

Budapesti Corvinus Egyetem

Élelmiszertudományi Kar

Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék

ANGYAL KRISZTINA

**KELET-MAGYARORSZÁGI PÁLINKAFŐZDÉK TAPASZTALATAI A
PÁLINKAKERESKEDELEMBEN**

A kereskedelmi főzdek hazai piaci részesedése néhány esettől eltekintve csökkenő tendenciát mutat, a meglévő piacok megtartása a főzdek számára egyre nagyobb költségekkel jár, termékeiket egyre nehezebben és egyre kisebb mértékben tudják értékesíteni, ennek ellenére a kereskedelmi főzdek száma folyamatosan és dinamikusan emelkedik. Szakdolgozatomban ennek a kérdéskörnek jártam utána, megpróbáltam a pálinkakereskedelmet a legnagyobb és legmeghatározóbb szereplőkön keresztül éppúgy megérteni, mint egy főtevékenységként bérfőzést végző és csak „hobby-ként” kereskedelmi főzéssel tevékenykedő, de rendkívül elhivatott főzdmester tapasztalatai által.

A dolgozat megírását szekunder információk gyűjtésével kezdtem, tanulmányoztam a témával kapcsolatos hazai szakirodalmat, folyóiratokat, szaklapokat, internetes oldalakat. A vizsgálatok módszertani hátterét tekintve a mélyinterjút, mint piackutatási formát alkalmaztam.

Mind a szekunder kutatás adatai, mind a kereskedelmi főzdek tapasztalatai egyértelműen alátámasztják, hogy az elmúlt években a fogyasztók kevesebb kereskedelmi forgalomban található pálinkát vásároltak, miközben az alkoholfogyasztás mértéke nem csökkent. Ebből arra következtethetünk, hogy a fogyasztók jelentős része nem a hivatalos kereskedelmi csatornákon keresztül szerzi be a fogyasztandó terméket, hanem alternatívákat keres az igényeinek a kielégítésére.

Megállapítottam, hogy a pálinka jövedéki szabályozása az elmúlt esztendőkből többször változott, és gyakran koncepció nélkül egyik napról a másikra egymásnak teljesen ellentmondó, abszurd helyzeteket teremtett a kormányzat az egész ágazaton belül. A bekövetkező jövedéki változásokat a kereskedelem ki-ki a maga módján próbálja meg lekövetni, aminek a következményei a fogyasztókra csapódnak. A törvénymódosítások generálta folyamatos változás hatására a piacon sikerült elérni, hogy a fogyasztók jelentős része elfordult a kereskedelmi forgalomban kapható termékektől, és saját beszerzési csatornáin keresztül próbálja meg kielégíteni igényeit.

Az interjúk során bizonyosságot nyert, hogy aki a fogyasztó felé a magas minőséget magas áron kínálja, még mindig stabilabb piaccal rendelkezik, mint aki az alacsony árra alapozva folyamatosan változtatja a minőséget. Ezzel ellentétes viszont az a tény, hogy az alacsony fizetési hajlandóság miatt olcsó, bizonytalan minőségű terméket vásárlók jóval szélesebb réteget jelentenek. Hogyha valakinek az ár az első, az csak a minőség rovására mehet, és sok gyártó a nagyobb profit realizálása érdekében gondolkodás nélkül beáldozza a minőséget fogyasztói igény háttérbe szorításával.

Arra, hogy a jelenlegi piaci körülmények között miért kezd valaki kereskedelmi pálinkafőzésbe annak tudatában, hogy az értékesített mennyiség folyamatosan csökken, nem találok reális magyarázatot. Ezek a beruházások többnyire Európai Unió fejlesztési pénzeiből valósultak meg, ahol feltételezhetően a támogatási összeg megszerzése az elsődleges szempont, nem a piaci igények kielégítése.

Nagy számú eltérő termelési mennyiségű kereskedelmi pálinkafőzde eltérő áron eltérő minőségben képviselteti magát a szegmensben, de a fogyasztói rétegek is legalább olyan sokszínűek. Aki célt akar érni, az megtalálja a piaci réseket, amivel fenntarthatja vállalkozását. Az, hogy nem akkora a fogyasztók érdeklődése a pálinkák iránt, mint ezelőtt néhány évvel, az talán a legtöbb esetben a változó, nem megfelelő minőséggel és az alacsony fizetési hajlandósággal magyarázható.

A fogyasztók nagy valószínűség szerint azért használják ki az illegális értékesítési csatornákat, mert becsapva érezhetik magukat a kereskedelemben található termékek változó és számukra nem kielégítő minősége miatt. Megállapítható továbbá az is, hogy a fogyasztóknál tapasztalható jelentős árérzékenység is nagyban befolyásolja a kereskedelmi forgalomban lévő termékek értékesítésének lehetőségeit egyfelől azért, mert viszonylag jó minőségű bérőfőzdeből származó pálinkához juthat a minőségorientált fogyasztó a bolti literár kb. negyedéért, másfelől a minőséget figyelmen kívül hagyó fogyasztónál, ahol csupán az ár határozza meg a fogyasztó döntését, az illegális csatornák vélhetően sokkal inkább megfizethetőek. Ahhoz, hogy egy kereskedelmi főzde versenyképes tudjon maradni, ahhoz tartósan minőségi terméket kell előállítania megfizethető áron.

Kutatási eredményeim szerint a vásárlók árérzékenysége, bizonytalansága és kiszolgáltatottsága vezetett el a jelenlegi helyzethez, amiben az államnak rendkívüli szerepet tulajdonítok, de nem vagyok benne biztos, hogyha megfelelő állami koncepció és támogatás lenne a pálinkára, akkor a kereskedők szemléletében tapasztalható nyereszkesedő, kalmár hozzáállás miatt nem ugyan itt tartana a szakma.