ki se sklenejo danes za dobavo hmelja v prihodnjem, točno določenem času, za določeno količino, kakovost in ceno hmelja. Take transakcije štejemo med izvedene finančne instrumente (angl. *financial*

derivatives), za katere je značilno, da se navezujejo na neko blago oz. drug vrednostni papir (Mrak, 2002).

Pogodbena prodaja hmelja se vrši po fiksnih cenah za 3-5 let vnaprej, redkeje več. V povprečju prodajo hmeljarji na globalni ravni od 80 do 90 % pridelka po vnaprej določenih cenah še pred obiranjem (Pavlovič, 2012c).

Dolgoročno ima odkupna cena velik vpliv na ponudbo, saj lahko hmeljarji le kratkoročno pridelujejo pod lastno ceno. Če je prodajna cena hmelja na ravni spremenljivih oz. variabilnih stroškov, dolgoročno vsekakor ni sprejemljiva, saj pridelujemo negospodarno – z izgubo. Dolgoročno pa nedobičkonosnost prinaša opuščanje pridelave hmelja. Prodajna cena hmelja, ki je višja, kot so celotni modelni stroški pridelave, pa omogoča povprečno uspešnim hmeljarjem zaslužek oz. dobiček, s čimer lahko sprejemajo nove podjetniške odločitve o povečanju pridelave (Pavlovič, 2012b). Riziko prenizkih cen hmeljarji zmanjšujejo s sklepanjem poslov o prodaji hmelja na pogodbenem trgu.

1.2 Prosta prodaja hmelja

Poleg pogodbene prodaje hmelja se je ohranila tudi prodaja na prostem trgu – predvsem na pridelovalnih območjih Srednje in Vzhodne Evrope. To je prodaja brez dolgoročnih dogovorov in brez pogodbenih obveznosti. Hmeljarji so torej podvrženi veliko večjim podjetniškemu rizikom, saj je v ozadju špekulacija o globalnem pomanjkanju hmelja, ki omogoča zaslužke. Glede na visoko tveganje je taka prodaja upravičena le ob dobrem poznavanju globalnega trga in za manjši del količin pridelka, t.j. do 25 % (Pavlovič, 2012b).

Prodajo na prostem trgu lahko označimo tudi kot promptni posel (angl. *spot transaction*). Gre za učinkovite posle, kjer se kupci in prodajalci dogovorijo o ceni in pogodbeni količini ter kakovosti hmelja za takojšnjo dobavo. Promptni posli imajo nekatere pomanjkljivosti, saj gre za pogodbe, ki so sklenjene med dvema strankama, kar v primeru, da se ena od strank premisli, povzroča problem vzpostavitve sekundarnega trga, če ta sploh obstaja (Jamnik, 1999).

Na splošno velja, da so cene surovin (kamor lahko uvrščamo tudi cene hmelja na prostem trgu) nagnjene k pogostim in ostrim fluktuacijam. Gre za krožna nihanja, pri katerih si sledijo zdrs in vzponi cen. Industrijske cene so veliko bolj stabilne kot cene surovinskih proizvodov. Razlog je v tem, da se ponudba in povpraševanje pri industrijskih proizvodih prilagajata spremembam na trgu preko sprememb v proizvodnji in zalogah, medtem ko se pri surovinskih preko sprememb cen, saj se pridelovalci ne morejo odzvati s prilagajanjem količine. Elastičnost ponudbe (odnos med nihanjem cen in spremembami ponudbe na trgu) je pri kmetijskih

pridelkih zelo majhna, če ne enaka nič, saj je izredno težko in pogosto v kratkem roku nemogoče prilagoditi proizvodnjo/ponudbo povpraševanju (Flere, 1995).

Temeljni zakon povpraševanja je takšen, da je pri višji ceni količina povpraševanja manjša (Lah in sod., 2007). Pri prosti prodaji hmelja to ne drži. Pomemben vidik pri prodaji hmelja na prostem trgu je, da je hmelj ena izmed osnovnih surovin v pivu, predstavlja običajno okoli en odstotek stroškov proizvodnje piva (ARDD, 2009). Zato velja, da v obdobjih pomanjkanja hmelja - cena ni najbolj bistven dejavnik za odkup hmelja. Pivovarne so v kratkoročnem času, ko obstaja potreba, pripravljene plačati takšno ceno, kot se na trgu oblikuje - ne glede na njeno višino. V času globalnega primanjkljaja to dejstvo hmeljarjem omogoča špekulativne zasluzke. V nadpovprečno dobrih letinah, oz. visokih zalogah, pa je slika obratna (Pavlovič, 2012b). Navedeno kaže na visoko cenovno neelastičnost povpraševanja oz. celo popolno neelastičnost na kratkoročnem trgu. Ob spremembi cene se povpraševanje po hmelju ne spremeni (Lah in sod., 2007) ob predpostavki, da zalog ni.

2 DEJAVNIKI POVPRASEVANJA PO HMELJU

Povpraševanje pomeni vse tržne sile, ki se uveljavljajo z delovanjem kupcev in vplivajo na njihovo pripravljenost za nakup določene količine blaga ali storitve po raznih cenah. Individualno povpraševanje je odvisno od (Kramar, 2008; Prašnikar in sod., 2005) **subjektivnih dejavnikov** (potrebe, intenzivnost potreb, želje, okusi, običaji, stil življenja, rekreacija ipd.) in **objektivnih dejavnikov**, ki določajo kupno moč kupca (denarni dohodek, cene dobrine, cene substitutov, število prebivalstva, struktura prebivalstva, raven razvitosti ipd.). Iz navedenega lahko opredelimo naslednje glavne dejavnike povpraševanja po hmelju: (i) količina proizvedenega piva, (ii) tehnologija hmeljenja (odmerek hmeljnih grenčic v pivu), (iii) zaloge hmelja pri trgovcih in pivovarjih, (iv) cena hmelja, (v) količina in vrste substitutov, (vi) svetovno prebivalstvo, (vii) svetovni BDP, itd. V nadaljevanju osvetljujemo nekatere izbrane elemente povpraševanja po hmelju. Gradivo obsega analizirane statistične podatke v okviru že uveljavljene metodologije Mednarodne hmeljarske organizacije (www.ihgc.org) ter statistike iz različnih poslovnih poročil hmeljarskih organizacij in trgovskih podjetij s hmeljem (Pavlovič in Koumboulis, 2004; IHGC, 2014).

2.1 Količina proizvodnje piva

Okoli 97 % hmelja se porabi v pivovarske namene (Hintermeier in sod., 2012). Povpraševanje po hmeljnih grenčicah tako narekujejo pivovarne po vsem svetu. V preglednici 1 je predstavljenih 15 največjih pivovarskih skupin v letu 2012, ki imajo skupaj malo manj kot 70 % svetovni tržni delež v proizvodnji piva. Pet

največjih pivovarskih skupin pa skupaj obvladuje že okoli polovico svetovnega trga.

Preglednica 1: Pregled 15 največjih pivovarskih skupin na dan 31. 12. 2012 (Vir: JBS, 2012)

Table 1: The 15 biggest brewing groups on 31.12.2012

	Pivovarske skupine	Država	Proizvodnja piva v mio hl	Tržni delež
1	AB InBev	Belgija	352,9	18,1
2	SAB Miller	Anglija	190,0	9,7
3	Heineken	Nizozemska	171,7	8,8
4	Carlsberg	Danska	120,4	6,2
5	China Resource Brevery Ltd.	Kitajska	106,2	5,4
6	Tsingtao Brevery Group	Kitajska	78,8	4,0
7	Grupo Modelo	Mehika	55,8	2,9
8	Molson-Coors	ZDA/Kanada	55,1	2,8
9	Yanjing	Kitajska	54,0	2,8
10	Kirin	Japonska	49,3	2,5
11	Efes Group	Turčija	28,4	1,5
12	BGI/Groupe Castel	Francija	26,7	1,4
13	Ashai	Japonska	21,2	1,1
14	Gold Star	Kitajska	19,7	1,0
15	Diageo (Guinness)	Irska	19,2	1,0
	Ostale pivovarne		601,9	30,8
	SKUPAJ		1.951,3	100,0

Največja pivovarska skupina na svetu je belgijska AB InBev, ki nadzoruje kar 18 % svetovne proizvodnje piva. Pivovarska skupina je lastnik več kot 200 pivovarskih znamk, med drugimi tudi takšnih, kot so Budweiser, Stella Artois, Beck's, Skol in Jupiler. Skupaj ima podjetja v 23 državah in približno 116.000 zaposlenih. Da gre za pivovarskega velikana, dokazuje tudi promet v letu 2011, ki je dosegel kar 39 milijard dolarjev. Podjetje ima tudi spoštovanja vredno tradicijo, ki sega v leto 1366, ko je v Leuvenu že delovala pivovarna Den Hoorn (Delo.si, 2012).

Gospodarska kriza in z njo padec potrošnje sta v zadnjih letih vplivali na prestrukturiranje pivovarskega sektorja, ki ga je povzročila konsolidacija dejavnosti tako v EU kot po vsem svetu. Zaradi svetovnih razmer, želje po čim nižjih stroških in potrebe po vstopih na nove trge so v zadnjih letih tako na področju pivovarstva značilne različne kapitalske povezave. Hkrati pa se je v vseh državah povečalo tudi število manjših pivovarn, s čimer se je povečala raznolikost ponudbe za potrošnika (Jirovec in sod., 2013).

Vmesni člen med ponudniki in povpraševalci so trgovci s hmeljem. V zadnjih 60-ih letih se je število trgovcev po svetu močno zmanjšalo. V 21. stoletju prevladuje na mednarodnem trgu s hmeljem majhno število velikih mednarodnih trgovcev. V večini izhajajo iz Nemčije in imajo zastopnike v ZDA in drugje po svetu. Večina trgovcev je vertikalno organizirana in imajo v lasti tudi svoje hmeljne nasade, s katerimi lažje zadovoljujejo povpraševanje oz. nadzorujejo ponudbo hmelja na trgu. Največji dve trgovski podjetji s hmeljem in njegovimi različnimi proizvodi, ki skrbita za pridelavo, predelavo in trženje hmelja sta Joh. Barth & Sohn in Hopsteiner. Nadzorujeta več kot dve tretjini količin svetovne dobave pivovarnam (Pavlovič, 2012c).

2.2 Tehnologija hmeljenja oz. odmerek hmeljnih grenčic v pivu

Okuse potrošnikov pri pitju piva lahko v grobem opredelimo tudi v odmerku hmeljnih grenčic v pivu. V odmerku se odraža tehnologija hmeljenja. Tehnološki napredek in z njim spreminjajoča se tehnologija proizvodnje piva z boljšim izkoristkom sestavin v surovinah in pa rastoči trend pitja tipov piva polnega okusa (angl. *craft beers*) vplivajo na povečevanje globalnega povprečnega odmerka grenčičnih snovi v pivu (hmeljnih grenčic oz. alfa-kislin). Velike spremembe na področju razvoja tehnologije imajo velik vpliv tako na hmeljarsko pridelavo, kot na proizvodnjo piva. Največje spremembe beležimo na področjih kot so (Pavlovič, 2012c):

- **proizvodnja piva:** avtomatično doziranje, odmerki dodatkov hmelja, čas slajenja, pogosta uporaba hmeljnih proizvodov;
- **predelava hmelja:** briketi 90 in 45, ekstrakti iz hmelja, izomerizirani hmeljni proizvodi;
- **pridelava hmelja:** spremembe v sortni strukturi;
- **analitične metode;**
- **ekološke izboljšave;**
- **varnost in zaščita zdravja.**

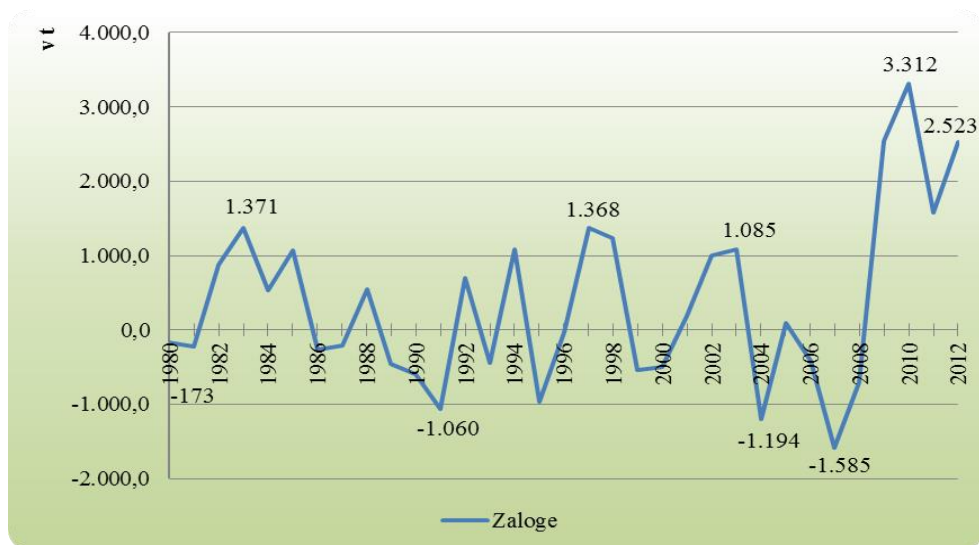
Na zmanjševanje odmerka hmelja v pivu vpliva tudi naraščanje prodaje piva predvsem v državah, kjer je pitje piva tradicionalno povezano z manjšo vsebnostjo hmeljnih grenčic (Majer in sod., 2002; The Barth Report, 1997). Predvsem je tu v ospredju Kitajska, kjer kljub visokemu povečanju proizvodnje piva povpraševanje po hmelju ostaja relativno nizko (Dornbusch in sod., 2011). Na podlagi posrednega izračuna iz razmerja med proizvedenimi količinami piva in pridelanimi količinami hmelja v predhodnem letu, smo v letu 1980 beležili porabo 7,8 gramov hmeljnih grenčic na hektoliter piva. V letu 2012, pa je odmerek znašal le še 4,5 g/hl piva. Pri proizvodnji tipov piva polnega okusa v ZDA velja ocena, da so odmerki hmelja oz. vsebnosti grenčic v pivu tudi nekajkrat višji.

Na drugi strani pa se v preučevanem obdobju nenehno povečuje povprečna vsebnost grenčičnih snovi v novih, visoko-grenčičnih sortah hmelja (angl. *super alpha hops*). Ta je bila leta 1980 na mednarodni ravni 6,0 %, v letu 1998 pa že 7,7 % in pomeni, da se v globalni sortni strukturi v preučevanem obdobju na račun aromatičnih in z grenčico manj bogatih sort povečuje delež t.i. visoko-grenčičnih kultivarjev hmelja (Majer in sod., 2002). V letu 2012, kjer zaključimo analizirano obdobje, pa znaša povprečna vsebnost alfa-kislin v globalni pridelavi hmelja že 10,3 %. Trend sprememb okusov pivcev piva pa že nakazuje jasen zasuk - v povečevanje svetovnega deleža aromatičnih (angl. *aroma hops*) in dodatno še t.i. dišavnih sort hmelja (angl. *flavour hops*).

Iz statistik v letih 1980-2012 jasno zaznamo dolgoletni trend zmanjševanja porabe hmelja na hl piva, na drugi strani pa se zaradi svetovnega povečevanja proizvodnje piva povečuje globalna poraba hmeljnih grenčic.

2.3 Zaloge produktov hmelja

Vsakoletne razlike med ponudbo in povpraševanjem ustvarjajo zaloge, ki se na eni strani lahko kopičijo pri hmeljarjih ali trgovcih, na drugi strani pa tudi v pivovarnah. Ustvarjene zaloge v preteklem letu vplivajo na povpraševanje v tekočem letu. Gibanje zalog hmeljnih grenčic od leta 1980 do 2012 je prikazano na sliki 2.



Slika 2: Zaloge hmeljnih grenčic v tonah v obdobju od 1980–2012 (Prirejeno po: Barth-Haas Group, The Barth Report, Hops 1980/1981–2012/2013)

Figure 2: Alpha-acid stocks in tons in the period 1980–2012

Zaloge hmelja preko ponudbe in povpraševanja uravnavajo trg in gibanje cen. V primeru, ko na trgu obstajajo obilne zaloge hmelja, cene padejo, hmeljarji pa posledično zmanjšujejo pridelavo. V primeru primanjkljaja pa je situacija obratna.

Največji primanjkljaj hmelja v obravnavanem obdobju 33 let je bil leta 2007, ko je znašal 1.585 t hmeljnih grenčic, največji presežek pa 3 leta kasneje, 3.312 t. Najdaljše obdobje primanjkljaja je dolgo 3 leta, in je bilo od leta 1989 do 1992 in od leta 2006 do 2008. Najdaljše obdobje presežka pa se je pričelo z letom 2009 in je trajalo vse do zaznane podpovprečne letine hmelja v 2013 (Pavlovič, 2013).

2.4 Substituti pivu

Industrija pijač deluje v zelo konkurenčnem okolju z ogromno blagovnimi znamkami, ki vplivajo na kupce. Trg pijač ni enoten, je skupek manjših trgov z različnimi izdelki in zahtevami. Vse te različne trge lahko razdelimo v dve skupini: alkoholne (pivo, vino, žganje) in brezalkoholne pijače (sokovi, vode ipd.). Substituti pivu so tako na eni strani druge alkoholne pijače in vse brezalkoholne pijače. Vsaka kategorija pijač pa ima svoje tržne zakonitosti.

Trgi v razvitih državah se krčijo, mlajše generacije se obračajo k drugim pijačam. Tako pivovarne vedno težje dosegajo mlajše potrošnike. Nova multimedijska generacija se vedno bolj nagiba k eksotičnim pijačam. Družba za raziskovanje potrošništva je ugotovila, da v Nemčiji 61 % ljudi v starosti od 24 do 29 let redko ali sploh ne pije piva (Jurkas, 2009).

Spletni vir Companies and Markets (Global Beverage Market) navaja, da je rast pivovarskega trga stabilna, vendar beleži nizke stopnje rasti. Medtem pa rast proizvodnje industrije brezalkoholnih pijač na zrelih, razvitih trgih stagnira, na trgih v razvoju pa se visoke stopnje rasti upočasnjujejo, a prinašajo še vedno visoke dobičke. Po količini prodaje prednjači v letu 2013 ustekleničena voda z načrtovano stopnjo rasti 5,4 %. Svetovna poraba energijskih pijač se je povečala za 14 % v 2011 (4,8 mrd. l) glede na leto 2007. Povprečna letna rast v obdobju 2009-2013 je znašala kar 10 %. Tudi trg žganja dosega visoke stopnje rasti. Do leta 2015 beležijo oceno 11 % rast količine prodanega žganja (CM.com, 2013).

V prispevku zgoščeno primerjamo kot substitut pivu količine vina. Za razliko od proizvodnje piva, ki strmo narašča, kažejo podatki na področju pridelave vina drugačno sliko. Od leta 1980, ko je bila pridelava vina na nivoju 29,4 mio l, je do leta 1991 strmo upadla. Zmanjšala se je za 23,7 % in je v letu 1991 znašala 22,4 mio l. Od tega leta naprej je zaznati stagnacijo oz. nizko rast - do leta 2009 je narasla za 2,7 % na 23,0 mio l. Enako kot potrošnja piva na prebivalca nad 15 let konstantno upada tudi potrošnja vina na prebivalca v starosti nad 15 let. V letu

1980 je znašala 10,2 l na prebivalca in se je do leta 2009 zmanjšala za 54,8 %, na 4,6 l na prebivalca.

3 ZAKLJUČEK

Gospodarska pridelava hmelja je razširjena v približno 30 državah sveta severne in južne poloble. V letu 2014 sta bili globalno najpomembnejši državi pridelovalki hmelja, oz. alfa-kislin Nemčija (40% oz. 42%) in ZDA (34% oz. 39%). Po pridelku na svetovni ravni sledijo v 2014 Kitajska, Češka, Slovenija in Poljska (IHGC, 2014).

Povpraševanje po produktih hmelja za potrebe pivovarstva je precej bolj konstantno kot pa ponudba hmelja – vezana na pridelavo v hmeljiščih. Namen preglednega članka je v orisu značilnosti svetovnega trga s hmeljem – s poudarkom na analizi izbranih elementov globalnega povpraševanja po hmelju za obdobje 33 let – od 1980 do 2012. Pregled izbranih statistik povpraševanja po hmelju (proizvodnja piva, odmerki grenčic oz. t.i. alfa-kislin v pivu, zaloge produktov hmelja, substituti) pojasnjuje del zakonitosti oblikovanja cen hmelja na globalnem trgu.

Članek je del gradiva diseminacije mednarodnega projekta *Micro-brewing learning and training program (LdV Beer School)* LLP-LDV-TOI-2013-1-SI1-LEO05-05341 - v okviru finančne sheme EU Leonardo da Vinci. Avtor članka in vodja projekta se zahvaljuje ustanovi CMEPIUS in projektni skupini za sodelovanje.

4 LITERATURA

- ARRD, Agriculture and Rural Development Directorate – General. *Evaluation of the CAP measures related to hops. Executive summary, 2009, s. 8.* http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/hops/exec_sum_en.pdf (17.6.2014).
- Barth-Haas Group. *The Barth Report, Hops 1980/1981 – 2012/2013.* Nuremberg: Joh. Barth & Sohn GmbH & Co KG.
- Delo.si. (2012). Carlos Brito, skromni šef največje pivovarne na svetu. *Delo.si.* <http://www.delo.si/druzba/republikapivonija/carlos-brito-skromni-sef-najvecje-pivovarne-na-svetu.html> (12.3.2012).
- Dornbusch, H., Drexler, G., König, W., Ward, I. (2011). 2011 World Barley and Hops Harvest. *The New Brewer*, 28(6): 38-53.
- Flere, J. (1995). *Surovine v svetovnem gospodarstvu.* Ljubljana: Center za mednarodno sodelovanje in razvoj - CMSR.
- CM.com. 2013. *Global Beverage Market.* <http://www.companiesandmarkets.com/MarketInsight/Food-and-Drink/Global-Beverage-Market/NI6953> (15.9.2014).
- Hintermeier, P., Cooberg H. J. *Market Report. November 2012.* Nuremberg: Economic Committee of the IHGC.

- IHGC. (2014). International Hop Growers' Convention. Economic Committee country report. Nuremberg.
- Jamnik, D. (1999). *Mednarodni trgi kave in konkurenčna analiza slovenskega trga kave* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Jirovec, L. & Calleja, E. (2013). *Osnutek mnenja posvetovalne komisije za spremembe v industriji (CCMI) o spodbujanju potenciala rasti v evropskem pivovarstvu (mnenje na lastno pobudo)*. Bruselj: Evropski ekonomsko-socialni odbor. https://toad.eesc.europa.eu/ViewDoc.aspx?doc=ces%5Cccmi%5Cccmi114%5CSL%5CCES2391-2013_00_00_TRA_PA_SL.doc&docid=2931128 (12.10.2013).
- JBS, Joh. Barth & Sohn GmbH & Co. KG. (2012). *Beer Production. Market Leaders and their Challengers in the Top 40 Countries in 2012*. Nuremberg.
- Jurkas, A. (2009). *Značilnosti in posebnosti integriranega tržnega komuniciranja v pivovarski industriji (primerjava slovenski in hrvaški trg)* (diplomsko delo). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kramar, B. (2008). *Ekonomika poslovanja*. Ljubljana: LEILA, Višja strokovna šola – poslovni sekretar d.o.o.
- Lah, M., & Ilič, B. (2007). *Temelji ekonomije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Majer, D., Virant, M., Pavlovič, M. (2002). Hmeljarstvo v svetu in pri nas. V D. Majer (ur.), *Priročnik za hmeljarje*, 17-19. Žalec: Inštitut za hmeljarstvo in pivovarstvo Slovenije.
- Mrak, M. (2002). *Mednarodne finance*. Ljubljana: GV Založba.
- Pavlovič, M., Koumboulis, F. N. (2004). Methodology of an IHGC market supply data collation. *Hmeljarski bilten*, 11: 17-24.
- Pavlovič, M. (2012a). Mednarodna razsežnost hmeljarstva. V B. Čeh (ur.), *Hmelj od sadike do storžkov*, 11-12. Žalec: Inštitut za hmeljarstvo in pivovarstvo Slovenije.
- Pavlovič, M. (2012b). Gospodarnost pridelave hmelja. V B. Čeh (ur.), *Hmelj od sadike do storžkov*, 125-129. Žalec: Inštitut za hmeljarstvo in pivovarstvo Slovenije.
- Pavlovič, M. (2012c). *EU Hop industry. Production, organization, policy and marketing*. Saarbrücken: LAMBERT Academic Publishing.
- Pavlovič, M. (2012d). Production Character of the EU Hop Industry. *Bulgarian Journal of Agricultural Science*, 18(2): 233-239.
- Pavlovič, M. (2013). Signali povečanega povpraševanja po hmelju na trgu pivovarskih surovin. *Hmeljar*, 75: 4-5.
- Prašnikar, J., Domadenik, P. (2005). *Mikroekonomija*. Ljubljana: GV Založba, d.o.o.
- Vadnal, K. (2008). *Kmetijsko trženje*. Ljubljana: Biotehniška fakulteta.