

Kasmet mūsų, Vilniaus universiteto mokslininkų, alkoholio vartojimo įpročių Lietuvoje tyrimo rezultatai nurodo, kad vartotojai raportuoja vis mažesni suvartojamą alkoholio kiekį. Tokius rezultatus ir tendencijas galima pastebėti ir kituose tyrimuose. Svarbu pabrėžti, kad tai ne faktinis suvartojamo alkoholio kiekis, o deklaruojama žmonių nuomonė. Be to, fiksuojami alkoholio vartojimo mažėjimo požymiai atsiranda anksčiau, nei įsigaliojo masiniai alkoholio vartojimo ribojimai. Todėl galima daryti išvadą, kad tai yra pačių asmenų sprendimas, o ne ribojančios politikos pasekmė.

Jeigu šis, jau šeštus metus atliktas tyrimas būtų vienintelis duomenų apie suvartojamą alkoholį šaltinis, tai būtų galima kalbėti apie beveik perpus per penkmetį smukusį alkoholio suvartojimą, tačiau ši apklausa nėra vienintelis šaltinis apie suvartojamus alkoholio kiekius.

Kontrolinis duomenų šaltinis, kuris yra naudojamas prie šios apklausos rezultatų, yra alkoholio kiekiai, už kuriuos buvo sumokėti akcizai. Jeigu apklausos rezultatai gerai atspindėtų faktinį vartojimą, tai neatitiktum tarp gyventojų apklausos metu deklaruoto alkoholio suvartojimo ir faktinių kiekių, už kuriuos sumokėti akcizo mokesčiai, būtų nedideli ir pasižymėtų ta pačia kitimo tendencija.

Pats faktas, kad duomenys apie alkoholio kiekius, už kuriuos buvo sumokėti akcizai, nepatvirtina apklausos duomenų atskleidžiamos tendencijos, verčia ne abejoti apklausos rezultatais, o padeda geriau suprasti apklausos pagalba gaunamą informaciją ir geriau pažinti vartotojo intencijas.

Gastronominė kultūra ir aktyvus laisvalaikis

Žmonės patys teigia, kad vartoja vis mažiau alkoholinių gėrimų, nors parduodami kiekiai to ir nerodo. Iš tiesų didžiuliai akcizai realiai išnaikino vieną sritį – tai spiritinio vyno rinką. Didžioji dalis šiai kategorijai priskiriamų gaminių buvo priklausomų nuo alkoholinių gėrimų, gausiai išgėrinėjančių žmonių pasirinkimas, tačiau stipriai pakėlus akcizą, šiuos gėrimus pirkti nebeapsimokėjo. Todėl ši vartojančiųjų grupė perėjo prie stipraus alaus ar kitų, mažiau pabrangusių, alkoholinių gėrimų.

Palyginant 2012-2016 ir 2017-2021 metų pardavimus galima konstatuoti, kad antrąjį penkmetį buvo fiksuotas 3,8 proc. spiritinių gėrimų rinkos susitraukimas, 23,5 proc. alaus rinkos susitraukimas, 4 proc. ramaus vyno ir 12 proc. putojančio vyno rinkos prieaugis. Tokie yra faktiniai pokyčiai pagrindinėse gėrimų kategorijose. Šių skaičių tinkamam

suvokimui svarbu nepamiršti, kad alkoholio rinka buvo dirbtinai sumažinta išėmus iš aktyvių vartotojų gretų 18 ir 19 metų pirkėjus, o pardavimus reikia visada skaičiuoti vienam aktyviam vartotojui, nes prekę vartoja ne visuomenė, o atskiras asmuo.

Tai, kad kiekvienais metais raportuojamas vis mažesnis ir mažesnis išgerto alkoholio kiekis ir tai fiksuojama visose apklausose, nėra tik statistinės paklaidos rezultatas. Toks kryptingas kitimas rodo laipsnišką vartotojų atsiribojimą nuo alkoholio, kaip prekės, ir mažesnes individualias sąsajas su ja. Ši prekė tampa vis mažiau reikšminga žmogaus savi-identifikacijai ir tai atsispindi per mažesnius raportuojamus kiekius. Žinoma, tai nekeičia to fakto, kad tikri kiekiai yra iš tiesų didesni. Gyventojams formuojasi ir gilėja įspūdis, kad jie vis mažiau ir mažiau vartoja alkoholio gaminių, nors iš tiesų taip ir nėra.

Faktiniai pardavimai signalizuoja apie rinkos atsistatymą po didelių pokyčių vykusių antroje praėjusio dešimtmečio pusėje, o apklausa signalizuoja apie rinkos susitraukimą. Šis nesutapimas yra nulemtas to, kad jau dešimtmetį stebima, kad vartotojai linkę išgerti daugiau vyno ir mažiau alaus. Suvartojamo alaus kiekius labai lengva raportuoti, nes jie yra apibrėžti pakuotės dydžio, o suvartojamo vyno kiekius – daug sudėtingiau. Žmonės, ypač tie, kurie vartoja alkoholį namuose, gali įsipilti vyno ir nepaskaičiuoti, įsipylė 150 mililitrų ar 250 mililitrų. Tačiau jau gali teigti, kad vartoja mažiau, nors tai yra labiau vizualus vertinimas, faktinis vartojimas gali būti net didesnis.

Kitos priežastys, kurios lemia laipsnišką nutolimą nuo alkoholio yra susijusios su miestietiškos gastronominės kultūros paplitimu. Atsiranda vis daugiau someljė, kokteilių kultūros – tai yra gastronominės kelionės, o ne vartojimas tik tam, kad žmogus apsvaigtų. Palaipsniui keičiasi interesai – žmonės geriau gyvena, atsiranda kitų interesų, suvokimo apie laisvalaikio praleidimo būdus.

Dabar itin populiariu aktyviai leisti laisvalaikį – bėgioti, sportuoti, daug vaikščioti. Tai yra mada, bet joje gausaus alkoholio vartojimo vis mažiau. Žmonės ištis alkoholinius gėrimus vartoja saikingiau, atsirado ir nemažai alternatyvų – nealkoholinis alus, kombuča ir kiti nealkoholiniai gėrimai. Pavyzdžiui, žvelgiant į pernai metų duomenis, atrodo, kad traukėsi alaus rinka, tačiau nors nėra viešai prieinamų duomenų apie nealkoholinį alų, manau, kad rinka nesitraukė, tik keičiasi vartotojų pasirinkimai.

Pačių žmonių pasirinkimas

Tyrime taip pat buvo vertinamas alkoholio ribojimo politikos poveikis asmenų apsisprendimui, vartoti ar ne alkoholinius gėrimus.

Kad ir kaip vertintume alkoholio vartojimą – pagal vartojimo dažnumą, apibendrintas vartotojų grupes – pagrindiniai pokyčiai matomi jau nuo 2017 metų. Tai yra vieneri metai iki masyvaus alkoholio ribojimo įvedimo. Todėl galima daryti išvadą, kad asmenys patys priėmė sprendimus rečiau ir mažiau vartoti, be jokio išorinio įsikišimo.

Žmonės labiau išskiria mėgavimąsi skoniu, švenčių tradicijas, vis daugiau vartojama alkoholinius gėrimus rečiau, bet progomis. Vis mažiau respondentų mini vidinę tuštumą ir stresą, kaip priežastį vartoti alkoholinius gėrimus. Akivaizdu, kad valdžios įtaka yra visai menka.

Galbūt draudimų pradžioje 2018 metais ir buvo didesnis procentas tų, kurie teigė, kad Aurelijaus Verygos priemonės veiksmingos, kai buvo imta jas masiškai diegti. Tačiau iš apklausų rezultatų matome, kad visa tai nuosekliai blėsta.

Šių metų tyrimo duomenys rodo, kad alkoholio ribojimo politika nepaskatino asmenų pradėti galvoti apie išgeriamo kiekio mažinimą. Tik labai maža visuomenės dalis mano, kad alkoholio prekybos ir reklamos apribojimai pakeitė jų elgesį ir ši dalis kasmet mažėja. Respondentų deklaruojamas mažesnis išgeriamas alkoholio kiekis yra pačių asmenų, o ne vykdomos politikos ar mąstymo, kad reikia mažiau vartoti, pasekmė.

Kalbant bendrai, visi apklaustieji amžiaus ribojimą ir reklamos draudimą vertina labiau teigiamai arba neutraliai, o neigiamai šias priemones vertinančių yra labai nedaug. Kitos priemonės, pardavimo laiko ribojimas ir akcizai nėra taip palankiai vertinami. Pardavimo laiko ribojimą teigiamai vertina trečdalis, o akcizų didinimą – ketvirtadalis respondentų. Neutraliai vertinantys sudaro šiek tiek daugiau nei trečdalį. Likę šias priemones vertina neigiamai.

Algirdas Bartkus, Vilniaus universiteto Ekonomikos ir verslo administravimo fakulteto docentas, Kiekybinių metodų ir modeliavimo katedros vedėjas. Lietuvos ir Europos Sąjungos šalių akcizų politiką tyrinėjęs mokslininkas.



Get real time update about this post category directly on your device, subscribe now.

[Subscribe](#)