

Opinie Polaków o sprzedaży alkoholu

Znak jakości przyznany CBOS przez
Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 23 stycznia 2019 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

W październiku tego roku pytaliśmy Polaków o zwyczaje związane z piciem alkoholu¹ i porównaliśmy wyniki z analogicznym badaniem przeprowadzonym 9 lat wcześniej. Oprócz tego sformułowaliśmy nowe pytania dotyczące opinii na temat dostępności alkoholu i jego cen oraz ewentualnego wprowadzenia zakazu sprzedaży alkoholu na stacjach benzynowych, całkowitego zakazu reklamy alkoholu czy ograniczenia sprzedaży alkoholi wysokoprocentowych w butelkach o małej pojemności (tzw. małpkach). Badanie to zostało zrealizowane² jeszcze przed pojawieniem się propozycji rządu na temat podwyżki akcyzy na alkohol. Ankietowani wyrażali więc swoje poglądy, zanim w mediach rozpoczęła się dyskusja o cenach alkoholu w Polsce. Ostatecznie, pod koniec listopada br., Sejm przegłosował 10-procentową podwyżkę akcyzy na alkohol i produkty tytoniowe, która będzie obowiązywała od 1 stycznia 2020 roku.

KOSZT ALKOHOLU

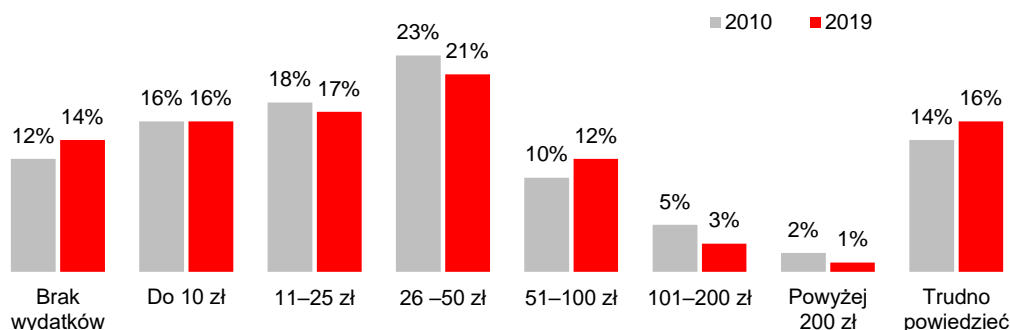
Deklarowana miesięczna kwota, jaką Polacy wydają na alkohol, to średnio 40 zł. Co siódma osoba pijąca alkohol twierdzi, że nie wydaje pieniędzy na alkohol, a 16% nie potrafi określić orientacyjnych miesięcznych wydatków na ten cel. Wyniki te są niższe niż uzyskane w badaniu z 2010 roku – wówczas średnia wynosiła 50 zł, a 7% respondentów niebędących abstynentami wydawało na alkohol więcej niż 100 zł miesięcznie. Obecnie taką kwotę deklaruje 4% ankietowanych.

¹ Zob. Komunikacja CBOS „Konsumpcja alkoholu w Polsce”, grudzień 2019 (oprac. M. Bożewicz).

² Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (353) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganym komputerowo (CAPI) w dniach 3–10 października 2019 roku na liczącej 965 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

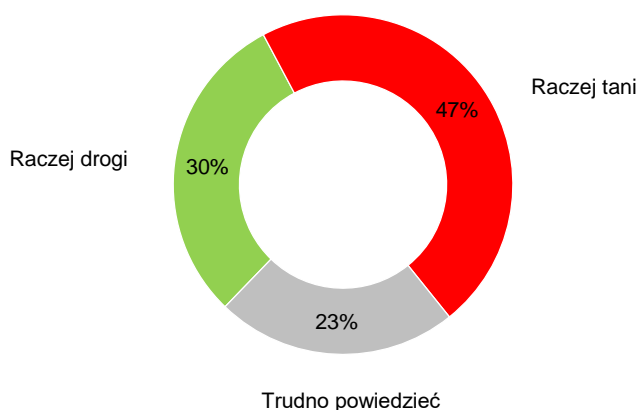
RYS. 1. Ile przeciętnie w ciągu miesiąca wydaje Pan(i) na alkohol?

ODPOWIEDZI OSÓB PIJĄCYCH ALKOHOL



Wszystkich badanych, niezależnie od tego, czy piją lub kupują alkohol, zapytaliśmy, czy, ich zdaniem, alkohol w Polsce jest tani czy drogi. Okazuje się, że dominuje przekonanie, iż ceny alkoholu są raczej niskie – wyraża je 47% badanych. Mniej niż co trzeci Polak uważa, że alkohol jest drogi (30%), a prawie co czwarta osoba nie ma zdania w tej kwestii (23%).

RYS. 2. Czy, Pana(i) zdaniem, alkohol w Polsce jest drogi czy tani?



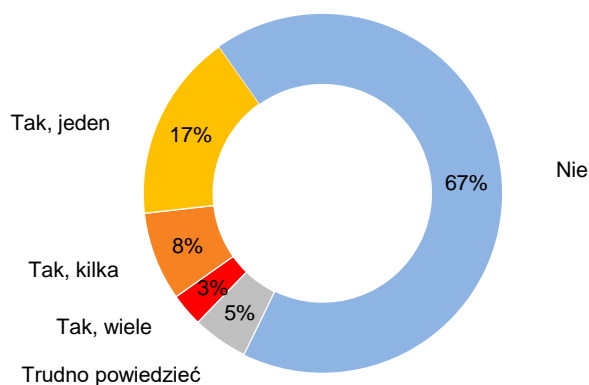
Przekonanie o tym, że alkohol jest drogi, podzielają najczęściej robotnicy niewykwalifikowani (58%), osoby bezrobotne (58%), a także badani w wieku 25–34 lata (39%) oraz o najniższych dochodach na osobę w gospodarstwie domowym (39%). Z kolei pogląd, że alkohol jest raczej tani, częściej niż pozostali wyrażają mieszkańcy ponad półmilionowych miast (58%), osoby z wyższym wykształceniem (55%), badani o najwyższych dochodach *per capita* (63%), a także praktykujący religijnie 1–2 razy w miesiącu (56%) oraz ankietowani identyfikujący się z lewicą (57%). Spośród grup zawodowych wrażenie, że alkohol jest tani, mają przedstawiciele średniego personelu, technicy (70%), badani pracujący na własny rachunek (68%) oraz rolnicy (55%) – por. tabelę aneksową 1.

DOSTĘPNOŚĆ ALKOHOLU

Dwie trzecie badanych (67%) uważa, że w ich okolicy nie ma sklepu oferującego alkohol przez całą dobę (24h). Nieco ponad 10% respondentów dostrzega w swojej okolicy kilka lub wiele takich sklepów, a 17% deklaruje, że zna jeden sklep sprzedający alkohol całą dobę w swojej okolicy.

CBOS

RYS. 3. Czy w Pana(i) okolicy znajduje się sklep z alkoholem 24h (czynny całą dobę)?



Więcej całodobowych sklepów sprzedających alkohol w swojej okolicy dostrzegają pracownicy usług (19% z nich – kilka lub wiele), robotnicy wykwalifikowani i badani pracujący na własny rachunek (po 16%) oraz uczniowie i studenci (19%). Liczba takich punktów sprzedaży różni się jednak najbardziej w zależności od miejsca zamieszkania badanego. W największych miastach więcej niż co piąta osoba (21%) uważa, że ma co najmniej kilka całodobowych sklepów z alkoholem w swojej okolicy, a co trzecia (32%) – jeden. Wśród mieszkańców miast liczących od 20 tys. do 500 tys. ludności nieco ponad połowa nie zna w swojej okolicy punktu sprzedającego alkohol przez całą dobę, a co czwarty – zna jeden taki sklep. Natomiast na wsi zdecydowana większość (89%) deklaruje, że nie ma żadnego sklepu z alkoholem otwartego 24 godziny, tylko 3% zna ich w okolicy kilka lub wiele.

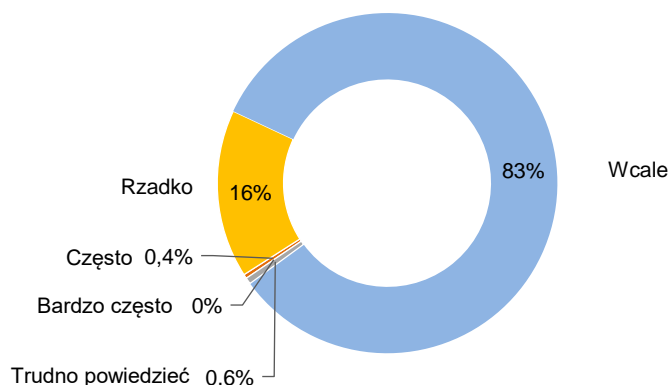
TABELA 1

Czy w Pana(i) okolicy znajduje się sklep z alkoholem 24h (czynny całą dobę)?	Tak, kilka lub wiele	Tak, jeden	Nie
	w procentach		
Wieś	3	7	89
Miasto do 19 999	14	21	56
20 000 – 99 999	16	22	55
100 000 – 499 999	17	25	52
500 000 i więcej mieszk.	21	32	36

Ponad cztery piąte Polaków twierdzi, że nigdy nie kupuje alkoholu w sklepach sprzedających go przez całą dobę ani na stacjach benzynowych (83%). Mniej niż pół procent ankietowanych deklaruje, że robi to często (0,4%), a 16% – rzadko.

CBOS

RYS. 4. Jak często kupuje Pan(i) alkohol w sklepach z alkoholem czynnych całą dobę lub na stacji benzynowej?

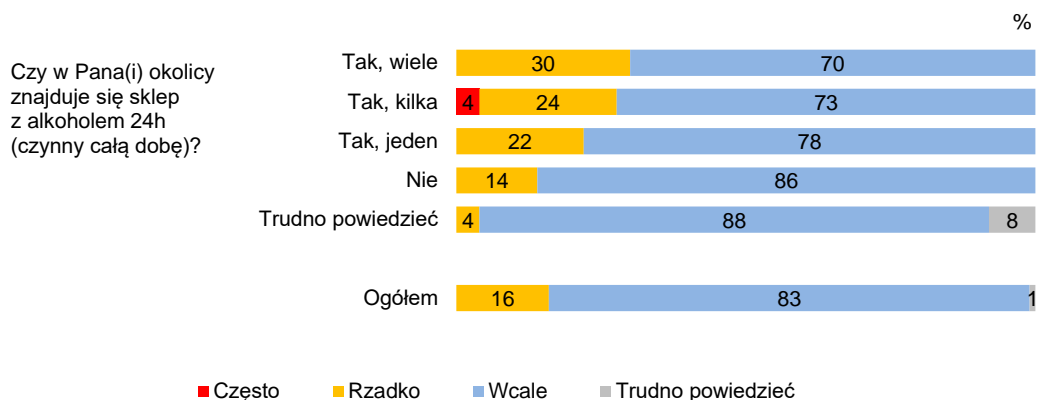


Najczęściej alkohol w sklepach czynnych całą dobę lub na stacjach benzynowych kupują uczniowie i studenci (5% z nich deklaruje, że robi to często, podczas gdy wśród ogółu ten odsetek wynosi 0,4%). Ponad jednej trzeciej osób w wieku 25–34 lata (34%) i pracujących na własny rachunek (39%) zdarza się przynajmniej od czasu do czasu kupować alkohol w takich miejscach. Najrzadziej zaś w sklepach z alkoholem czynnych całą dobę lub na stacji benzynowej kupują alkohol badani powyżej 65. roku życia (95% z nich deklaruje, że nie robi tego wcale), emeryci, renciści (95%) i gospodynie domowe (93%). Znacznie rzadziej takich zakupów dokonują kobiety niż mężczyźni (odsetek odpowiedzi „wcale” wynosi odpowiednio 91% i 74%). Częstość kupowania alkoholu w miejscach sprzedających go przez całą dobę rośnie wraz ze spadkiem udziału w praktykach religijnych – por. tabelę aneksową 3.

Częstość kupowania alkoholu w sklepach otwartych przez całą dobę jest skorelowana z liczbą sklepów oferujących alkohol 24h. Inaczej mówiąc: osoby, które częściej kupują alkohol w sklepach z alkoholem czynnych całą dobę lub na stacji benzynowej dostrzegają w swojej okolicy więcej takich miejsc niż ci, którzy korzystają z nich rzadziej lub wcale. Wśród respondentów deklarujących, że w ich okolicy jest wiele takich sklepów, odsetek niekupujących alkoholu w punktach sprzedaży czynnych całą dobę wynosi 70%. Im mniejsza znajomość sklepów czynnych całą dobę w okolicy badanych, tym wyższy jest odsetek deklarujących, że wcale nie kupują alkoholu w punktach sprzedaży całodobowej – aż do 86% wśród osób, które nie znają żadnego takiego sklepu w swojej okolicy.

CBOS

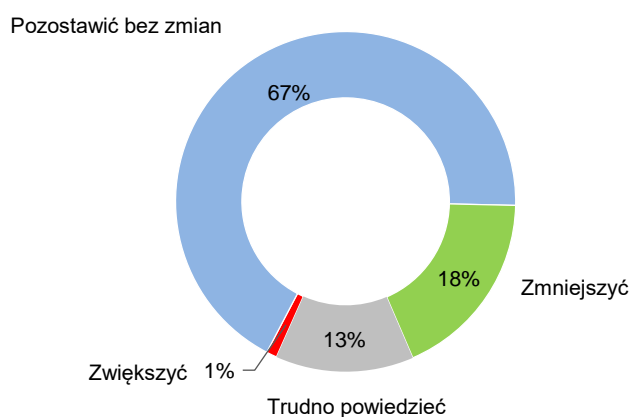
RYS. 5. Jak często kupuje Pan(i) alkohol w sklepach z alkoholem czynnych całą dobę lub na stacji benzynowej?



Większość Polaków uważa, że liczbę całodobowych punktów sprzedaży alkoholu w ich okolicy należy pozostawić bez zmian (67%), ale prawie co piąty badany (18%) jest zdania, że lepiej byłoby ją zmniejszyć. Przeciwnego zdania jest znikomy odsetek respondentów (1%), a co ósmy nie ma w tej sprawie zdania (13%).

CBOS

RYS. 6. Czy w Pana(i) okolicy należałoby zwiększyć, zmniejszyć czy może pozostawić bez zmian liczbę całodobowych punktów sprzedaży alkoholu?



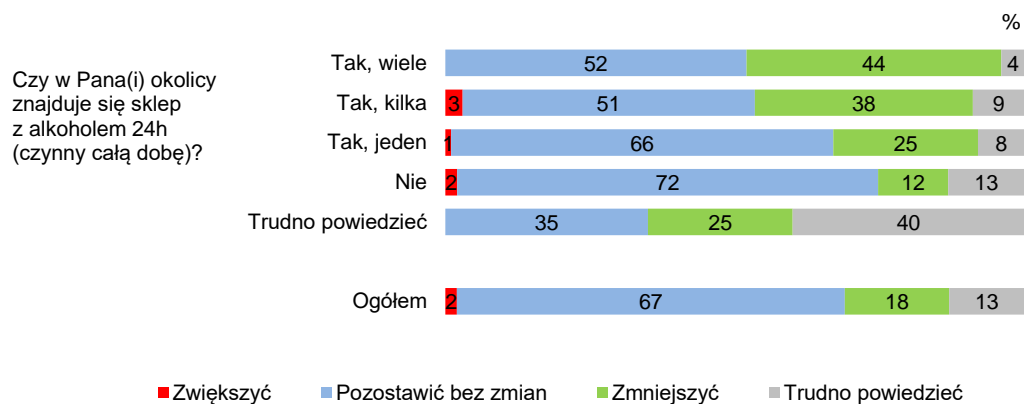
Zwolennikami zmniejszenia liczby całodobowych punktów sprzedaży alkoholu są częściej niż pozostali mieszkańcy miast liczących od 20 tys. do 100 tys. ludności (26%), kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem (25%), osoby pracujące w instytucjach państwowych, publicznych (29%), a także respondenci z gospodarstw domowych o najwyższych dochodach *per capita* (24%) i biorący udział w praktykach religijnych kilka razy w tygodniu (36%). Za zwiększeniem

dostępności alkoholu najczęściej opowiadają się robotnicy niewykwalifikowani (7%) oraz osoby bezrobotne (9%). Największy udział osób, zdaniem których liczbę całodobowych punktów sprzedaży alkoholu powinno się pozostawić bez zmian, notujemy wśród przedstawicieli średniego personelu, techników (87%), pracujących na własny rachunek (86%), rolników (81%) oraz badanych w wieku 25–34 lata (77%) – por. tabelę aneksową 4.

Opinie te również zależą od deklarowanej liczby punktów sprzedaży alkoholu w okolicy badanego. Wśród osób, które w swoim otoczeniu dostrzegają wiele sklepów sprzedających alkohol przez całą dobę, największy jest udział opowiadających się za zmniejszeniem liczby sklepów całodobowych (44%). Niewiele mniej badanych sprzeciwiających się obecnej dostępności alkoholu 24h jest wśród osób, które mają w swojej okolicy kilka sklepów całodobowych z alkoholem (38%). W grupie respondentów deklarujących, że w ich okolicy znajduje się jeden punkt sprzedaży alkoholu czynny całą dobę, dwie trzecie (66%) uważa, że ta liczba jest optymalna, a co czwarty (25%) chciałby zmniejszenia liczby sklepów całodobowych. Większość osób, które w swojej okolicy nie dostrzegają żadnego sklepu z alkoholem czynnego przez całą dobę, jest zdania, że obecną ich liczbę należałoby zachować bez zmian. Tylko 2% chciałoby jej zwiększenia, a 12% jest przeciwnego zdania.

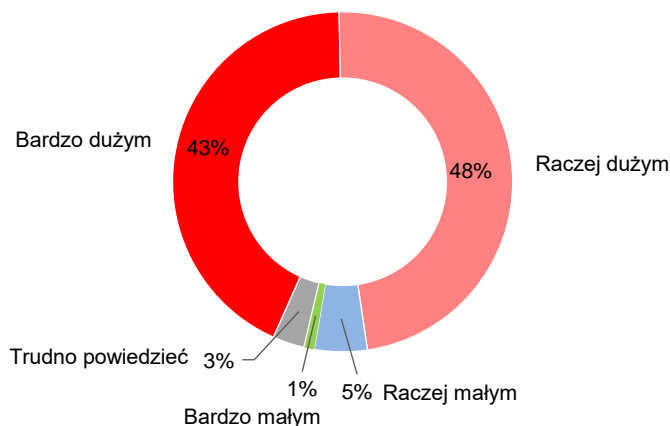
CBOS

RYS. 7. Czy w Pana(i) okolicy należałoby zwiększyć, zmniejszyć czy może pozostawić bez zmian liczbę całodobowych punktów sprzedaży alkoholu?



Choć większość Polaków deklaruje, że nie korzysta z całodobowych punktów sprzedaży alkoholu i jest za utrzymaniem ich obecnej liczby, to jednocześnie niemal powszechny jest pogląd, że nadużywanie alkoholu jest w Polsce dużym problemem (91%). Tylko 6% badanych uważa, że jest to mały problem, a 3% nie ma zdania w tej sprawie. Respondenci najczęściej sądzą, że nadużywanie alkoholu jest w Polsce raczej dużym problemem (48%), ale niewiele mniej osób twierdzi, że problem jest bardzo duży (43%).

RYS. 8. Czy, Pana(i) zdaniem, nadużywanie alkoholu jest dużym czy też małym problemem w Polsce?



Kobiety częściej niż mężczyźni uważają, że nadużywanie alkoholu jest w Polsce bardzo dużym problemem (50% wobec 36% wśród mężczyzn). Również osoby w wieku 55–64 lata istotnie częściej są tego zdania (54%), a także renciści (54%), badani oceniający warunki własnego gospodarstwa domowego jako złe (51%) i respondenci praktykujący religijnie częściej niż raz w tygodniu (58%). Stosunkowo najrzadziej nadużywanie alkoholu w Polsce jako bardzo duży problem postrzegają robotnicy niewykwalifikowani (31%), uczniowie i studenci (33%) oraz badani o najniższych dochodach na osobę w gospodarstwie domowym (33%) – por. tabelę aneksową 5.

OPINIE O OGRANICZENIACH ZWIĄZANYCH Z DOSTĘPNOŚCIĄ ALKOHOLU

Jeszcze przed pojawieniem się propozycji rządu dotyczącej podwyżki akcyzy na alkohol sformułowaliśmy dziesięć stwierdzeń na temat różnych ograniczeń w dystrybucji i spożyciu alkoholu. Okazuje się, że największy odsetek Polaków opowiada się za skuteczniejszym egzekwowaniem zakazu sprzedaży alkoholu nieletnim (82% w sposób zdecydowany, a kolejne 14% – raczej popiera). W drugiej kolejności respondenci widzą potrzebę skuteczniejszego egzekwowania zakazu spożywania alkoholu w miejscach publicznych (63% osób zdecydowanie je popiera). Niemal powszechne jest poparcie dla kampanii społecznych i działań edukacyjnych, które mają na celu przeciwdziałanie alkoholizmowi (w sumie popiera je 90% Polaków). Ponad połowa badanych chciałaby całkowitego zakazu sprzedaży tzw. małych: 59% opowiada się za tym rozwiązaniem, z czego 36% – zdecydowanie. Niewiele mniej osób oczekiwałoby wprowadzenia całkowitego zakazu reklamy alkoholu (w tym także piwa) – rozwiązanie to popiera 58% ankietowanych, a w tym 31% – zdecydowanie.

Mniej więcej co czwarty badany opowiada się zdecydowanie za zakazem sprzedaży alkoholu na stacjach benzynowych (28%) i prawie tyle samo raczej popiera to rozwiązanie (24%). W kwestii ograniczenia godzin otwarcia sklepów z alkoholem niewiele więcej osób (49%) opowiada się za takim pomysłem, niż jest mu przeciwne (43%; pozostali nie mają zdania). Podobnie rozkładają się opinie na temat ograniczenia liczby miejsc, gdzie można kupić alkohol: 49% badanych popiera ten pomysł, a 42% sprzeciwia się ograniczeniom. Niemal równo podzielone wśród Polaków opinie dotyczą wprowadzenia ograniczeń reklamy piwa bezalkoholowego: 44% osób jest temu przeciwne, a 46% widzi potrzebę takiego rozwiązania. Jedynym pomysłem, w odniesieniu do którego więcej osób wypowiada się na nie niż na tak, jest zwiększenie akcyzy na napoje alkoholowe, które skutkuje wzrostem cen – 40% badanych popiera takie rozwiązanie, a 49% – jest mu przeciwne. Pozostałe 11% ankietowanych nie ma zdania.

CBOS

RYS. 9. Czy popiera Pan(i) czy też jest Pan(i) przeciwny(a) następującym rozwiązaniom?



Warto zauważyć, że ogólnie Polacy widzą potrzebę wprowadzania ograniczeń lub skuteczniejszego egzekwowania dotychczasowych regulacji związanych z dystrybucją i spożyciem alkoholu. Ankietowani popierają średnio 6 z 10 przedstawionych w badaniu rozwiązań. Mniej niż 10% ankietowanych za zasadne uważa jedno lub dwa zaproponowane rozwiązania, a 2% nie popiera żadnego. Natomiast więcej niż co czwarty respondent (27%) wskazał, że należałoby wprowadzić 9 lub 10 z badanych pomysłów.

TABELA 2

Liczba popieranych rozwiązań	Odsetek popierających
0	2
1	2
2	5
3	11
4	9
5	11
6	12
7	12
8	10
9	11
10	16

Zwolennikami największej liczby proponowanych rozwiązań są renciści (średnia liczba popieranych pomysłów wynosi 7,26), gospodynie domowe (7,25), osoby zatrudnione w instytucjach państwowych, publicznych (6,77) oraz uczestniczące w praktykach religijnych kilka razy w tygodniu (7,13). Z kolei najmniejszą liczbę pomysłów ograniczających sprzedaż i spożycie alkoholu popierają badani w wieku 18–24 lata (średnio 5,32), robotnicy niewykwalifikowani (4,29) oraz osoby bezrobotne (5,43) – por. tabelę aneksową 6.



W porównaniu z 2010 rokiem deklarowane wydatki Polaków na alkohol zmniejszyły się. Obecnie więcej osób jest zdania, że napoje alkoholowe są raczej tanie, niż przekonanych, że są drogie. Mimo że ponad cztery piąte badanych nigdy nie kupuje alkoholu w sklepach całodobowych lub na stacjach benzynowych, to większość Polaków nie chciałaby ani zwiększenia, ani zmniejszenia liczby całodobowych punktów sprzedaży alkoholu. Powszechne jest natomiast poparcie skuteczniejszego egzekwowania zakazu sprzedaży alkoholu nieletnim oraz zakazu spożywania alkoholu w miejscach publicznych. Ponadto 9 na 10 badanych popiera kampanie społeczne i działania edukacyjne, które mają na celu przeciwdziałanie alkoholizmowi. Co do propozycji nowych rozwiązań mogących realnie wpłynąć na sprzedaż i spożycie alkoholu zdania wśród Polaków są podzielone. Tak jak wobec tego, czy nadużywanie alkoholu w Polsce jest raczej dużym czy bardzo dużym problemem.

Opracowała

Marta Bożewicz