

**Prasidėjus 2023 metams, valstybės institucijos skelbia vis daugiau duomenų apie tai, kokia buvo 2022 metų pabaiga ir bendrai 2022 metai atskiriems Lietuvos ekonomikos sektoriams bei valstybės viešiesiems finansams. Ne išimtis ir alkoholio akcizų statistika - jau turime Valstybinės mokesčių inspekcijos (VMI) duomenis apie alkoholio realizacijos ir alkoholio akcizų surinkimą 2022 gruodį ir per visus 2022 metus. Vertinant visų 2022 m. ir praėjusių metų pabaigos skaičius, galima pasakyti, kad 2022-ieji Lietuvos alkoholio rinkai atnešė nemažai iššūkių, kurie ypač gerai matosi atskirų alkoholinių produktų realizacijos rodikliuose.**

### **2022-ieji Lietuvos alkoholio rinkai - transformacijos metai**

VMI skaičiai rodo, kad per visus 2022 m. valstybė gavo 429,4 mln. EUR pajamų iš alkoholio akcizų, arba 3,3 proc. daugiau nei 2021 m. (415,8 mln. EUR). Tačiau, nepaisant nežymiai išaugusių valstybės pajamų iš alkoholio akcizų, alkoholinių produktų realizacijos duomenys nedžiugina: 2022 m. visuose alkoholinių produktų segmentuose, išskyrus alaus produktus, buvo fiksuojamas gana ženklus vartojimo kritimas.

Pavyzdžiui, pernai vyno ir fermentuotų gėrimų realizacijos apimtys sumažėjo 6,3 proc., tarpinių alkoholio produktų realizacija nukrito 15,3 proc., spiritinių gėrimų ir etilo alkoholio suvartojimo apimtys sumažėjo 6,5 proc. Išimtis tik alaus segmentas, kur 2022 m. suvartojimo apimtys padidėjo 5,6 proc.

Iš esmės, 2022 m. Lietuvos alkoholio vartojimo rinkose įvyko transformacija: vartotojai iš vyno ir stiprių alkoholinių gėrimų segmento perėjo į alaus segmentą, o įtakos tokiems vartojimo pokyčiams turėjo alkoholio akcizų vynui bei stipriems alkoholiams gėrimams padidėjimas bei bendras infliacijos augimas Lietuvoje.

Dėl infliacijos bei akcizų padidėjimo pakilus vyno ir stipraus alkoholio kainoms, Lietuvos alkoholinių produktų vartotojai migravo į pigesnę alkoholinių gėrimų segmentą, t.y. vietoje vyno ir stipraus alkoholio pradėjo daugiau vartoti alaus produktų.

Apskritai, pernai alaus segmentas didele dalimi ir užtikrino valstybės pajamų iš alkoholio akcizų padidėjimą: iš 13,596 mln. EUR įplaukų iš alkoholio akcizo padidėjimo - 11,510 mln. prieaugis fiksuojamas alaus segmente. Tai reiškia, kad 2022 m. išaugęs alaus vartojimas ir padidėjusios valstybės pajamos iš alaus akcizų sugeneravo net 85 proc. visų valstybės pajamų iš alkoholio akcizų padidėjimo.

Kituose alkoholio segmentuose akcizų surinkimo dinamika buvo gerokai prastesnė. Per visus 2022 m. įplaukos iš akcizo vynui ir fermentuotiems gėrimams padidėjo 6,1 proc., tačiau

## Aleksandras Izgorodinas: kaip 2022-aisiais pasikeitė Lietuvos alkoholio vartojimo rinka ir ko tikėtis 2023 metais?

2022 m. gruodį lyginant su 2021 m. gruodžiu, valstybės pajamos iš akcizo vynui ir fermentuotiems gėrimams sumažėjo 4 proc., nepaisant 2022 m. pradžioje padidėjusių akcizų. Įtakos tokiam kritimui turėjo ženklus (-17 proc.) vyno ir fermentuotų gėrimų vartojimo kritimas 2022 m. gruodį.

Negana to, per visus 2022 m. valstybės pajamos iš tarpinių alkoholio produktų akcizų sumažėjo 8,8 proc., o valstybės pajamos iš akcizo stipriems alkoholiniams gėrimams neišaugo (sumažėjo 0,1 proc.) nepaisant išaugusio akcizo stipriems alkoholiniams gėrimams.

### **Ko tikėtis 2023 metais?**

Kalbant apie Lietuvos alkoholinių gėrimų rinkos perspektyvas 2023 m., didelio pozityvumo aš nematau - (1) tikėtina, kad 2023 m. prasidės tolesniu vyno ir stiprių alkoholinių gėrimų realizacijos (vartojimo) kritimu; (2) matysime tolesnę alkoholio vartojimo transformaciją iš brangesnių į pigesnius alkoholio segmentus; (3) 2023 m. bendros alkoholinių gėrimų realizacijos apimtys gali susitraukti.

Vertinant iš makroekonominio požiūrio, 2023 m. Lietuvos alkoholinių gėrimų ir alkoholio vartojimo rinką veiks šie pagrindiniai aspektai:

#### **1. Akcizai, infliacija ir alkoholinių gėrimų kaina.**

Pradėkime nuo akcizų. 2021 m. birželį Seimas priėmė Akcizų įstatymo pataisą, kurios numato tolesnę akcizų alkoholiniams gėrimams padidėjimą. Iki 2024 m. akcizai etilo alkoholiui kasmet bus didinami po 6,8 proc., tarpiniams produktams - vidutiniškai po 8 proc., vynui ir kitiems fermentuotiems gėrimams virš 8,5 proc. stiprumo, alui - 10 proc. Tai, atitinkamai, kels ir galutines alkoholinių gėrimų kainas.

Infliacijos atžvilgiu situacija 2023 m. bus nestabili. Iš vienos pusės, sumažėjus neapibrėžtumui dėl padėties ES dujų rinkose, dujų kaina Europoje nuo 2022 m. rugpjūčio sumažėjo 6 kartus: nuo 339 EUR/MWh rugpjūčio pabaigoje iki 56,8 EUR/MWh šiuo metu. Sumažėjusi dujų kaina spaus žemyn ir elektros kainas verslui, todėl labai realu, kad artimiausiu metu Lietuvoje ir euro zonoje matysime gana ryškų infliacijos sulėtėjimą.

Iš kitos pusės, JAV centrinis bankas pavasarį nustos kelti palūkanas, o Kinijos valdžiai atsisakant COVID-19 suvaržymų, pavasarį matysime akivaizdų Kinijos ekonomikos atšokimą - minėti aspektai pavasarį gali kilstelėti naftos bei kitų žaliavų kainas aukštyn. 2023 m. vasaros viduryje-rudenį pasaulio ekonomika, tikėtina, panirs į recesiją, tad vėl matysime

## Aleksandras Izgorodinas: kaip 2022-aisiais pasikeitė Lietuvos alkoholio vartojimo rinka ir ko tikėtis 2023 metais?

infliacijos sulėtėjimą. Apibendrinant, 2023 m. kainos toliau kils, tik lėčiau nei pernai: Lietuvos banko prognozės rodo, kad 2022 m. infliacija Lietuvoje siekė 18,9 proc., o 2023 m. kainos išaugs dar 9,5 proc.

Išaugę alkoholio akcizai bei infliacinė aplinka toliau darys spaudimą alkoholinių gėrimų kainoms, todėl tikėtina, kad vartotojai Lietuvoje toliau mažins brangesnio alkoholio (vynų ir stiprių gėrimų) vartojimą bei toliau bus linę pereiti prie pigesnių (pvz. alaus) gėrimų.

### **1. Kylančios palūkanos euro zonoje ir Lietuvoje.**

2023 m. Europos centrinis bankas (ECB), tikėtina, toliau didins bazines palūkanas: jeigu šiuo metu bazinės palūkanos euro zonoje siekia 2 proc., iki 2023 m. pabaigos jos gali pasiekti 3 proc. Atitinkamai, Lietuvoje matysime tolesnę paskolų gyventojams palūkanų augimą. Lietuvos banko duomenimis, 2022 m. lapkritį naujų paskolų namų ūkiams palūkanos Lietuvoje padidėjo iki 5,4 proc. Palyginimui – 2022 m. liepą, kai ECB pirmą kartą pakėlė palūkanas, naujų paskolų namų ūkiams palūkanos siekė 3,97 proc., o 2021 m. lapkritį 2,95 proc.

Paskolų palūkanos toliau kils, o tai darys spaudimą Lietuvos gyventojų finansams, atitinkamai skatins vartotojus mažinti ne pirmo būtinumo prekių vartojimą bei iš brangesnių produktų išeiti į pigesnius prekių segmentus. Šie dėsniai, be abejo, veiks ir Lietuvos alkoholinių gėrimų rinką.

### **1. Atsigaunančios Lietuvos vartotojų nuotaikos ir nedidelė bei vėlyva krizė.**

Visgi, yra ir gerų naujienų. Sumažėjus nerimui dėl situacijos ES energetikos rinkoje, Lietuvos vartotojų optimizmas atsigauna: Europos Komisijos duomenys rodo, kad 2022 m. gruodį Lietuvos vartotojų lūkesčiai pasiekė aukščiausią lygį per 10 mėnesių. Gerėjančios Lietuvos vartotojų nuotaikos paskatins dalį gyventojų, kurie dėl neapibrėžtumo susimąžino savo vartojimo apetitą, sugrįžti į vartojimo rinką.

Negana to, nors viešojoje erdvėje šiuo metu dažnai minima krizė ir recesija, mano nuomone, krizė visgi yra 2023 m. vasaros pabaigos reiškinys, tad labai realu, kad pirmas pusmetis Lietuvos ekonomikai ir darbo rinkai bus geras. Labai tikėtina, kad šį kartą Lietuva patirs tik nedidelį ekonomikos sulėtėjimą antrąjį 2023 m. pusmetį, todėl atitinkamai nematysime drastiško vartojimo kritimo, tačiau tikėtis vartojimo augimo alkoholio rinkoje taip pat nereikėtų.

Apibendrinant, 2022 m. Lietuvos alkoholio rinka išgyveno pokyčių laikotarpį, kuris labiau

## Aleksandras Izgorodinas: kaip 2022-aisiais pasikeitė Lietuvos alkoholio vartojimo rinka ir ko tikėtis 2023 metais?

palietė stipraus alkoholio ir vynu rinką, o dėl kylančių alkoholinių gėrimų kainų vartotojai migravo į alaus segmentą. Mano prognozės dėl Lietuvos alkoholio rinkos 2023 m. lieka atsargios. Kylančios kainos, kylančios paskolų palūkanos bei didėjantys alkoholio akcizai toliau darys spaudimą alkoholinių gėrimų realizacijai Lietuvoje – labiausiai šį efektą pajus stipraus alkoholio rinka. Tikėtina, kad alkoholio vartojimas Lietuvoje trauksis tiek pirmąjį, tiek ir antrąjį 2023 m. pusmetį.

