

Krzysztof Zmarzłowski, Arkadiusz Orłowski

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

ZMIANY NA RYNKU WYROBÓW SPIRYTUSOWYCH W LATACH 1999-2009

CHANGES IN THE POLISH MARKET OF SPIRITS PRODUCTS DURING THE PERIOD 1999-2009

Słowa kluczowe: wyroby spirytusowe, stawka akcyzowa, rynek alkoholi

Key words: spirits, excise duty, alcoholic beverage market

Abstrakt. Scharakteryzowano najważniejsze zmiany w okresie 1998-2009, jakie miały miejsce na rynku wyrobów spirytusowych zarówno wśród producentów, a także w spożyciu wyrobów spirytusowych. W tym celu posłużono się tradycyjnymi metodami analizy danych tabelarycznych oraz wykresowych. W badaniu wykorzystano dane statystyki masowej Głównego Urzędu Statystycznego oraz dane Ministerstwa Finansów.

Wstęp

Technologia produkcji mocnych trunków dotarła do Polski pomiędzy XIII a XIV wiekiem, za pośrednictwem kupców arabskich i włoskich. Polacy unowocześnili ją dzięki produkcji mocnych trunków ze zboża oraz ziemniaków. Dzięki temu na terenie Polski otrzymano po raz pierwszy napój alkoholowy zwany gorzałką, a później wódką [Cieślak 1992]. Rocznie w Polsce sprzedawane jest ponad 3023 mld l wszystkich alkoholi, w tym największy udział w tej sprzedaży ma piwo (ok. 88% w wolumenie oraz 51% w wartości). Drugim, co do wielkości jest rynek wyrobów spirytusowych, w którym prym wiodzie wódka. Stanowi on ok. 40% wartości sprzedaży oraz 8% sprzedanego wolumenu alkoholi. Na branżę winną przypada ponad 6% udziału wartościowego sprzedaży oraz 3% ilościowego. Pozostałą grupę na rynku wyrobów alkoholowych stanowią alkohole na bazie spirytusów, piwa i wina, m.in. gotowe drinki (zwane RTD – *ready to drink*) [Andrzejewska 2009].

Materiał i metodyka badań

Celem badań była charakterystyka polskiego rynku wyrobów spirytusowych w latach 1998-2009. Problematyka dotyczyła trzech aspektów: zmian na rynku wyrobów spirytusowych, które zaszły po 1998 r., wpływu rynku wyrobów alkoholowych na budżet państwa oraz zmian w spożyciu wyrobów alkoholowych w badanym okresie. W badaniu zastosowano tradycyjne metody analizy oraz prezentacji danych, tj. techniki tabelaryczne oraz graficzne. Głównym materiałem badawczym były dane Głównego Urzędu Statystycznego, Ministerstwa Finansów, Polskiego Przemysłu Spirytusowego oraz pochodne dane zaczerpnięte z innych artykułów oraz badań.

Przekształcenia branży spirytusowej po 1989 roku

Po 1989 r. i zmianie systemu polityczno-społecznego w Polsce, zarysowały się tendencje, zmierzające do demonopolizacji polskiej gospodarki [Zawadzki 1997]. Również upodobania i przyzwyczajenia konsumentów napojów alkoholowych zaczęły się zmieniać. Bardziej modne stało się piwo, które było i nadal jest największym substytutem mocnych trunków. W wyniku tego, rynek wyrobów alkoholowych w przeciągu ostatnich 20 lat uległ ogromnym przekształceniom, które nie we wszystkich przypadkach były korzystne. Jedną z pierwszych oznak przystosowania do gospodarki kapitalistycznej były podziały w branży spirytusowej. Ogólnokrajowe Przedsiębiorstwo Przemysłu Spirytusowego „Polmos” rozdzielono na 25 samodzielnych przedsiębiorstw „Polmos”. Po zmianach tych, jedynym niepodzielnym składnikiem majątku pozostały znaki towarowe. Łączna liczba marek zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym w tym okresie wynosiła 46. Prawa do znaków towarowych rościło każde z 25 przedsiębiorstw „Polmos”. Dlatego na przełomie 2000 r. opracowano system podziału znaków towarowych oparty na punktowym znaczeniu

Tabela 1. Wybrane prywatyzacje przedsiębiorstw Polmos w latach 2001–2005
Table 1. The selected privatization of Polmos companies between 2001 and 2005

Filia „Polmosu”/ Company name	Rok prywatyzacji/ Year of privatization	Firma przejmująca/ New owner
Poznań	2001	Wyborowa S.A. (Pernod-Ricard), Francja
Żyrardów	2002	Phillips Millennium, USA
Kutno	2001	osoby fizyczne
Starogard Gdański	2002	Grupa Sobieski S.A. (Belvedere), Francja
Kraków	2003	Grupa Sobieski S.A.
Lublin	2003	Jabłonna (od 2007 r. przejęte przez Stock Polska)
Warszawa	2003	spółka pracownicza
Łańcut	2003	Caribbean Distillers od 2004 r. Grupa Sobieski S.A.
Akwawit Leszno	2003	Grupa Brasco, Polska
Wrocław	2003	Grupa Brasco, Polska
Zielona Góra	2003	Vin & Spirit, Szwecja (obecnie połączone z Pernod Ricard)
Białystok	2005	CEDC, USA
Siedlce	2004	Peacock Corporation, USA (obecnie Podlaska Wytwórnia Wódek S.A.)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zaczerpniętych z archiwalnej witryny internetowej Związku Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy (ZPPPS)

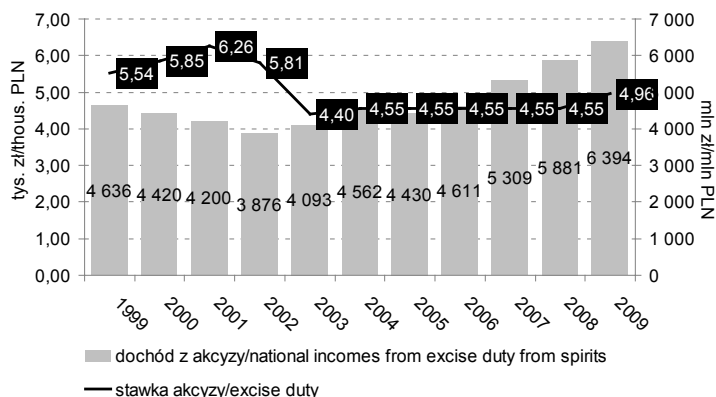
Source: own study based on the archival website of Polish Spirits Industry

poszczególnych „Polmosów” [www.pps.waw.pl]. Następnie państwo dokonało prywatyzacji sektora spirytusowego, w wyniku której na polski rynek wkroczył kapitał zagraniczny. W tabeli 1 przedstawiono jedną z najważniejszych prywatyzacji przeprowadzonych w pierwszym 10-leciu XXI wieku w Polsce.

Rynek wyrobów spirytusowych a podatek akcyzowy

Największy wpływ na cenę wyrobów spirytusowych ma wysokość podatku akcyzowego oraz VAT. Poziom akcyzy na wyroby spirytusowe w przeciągu 11 lat zmieniał się kilkakrotnie. Poziom podatku akcyzowego dla alkoholi mocnych od 1996 r. ustawnie rósł, osiągając swoje maksimum w 2001 r. (ok. 6,3 tys. zł/hl 100% spirytusu). Interesujące jest to, że wraz ze zwiększaniem wysokości stawki akcyzowej dochody skarbu państwa z tego tytułu malały (rys. 1). Takie zjawisko jest potwierdzeniem sławnej teorii Artura Laffera, mówiącej o spadku wpływów z podatków w momencie przekroczenia stawki podatkowej o optymalnej wysokości.

Wzrost stawki akcyzowej powodował podwyższenie ceny produktu, a to z kolei automatycznie skutkowało zmniejszeniem popytu, szukaniem produktów substytucyjnych oraz wzrostem sprzedaży wyrobów



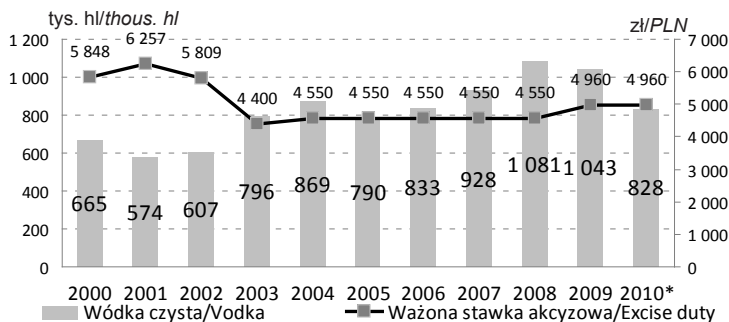
Rysunek 1. Wpływy do państwa z tytułu podatku akcyzowego od wyrobów spirytusowych i wysokość ważonej stawki podatku akcyzowego* w latach 1999–2009

Figure 1. The excise duty revenues from spirits between 1999 and 2009 and level of excise duty

* Ważona stawka akcyzowa = $(\text{akcyza}/\text{liczba miesięcy}_1 + \dots + \text{akcyza}/\text{liczba miesięcy}_i)/i$, gdzie i jest liczbą zmian stawki akcyzowej w ciągu roku/
 $\text{Weight Average excise duty} = (\text{excise duty}/\text{month amount } 1 + \dots + \text{excise duty}/\text{month amount } i)/i$, where i is amount t of changes of excise duty in 1 year

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Ministerstwa Finansów

Source: own study based on the Ministry of Finance data



Rysunek 2. Produkcja wódki czystej w latach 2000-2010* w Polsce, ważona stawka akcyzowa na 100 l 100% spirytusu
Figure 2. Production of vodka in Poland between 2000 and 2010* and the level of excise duty per 100 litres of pure alcohol equivalent

*dane za I-X 2010/data for period I-X 2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie Produkcja ważniejszych... 2000-2010 GUS oraz Ministerstwa Finansów
 Source: own study based on the Ministry of Finance and Produkcja ważniejszych... 2000-2010

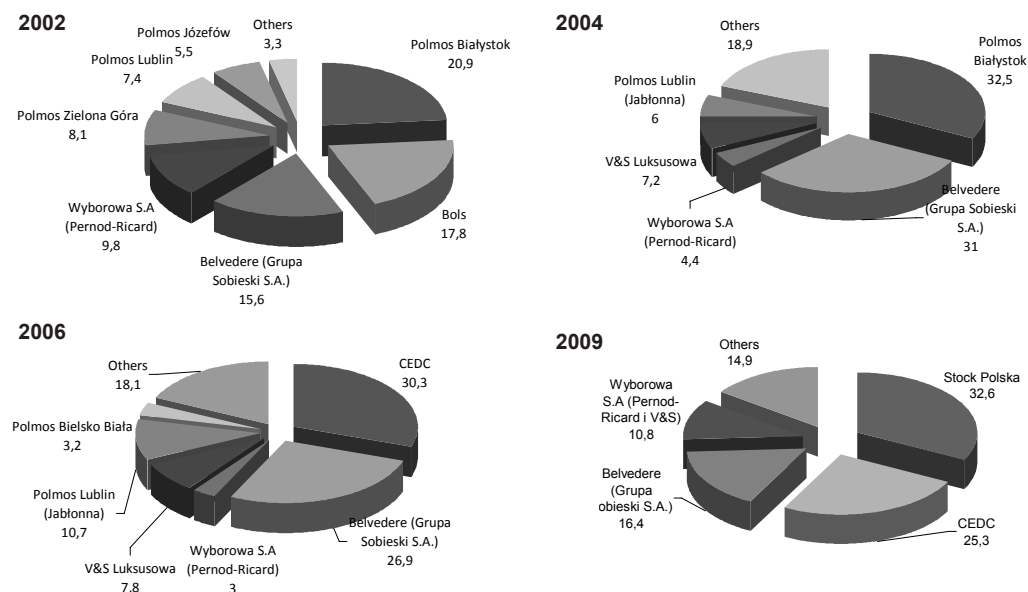
z nielegalnych źródeł. Taki stan rzeczy odbił się negatywnie na wynikach finansowych większości polskich producentów spirytusów, a nawet spowodował upadki niektórych z nich [Kilijanek 2007]. Od 2002 r. zaczęto zarówno prywatyzować polskie „Polmosy”, jak również rząd zaczął obniżać poziom stawki akcyzowej. Jej stabilizacja od 2003 r. w widoczny sposób wpłynęła zarówno na poprawę sytuacji branży spirytusowej, jak i na zwiększenie wpływów do skarbu państwa. W 2009 r. państwo zarobiło na akcyzie od wyrobów spirytusowych ok. 6,4 mld zł, w porównaniu do 2001 r. było to niemal 70% więcej. Na początku 2009 r. nastąpiło kolejne podwyższenie podatku akcyzowego, a od 1 stycznia 2011 r. zwiększyła się stawka podatku VAT. Z pewnością w dużym stopniu miało wpływ na wzrost cen wyrobów spirytusowych.

Produkcja oraz segmentacja rynku wyrobów spirytusowych

W pierwszej połowie lat 90. XX wieku ubiegłego stulecia branża charakteryzowała się dużą produkcją i rentownością. W związku z częstym wzrostem akcyzy, część konsumentów zmieniła preferencje, wybierając tańsze napoje alkoholowe o słabszej mocy, inni przeczucili się na tańszy alkohol wysokoprocentowy, pochodzący z przemytu lub nielegalnej produkcji. Wspomniane zmiany spowodowały problemy finansowe branży, wynikające ze spadku legalnej produkcji [Łakomy 2008].

Po przejściu większości gorzelni przez kapitał zagraniczny po 2001 r., polski przemysł spirytusowy podjął walkę o odzyskanie swojej pozycji w tej branży. Z analizy danych obejmujących produkcję wódki czystej, można stwierdzić, że w ostatnich 10 latach zwiększyła się ona o 57%. Wolumenowo było to zwiększenie potencjału produkcyjnego o blisko 380 tys. hl, średnio o 42 tys. hl rocznie (rys. 2). Porównanie wielkości produkcji z wysokością stawki akcyzowej dowodzi, że im większy podatek akcyzowy narzucany był na producentów, tym mniejsza była produkcja. Ustabilizowanie się tego podatku po 2003 r. w widoczny sposób wpłynęło na zwiększenie wolumenu produkcji wódki czystej. Potwierdzeniem pozytywnego wpływu zmniejszenia akcyzy na zwiększenie produkcji jest także istotny statystycznie współczynnik korelacji R Spearmana, który w tym przypadku wynosi -0,53. Oznacza to, że wysokość ustalanej stawki akcyzowej na spirytusy koreluje w ujemnym kierunku z wielkością produkowanej wódki. Podobnie, zwiększenie stawki akcyzowej powoduje spadek produkcji.

Ponad 90% gorzelni w Polsce należy do zachodnich przedsiębiorców, a kapitał polski w branży spirytusowej jest niemal marginalny, pomimo wielowiekowej, ponad 600-letniej tradycji wytwarzania tego trunku. Analizując dane na rysunku 3, można zauważyć, że w 2002 r. największy udział w sprzedaży wódki miał „Polmos” Białystok (ok. 21%). Razem ze spółkami „Bols” oraz „Belvedere” przedsiębiorstwa te miały blisko 55% udziału w rynku wódki. Dwa lata później „Polmos” Białystok z „Belvedere” mieli w swoich rękach niemal 64% krajowego rynku. Natomiast udziały pozostałych przedsiębiorstw nie przekraczały 10% sprzedaży. W 2005 r. amerykański koncern CEDC przejął „Polmos” Białystok i tym samym stał się największą firmą w Polsce produkującą alkohole na bazie spirytusu. Wyraźna dominacja grupy CEDC była widoczna na rynku wódki od 2006 do 2009 r. W tych latach do CEDC należało ponad 30% rynku sprzedaży tego trunku w Polsce. Drugim największym producentem w branży była Grupa Sobieski S.A. (należąca do francuskiego „Belvedere”), której wynik kształtował się powyżej 25% sprzedaży rynkowej. Natomiast trzecim co do wielkości przedsiębiorstwem był „Polmos” Lublin należący jeszcze



Rysunek 3. Udział w sprzedaży poszczególnych producentów wódki w wybranych latach w Polsce (ze względu na zaokrąglenia wartości w niektórych przypadkach nie daje 100%)

Figure 3. The sales shares of main vodka producers in Poland in selected years (figures may not add up to 100 due to rounding)

Źródło: opracowanie własne na podstawie Drewnowska 2010, Komuda 2006, Oktaba 2003

Source: own study based on Drewnowska 2010, Komuda 2006, Oktaba 2003

w 2006 r. do spółki Jabłonna (ok. 11%). W 2007 r. „Polmos” Lublin został przejęty przez „Stock” Polska, jedną z części amerykańskiej grupy Oaktree Capital Management. W wyniku tego przekształcenia i intensywnej polityki marketingowej oraz wprowadzenia kilku nowych produktów do gamy lubelskiego „Polmosu”, w 2009 r. „Stock” Polska uzyskała największy udział w rynku (ok. 34%). Na drugiej pozycji uplasował się CEDC z ok. 24% udziału w rynku, trzecie miejsce zajęła spółka Grupa „Sobieski” (ok. 17%), a czwarta była „Wyborowa” S.A. (ok. 10%). Łatwo zauważyć, że 84% rynku w 2009 r. należało do pięciu największych producentów [Andrzejewska 2009, Miskiewicz 2009].

Tabela 2. Udział sprzedaży detalicznej poszczególnych rodzajów wyrobów alkoholowych spirytusowych w od X 2007 do IX 2008 r. oraz od X 2008 do IX 2009 r.

Table 2. The retail sales shares of main types of spirits products between X 2007 and IX 2008 and between X 2008 and IX 2009

Rodzaj alkoholu/ Alcohol type	Wolumen sprzedaży [tys. l]/Sales volume [thous. l]		Zmiana/ Change [%]	Wartość sprzedaży [mln zł]/Sales [mln PLN]		Zmiana/ Change [%]
	X 2007-IX 2008	X 2008-IX 2009		X 2007-IX 2008	X 2008-IX 2009	
Wódka/Vodka	240 720,1	261 982,1	8,8	9 678,1	10 950,6	13,1
Brandy	3 468,5	3 776,8	8,9	194,0	219,8	13,3
Koniak/Cognac	247,8	128,1	-48,3	30,6	21,1	-31,0
Whisky	4 707,3	5 935,0	26,1	388,0	485,9	25,2
Gin	1 486,5	1 618,6	8,9	61,3	81,0	32,2
Rum	743,3	809,3	8,9	40,8	46,3	13,3
Likiery oraz napoje RTD/ Liquores	3 716,3	4 046,6	8,9	153,2	173,5	13,3
Ogółem/Total	255 089,8	278 296,5	9,1	10 545,9	11 978,3	13,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie Andrzejewska 2009

Source: own study based on Andrzejewska 2009

Udział sprzedaży detalicznej wódki w sprzedaży pozostałych wyrobów spirytusowych stanowi około 93% (tab. 2). Wartościowo jest to równoznaczne z przeszło 91-proc. udziałem w sprzedaży wyrobów spirytusowych. Jak można zauważyć, polska wódka nadal jest flagowym produktem wśród wyrobów spirytusowych i kupowana jest znacznie częściej niż pozostałe trunki tego rodzaju. Analizując jej sprzedaż w latach 2008-2009, zauważa się dość dużą dynamikę wzrostu (8,5% w stosunku ilościowym oraz 13% wartościowo). Warto zwrócić uwagę, że w okresie tych dwóch lat największy spadek popularności w grupie wyrobów spirytusowych odnotowały koniaki – aż 48% w wolumenie oraz 31% w wartości sprzedaży. Natomiast najbardziej wzrosła popularność Whisky, 26% wzrost ilościowy i 25% wartościowy. Udział pozostałych alkoholi spirytusowych również się zwiększył i kształtował się na poziomie ok. 9% w ilości oraz 13% w wartości sprzedaży.



Rysunek 4. Spożycie wyrobów spirytusowych na 1 mieszkańca w Polsce w latach 1992-2009

Figure 4. The consumption of spirits products per capita in Poland between 1992 and 2009

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Roczników Statystycznych GUS za lata 1992-2009

Source: own study based on the data of Central Statistical Office for the period 1992-2009

Przesunięcie dominacji w spożyciu wyrobów spirytusowych na piwo można było dostrzec, zwłaszcza na przełomie XX i XXI wieku. W obecnej chwili wyroby spirytusowe powoli zaczynają odzyskiwać popularność z pierwszej połowy lat 90. XX wieku. Na rysunku 4 można zauważyć jak problemy w branży spirytusowej w latach 1998-2003 wpłynęły na mniejszą ilość kupowanych wyrobów. Na takiej sytuacji zyskało zwłaszcza piwo, które jako substytut droższej wódki pozyskało liczną grupę jej konsumentów. Jeszcze na początku lat 90. XX wieku statystyczny Polak wypijał ok. 3,8 l wyrobów spirytusowych rocznie, ale już w latach 1999-2002 spożycie alkoholi spirytusowych na jednego mieszkańca wynosiło niecałe 1,9 l. Sytuacja zaczęła się wyraźnie poprawiać od 2003 r., kiedy to zaczęto prywatyzować większość polskich Polmosów. Od tego roku wzrastało ilościowo spożycie mocniejszych alkoholi. Wyjątkiem był 2009 r., w którym średnia ilość spożywanego napojów spirytusowych wyniosła 3,2 l *per capita* i była mniejsza o 6% w porównaniu do 2008 r.

Spożycie wyrobów spirytusowych

Przesunięcie dominacji w spożyciu wyrobów spirytusowych na piwo można było dostrzec, zwłaszcza na przełomie XX i XXI wieku. W obecnej chwili wyroby spirytusowe powoli zaczynają odzyskiwać popularność z pierwszej połowy lat 90. XX wieku. Na rysunku 4 można zauważyć jak problemy w branży spirytusowej w latach 1998-2003 wpłynęły na mniejszą ilość kupowanych wyrobów. Na takiej sytuacji zyskało zwłaszcza piwo, które jako substytut droższej wódki pozyskało liczną grupę jej konsumentów. Jeszcze na początku lat 90. XX wieku statystyczny Polak wypijał ok. 3,8 l wyrobów spirytusowych rocznie, ale już w latach 1999-2002 spożycie alkoholi spirytusowych na jednego mieszkańca wynosiło niecałe 1,9 l. Sytuacja zaczęła się wyraźnie poprawiać od 2003 r., kiedy to zaczęto prywatyzować większość polskich Polmosów. Od tego roku wzrastało ilościowo spożycie mocniejszych alkoholi. Wyjątkiem był 2009 r., w którym średnia ilość spożywanego napojów spirytusowych wyniosła 3,2 l *per capita* i była mniejsza o 6% w porównaniu do 2008 r.

Podsumowanie

Polska branża spirytusowa w ostatnich 20 latach ulegała częstym metamorfozom. Prywatyzacja, która została zapoczątkowana w Polsce po 1989 r. wpłynęła na znaczną koncentrację producentów. Z kolei obniżki akcyzy w 2000 r. spowodowały wzrost sprzedaży legalnie produkowanego alkoholu. Dzięki temu ożywnieniu producenci, którzy wcześniej popadli w finansowe kłopoty, w dużej mierze zaczęli odzyskiwać płynność finansową. Wpływ zmniejszenia podatku akcyzowego oraz przeprowadzonych zmian uwidocznił się zwłaszcza we wzroście konsumpcji wyrobów spirytusowych oraz ich produkcji. Zainwestowany kapitał zagraniczny ma także znaczenie w reklamie polskiej wódki na rynkach światowych.

Literatura

- Andrzejewska O. 2009: Wódka zdobywa świat, fresh & cool market, Warszawa.
 Cieślak J. 1992: Od abbotcato do zubrówki: wszystko o napojach. Wyd. WNT, Warszawa.
 Drewnowska B. 2010: Rewolucja na rynku alkoholi. *Rzeczpospolita*, 23.02.2010, Warszawa.
 Kilijanek K. 2007: Z perspektywy minionych lat. Rynki Alkoholowe, Toruń.
 Komuda Ł. 2006: Podatki w dół, procenty w górę. *Agro Trendy*, 29, Warszawa.
 Łakomy J. 2008: Konsument może tylko zyskać. *Rynki Alkoholowe*, Toruń.
 Ministerstwo Finansów w Warszawie (Departament Podatku Akcyzowego i Ekologicznego).
 Miskiewicz M. 2009: Rynek wódki w Polsce. *Money.pl*, Warszawa.
 Oktaba L. 2003: Anonimowe procenty. *Nasza Europa*, 40/133, Warszawa.

Produkcja ważniejszych wyrobów przemysłowych. 2000-2010: GUS, Warszawa.

Zawadzki E. 1997: Rynek napojów alkoholowych w Polsce. Kancelaria Sejmu Biuro Studiów i Ekspertyz, Wydział Analiz Ekonomicznych i Społecznych, Warszawa.

Związek Pracodawców Polski Przemysł Spirytusowy (skr. ZPPPS) oficjalna witryna internetowa, [www.pps.waw.pl] (zaczerpnięte z archiwalnej witryny internetowej), odczyt 2012 r.

Summary

This paper presents changes in Polish market of spirits during the period 1999-2009. The discussion addresses both sides of the market: production and consumption of spirits. The analysis applies traditional tools such as, for example, tabulation and plot analysis. The research uses the data from public statistical sources obtained from Central Statistical Office and the Ministry of Finance.

Adres do korespondencji:

dr Krzysztof Zmarzłowski, dr hab. Arkadiusz Orłowski prof. SGGW
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Wydział Zastosowań Matematyki i Informatyki

Katedra Informatyki

ul. Nowoursynowska 166

02-787 Warszawa

tel. (22) 593 72 72

e-mail: krzysztof_zmarzowski@sggw.pl, arkadiusz_orlowski@sggw.pl