

OTDK- DOLGOZAT

KRUSCH RENÁTA

BA képzés

2013

**Magyar nyelvű cím: Jövedéki adóemelés hatása a szeszesital
értékesítésre**

Angol nyelvű cím: The Effects of Excise Tax on Alcoholic Beverages

Krusch Renáta

Kézirat lezárása: 2011. november. 10.

TARTALOMJEGYZÉK

1. BEVEZETÉS	1
2. HAZAI ADÓSZERKEZET	2
2. 1. JÖVEDÉKI ADÓ SZEREPE AZ ÁLLAMHÁZTARTÁSBAN	4
2. 2. JÖVEDÉKI ADÓ MÓDÓSÍTÁSA 2011-BEN	4
2. 1. 1. A változtatások okai	5
2. 1. 2. Ellenőrzés indoka és célja	6
2.2. KÖRNYEZŐ ORSZÁGOK ADÓRENDSZERE	7
3. KÍNÁLATI OLDAL REAGÁLÁSA	8
3. 1. A FOGYASZTÁS- FORGALOM ÖSSZETÉTELE ÉS VÁLTOZÁSAI	8
3. 2. ALKOHOLTARTALMÚ ITALOK CSOPORTOSÍTÁSA	9
3. 3. EURODRINKS BEMUTATÁSA	12
3. 4. AZ EURODRINKS KFT REAKCIÓJA A VÁLTOZÁSOKRA	14
3. 5. ADÓEMELÉS KÖVETKEZMÉNYE	18
4. A KERESLET FELELETE	19
4. 1. MÁRKAHŰSÉG MAGYARORSZÁGON	19
4. 2. VEVŐK FOGYASZTÁSI SZOKÁSAI	20
5. ÖSSZEFOGLALÁS	24
IRODALOMJEGYZÉK	26
MELLÉKLETEK	I
1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV A SZEZESITAL FOGYASZTÁSI SZOKÁSOKRÓL	II

TÁBLÁZAT - ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. Táblázat	Néhány termék az EuroDrinks Kft. választékából.....	13
2. Táblázat	A jövedéki adóváltozás számszerűsítése.....	15
3. Táblázat	A termékek árának változása a jövedéki adóemelés hatására	17
1. ábra	Hazai adóbevételi szerkezet	3
2. ábra	OECD országok adóbevételeinek átlagos alakulása a jelzett években.....	3
3. ábra	Alkoholfogyasztás kor szerinti megoszlása	21
4. ábra	Márkahűség megoszlása az alkoholtartalmú italok terén.....	22
5. ábra	Kiválasztási szempontok a szeszes ital vásárlásakor.....	23
6. ábra	Vásárlói reakció a kétszeres árnövekedésre	23

1. BEVEZETÉS

*„Adót szedni annyi, mint a lehető
legkevesebb gágogás árán minél
jobban megkopasztani egy libát.”*

(Jean-Baptiste Colbert)

Az italok az élvezeti szerek csoportját bővítő népszerű, folyékony élelmiszereink. Az alkoholtartalmúak kereskedelmi forgalma jelentősen meghatározza a magyar gazdaságot.

A jövedéki adóról szóló törvényjavaslat elfogadása után nyilvánvalóvá vált mindenki számára, hogy a dohány termékek, a szeszes italok és a gázolaj áraiban drasztikus változások lesznek érzékelhetőek. Dolgozatomban ismertetem azokat a jogszabályváltozásokat, amelyek befolyásolják a szeszes italgyártók és forgalmazók további működését, illetve termék összeállítását.

A kutatásom célja, hogy rávilágítsak az újonnan hatályba lépő jövedéki adóemelés hatására bekövetkező piaci átrendeződésre. A szeszesital értékesítést is érintő törvénymódosítás jelentősen megváltoztatja a keresletet és a kínálatot.

Vállalati szemszögből az Eurodrinks Kft-n keresztül mutatom be, milyen átalakulás várható a kínálati oldalon. Itt háromféle kimenetel lehetséges. Elsőként a termék megszüntetése, másodszor a termék receptúrájának törvényhez alakítása, a harmadik variáció, hogy változatlanul hagyjuk az italt. Ennek részletes elemzéséhez óriási segítségem volt, Szalay Gabriella, a cég kereskedelmi igazgatója.

A vevői igények módosulására kérdőíves módszert alkalmazok a hallgatók körében. Kérdéseim az alkoholtartalmú italokkal kapcsolatos vásárlási és fogyasztási szokásokra fókuszálnak.

A vizsgálat adataiból következtetéseket vonhatunk le, a piac átrendeződésére.

2. HAZAI ADÓSZERKEZET

A magyar adószervezet sok év alatt számos változáson, módosításon esett át. Adóreformokról manapság rengeteget lehet hallani, ezért is gondoltam, hogy ebben a témában keresek kutatási célt. Magyarországon az EU átlaghoz képest magasabb a közvetett adóbevételek aránya, ezzel párhuzamosan alacsony a közvetlen adók aránya.

„Az utóbbi években előszeretettel hivatkoznak az EU-konformitás követelményére. Ennek a jelenlegi adórendszer és az adófilozófia éppen azért nem felel meg, mert egyrészt a lakosság túladóztatott, másrészt eltúlzott a közvetett adók aránya az adóbevételekben. A lakosság túladóztatása összefügg a közvetett adók igen magas arányával. Míg az EU-ban a közvetett adók, a fogyasztást terhelő adók – helyenként eltérően még – az adóbevételek mintegy felét adják, hazánkban, 2001-ben az összes adóbevételek háromnegyed részét (75,5%) a közvetett adók teszik ki. Csak példaként említjük, hogy az EU-ban az ÁFA legmagasabb kulcsa 20 százalék, nálunk az alap 25 százalék és a kedvezményes is 12 százalék.”

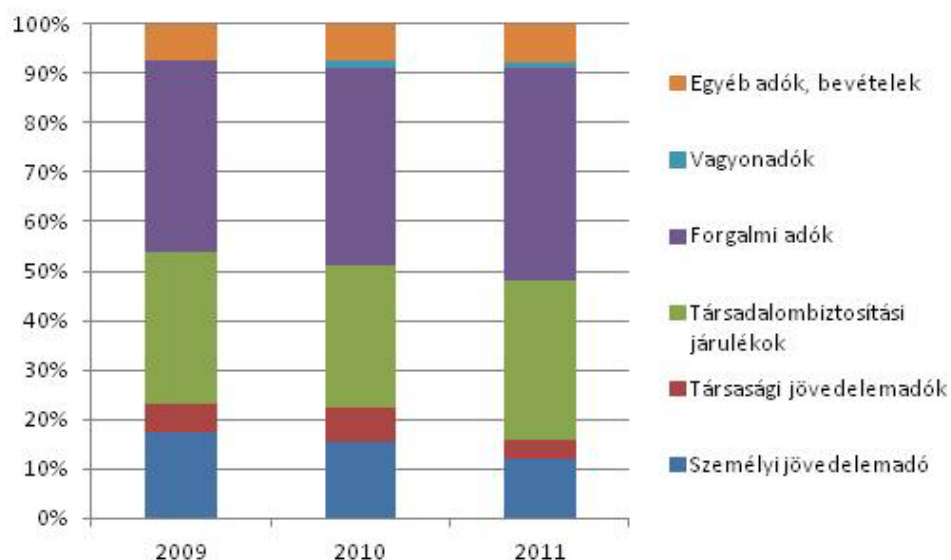
(<http://www.freeweb.hu/eszmelet/51/ado51.html>- letöltve 2011. 11. 07.)

Az adókat a közvetlen illetve közvetett adók csoportjára oszthatjuk. Közvetlen adók körébe tartozik a társasági adó, személyi jövedelemadó. Ezeket minden nemzet maga határozza meg, az Európai Unió nem törekszik harmonizációra e téren.

Az adók másik csoportjába sorolhatjuk az általános forgalmi és jövedéki adót. Viszont Magyarországnak ebben a szekcióban már előírt szabályrendszert kell követnie. Jövedéki adót tekintve igazodni kell a minimum adómértékhez. A hazai jövedéki adókulcsok egyébként a legtöbb jövedéki termék esetében megfelelnek az EU feltételeknek.

Az egységesítés célja, hogy a tagországok közötti különbséget leredukálja és elkerülje az európai piacon lévő versenyhelyzet torzulásait. Jelenleg az ásványolaj jövedéki adójának eltérése miatt a határkörzetekben adóturizmus folyik.

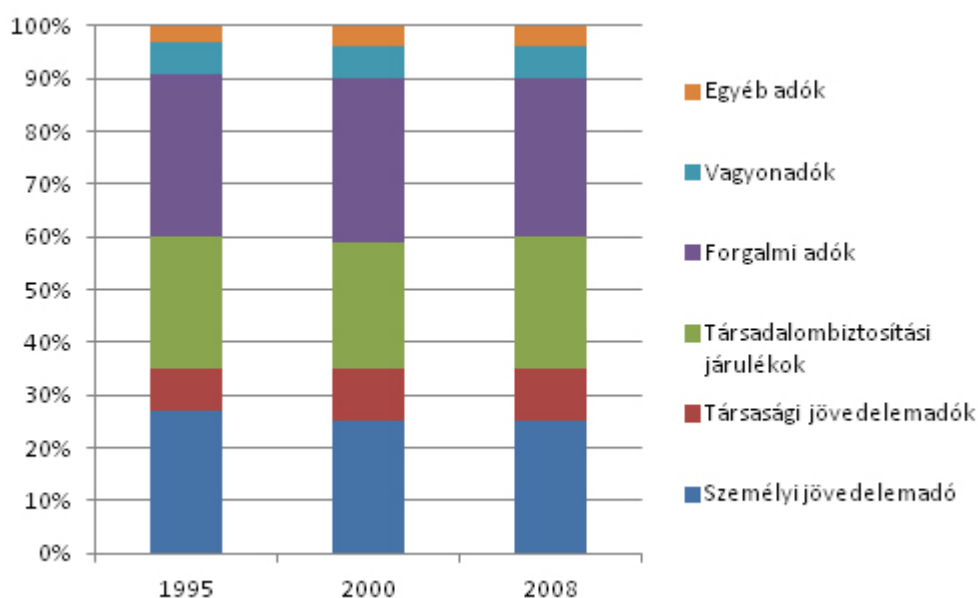
A hazai adóbevételi szerkezet igencsak eltér a nemzetközi megoszlástól.



1. ábra Hazai adóbevételi szerkezet

Forrás: http://www.adko.hu/01_files/friss_hirek/gyorsdiagnozis_ahazai_adopolitikarol.pdf

(letöltve 2011. 11. 05.)



2. ábra OECD országok adóbevételeinek átlagos alakulása a jelzett években

Forrás: http://www.adko.hu/01_files/friss_hirek/gyorsdiagnozis_ahazai_adopolitikarol.pdf

(letöltve 2011. 11. 05.)

A diagrammon is jól látszik, hogy a személyi jövedelemadó mértéke feltűnően alacsony a nemzetközi tendenciákhoz képest, és ez folyamatosan csökken. Már 2010-ben csak 15 százalékát tette ki az adóbevételnek. Ezzel szemben a forgalmi típusú adók súlya 2011-re 40 százalékot is meghaladja, ami körülbelül 10 százalékkal több a nemzetközi átlagnál.

Mindebből fakadóan 2012-13-ra az összes adóterhelés kirívóan aránytalan rendszere valósulhat meg.

2. 1. JÖVEDÉKI ADÓ SZEREPE AZ ÁLLAMHÁZTARTÁSBAN

Jövedéki adó alatt a jövedéki termékekért fizetendő fix összegű adót értjük, mellyel a gyártó vagy forgalmazó számol el. Jövedéki terméknek minősül a dohánytermék, az ásványolaj illetve az alkoholtermék, ezen belül a sör, a bor, a pezsgő, és a köztes alkoholtermék. Adó megfizetésének bizonyítéka a zárjegy, a kereskedő illetve vevő már adózott terméket vásárol. Egyes országokban szélesebb skálán alkalmazzák ezt a szelektív fogyasztási adót, még pedig szénsavas üdítők, kávé és tea után is fizetendő.

„A jövedéki adórendszer célja, hogy hatékonyan biztosítsa az állam adóbevételét, mozgósítsa tartalékait, szorítsa vissza az adókerülés lehetőségeit, teremtsen meg az adóbefolyás biztonságosabb feltételeit. Célja továbbá, hogy a gazdasági élet szereplőit ne érje hátrány, szoruljon vissza a jövedéki termékek illegális piaca, a jövedéki termékeknek a feketegazdaságban betöltött meghatározó szerepe. A jövedéki adórendszer ezen céljaival összeegyeztethetetlenek az adókerülést célzó különböző jogsértések, mint az olajhamisítások, a cigarettacsempészet, az illegálisan előállított pálinka, vagy a borhamisítások ügyei.”

(Némethné Czaller Zsuzsanna [2007] 72. o.)

Az Európai Unióban a dohány, az alkohol és ásványi olaj árának jelentős részét évek óta az általános forgalmi adó és a jövedéki adó alkotja. Természetesen ennek egészségügyi okai is vannak, tehát a fogyasztóvédelem is szerepet játszik ezen termékek adókulcsinak meghatározásában.

2. 2. JÖVEDÉKI ADÓ MÓDÓSÍTÁSA 2011-BEN

2011. szeptember 26-án jövedéki adóemelés szavazott meg az országgyűlés, amely a Magyar Közlöny 111. számában megjelentek szerint alábbi módon befolyásolja a szeszipart:

„2011. évi CXXV. Törvény az államháztartás stabilitását elősegítő egyes adótörvények módosításáról

1. A jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól szóló

2003. évi CXXVII. törvény módosítása

3. § (1) A Jöt. 64. § (2)–(3) bekezdése helyébe a következő rendelkezés lép:

(2) Az adó mértéke a szeszes italok meghatározásáról, megnevezéséről, kiszerezéséről, címkézéséről, és földrajzi jelzéseinek oltalmáról, valamint az 1576/89/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről szóló 2008. január 15-i 110/2008/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (a továbbiakban: 110/2008/EK rendelet) II. mellékletében felsorolt termékek, valamint az olyan szeszes italok esetében, amelyek alkoholtartalma kizárólag a 110/2008/EK rendelet

II. mellékletének 6. és 9. pontja szerinti termékből származik, és ízesítésükre mézet, vagy az élelmiszerekben és azok felületén használható aromákról és egyes, aroma tulajdonságokkal rendelkező élelmiszer-összetevőkről, valamint az 1601/91/EGK tanácsi rendelet, a 2232/96/EK és a 110/2008/EK rendelet, valamint a 2000/13/EK irányelv módosításáról szóló 2008. december 16-i 1334/2008/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet 3. cikke (2) bekezdésének c) és d) pontjaiban meghatározott aroma anyagot használnak, – a (3) bekezdésben foglalt eltéréssel – az (1) bekezdés szerinti adóalapra 289 900 forint, egyéb szeszes italok esetében 414 150 Ft.”

(Magyar Közlöny [2011.09.29.] 2011. évi CXXV. Törvény)

Tehát ez annyit jelent, hogy nem együttesen 50%-os adóemelés szabott ki az állam, hanem különböző ismérvek alapján két osztályba sorolta a szeszes italokat. A kisebb közterhet viselő csoportot a 6. pontban megnevezett pálinkák, és a 9. pontban említett méz hozzáadásával készült pálinkák alkotják. Ezen kívül a II. számú melléklet tartalmazza, azon szeszes italok felsorolását, amelyek kizárólag természetes aromát tartalmaznak, mégpedig vodka, rum, gin, likőr, keserű, brandy. A drasztikus adóval sújtott csoportba tartozik minden aromás szeszes ital. Ilyen például a whisky szeszes ital, pálinka szeszes ital, brandy szeszes ital. Azonos tulajdonsággal rendelkező alkoholok, amelyek összetételében szerepel mesterséges aroma.

2. 1. 1. A változtatások okai

Az EU tagállamokban a túlzott alkoholfogyasztás veszélyt jelent mind az egészségi állapotra, mind a szociális jólétre, mind a gazdasági fejlődésre. Az alkoholfogyasztással összefüggő károk szintje nemzeti és uniós szinten egyaránt elfogadhatatlanul magas.

(<http://www.eum.hu/eu-egeszsegugy/eu-integracio/egeszsegi-allapotot-letoltve-2011.11.09.>)

„A Nemzetgazdasági Minisztérium előterjesztésében tárgyalt módosító indítványt lelkesen támogatta az agrártárca, amely a látogatói véleményeket szondázva maga tüntette ki közönségdíjjal a Zsindelyes Pálinkafőző Kft.-t a legutóbbi Országos Mezőgazdasági és Élelmiszer-ipari Kiállításon. A Vidékfejlesztési Minisztérium hivatalos közleménye sokat

elárul arról, mi az aktuális kormányzati felfogás a hazai égetett szeszek fogyasztásáról: „a törvénymódosítás célja az volt, hogy azokat a szeszes italokat hozza kedvezőbb helyzetbe, amelyeknek kiemelkedő a minősége, így ösztönözve a lakosságot az egészségesebb, kevesebb aromaanyagot tartalmazó termékek fogyasztására.”

(http://m.hvg.hu/hvgfriss/2011.42/201142_felemas_alkoholadoemeles_egetett_szeszesek_-_letoltve_2011.11.09.)

Ez a sajátos megoldás több akadályba is ütközhet. Az uniós jogelvvvel ellentétesen azonos termékeket adóztatási szelekcióval lát el a magyar kormány.

„Ami a jobb minőség és az egészség közötti összefüggést illeti, a HVG-nek több addiktológus szakorvos is úgy nyilatkozott, hogy az alkoholt rendszeresen fogyasztók szervezete számára a bevitt alkohol mennyisége a mérvadó, az aromaanyagok ebből a szempontból másodlagosak. Ráadásul a házi főzésű, ellenőrizetlen párlatokban veszélyesebb maradék anyagok találhatóak, mint a szeszgyári termékekben. Utóbbiak sajátossága az is, hogy gyengébbek – például azért, mert előállítóik így optimalizálják jövedékiadó-terheiket. „

(http://m.hvg.hu/hvgfriss/2011.42/201142_felemas_alkoholadoemeles_egetett_szeszesek_-_letoltve_2011.11.10.)

(HVG-Hetilap [2011. október 19.]- Tamás Gábor)

A gyárban készült szeszes italok átlagos alkoholtartalmú 20-40 százalékig terjedő, míg az otthon főzött pálinkáké akár 50 vagy annál is magasabb szeszfokkal, rendelkezhet.

Tehát a magyar kormány sajátos megoldásának háttérében az egészségmegőrzés is áll.

A kutatások azt mutatják, hogy jótékony hatással bír az emberi szervezetre a mértékletes alkoholfogyasztás bizonyos esetekben. Azonban a fiatal felnőtt korúak esetében nincs kimutatható egészségmegőrző hatása a szeszes italoknak a követéses vizsgálat ennek éppen az ellenkezőjéről szólnak.

2. 1. 2. Ellenőrzés indoka és célja

Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság Piacfelügyeleti és Fogyasztóvédelmi Főosztály Fogyasztóvédelmi Osztály 2010. augusztusi összefoglaló jelentésében is kiemelte az alkoholtartalmú italok ellenőrzését.

„A mértéktelen alkoholfogyasztás, és ennek következményei okoznak igen súlyos népegészségügyi, társadalmi problémákat. Hozzávetőlegesen minden tizedik ember alkoholproblémával küzd, és ezt az is tetézi, hogy társadalmunk igencsak elnéző a túlzott alkoholfogyasztással szemben. Évente átlagosan 12 liter tiszta szeszt fogyaszt egy magyar ember, sokan pedig nem ismerik a mértéket, és ez sajnos egyre inkább igaz a felnővekvő generációra. Egyre nagyobb az alkoholizmus aránya mind a nők, mind a fiatalok körében. Évente több mint 8000 halálesetért közvetlenül az alkohol a felelős, és az alkoholfogyasztás az elmúlt tizenöt évben sokszorosára nőtt.

A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság törvény által biztosított hatáskörében a fent ismertetett negatív jelenségek visszaszorítása érdekében ellenőrzi a dohánytermékek és alkoholtartalmú italok fiatalok részére történő értékesítésére vonatkozó jogszabályi előírások betartását, melyre az Ellenőrzési és Vizsgálati Programjában minden évben kiemelt figyelmet fordít.

A 2009. év őszén lefolytatott ellenőrzések során az alkoholtartalmú italok, a dohánytermékek és a szexuális áruk értékesítésére, forgalmazási módjára, valamint reklámozására vonatkozó jogszabályi rendelkezések megsértése tekintetében ugyan csökkenő kifogásolási arány volt megfigyelhető, azonban az ellenőrzések továbbra is magas számban tártak fel jogsértéseket, így mindenképpen indokolt e területen a folyamatos hatósági jelenlét.”

(www.nfh.hu/data/cms32979/osszefoglalo_jelentes.doc letöltve 2011. 11. 09.)

2.2.KÖRNYEZŐ ORSZÁGOK ADÓRENDSZERE

Magyarországon egy vállalat profitjának 40-50 százalékát veszi el havonta az állam javára, miközben Szlovákiában ugyanez az arány 81 százalék. Jövedéki adó terén Szlovákiában egységes rendszer van, tehát 10, 8 euró/ 100 acl/liter, azaz 3348 Ft/ liter.

Az EU-n belüli országok között is van eltérés legkevesebb jövedéki adójával Görögország, büszkélkedhet. Az Európai Unió által meghatározott minimum jövedéki adót tartja a legtöbb ország.

Európában bajnoknak számítunk általános forgalmi adó mértékét tekintve, mivel mi országunk mellett csak Dánia és Svédországban 25 százalékos a kiszabott érték. 2012. 01. 01.-től viszont egyértelműen elsők leszünk ebben a kategóriában, hiszen 27 százalékra fog emelkedni forgalmi adó kulcsa. A világ legmagasabb általános forgalmi adója Magyarországon lesz és ez azt jelenti, hogy már összesen 52 százalékos közteher sújtja nettó bérből történő fogyasztást.

3. KÍNÁLATI OLDAL REAGÁLÁSA

3. 1. A FOGYASZTÁS- FORGALOM ÖSSZETÉTELE ÉS VÁLTOZÁSAI

A szakma három szegmensre osztja fel a tömény szeszes ital piacot. Mind előállítási technológiában, mind a külső megjelenésben és összetételben különböznek, ami legfőképp az árban tükröződik.

- Kommersz szeszes italok: áraik alacsonyak, általában gyengébb minőségű termékek, nem kapcsolódik hozzájuk marketing, társadalmi szempontból, szegényebb rétegekből vásárolnak ilyen italokat
- Minőségi termékek: áraik kedvezőek, mégis elfogadható minőséget kaphatunk érte, középréteg a törzsvevő, kisebb reklámköltséggel jár, mint a prémium terméket gyártó vállalatoknál
- Prémium produktum: kiemelkedően magas ár jellemzi, vevőit a márkahűség jellemzi – általában előre meghatározott célcsoportnak gyártják, erős marketing háttérrel rendelkező cégek forgalmazzák

A három kategória közül legjobban a kommersz termékeket fogja érinteni a drasztikus adóváltozás. Mivel a prémium termékek magasabb színvonalat képviselnek, ezért nem a teljes választékukat érinti az 50 százalékos jövedéki adóemelés. Míg a gyengébb minőségű italok összetételében megtalálható a nem természetes aroma, ezáltal áruk emelkedni fog és már majdnem meg fog egyezni a brand termékek értékével. Ebben az esetben a vásárló valószínűleg a már ismert márkájú készítményt fogja preferálni. Tehát a kormány arra készíti a vevőt, hogy ha már alkoholos italt szeretne fogyasztani, azt csakis igényes módon tegye.

A folyamatot végiggondolva, arra a következtetésre jutnak majd az alacsonyabb rétegnek gyártó cégek, hogy vagy vállalati stratégiát kell váltaniuk, vagy véget kell vetni a gyártásnak, forgalmazásnak, mivel deficitessé lesz a költségvetésük.

Példaként vegyük alapul az iparág egyik piacvezető cégét. A Zwack Unicum Nyrt. féléves jelentése is bizonyítja, hogy a kommersz italok kereslete már rohamosan csökken, míg a prémium terméké dinamikusan nő. Viszont a felső vezetés kiemelte, hogy a megemelt jövedéki adó, az emelkedő áfa-kulcs következményeként a feketepiac népszerűségének hirtelen megugrása lesz érezhető a cég árbevételén.

3. 2. ALKOHOLTARTALMÚ ITALOK CSOPORTOSÍTÁSA

Az alkoholtartalmú, vagyis a szeszes italok fő jellemzője, hogy különböző mennyiségben etil-alkoholt tartalmaznak.

Három nagy csoportra oszthatóak, a borok, a sörök és a szeszesital-ipari készítményekre. Dolgozatom a harmadikként említett szekcióval fog részletesebben foglalkozni.

„ A szeszesital-ipari készítmények növényi erjesztett termékek közvetett lepárlásával vagy a különböző alapanyagok összekeverésével, többnyire aromák és egyéb kiegészítők hozzáadásával készült, magas alkoholtartalmú italok.”

(Dr. Buzás Gizella, B.Kiss Andrásné, Dr Sahin- Tóth Gyula [2000])

Ezen belül is két fő kategóriát különböztetünk meg:

- Párlatok
- Likőrök

A párlatok jellegzetes aromájú italok, melyek nem tartalmaznak cukrot (ha igen elhanyagolható mennyiségben), alkoholtartalmuk pedig általában 38-50 százalék között mozog. A felhasznált nyersanyagok szerint további négy szegmensre oszthatók:

- Gyümölcspárlatok

Más néven pálinkafélék csoportjának nevezhetjük, és beszélhetünk valódi, valamint különleges pálinkáról, ha a készítési módjukat figyeljük.

A valódi pálinka gyümölcsből készül, vagyis az alkoholtartalma – és zamatanyag-tartalma a gyümölcs lepárlásából származik. Hazánkban általában ízesebb, aromásabb, magas cukortartalmú gyümölcsökből készítik. Ismert fajtái a körte, a cseresznye, a szilva, a barack, a meggy, az alma, és a vegyesgyümölcs pálinkák.

EuroDrinks Kft. palettáján: Nádor termékcsalád, Closter william Crist

A különleges pálinka alapjait a valódi pálinka adja meg. Valódi gyümölcspárlatból készülnek finomszesz hozzáadásával, ezáltal finomodik az ital és az erős italt nem kedvelők is örömmel fogyasztják.

A vállalat pálinka típusú szeszesitalai: Ó-hazai termékcsalád, Nádor Paprika Premium

- Gabonapárlatok

A gabonapárlatok alapja általában a rozsból, árpából, kukoricából vagy búzából készült szesz. Legelterjedtebb ezek közül: a whisky, a gin és a vodka. A világon a blended whiskyt ismerik, amely gabonaőrleményből készült, átlagosan 40 fokos. Scotch néven elterjedt ital alatt is ezt a whisky fajtát értjük.

E rész tagja: Glen Scanlan Scotch Whisky

A gin a boróka jellegű italok népszerű képviselője. Ez a fajta alkoholo édesítés nélkül készül.

Kedvelt márka: Old Inn London Dry Gin

A vodkáról azonnal az oroszok jutnak eszünkben. Náluk még burgonyából állították elő, míg napjainkban már gabonafélék (többnyire rozs) felhasználásával készül. A fogyasztói igények gyarapodásaként megjelentek az ízesített vodkák is.

Ismert márkák ebben a kategóriában: Bristol Vodka, Tatjana Vodka, Red Crown Vodka-Fruit termékcsalád

- Borpárlatok

Borpárlatból származó ízkiegészítők és színezékek hozzáadásával készült italféleségek. Legfontosabb közülük: a cognac, az armagnac és a brandy.

A cognac francia eredetű borpálinka, amely kiváló minőségű és rendkívül finom ízű.

A céget egyetlen termék képviseli ebben a kategóriában: Lautrec Cognac

A másik nevezetes törvény által védett borpálinka az armagnac. Nem olyan közismert, mint a konyak, ezért nincs is rá olyan kereslet. Erre vezethető vissza, hogy a vállalat nem forgalmaz ilyen típusú italt.

Világszerte ismertek a brandy italok.

Az EuroDrinks Kft. kínálatában szerepel brandy és brandy típusú szeszesital is: Fayard X.O. Francia Brandy, Napoleon Residence brandy típusú szeszesital.

- Egyéb készítmények

Ide soroljuk a rumot, a tequilát és a kereskedelmi pálinkát.

A valódi rum eredetileg a karibi térségből származik, és lepárlással készül cukornád levéből. Tovább bonthatjuk a világos, illetve sötét rumra. A végtermék minőségét több összetevő befolyásolja, de elsősorban a származási hely, a természeti adottságok határozzák meg.

Nevezetes rumok: Jamaicas Star Black Label J.R./ White Ron J. Rum, Royal Poert Brown/White Rum

A hazai rumok eltérő módon készülnek, mint a karibi országokban. Nem erjesztéses úton előállított rumokról beszélhetünk, hanem mesterséges úton, étkezési finomszesz, rumeszencia, szintetikus színezékek, víz összekeverésével állítják elő. Nemcsak közvetlen fogyasztásra, hanem különböző italok készítéséhez is felhasználhatók, ilyen fajtája a kommersz rum, tearum és háziasszonyok körében jól ismert sűrűrum. A népszerű jamaicai típusú Portoricoi Rum a különleges rumok, közé tartozik.

A tequila egy mexikói eredetű szesz, amely egy agavéféléből készül. A rumhoz hasonló aromával rendelkezik. Két típusát ismerhetjük, a silver valamint a gold tequilát. Eltérő fogyasztási szokásokkal ruházták fel az italokat az évek alatt az italkedvelők. A silver tequilát sóval és citrommal, míg a goldot narancs és fahéj kíséretében fogyasztják.

EuroDrinks kínálatában szereplő tequilák: Don Ceverino Silver / Gold Tequila S.

A kereskedelmi (kommersz) pálinkák alatt olyan szeszeseitalokat értünk, aminek zamatát nem gyümölcspálinka adja, hanem az ízesítőanyagok. Jellemzőjük, hogy a legegyszerűbb eljárással, az alapanyagok összekeverése után kerülnek a polcokra, majd a fogyasztókhoz.

A második fő kategória a likőrök csoportja.

Olyan szeszese italok, amelyek meghatározott mennyiségű cukrot tartalmaznak, és kétféle módon ízesíthető, természetes vagy mesterséges anyagokkal. Összetevői között itt is megtaláljuk a finomszeszt, a vizet és a répacukrot, valamint az ízesítő-és színezőanyagokat is, melyeket összekevernek és előre megszabott ideig érlelik. Minőségük alapján felhasználhatóak kereskedelmi és különleges likőrökre.

A kereskedelmi likőrök alapanyagainak nagyrészt mesterséges úton előállított likőreszenciák alkotják, ezek adják meg az ízvilágát az italoknak. Megkülönböztető, a zamattal harmonizáló színét, szintetikus élelmiszer-festékek adják.

A különleges likőrök tulajdonságai között szerepel a természetes eredetű ízesítőanyagok felhasználata, a hosszabb ideig való érlelés. Ebből kifolyólag mélyebb élményt nyújtó, magasabb élvezeti értékű italokat sorolunk ide. Ezen belül még háromféle likőrt különböztetünk meg egymástól az ízesítés és ízjelleg szerinti ismérvek alapján:

Gyümölcslikőrök

Közepes alkohol- és cukortartalmú italok alkotják e csoportot, melyek friss vagy tartósított gyümölcs levével vagy párlatával, ízkiegészítőkkel készült. A termékek egymástól jól elhatárolhatók a gyümölcs íze és illata miatt. Mivel világunk igen gazdag gyümölcskínálattal rendelkezik, ezért sokféle ilyen likőr létezik.

- Narancs, citrom – Tropical Classic S. Triple Sec, Palace Triple Sec Likőr
- Meggy, cseresznye – Palace Cherry Brandy Likőr, Palace Bonbon Meggy Likőr
- Barack – Tropical Classic Selection Peach
- Fekete ribiszke – Cassis, Palace P. Creme de Cassis Likőr
- Banán – Tropical Classic S. Banana, Tropical Classic S. Green Banana

- Kókusz – Tropical Classic S. Coconut, Tropical Kókusz Likőr
- Sárgadinnye – Tropical Classic S. Melon

Növényi kivonatú likőrök

Különböző növényi részek hozzáadásával előállított italok. Receptenként eltérő arányban hozzákeverik a növényi kivonatokat. Akár a gyümölcsöknél a sokszínűség magyarázata a változatos nyersanyag felhasználás. Ismertebb likőrkülönlegességek alapanyag szerint:

- Fűszerkeverék
- Keserű fűszerkeverék
- Többféle ízesítőanyag

Az egyéb ízesítésű likőrök

A nők körében népszerű alkoholtartalmú italok a krémlikőrök. Ezeket az italféleségeket alapanyag alapján soroljuk három csoportba:

- Kakaó, csokoládé – Miladys Csokoládé Krémlikőr
- Kávé – Sharon's Capuccino Krémlikőr, Sally's Kávé Krémlikőr
- Tejszín - KingStone Pina Colada

3. 3. EURODRINKS BEMUTATÁSA

Az EuroDrinks Kft. magyar magántulajdonú vállalat, mely 1991. évben alapítottak. Budapesten a III. kerületben termelői, kis-és nagykereskedelmi és logisztikai tevékenységet folytat. A fogyasztók körében népszerű saját fejlesztésű termékek előállítása és forgalmazása. Az ország egészére kiterjedő teljes körű kereskedelmi szolgáltatást nyújt a vevőkhöz, illetve üzleti partnerek igényeihez igazodva. Több áruházlánc részére szállítanak első áras termékeket, például Auchan, Tesco, Metro, Match, Cora, Profi. A piaci igény hatására 2005-ben elkezdtek importálni különböző italokat is, melyek versenyképes árak miatt igen keresettek lettek. A cég a hosszú távú együttműködésre és minőségi munkára esküszik, ami véleményük szerint csakis a vevői elégedettségen keresztül érhető el. A vállalat által gyártott és forgalmazott közkedvelt termékek nem csak az áruházak polcain illetve nagykereskedelmi vállalkozásokban találhatók meg, hanem a szórakoztató iparban is. A fiatalok körében

igencsak ismert Morrison's Music Pub koktéjlaiban is felfedezhetők az EuroDrinks Kft. által forgalmazott produktumok. A vállalat elsősorban a középréteg ízlését próbálja kielégíteni, tehát minőségi termék, elérhető áron.

Széles szortimenttel rendelkező vállalatról beszélhetünk, mivel sokféle terméket tudhatnak magukénak: vodka, vodka-fruit, likőr, krémlikőr, keserű likőr, brandy, brandy típusú szeszes ital, whisky, whisky típusú szeszesital, gin, rum, tequila, pálinka, pálinka típusú szeszesital, koktél szirup, alkoholos frissítő ital. Természetesen, ezeken belül különböző ízvilággal vannak ellátva a termékek. A következő táblázatban néhány információt mutatok be a cég termékiről.

1. Táblázat Néhány termék az EuroDrinks Kft. választékából

TERMÉK MEGNEVEZÉSE	ŰRMÉRTÉK (liter)	SZESZFOK (%)
Bristol Vodka	0,7	37,5
Red Crown Sárgadinnye	0,7	17
Palace Triple Sec Likőr	0,5	16
Tropical Blue Curacao Likőr	0,5	17
Miladys Csokoládé Krémlikőr	0,7	17
Sally' Kávé Krémlikőr	0,5	16
Mojito Import Cockail	0,7	15
Nádor Keserű	0,5	38
Fayard Francia Brandy	0,7	40
Napoleon Residence –brandy típusú szeszesital	0,7	36
Glen Scanlan Scoth Whisky	0,7	40
Joe Roberts whisky típusú szeszesital	0,7	38
Old Inn London Dry Gin	0,5	37,5
Royal Port Brown Rum	0,7	37,5
Jamaica Star White Ron J. Rum	0,7	37,5
Don Severino Silver Tequila S.	0,7	35
Nádor Besztercei Szilva Pálinka	0,5	40
Nádor mézes ágyas Megy	0,5	32
Ó-hazai Classic Meggy- pálinka típusú szeszesital	0,5	37,5
Ó-hazai vilmoskörte- pálinka típusú szeszesital	0,5	38
Nádor Paprika Premium	0,5	38

Ó-hazai Bodza Alkoholos Frissítő ital	0,275	4
Sport Mandula Koktél szirup	1,0	0

Forrás: <http://www.eurodrinks.hu/> (letöltve: 2011. 11. 01.)- saját szerkesztés

3. 4. AZ EURODRINKS KFT REAKCIÓJA A VÁLTOZÁSOKRA

A szesziparnak az év végi szezon a legnagyobb forgalmat generáló időszak, ezért az összes vállalat, még alacsonyabb jövedéki adó mértékkel próbál minél több terméket előállítani. Ez annyit jelent, hogy a novemberi, decemberi periódusra előre le kell gyártani a kívánt mennyiséget. Egyszerűen az októberi hónap a tömeggyártástól és állománynövelésről szól.

Mivel az adózott készleten lévő termékek után a jövedéki adó különbözetet nem kell megfizetni, ezért felhalmoznak az egységek. Azonban ennek is különböző korlátozó tényezői vannak. Értelemszerűen első gátja a készletezésnek az anyagi forrás biztosítása. Az október 31-ig áttett készlet jövedéki adó fizetési kötelezettség határideje november 20. Másodrangú nehézséget a nagykereskedelmi raktár mérete okozhatja, mert nem tud többet termelni, mint amekkora a tároló befogadó kapacitása. Ezen kívül még az adóraktárban is lehet tárolni, de ott is előre kikötött mennyiséget. (Adóraktár: A jövedéki szabályozás alapintézménye. Az engedéllyel rendelkezők jövedéki termék adózatlanul raktározható.)Az finanszírozási problémák kiküszöbölésére több megoldás is létezik:

- Hitelkeret
- Készpénzes eladás – multinacionális vállalatoknál nem működő lehetőség
- Faktoring - A szállító fizetési haladékkal rendelkező - jellemzően 30-120 nap - vevőkövetelését ellenérték fejében harmadik félre, a Faktorra engedményezi.

Az EuroDrinks Kft. szempontjából ez a készletezés 59 millió forint kiadással járna, ezért az utolsóként említett faktoráltatással oldja meg a fizetési kötelezettségeit.

Jövedéki adó átszámolása

2011 10. 31-ig. 276100 Ft / hl

Jövedéki adó fajtakódok 2011. november 1-től (Termékmérleg adómérték kód: C3)

414 150 Ft/hl

- a Jöt. 63. § (1) bek. c) pontja szerint alkoholtermék (a Jöt. 64. § (4) bekezdésben foglaltak kivételével)

- a Jöt. 63. § (1) bek. a)-b) pontja szerinti alkoholtermék (a pálinka, a párlat és a Jöt. 64. § (2) bek. első fordulatainak megfelelő szeszes ital kivételével)

289 900 Ft/hl

- a Jöt. 64. § (2) bek. első fordulataiban meghatározott feltételeknek megfelelő szeszes ital (a pálinka kivételével)
- pálinka

(<http://vam.gov.hu/loadBinaryContent.do?binaryId=35879>- letöltve 2011.11.02.)

Egy darab 0,7 literes 40 százalékos Glen Scanlan Scotch Whiskynél (természetes aromával készült, tehát 5%-os adóváltozás), illetve egy darab 0,7 literes 38 százalékos John Reed whisky típusú szeszesital esetében (nem csak természetes aromával előállított, amit 50%-os köztehernövelés súlyt)

Termékmennyiség (db) * űrmérték (liter) * szeszfok/100 * jövedéki adó.

2. Táblázat Jövedéki adóváltozás számszerűsítése

Dátum	2011.10.31-ig	2011.11.01-től	
Jövedéki adó	276100 Ft/ hl	289900 Ft/hl	414150 Ft/hl
Scotch Whisky	$1 \cdot 0,7 \cdot 0,4 \cdot 2761 =$ 773,08 Ft	$1 \cdot 0,7 \cdot 0,4 \cdot 2899$ =811,72 Ft	
John Reed Whisky típusú	$1 \cdot 0,7 \cdot 0,38 \cdot 2761 =$ 734,426 Ft		$1 \cdot 0,7 \cdot 0,38 \cdot 4141,50$ = 1101,639 Ft
Különbözet (jövedéki adó)		13800 Ft	138050 Ft
Különbözet (összeg)		38,64 Ft	367,213 Ft

Forrás: EuroDrinks Kft. Árjegyzék [2010-2011]

A számítások korrekt módon jelzik, hogy a két termék esetében 38,64 Ft-tal fog drágulni az 5 százalékkal növekvő természetes aromát tartalmazó Scotch Whisky jövedéki adó mértéke, ezzel szemben az 50 százalékos adóváltozást érintő kategóriába tartozó John Reed whisky típusú szeszesital esetében 367,213 Ft-ot jelent.

Mivel 2011. 09. 26-án fogadták el a törvényjavaslatot, ezt minden szeszes ital gyártó és forgalmazó cégnek egy hónapon belül az összes termékre vonatkozóan ki kellett számolnia.

Majd miután számszerűsítették, arra jöttek rá, hogy az 50 százalékos terhelést kapott termékeknél változtatásokat kell véghez vinni. Mégpedig azért, mert az előállítási költség, az adó mértéke és a haszon összeadva, már drágább terméket produkált, mint a kizárólag természetes aromát tartalmazó ital. Háromféle kimenetele lehet az átalakításnak:

- termék megszüntetése
- termék összetételének változtatása
- termék változatlanul való gyártása

Az EuroDrinks Kft.-n keresztül vegyük végig, mi módon reagáltak az egyes termékek esetében az átalakulásra. Azon készítmények összessége, amelyeknek a megszüntetést látták legjobb opciónak az volt az oka, hogy a létrehozásuk és vele járó költségek, egyáltalán nem, vagy csak részlegesen térültek volna meg. Ilyen termék a King William whisky típusú szeszesital. Ezt a megoldást, már csak végső esetben használja fel a vállalat.

Ami jellemzőbb reakció, az a receptura változtatása. Értelemszerűen korlátozva vannak a határok. A különböző italfajtákra a Szövetségi Szeszital Törvény előírásainak megfelelően meg van határozva a különböző italkategóriákra való minimum szeszfok.

A következőképpen néz ki:

- vodka – 37, 5 %
- rum – 37, 5 %
- gin – 37, 5 %
- whisky – 40 %
- likőr – 15%
- keserű -
- brandy 36 %

Ennek fényében a változtatások kategóriaváltással is járhatnak, mivel a törvénymódosításban a II. számú mellékletben szerepelnek, vagyis az öt százalékos emelés érinti az imént felsorolt szeszes italokat.

A whisky szeszesital csoportba tartozó John Reed szeszfokát csökkentik 38-ról 30 százalékosra, így ugyan szeszesital kategóriában marad, de a jövedéki adó mértéke csökken. A Joe Robert's italt, pedig tiszta whiskyre variálják, tehát csakis természetes aromát tartalmaz majd. A Residence brandy típusú szeszesitalra is ez a sors vár, hogy 100 százalékos brandyre fejlesztik fel. Míg a Gerard-ot lefokozzák 24 százalékosra, vagyis a közteher súlya

mérséklődik. Az Ó-Hazai Classic termékcsalád egyelőre változatlanul marad 37, 5 százalékos pálinka szeszesital, a kereslettől függ majd az esetleges változtatás. Ezzel szemben az Ó-Hazai mézes szeszesital receptjébe belenyúlnak és az eddig 80 gramm mennyiségű mézet, felnövelik 100 grammra, ezáltal áttarifálják likőrré és máris csak 5 százalékos adóemelést fogja, terheli a terméket.

Valószínű, hogy a magyarországi szeszes ital gyártó és forgalmazó kisebb vállalatok pánikszerűen, elkezdenek termelni a karácsonyi szezonra és átváriálni a kínálatukat, a törvényhez igazodva.

A különböző termék kategóriák forintális változása 2011. november 1-től eltérő mértékben változik, köszönhetően a kétféle jövedéki adózásnak.

3. Táblázat A termékek árának változása a jövedéki adóemelés hatására

Termék megnevezése	2010. Bruttó ár (Ft)	2011. Bruttó ár(Ft)	Különbözet (Ft)
Bristol Vodka	1700	1745	45
Tatjana Vodka	2265	2330	65
Lord Silver Vodka	1245	1280	35
Red Crown Vodka-Fruit	1085	1105	20
Palace Likőrök	900	915	15
Tropical Triple Sec	1990	2030	40
Miladys Krémlikőr	1740	1760	20
Chantal Whisky Krémlikőr	1225	1245	20
Tropical Mojito	745	830	85
Szent Márk Kesorű	1925	1975	50
Jagdtrophae Kesorű	1990	2030	40
Cortel X.O. Franci Brandy	4485	4535	50
Napoleon residence	1620	2055	435
Gerard Napoleon	1420	1830	410
Glen Scanlen Scotch Whisky	2625	2675	50
John Reed	1750	2210	460

Joe Roberts	1780	2240	460
Old Inn London Dry Gin	1305	1340	35
Royal Port Rum	2525	2590	65
Don Severino Silver Tequila	2065	2475	410
Nádor Pálinka	2550	2875	325
Ó-hazai Mézes pálinka típusú szeszesital	1615	1870	255
Ó-hazai Classic	1700	1975	275
Nádor Paprika Premium	1810	2140	330
Ó-hazai Alkoholos Frissítő Ital	300	320	20

Forrás: EuroDrinks Kft. [2010-2011. árjegyzék]

Átlagosan 170 Ft-al növekednek majd a szeszes ital készítmények, viszont ezen belül kirajzolódik a táblázatban is, hogy míg egyes produktumok árai 100 Ft-nál kisebb összeggel emelkedik, addig más esetben akár 400 Ft feletti árváltozást is generálhat a jövedéki adóváltozás. Ez a növekedés egy prémium termékeket gyártó vállalat esetében az árakban több ezer Ft-os különbséget okozhat.

3. 5. ADÓEMELÉS KÖVETKEZMÉNYE

A piac átrendeződése csak 2012. januártól várható, mert az év utolsó felében, sokkal többen vásárolnak szeszes italokat, mint a fennmaradó időszakban. Így a cégeknek van 2 hónapjuk az innovációra, felkészülni a feltételezhető keresletcsökkenésre.

Viszont csak találgatni lehet, hogy az áremelésekre miként fognak reagálni a fogyasztók. Egyik oldala a feltevéseknek, hogy a vevőiből veszítenek a vállalatok.

A magasba emelkedő ár érzékelése után a fogyasztó először csökkenti az élvezeti cikkek vásárlását és inkább a legfontosabb mindennapi dolgokra fog költeni. Ezen felül fellendül a fekete gazdaság, a piacokon való vásárlás felértékelődik. Szeszturizmus indulhat be, tehát jobban megéri környező országokba átmenni, kint olcsóbb árut beszerezni, esetleg nem csak saját használati, hanem kisebb kereskedelmi mennyiséget is (Szlovákia, Ausztria). Ha már

kiment, akkor meg is tankol az illető és fizetésének egy részét nem belföldön, költi el, a valuta kivitel is végbement. Itthoni kereslet főleg a határhoz közeli településeken biztosan vissza fog esni, ezért kevesebbet kezdenek el termelni az egységek és ez létszámleépítéshez fog vezetni. Ezzel még jobban növekedik a munkanélküliség Magyarországon, ami további problémákkal járhat a gazdaságunkban.

Az egész folyamat egyik lehetséges kimenetele, hogy a jövedéki adóemelés nem bevétel gyarapodást, hanem visszaesést fog eredményezni. Az optimista felfogás szerint, viszont a kereslet nem változik a fogyasztói lojalitás miatt. Ezt a verziót erősítik az olyan fogyasztók, akik függőségben szenvednek és ennek következményeként nem fognak lemondani az alkohorról. Valószínűsíthető, hogy az általuk vásárolt mennyiséget ezután is bele lehet kalkulálni az árbevételbe.

4. A KERESLET FELELETE

4. 1. MÁRKAHŰSÉG MAGYARORSZÁGON

A márkahűség arra mutat rá, hogy a fogyasztó melyik márkát preferálja a legjobban, milyen időközönként vásárolja adott terméket/szolgáltatást és mekkora mennyiségben.

Ez alapján négy vevőcsoportot különböztetünk meg:

- Márkahű – újravásárláskor mindig ugyanazt a márkát választják, erőselkötelezettség jellemzi őket a márka iránt
- Márkaváltogató – néhány márkát egyenrangúnak érznek, ezért felváltva vásárolják azokat, mai piacot ez jellemzi inkább a vásárlókat
- Márkaelhagyó – új márkára cserélik a régi jól megszokott márkájukat, minőségbeli hibák okainak feltárása ajánlott
- Csapongó – általában alacsony társadalmi réteghez tartozók, mindig akciós termékeket vesznek, és nem ragaszkodnak egy márkához sem

A vendéglátás szakmai lapjából világosan kiderül, hogy már 1 éve elkezdett csökkeni a kereslet a gyengébb minőségű termékeknél, míg a prémium produktumokat gyártó vállalatok árbevétele nem változott. Tehát a magyarok brand hűsége igen magas az alkoholos italok terén.

„Sok prémium brand van jelen, de csak igen kevés tud jelentős sikereket elérni. Ennek fő oka az, hogy a fogyasztók nem név szerint kérnek vodkákat, más szóval nincs „brand call”. Azok a termékek tudnak jelentős mennyiséget elérni, amelyek a prémium kategória árszintje alatt

tevékenykednek. Ehhez a képhez hozzájárult a gazdasági válság okozta fogyasztói kereslet visszaesés is, és ezen belül a gasztronómia egységek forgalmának csökkenése a kiskereskedelem javára. A fiatalok által látogatott „bulizós” egységek viszonylag jól szerepeltek az elmúlt évben, forgalmunk nem csökkent. Ezeken a helyeken ugyanis a szórakozás része a fogyasztás is.”

(Nemes László marketingigazgató - Bacardi-Martini Hungary Kft.[2010])

„Kiugró eltéréseket nem tapasztaltunk az értékesítésben. A forgalmunk az elmúlt két évben stabilnak tekinthető. Drasztikusabb kereslet visszaesséssel nem szembesültünk. Márkák minősülnek. Tapasztalataink szerint legnagyobb bevétel a szórakozóhelyeken generálódik, melynek oka, hogy e helyek kínálják a legszélesebb termékskálát a Bols vodkákból is, mindazoknak, akik tisztán, vagy koktéllba keverve szeretik fogyasztani kedvenc vodkájukat.

(Hegedűs Krisztina Junior Brand Manager - Bols Hungary Kft.)

Tapasztalataink szerint a válság a gasztronómiai piacot, illetve annak legszélesebb rétegét, a kis- és középkategóriás vendéglátóhelyeket érintette leginkább. Így a nagy számok törvénye alapján az ő beszerzéseik csökkentek leginkább.

(Krubl Yvette kommunikációs vezető - Metro Kereskedelmi Kft.)

(Horeca Pincér vendéglátóipari szaklap [XV.évf. 2010. május])

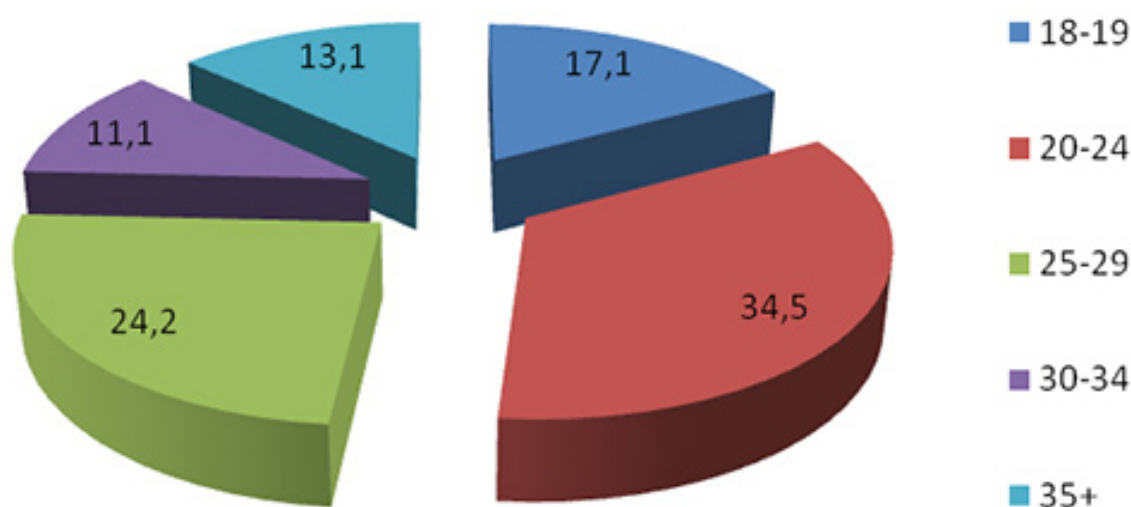
4. 2. VEVŐK FOGYASZTÁSI SZOKÁSAI

Európában drámain növekszik az ifjúsági alkoholfogyasztók száma. A fiatal felnőttek körében elég gyakori a túlzott alkoholfogyasztás.

„Heineken Hungária Zrt., az Európai Ifjúsági Kutató-, Szervezetfejlesztő és Kommunikációs Központ (EIKKA), az Est Média Group, valamint a Sziget Kft. összefogásával létrejött, a nyári fesztiválokra időzített kutatásban a szakemberek online és fesztivál helyszíni kutatást folytattak. A kutatás eredményeiből többek között kiderült, hogy a megkérdezett magyar fiatalok számára az alkoholfogyasztás egy előre kódolt cselekvést és mintakövetést jelent, mivel a fiatalok társadalmi és családon belüli szocializációjában az alkoholfogyasztás egy elfogadott társadalmi jelenségként rögzül.”

(http://privatbankar.hu/kkv/az_ivas_nalunk_tarsadalmi_kenyszer-217961 - letöltve: 2011.11.08.)

A kutatás rámutatott arra a fontos összetevőre, hogy a megkérdezettek kor szerinti megoszlásában a fiatalok az élenjárók.



3. ábra Alkoholfogyasztás kor szerinti megoszlása

Forrás: http://privatbankar.hu/kkv/az_ivas_nalunk_tarsadalmi_kenyszer-217961 - letöltve 2011. 11. 07.

Több kutatás is alátámasztja, hogy az európai fiatalok sört igen szeretik, ezzel szembe a magyar kortársak a tömény szeszesitalt részesítik előnyben. Emellett megfigyelhető, hogy egyre többen fogyasztanak nagyobb mennyiségű alkoholt már hétköznapi is. Talán ezekkel, a statisztikákkal is alátámasztható a döntés, amely a jövedéki adóemelésről szól. Mivel általában a diákok, hallgatók költségvetése szűkösebb, mint egy dolgozó emberé, talán vagy magasabb minőségű árut vásárol, vagy csökkenti az alkalmak számát.

Kérdőíves módszerrel próbáltam felmérni a felsőoktatási hallgatók szeszesital fogyasztási szokásait, és a reakciójukat a köztehernövelésre. A kérdőívek kitöltése online módon történt. A válaszolók száma 50 fő volt.

A válaszadók nemek szerinti megoszlása szerint női többség volt, 18 férfi és 32 nő töltötte ki a kérdőívet. Az életkori átlaguk 21 év volt. A válaszadók mind Magyarországon élnek és jelenleg is felsőoktatási tanulmányaikat végzik.

Elsőként fontosnak tartottam megtudni, hogy ki fogyaszt alkoholt, illetve ki nem. Számomra nem meglepő módon 96 százalékuk fogyaszt alkoholt és a maradék 4 százalék válaszolt nemmel. Főben kifejezve 48-2-es arányt mutat. A fogyasztás illet vásárlás gyakoriságára vonatkozó kérdésre átlagos válaszok érkeztek, 1-5-ig terjedő skálán 2,7-es eredmény jött ki.

A dolgozatomban is taglalt magyarországi brand hűséggel kapcsolatos témakört, ismét alátámasztom a kérdőív összesítésével, hiszen a megkérdezettek 66 százaléka az igen válaszra tette a voksát, és 34 százalék nem. Grafikonnal a következőképp ábrázolhatjuk:



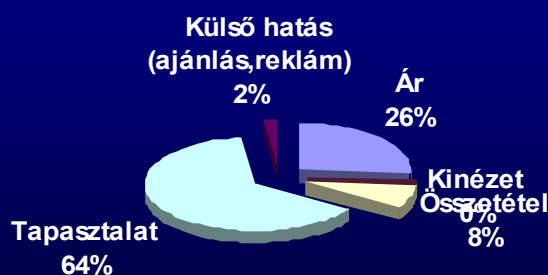
4. ábra Márkahűség megoszlása az alkoholtartalmú italok terén

A vásárlás céljára utaló reakciók túlnyomórészt az első három opciót erősítette. Mégpedig az ajándékot, saját részre való beszerzést, a vendégvárást. Következtetést lehet levonni, ha ebben a korcsoportban valaki szeszes italt vásárol, akkor legtöbb esetben önmagának szerez vele örömet, másodsorban pedig meglepetésnek szánja. Arra is fény derült, hogy dísznek egyáltalán nem vesz senki alkoholt.

További meghökkentő arányok a termék kiválasztási szempontjainál születtek. Öt lehetőség közül választottak a hallgatót, csak egyet lehetett jelölni.

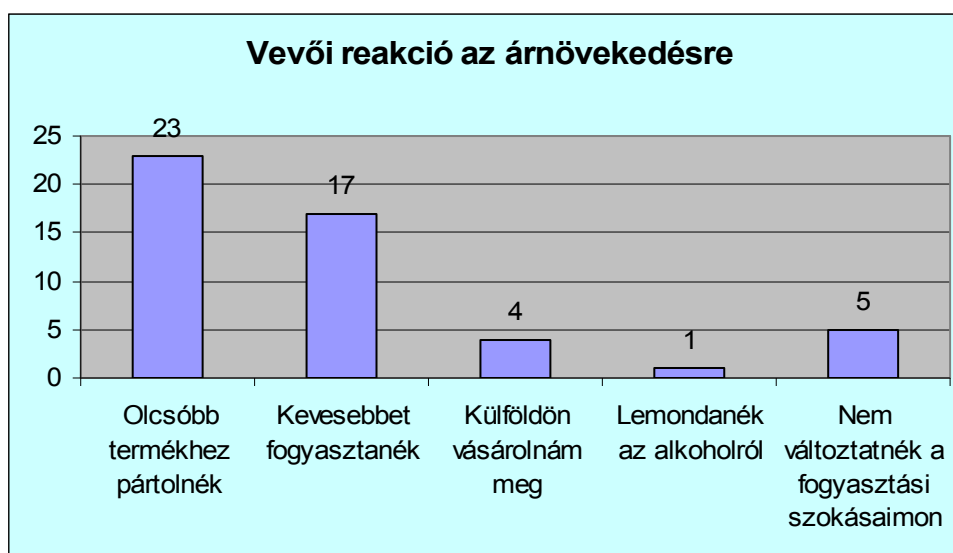
Az összesítés előtt, majdnem biztos voltam abban, hogy az alternatívák között szembeötlően az anyagi érdekeltség fogja megszerezni az első helyet. Viszont a tapasztalat fontosabbnak bizonyult az árnál is. Másik szokatlan eredmény is ennél a résznél az volt, hogy kinézet 0 szavazattal zárt. Számomra azért nem mindennapi ez az eredmény, mert a marketingesek, a vállalat formatervezői annyit foglalkoznak a termék színével, külsejével. Arra a következtetésre jutottam, hogy a minőség sokkal jobban számít egy vevőnek, mint a megjelenés. Persze hatásosnak is kell lenni, főleg az impulzusvásárlóknál, de erre kevesebb erőforrást is alkalmazhatunk. A külső tényezők befolyása (reklám, ajánlás) sem eredményeztet népszerűséget a válaszadók körében.

Döntési szempontok az alkoholos italok vásárlásakor



5. ábra Kiválasztási szempontok a szeszes ital vásárlásakor

A felmérés hetedik kérdésére adott feleletek nem hoztak különösebb eltérést a várt eredménytől. A várakozásnak megfelelően, ha az árak kétszeres növekedést mutatnának olcsóbb termékhez, pártolna a többség. Másik racionális döntés ebben a helyzetben, ha megtartja a vevő a minőségbeli elvárásait az italok kapcsán, de a mértéket alacsonyabbra redukálja.



6. ábra Vásárlói reakció a kétszeres árnövekedésre

Az italféleségek megoszlásában három vezető kategória van, a vodka, a pálinka és a tequila. Érdekes összetevője lehet, hogy a likőr alig kapott szavazatot, pedig a minta nagy része nőkből állt. A brandy a másik lemaradó ágazat, talán indokolható a korral.

5. ÖSSZEFOGLALÁS

Dolgozatomban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy milyen változtatásokat fog generálni a jövedéki adóemelés a szeszesital ágazatban. A kínálati oldalnak számos módosítás kellett alkalmaznia a gyártás folyamatában, az új árak kialakításában. Mivel az adónövelést bele kellett építenie a polci tarifába, ezért a maradandó fogyasztási mennyiség megtartása végett, haszonkulcsot csökkenteni kellett. Elsősorban a kommersz italokat gyártó cégeket érinti majd az átalakulás. A kultúránkhoz tartozik a pálinka, ezért is támogatja az állam az otthon készítő személyeket, akiknek 50 literig adómentes a készítményük, viszont elvileg csak saját részre készíthetik, forgalomba nem hozhatják. Ebből az fog következni, hogy aki pálinkát kíván inni, úgymint megszerzi a házi készítésűt, mivel az az igazi, ezután se fogja megvenni a boltban kaphatót.

A vizsgált vállalattal való együttműködésem során, azt tapasztaltam, hogy ez a kormányzati döntés a kisebb cégeket érinti majd legjobban. Így alakul az EuroDrinks Kft.-nél is a helyzet, rengeteg mennyiségű munkával át kellett szervezni az év végi főszezon előtti időszakban az egész árjegyzéket, termékkínálatot. Karácsonyi, szilveszteri időszak a szeszes ital gyártó és forgalmazó cégek életében a legfontosabb időintervallum. Ebből következik tehát, hogy reális képet csak 2010. januárjában, vagy inkább az első negyedév után tudnak majd kialakítani a piaci átrendeződés kapcsán. Vagyis még két hónap áll rendelkezésre minden vállalatnak az innovációkra.

Szalay Gabriella, a cég kereskedelmi igazgatója, arról is beszámolt, hogy nem tudták minden terméküket átcsoportosítani, receptúrát változtatni, ennek fényében megmaradt szeszfokkal gyártják tovább, így ezek a készítmények áraiban kiemelkedően magas a jövedéki adó mértéke. Azt is megtudhattam beszélgetésünk alatt, hogy véleménye szerint, nem fog pozitív bevételt eredményezni ez a megoldás, mivel a magyar társadalom azért vásárol esetenként rosszabb minőségű szeszes italokat, mert a háztartások költségvetési nem engedi, meg hogy prémium produktumokat fogyasszanak.

A kereslet részéről meg nem fog érzékelhetővé válni azonnal ez az árnövekedés, hiszen a cégek bekészleteztek, így novemberi decemberi hónapra előre legyártották a keresett mennyiséget, amiket még a 2011. 11. 01. előtti jövedéki adó sújt, és a különbözetet nem kell megfizetniük. Számítások alapján bemutattam, hogy a természetes aromával készült italok ára átlagosan 40 Ft-tal fog emelkedni, másik csoportba tartozó készítmények akár 400-500 Ft-tal is drágulhatnak a közép kategóriában, minőségi szekcióban.

Kérdőíves felmérésem kis mintavétel ellenére képet ad a fogyasztói szemszögváltozásra a közteher változás hatására. Azt mutatja, hogy a vevők várhatóan kevesebbet fognak vásárolni. Brand témakörből kiderült, hogy a válaszolók nagy része márkahű. De a kétszeres árnövekedés esetében már alacsonyabb árú termékhez pártolnának, vagy ritkítanak az alkalmakat. Az eredményekből az is kiderül, hogy egy hallgató számára milyen sorrended képeznek a kiválasztási szempontok. Meglepő módon az ár csak második helyezett lett, elsősorban a tapasztalat számít a fiatal felnőtteknél. A külső megjelenés egyáltalán nem fontos a megkérdezetteknek, ebből azt szűrhetjük le, hogy inkább a termék megismertetésére kell erőforrásokat bevetni és jó benyomást kelteni, majd a vásárló, ha megtapasztalta és elégedett volt a termékkel, újra vissza fog térni a készítményhez, és a vállalatához.

Összefoglalva a kutatási eredményem, a kínálati oldal egy hónapon át óriási változásokon ment keresztül, míg a kereslet oldal még nem sokat érzett a jövedéki adóváltozásból, ami a szeszesital készítményeket érinti. Januártól azonban a piaci átrendeződés lezajlik és fogyasztói szokások meg fognak változni. Ugyan kevesebb alkoholtartalmú italt fog fogyasztani a társadalom, de az állam bevétele nem fog kiugróan megnőni. Viszont a rendszeresen fogyasztók köreiben a jövedéki adóemelés nem hoz változást a vásárlási szokásokkal kapcsolatban, A mennyiséget nem fogják visszaszorítani, talán másik termékhez fognak pártolni, de egészségük megőrzésében nem fog előrelépés történni.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

Dr. Buzás Gizella – B.Kiss Andrásné – Dr. Sahin- Tóth Gyula [2000]: *Italismeret*, Képzőművészeti Kiadó és Nyomda, Budapest

Dr. Kiss Mariann [2005] : *Alapmarketing* ,AULA Kiadó, Budapest, 110. oldal

Horeca Pincér vendéglátóipari szaklap [XV.évf. 2010. május]

Némethné Czaller Zsuzsanna [2007] : *A jövedéki szabályozás szerepe és változásai Magyarországon, különös tekintettel az EU csatlakozás óta eltelt időre és a visszaélések tükrében* = BGF Szakmai Füzetek 2007. 22. sz

Jogszabályok

Magyar Közlöny 2011. szeptember 29.]: 111. száma, 1. A jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól szóló 2003. évi CXXVII. törvény módosítása

Internetes források

<http://www.maipiac.hu/index.php/2010-oktober/6951-premiumkortyok>

(letöltve 2011. 11. 01.)

<http://vam.gov.hu/viewBase.do?elementId=1079>

(letöltve 2011. 11. 02.)

<http://www.freeweb.hu/eszmelet/51/ado51.html>

(letöltve 2011. 11. 07.)

http://www.adko.hu/01_files/friss_hirek/gyorsdiagnozis_ahazai_adopolitikarol.pdf

(letöltve 2011. 11. 05.)

<http://www.eum.hu/eu-egeszsegugy/eu-integracio/egeszsegi-allapotot>

(letöltve 2011. 11. 09.)

http://m.hvg.hu/hvgfriss/2011.42/201142_felemas_alkoholadoemeles_egetett_szeszesek

(letöltve 2011.11.09)

www.nfh.hu/data/cms32979/osszefoglalo_jelentes.doc

(letöltve 2011. 11. 09.)

<http://www.eurodrinks.hu/>

<http://vam.gov.hu/loadBinaryContent.do?binaryId=35879>

(letöltve 2011. 11. 02.)

http://privatbankar.hu/kkv/az_ivas_nalunk_tarsadalmi_kenyszer-217961

(letöltve 2011. 11. 07)

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV A SZEZESITAL FOGYASZTÁSI SZOKÁSOKRÓL

Egyetemista hallgató vagyok és tudományos témának a jövedéki adóemelés hatására bekövetkezett változásokat választottam. A kutató munkám egyik része, hogy a hallgatók fogyasztási szokásait megkérdezéssel módszerrel mérem fel. A kérdőív kitöltése maximum 5 percet vesz igénybe. Segítségedet előre is köszönöm!

Üdvözlettel: Krusch Renáta

Kérjük, írja be az adatait:

Nem

Életkor

1. Szoktál alkoholos italokat fogyasztani?

☐

Igen

☐

Nem

2. Ha igen, milyen gyakran fogyasztasz alkoholt?

1 2 3 4 5

Ritkán ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sűrűn

3. Italválasztásnál ragaszkodsz-e a megszokott márkához?

☐

Igen

☐

Nem

4. Milyen időközönként vásárolsz alkoholtartalmú italokat?

1 2 3 4 5

Soha ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Gyakran

5. Milyen alkalomból veszel szeszes italokat? (több válasz lehetséges)

☐

Ajándék

☐

Vendégvárás

☐

Saját részre

- ☐ Dísznek
- ☐ Egyéb

6. Mi alapján döntesz ,hogymelyik termék kerüljön a kosaradba?

- ☐ Ár
- ☐ Kinézet
- ☐ Összetétel
- ☐ Tapasztalat
- ☐ Külső hatás (ajánlás, reklám)

7. Hogyan reagálnál kétszeres árnövekedésre?

- ☐ Olcsóbb termékhez pártolnék
- ☐ Kevesebbet fogyasztanék
- ☐ Külföldön vásárolnám meg
- ☐ Lemondanék az alkoholoról
- ☐ Nem változtatnék a fogyasztási szokásaimon

8. Ha vásárolsz, milyen típusú italokat preferálsz? (több válasz lehetséges)

- ☐ Whisky
- ☐ Vodka
- ☐ Brandy
- ☐ Pálinka
- ☐ Likőr
- ☐ Tequila
- ☐ Rum

Köszönöm, hogy válaszaiddal segítetted a kutatásomat!