

## Stan i tendencje rozwojowe

Paweł  
Wyrzykowski

# Rynek napojów alkoholowych

Rynek napojów alkoholowych charakteryzuje się spadkiem dynamiki sprzedaży i konsumpcji, zmniejszeniem rentowności, wzrostem konkurencyjności cenowej i nakładów na reklamę, modyfikacjami produktów oraz rozszerzeniem kanałów dystrybucji. Są to cechy typowe dla rynków, które weszły w stan dojrzałości i stabilizacji.

## KONSUMPCJA ALKOHOLI

Według danych GUS w latach 2000-2008 rejestrowana konsumpcja napojów alkoholowych w przeliczeniu na 100% alkohol<sup>1</sup> na mieszkańca wzrosła o 36% do 9,6 l (**rysunek 1**). Wtedy, w wyniku relatywnego potaniaenia względem innych alkoholi, znacząco zwiększyło się spożycie wódki (o 62%). Konsumpcja piwa wzrosła o 57%, a wina zmniejszyła się o 40% (tanie wina krajowe zostały zastąpione przez wódkę).

W latach 2009-2012 całkowite spożycie napojów alkoholowych zmniejszyło się o 5,4% do 9,16 l/mieszkańca. Kontynuowana była wzrostowa tendencja w spożyciu piwa (o 5%), którego konsumpcja w 2012 r. wyniosła 99,2 l w przeliczeniu na mieszkańca rocznie. W tym czasie spożycie wyrobów spirytusowych spadło o 12% do 3 l alkoholu 100%, a wina i miodów pitnych obniżyło się o 28% do 5,9 l.

W całym badanym okresie spożycie wina i miodów pitnych obniżyło się ponad dwukrotnie, przy czym dotyczyło to tylko win owocowych i innych napojów fermentowanych, gdyż spożycie win gronowych ma tendencje rosnącą (z 1,9 l w 2000 r. do 2,4 l w 2009 r. i 2,7 l w 2012 r.) (**tabela 1**).

Zmiana upodobań konsumentów połączona z różną dynamiką cen poszczególnych napojów alkoholowych doprowadziły do zmian struktury spożycia alkoholi. W latach 2000-2012 udział piwa wzrósł o 7,9 pkt% i w 2012 r. stanowił 59,5%. Zwiększyło się również (o 4,6 pkt%) znaczenie wódki i innych napojów spirytusowych (udział w 2012 r. wyniósł 32,7%). Udział wina spadł natomiast z 20,2% w 2000 r. do 7,7% w 2012 r.

Według szacunków IERiGŻ spożycie wyrobów alkoholowych w 2013 r. zwiększyło się do 9,5 l w przeliczeniu na 100% alkoholu/mieszkańca rocznie. Zdecydował o tym wzrost spożycia wódki i innych napojów spirytusowych (o 15%), co może być jednak spowodowane zwiększeniem produkcji i sprzedaży wódek pod koniec roku, ze względu na spodziewane podwyżki cen tych napojów w 2014 r. Spożycie piwa spadło natomiast do 97,5 l/mieszkańca rocznie, a wina i miodów pitnych do 5,8 l.

## CENY DETALICZNE ALKOHOLI

Niska dynamika wzrostu cen detalicznych wyrobów alkoholowych jest kolejną cechą potwierdzającą, że rynek znajduje się w fazie dojrzałości. W latach 2000-2013 napoje alkoholowe należały do najwolniej drożących artykułów konsumpcyjnych. Wzrost cen w tym okresie wyniósł 24,5% i był niższy od wzrostu cen żywności i napojów bezalkoho-

### STRESZCZENIE:

Na podstawie danych GUS można szacować, że wartość krajowego rynku napojów alkoholowych w 2012 r. wyniosła 37,7 mld zł i była nominalnie tylko o 2,5% wyższa niż w 2009 r., a w cenach stałych zmniejszyła się o 1,1%. Nasylenie rynku objawia się również niskim wzrostem cen i spożycia alkoholi. Udział alkoholi w eksporcie towarów

rolno-spożywczych jest niewielki (1,6%), a saldo w handlu zagranicznym ujemne (w 2013 r. wyniosło 190,2 mln euro). W tej sytuacji do rozwoju rynku niezbędne są działania innowacyjne w sferze produkcji, promocja produktów na rynkach krajowych i zagranicznych, a także poszukiwanie nowych potencjalnych rynków zbytu za granicą.

### SUMMARY:

Based on CSO data, it can be estimated that the value of the domestic market for alcoholic beverages in 2012 amounted to 37.7 billion PLN and it was only 2.5% nominally higher than in 2009, in constant prices decreased by 1.1%. The market saturation is manifested by the low increase of the prices and consumption of alcoholic beverages. The share of alcohol in agri-food products' export is low (1.6%) and the foreign trade

balance is negative (in 2013 amounted to 190.2 million euro). In this situation, the development of alcoholic beverages market requires innovative actions in the areas of production, promotion on domestic and foreign markets and search for the new potential markets abroad.

### TITLE:

Alcoholic Beverages Market. Current Situation and Development Trends

lowych, które podrożały o 66%, oraz od inflacji, która w tym okresie wyniosła 63,4%. W ostatnim dziesięcioleciu jedynie w 2009 r. napoje alkoholowe zdrożały bardziej niż produkty żywnościowe (głównie z powodu podniesienia akcyzy na te produkty).

W latach 2000-2013 spośród napojów alkoholowych, mimo spadku spożycia, najbardziej podrożało wino (o 35%), gdyż wzrosło spożycie win importowanych wyższej jakości. Ceny piwa w tym okresie wzrosły o prawie 35% - pod wpływem rosnącego popytu na te napoje. Natomiast wyroby spirytusowe podrożały tylko o 9,6% (**rysunek 2**).

Według szacunków IERiGŻ, w lipcu 2013 r. udział podatków w cenie detalicznej wódki wyniósł ok. 68%, wina owocowego 51%, piwa 36%, a wina gronowego 27%. W 2014 r. spodziewany jest wzrost cen wyrobów spirytusowych ze względu na wzrost o 15% stawki akcyzy z 4960 do 5704 euro za hl 100% vol<sup>2</sup>. Może to skutkować wzrostem cen wyrobów spirytusowych o ok. 7-9%. Stawki akcyzy na piwo, wino, napoje fermentowane, cydr i perry oraz wyroby pośrednie pozostały bez zmian. W związku z tym należy spodziewać się nieznacznej zmiany cen detalicznych tych produktów, o ok. 1,5%.

## WARTOŚĆ I STRUKTURA rynku krajowego

Według szacunków IERiGŻ opartych na danych GUS, wartość krajowego rynku alkoholi w 2012 r. wyniosła 37,7 mld zł, i była wyższa niż w 2000 r. nominalnie o 37,6%,

### SŁOWA KLUCZOWE:

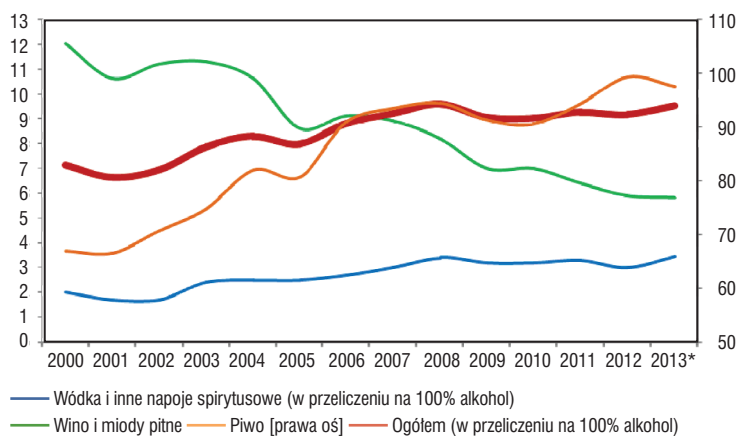
rynek napojów alkoholowych, dojrzałość rynkowa, ceny, konsumpcja, handel zagraniczny

### KEY WORDS:

alcoholic beverages market, market maturity, price, consumption, foreign trade

<sup>1</sup> Do przeliczenia wykorzystano założenie, że w 1 l piwa zawartych jest 5,5% czystego alkoholu, a wina 12%.

<sup>2</sup> Dane Ministerstwa Finansów.

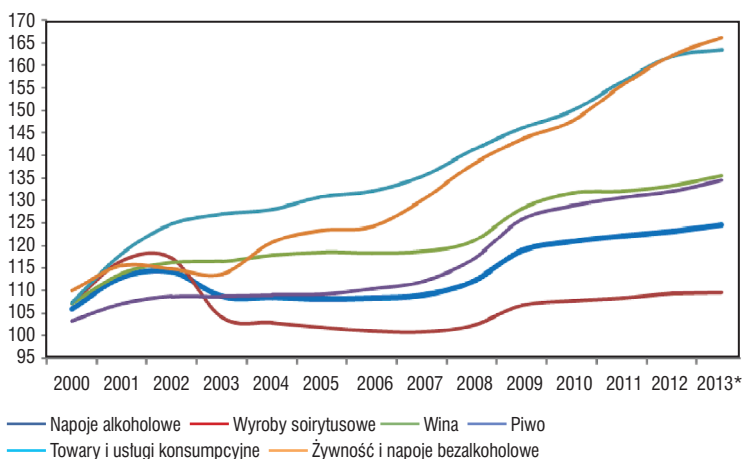


Objaśnienie: \* szacunek IERiGZ.

Źródło: Dane GUS i PARP.

Rys. 1. Spożycie alkoholi w Polsce w latach 2000-2013 [l/mieszkańca]

Fig. 1. Consumption of alcoholic beverages in Poland over the period of 2000-2013 [liters per capita]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Rys. 2. Dynamika cen detalicznych w latach 2000-2013 (1999 = 100)

Fig. 2. Retail price index over the period of 2000-2013 (1999 = 100)

a w cenach stałych o 18,3%. Natomiast względem 2009 r. zwiększyła się nominalnie tylko o 2,5%, a w cenach stałych o 1,1% (rysunek 3). Dane te potwierdzają zastój w sektorze, którego wzrost jest możliwy jedynie w wyniku działań innowacyjnych i promujących. Ze względu na to, że reklama piwa nie jest objęta takimi restrykcjami jak reklama innych alkoholi, na tym rynku widoczna jest szczególnie silna działalność promocyjna. Z badań Equinox Polska wynika, że w pierwszych trzech kwartałach 2013 r. wydatki producentów piwa na reklamę wzrosły o 1/5 w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego.

Tabela 1. Spożycie napojów alkoholowych w Polsce [l/mieszkańca]

Table 1. Consumption of alcoholic beverages in Poland [liters per capita]

Napoje alkoholowe	2000 r.	2008 r.	2012 r.	2013 r.*
Wyroby spirytusowe (100% alkoholu)	2,0	3,4	3,0	3,5
Wino i miody pitne	12,0	8,2	5,9	5,8
w tym: wino gronowe	1,9	2,4	2,7	2,5
Piwo	66,9	94,4	99,2	97,5
<b>Razem (100% alkoholu)</b>	<b>7,1</b>	<b>9,6</b>	<b>9,2</b>	<b>9,5</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

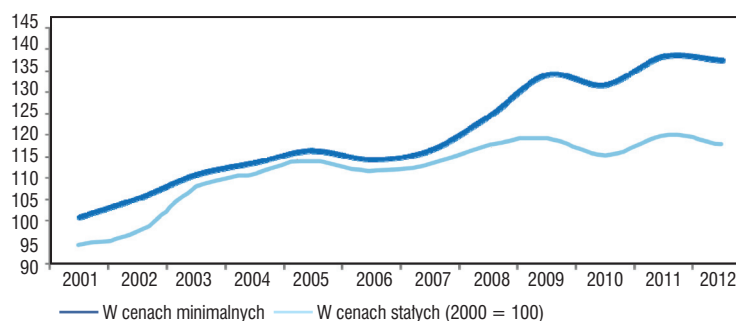
Szczególną pozycję w strukturze wartości rynku alkoholi mają podatki, akcyza i VAT, które stanowią odpowiednio 28 i 19% (łącznie prawie połowę wartości). W 2012 r. wartość produkcji w cenach producenta wyniosła 12,2 mld zł, a importu 1,6 mld zł, co stanowiło odpowiednio 32 i 4% wartości rynku w cenach konsumenta. Udział importu w wartości rynku w cenach producenta wyniósł 11,6%.

Szacuje się, że w 2013 r. wartość rynku alkoholi w Polsce przekroczyła 38 mld zł, głównie pod wpływem wzrostu sprzedaży spirytusu i napojów spirytusowych o ok. 3%, przy spadku piwa i win o ok. 2%.

## HANDEL ZAGRANICZNY

Polska jest największym w Unii Europejskiej producentem wódki, trzecim największym producentem spirytusu nieskażonego i piwa oraz czwartym - napojów spirytusowych. Mimo to pozostajemy jednak importerem netto alkoholu, a ujemne saldo obrotów zagranicznych pogłębia się. W latach 2000-2013 import alkoholi zwiększył się prawie 4,5-krotnie, a eksport 8-krotnie. Największą dynamiką wzrostu importu w tym okresie charakteryzował się spirytus, którego w 2000 r. sprowadzono śladowe ilości, a w 2013 r. przywóz w ujęciu wartościowym wyniósł 79 mln euro. Jest to związane ze zwiększonym popytem na ten surowiec do produkcji biopaliw. Dynamicznie rozwijał się także eksport spirytusu, który w tym okresie zwiększył się o 54 razy, ale wartość wywozu jest prawie 3 razy mniejsza od przywozu. W latach 2000-2013 znacząco, o 100 mln euro, zwiększył się eksport piwa, które stanowi ponad 1/3 wartości wszystkich wywiezionych alkoholi.

W latach 2009-2013 eksport napojów alkoholowych wzrósł o 69% do rekordowego poziomu 319,7 mln euro w 2013 r. W tym samym okresie import zwiększył się o 48% do najwyższego poziomu 510,7 mln euro w 2013 r. Ujemne saldo obrotów zagranicznych alkoholami pogorszyło się o 22% do 191 mln euro.



Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS.

Rys. 3. Dynamika wartości rynku napojów alkoholowych w latach 2001-2012

Fig. 3. Dynamics of the alcoholic beverage market over the period of 2001-2012

W latach 2009-2013 najszybciej zwiększał się eksport spirytusu. W 2013 r. wyniósł on 27,2 mln euro i był prawie 6-krotnie większy niż w 2008 r. Wywóz wina i napojów fermentacyjnych wzrósł o 164% do 24 mln euro, piwa o 76% do 117,3 mln euro, a napojów spirytusowych o 50% do 151,3 mln euro. W 2013 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, najbardziej wzrósł eksport spirytusu (o 59%), a najmniej wina i napojów fermentowanych (o 5%).

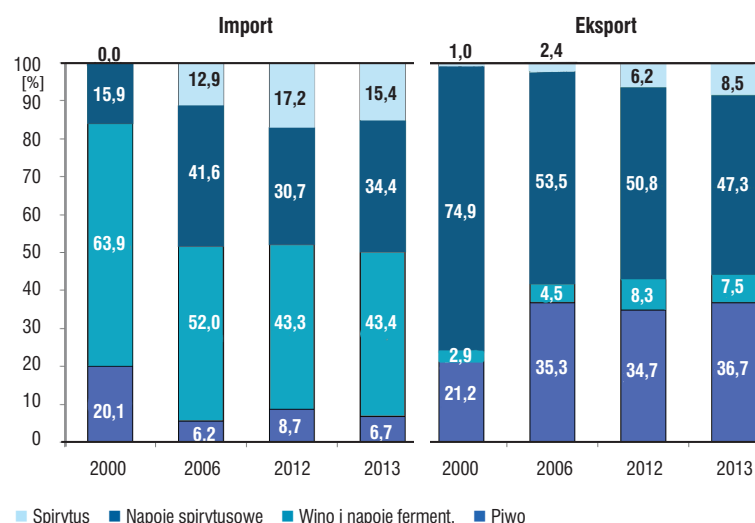
W latach 2009-2013 największy był wzrost importu spirytusu. W 2013 r. wyniósł on 78,8 mln euro, tj. o 78% więcej niż w 2008 r. Przywóz piwa zwiększył się o 62%, wina i napojów fermentowanych o 22%, a napojów spirytusowych

**Tabela 2.** Handel zagraniczny alkoholem w latach 2000-2013 (mln euro)

Tabela 2. Foreign trade in the years 2000-2013 alcohol [in EUR million]

Napoje alkoholowe	2000 r.	2008 r.	2012 r.	2013 r.
	mln euro			
<b>Ekspert</b>				
Piwo	7,5	66,8	95,5	117,3
Wino i napoje fermentowane	1,0	9,1	22,9	24,0
w tym: gronowe i wermuty	0,7	2,6	9,7	10,0
pozostałe (owocowe)	0,3	6,5	13,1	14,0
Napoje spirytusowe	26,4	101,2	139,7	151,3
Spirytus	0,4	4,6	17,1	27,2
<b>Ogółem</b>	<b>35,2</b>	<b>189,1</b>	<b>275,2</b>	<b>319,7</b>
<b>Import</b>				
Piwo	17,1	21,3	40,6	34,4
Wino i napoje fermentowane	54,4	179,8	201,2	221,6
w tym: gronowe i wermuty	53,8	177,1	197,9	219,6
pozostałe (owocowe)	0,6	2,7	3,4	1,9
Napoje spirytusowe	13,5	144,0	142,7	175,9
Spirytus	0,01	44,2	80,0	78,8
<b>Ogółem</b>	<b>85,1</b>	<b>345,8</b>	<b>464,7</b>	<b>510,7</b>
<b>Saldo</b>				
Piwo	-9,7	45,5	54,9	82,8
Wino i napoje fermentowane	-53,4	-170,7	-178,4	-197,6
w tym: gronowe i wermuty	-53,1	-174,6	-188,1	-209,6
pozostałe (owocowe)	-0,3	3,9	9,8	12,0
Napoje spirytusowe	12,9	-42,8	-3,0	-24,6
Spirytus	0,3	-39,6	-63,0	-51,6
<b>Ogółem</b>	<b>-49,8</b>	<b>-156,7</b>	<b>-189,5</b>	<b>-191,0</b>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CAAC.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych CAAC.

**Rys. 4.** Struktura handlu zagranicznego alkoholem w latach 2000-2013 w ujęciu wartościowym**Fig. 4.** The structure of foreign trade of alcohol in the years 2000-2013 in terms of value

o 22%. W 2013 r., w porównaniu z rokiem poprzednim, znacząco obniżył się import piwa – o 15%, a najbardziej wzrósł import napojów spirytusowych – o 23%.

Dodatnie saldo wymiany zagranicznej występuje wyłącznie w handlu piwem, które w 2013 r. wyniosło 82,8 mln

euro, tj. o 82% więcej niż w 2008 r. W obrotach pozostałymi wyrobami alkoholowymi występuje deficyt. Największy był w handlu winem i napojami fermentowanymi, który w 2013 r. wyniósł 197,6 mln euro (w tym win gronowych i wermutów 209,6 mln euro, a dodatnim saldzie obrotów winami owocowymi na poziomie 12 mln euro). W handlu spirytusem, nadwyżka importu nad eksportem wyniosła 51,6 mln euro, a napojami spirytusowymi 24,6 mln euro (**tabela 2**).

Udział alkoholi w imporcie sektora rolno-spożywczego ogółem w 2013 r. wyniósł 3,6%. W strukturze przywozu napojów alkoholowych największy jest udział wina (w 2013 r. wyniósł 43,4%) i napojów spirytusowych (34,4%). Udział spirytusu wyniósł 15,4%, a piwa 6,7%. W porównaniu z 2000 r. najbardziej (o 18,5 pkt%) zwiększył się udział przywozu napojów spirytusowych i spirytusu (o 15,5 pkt%). Zmniejszył się natomiast udział wina i napojów fermentowanych (o 20,5 pkt%) oraz piwa (o 13,5 pkt%).

Udział alkoholi w eksporcie sektora rolno-spożywczego w 2013 r. wyniósł 1,6%. Największy udział w strukturze eksportu alkoholi w 2013 r. miały spirytus i napoje spirytusowe (55,8%). Drugie w kolejności jest piwo, które stanowi 36,7% wywozu alkoholi w ujęciu wartościowym. Najmniejszy jest udział win i napojów fermentowanych – 7,5%. W porównaniu z 2000 r. udział piwa wzrósł o 15,5 pkt%, spirytusu o 7,5 oraz wina i napojów fermentowanych o 4,5, na rzecz spadku udziału napojów spirytusowych o 27,5 pkt% (**rysunek 4**).

**PODSUMOWANIE:**

Nadmierne spożycie alkoholu niekorzystnie oddziałuje na organizm człowieka, co prowadzi do wzrostu kosztów społecznych. Chcąc ograniczyć negatywne skutki, państwo ingeruje w rynek. W branży alkoholowej regulacja ta odbywa się m.in. przez wymaganie rejestracji i otrzymania odpowiednich zezwoleń na produkcję alkoholu, przez wydawanie koncesji na sprzedaż alkoholi, ograniczenie reklamy czy stosowanie podatku akcyzowego. Przychody z akcyzy z wyrobów alkoholowych w 2012 r. wyniosły 10,6 mld zł i stanowiły 17,7% wszystkich środków uzyskiwanych z podatku akcyzowego. Także uwarunkowania prawne stanowią dodatkową barierę rozwoju tego rynku w Polsce, który – jak potwierdzają powyższe dane – wkroczył w stan dojrzałości. Dodatkowo, mały udział alkoholi w eksporcie produktów rolno-spożywczych może świadczyć o niewykorzystanym potencjale związanym z otwarciem zagranicznych rynków zbytu. Udział eksportu w krajowej produkcji napojów alkoholowych jest wciąż niski, gdyż wynosi w produkcji piwa ok. 6,5%, napojów spirytusowych ok. 12,5%.

Do rozwoju sektora niezbędne są możliwe działania inwestycyjne, promocyjne oraz innowacje produktowe, czego przykładem są procesy zachodzące na rynku piwa. W warunkach nasycenia i stabilizacji rynku krajowego niezbędne jest większe zainteresowanie producentów zagranicznymi rynkami zbytu. ■

Mgr P. Wyrzykowski - Zakład Badań Rynkowych, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy

**LITERATURA:**

- [1] Fisher T., Prentice D., Waschik R.: 2010. Managerial economics. A strategic approach, Routledge, London.
- [2] Ministerstwo Finansów. Biuletyn statystyczny służby celnej I-IV kwartał 2012. Nr 4, 2012, Warszawa.
- [3] Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polski 2013. Warszawa 2013.
- [4] Rynek używek, cz. I, Rynek alkoholu i napojów alkoholowych IERIGZ-PIB nr 1, Warszawa, 2013.
- [5] Spiritus EUROPE; Production & Sales [http://spirits.eu/page.php?id=59&parent\\_id=11](http://spirits.eu/page.php?id=59&parent_id=11) dostęp 01.03.2014 r.
- [6] The Brewers of Europe; The Contribution made by Beer to the European Economy Full Report, December 2013.
- [7] Urban R.: 2013. Stagnacja w sektorze napojów. Przemysł Fermentacyjny i Owocowo-Warzywny, nr 12.