

Spożycie alkoholu w badaniu z 2001 roku – ilość, wzory i okazje picia

Ogólna charakterystyka spożycia napojów alkoholowych

W tabeli 10 przedstawiono wyniki oszacowania średniego spożycia trzech głównych typów napojów alkoholowych w przeliczeniu na 100% alkohol oraz wszystkich napojów alkoholowych ogółem. Podstawą oszacowań była metoda „ostatniej okazji”. Do napojów spirytusowych w tym oszacowaniu zostały włączone wódki, koniaki, brandy itp., a także koktajle sporządzane na bazie napojów spirytusowych. Podobnie włączony został bimbler. Do win, poza winem gronowym zaliczone zostały wina owocowe, szampan oraz wino domowe. Do piw wszystkie gatunki tego napoju, włącznie z piwem ciemnym, ale z pominięciem bezalkoholowego.

Tabela 10. Średnie roczne spożycie w litrach 100% alkoholu i struktura konsumpcji napojów alkoholowych (%)

Napoje spirytusowe	
Średnia dla wszystkich badanych	1,59
Średnia dla konsumentów napojów alkoholowych	1,97
Udział w spożyciu (odsetki)	49,7 %
Wino	
Średnia dla wszystkich badanych	0,43
Średnia dla konsumentów napojów alkoholowych	0,53

Udział w spożyciu (odsetki)	13,4 %
Piwo	
Średnia dla wszystkich badanych	1,18
Średnia dla konsumentów napojów alkoholowych	1,46
Udział w spożyciu (odsetki)	36,9 %
Napoje alkoholowe ogółem	
Średnia dla wszystkich badanych	3,20
Średnia dla konsumentów napojów alkoholowych	3,95

Wykres 24. Struktura spożycia napojów alkoholowych (%)

Dane z wykresu 24 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Napoje spirytusowe	49,7
Wino	13,4
Piwo	36,9

Jak można to wyczytać z danych zawartych w tabeli w strukturze spożycia przeważają napoje spirytusowe. Na drugim miejscu jest piwo, stawkę zamyka wino. Średnie spożycie wszystkich napojów alkoholowych ogółem oszacowanie w badaniu jest bardzo niskie, znacznie poniżej spożycia rejestrowanego w statystykach sprzedaży. Taki wynik nie jest zaskoczeniem. Metoda ankietowa zawsze daje znacznie niższe oszacowania.

W tabeli 12 zestawiono oszacowania przeprowadzone dwoma metodami bazującymi na dwóch niezależnych pytaniach. Warto zauważyć, że porównanie wyników uzyskanych metodą „ostatniej okazji” i metodą „samooceny” wykazuje rozbieżności zarówno co do poziomu ogólnego spożycia jak i jego struktury. Obie metody dają najbardziej zbliżone oszacowania w przypadku piwa i najbardziej odbiegające od siebie w przypadku napojów spirytusowych. Oszacowanie spożycia piwa metodą samooceny niewiele odbiega od oszacowania przy pomocy metody „ostatniej

okazji". Ta druga daje natomiast dwukrotnie wyższe oszacowanie konsumpcji spirytualiów wina niż pierwsza.

Tabela 11. Średnie roczne spożycie napojów alkoholowych w przeliczeniu na litry 100% alkoholu obliczone dwiema metodami

	Metoda ostatniej okazji		Metoda częstość * ilość	
	średnie	udział w spożyciu	średnie	udział w spożyciu
Napoje spirytusowe	1,59	49,7%	0,76	38,2%
Wino	0,43	13,4%	0,23	11,6%
Piwo	1,18	36,9%	1,00	50,2%
Ogółem	3,20	100,0%	1,99	100,0%

Wykres 25. Struktura spożycia napojów alkoholowych liczona metodą częstość*ilość

Dane z wykresu 25 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Napoje spirytusowe	38,2
Wino	11,6
Piwo	50,2

Wzory picia

Obok średniego spożycie poszczególnych typów napojów alkoholowych dostarczającego podstawy do oceny ich wkładu w ogólne spożycie, miarą popularności tych napojów może być odsetek ich konsumentów. Dane na ten temat zawiera tabela 13. Najwyższym odsetkiem konsumentów cieszą się napoje spirytusowe, nieco niższym piwo, zdecydowanie najmniej

popularnym napojem pozostaje wino.

Tabela 12. Wzory picia – odsetki konsumentów poszczególnych typów napojów alkoholowych oraz ich kombinacji wśród wszystkich oraz wśród pijących, po wyeliminowaniu abstynentów

	Odsetki pijących poszczególne napoje alkoholowe wśród wszystkich	Odsetki pijących poszczególne napoje alkoholowe wśród konsumentów
Napoje alkoholowe		
Napoje spirytusowe	56,9	70,4
Wino	53,8	66,5
Piwo	55,1	68,1
Kombinacje napojów alkoholowych		
Abstynenci	19,0	X
Tylko napoje spirytusowe	6,4	7,9
Tylko wino	10,7	13,2
Tylko piwo	5,7	7,1
Napoje spirytusowe i wino	8,7	10,7
Napoje spirytusowe i piwo	15,0	18,5
Wino i piwo	7,5	9,3
Napoje spirytusowe i wino i piwo	26,9	33,2

W tabeli można znaleźć nie tylko informacje o tym jaki odsetek konsumentów alkoholu pije piwo, wino czy wódkę ale również jak

kształtują się frakcje badanych, w których spożyciu pojawiają się różne kombinacje tych napojów. Dane z tabeli przekonują, że najliczniejsza frakcja konsumentów napojów alkoholowych sięga po wszystkie trzy rodzaje napojów. Dość znaczny jest też odsetek osób, w których spożyciu pojawia się piwo i napoje spirytusowe, natomiast brak wina.

Wykres 26. Struktura procentowa pijących napoje alkoholowe wśród wszystkich

Dane z wykresu 26 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Napoje spirytusowe	56,9
Wino	53,8
Piwo	55,1

Wykres 27. Struktura procentowa pijących kombinacje napojów alkoholowych wśród wszystkich

Dane z wykresu 27 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Abstynenci	19
Tylko napoje spirytusowe	6,4
Tylko wino	10,7
Tylko piwo	5,7
Napoje spirytusowe i wino	8,7
Napoje spirytusowe i piwo	15
Wino i piwo	7,5
Napoje spirytusowe, wino i piwo	26,9

Wykres 28. Struktura procentowa pijących napoje alkoholowe wśród konsumentów

Dane z wykresu 28 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Napoje spirytusowe	70,4
Wino	66,5
Piwo	68,1

Wykres 29. Struktura procentowa pijących kombinacje napojów alkoholowych wśród konsumentów

Dane z wykresu 29 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Abstynenci	0
Tylko napoje spirytusowe	7,9
Tylko wino	13,2
Tylko piwo	7,1
Napoje spirytusowe i wino	10,7
Napoje spirytusowe i piwo	18,5
Wino i piwo	9,3
Napoje spirytusowe, wino i piwo	33,2

W tabeli 13 zestawiono dane dotyczące odsetka konsumentów poszczególnych typów napojów, ich średniego spożycia liczonego dla konsumentów alkoholu i średniego spożycia policzonego tylko dla pijących dany napój. Intencją takiego zestawienia jest pokazania jak popularność danego napoju mierzona odsetkiem jego konsumentów wiąże się z jego spożyciem.

Tabela 13. Średnie spożycie poszczególnych napojów alkoholowych dla konsumentów alkoholu, odsetki konsumentów poszczególnych napojów i średnie spożycie poszczególnych napojów liczone tylko dla ich konsumentów

Wódki	
-------	--

Średnie spożycie wódek dla konsumentów napojów alkoholowych	1,97
Odsetki konsumentów wódek	70,4%
Średnie spożycie wódek dla konsumentów wódek	2,80
Wino	
Średnie spożycie wina dla konsumentów napojów alkoholowych	0,53
Odsetki konsumentów wina	66,5%
Średnie spożycie wina dla konsumentów wina	0,79
Piwo	
Średnie spożycie piwa dla konsumentów napojów alkoholowych	1,46
Odsetki konsumentów piwa	68,1%
Średnie spożycie piwa dla konsumentów piwa	2,14

Prowadząc dalej analizę można zobaczyć jak średnie spożycie poszczególnych napojów rozkłada się na częstość picia i spożycie jednorazowe. Te dwa wymiary są tu decydujące. Dalsze analizy należy przeprowadzić dla bardziej szczegółowej kategoryzacji napojów, za każdym razem ograniczając dane tylko do ich konsumentów. Dane o średniej częstotliwości picia poszczególnych napojów oraz odsetkach osób, które piły w czasie ostatnich dwu dni przed badaniem oraz ostatnich 7 dni przed badaniem zawarto w tabeli 14.

Tabela 14. Częstotliwość picia (konsumenci danego napoju alkoholowego)

	Średnia liczba przypadków picia w roku	Odsetek pijących w czasie ostatnich 2 dni	Odsetek pijących w czasie ostatnich 7 dni
Wódka	36	16,9	41,7

Bimber	17	8,6	17,2
Wino	22	10,5	25,7
Wino domowe	25	13,2	31,5
Piwo	82	45,5	75,6

Wykres 30. Struktura procentowa pijących w czasie ostatnich 2 dni

Dane z wykresu 30 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Wódka	16,9
Bimber	8,6
Wino	10,5
Wino domowe	13,2
Piwo	45,5

Wykres 31. Struktura procentowa pijących w czasie ostatnich 7 dni

Dane z wykresu 31 w formie tabeli

Kategoria	Wartość (%)
Wódka	41,7
Bimber	17,2
Wino	25,7
Wino domowe	31,5
Piwo	75,6

Jak pokazują dane zawarte w tabeli, każdy z napojów pije się inaczej. Wódkę pije się średnio 36 razy do roku, czyli raz na ok. 10 dni. Osoby pijące bimber robią to znacznie rzadziej za to w nieco większych ilościach jednorazowo.

Wino cechuje stosunkowo niska częstotliwość picia. Nieco częściej pije się wino domowe.

Piwo na tle innych napojów alkoholowych odznacza się względnie wysoką częstotliwością picia.

Porównanie częstotliwości picia i spożycia jednorazowego wina i wódki wskazuje na wyraźną przewagę tego pierwszego napoju. Wprawdzie miary spożycia jednorazowego nie są ze sobą bezpośrednio porównywalne ze względu na inną zawartość alkoholu to jednak z rozkładów wyraźnie widać, że wódka pita jest generalnie w większych ilościach

Generalnie w przedstawionej w tabeli rozkładzie wyczytać można różne funkcje pełnione przez poszczególne napoje. Wino bardziej pełni funkcje symboliczne. Wódka pozostaje w swojej tradycyjnej roli podstawowego napoju alkoholowego, dla wielu pełni funkcje intoksykacyjne. Picie piwa ma bardziej codzienny charakter, wydaje się, że czasem zastępuje napoje orzeźwiające.

Okazje picia napojów alkoholowych

Jak wynika z badań respondenci piją wielu powodów. Dane o rozkładzie typów okazji picia poszczególnych napojów alkoholowych zawarto w tabeli 15.

Tabela 15. Typy okazji picia napojów alkoholowych (% badanych wśród konsumentów poszczególnych napojów alkoholowych)

	Wódka	Bimber	Wino	Wino domowe	Piwo
Imieniny, urodziny	39,6	14,1	29,9	20,6	3,3
Zaplanowane spotkanie towarzyskie	12,9	11,7	9,5	14,8	7,1
Niezaplanowane spotkanie towarzyskie	6,6	12,4	3,7	9,9	5,0

Obiad lub kolacja w gronie domowników	0,1	–	3,2	8,6	2,0
Chrzcziny	0,8	0,2	1,2	2,4	0,0
Pierwsza komunia	1,5	–	1,5	0,0	0,2
Wesele	6,5	5,1	4,7	1,1	0,5
Święta (Wielkanoc, Boże Narodzenie, Nowy Rok)	6,5	0,5	27,8	5,4	0,2
Zabawa taneczna, dancing, dyskoteka	2,9	0,2	1,4	0,5	3,9
Randka (spotkanie we dwoje)	0,2	–	0,3	–	0,4
Wypłata	0,9	3,4	0,3	–	0,6
„Oblewanie”	6,1	6,8	4,6	3,9	3,3
Załatwienie jakiejś sprawy	1,4	–	0,4	0,2	0,5
Wczasowo-turystyczne	1,4	0,3	1,1	0,5	1,6
Bez specjalnej okazji	10,3	38,0	8,8	27,1	68,2
Inne sytuacje	2,2	7,4	1,4	5,1	3,4

W przypadku wódki i wina najczęściej okazji przypada na imieniny lub urodziny. Jako następne pojawiają się spotkania towarzyskie zaplanowane i niezaplanowane. Ogólny obraz jaki wyłania się z rozkładu odpowiedzi to raczej, jeśli już nie odświętny, to przynajmniej okolicznościowy model picia. Do rzadkości należą osoby pijące do posiłku, w gronie domowników. Stosunkowo rzadko też spotykamy przypadki picia związanego z wypłatą, oblewaniem czy załatwieniem jakiejś sprawy.

Inaczej wygląda rozkład okazji wina domowego i bimbrow. Wprawdzie tu również ważne miejsce zajmują okazje okolicznościowe ale niewiele rzadziej zdarza się picie bez specjalnej okazji. Można przypuszczać, że w tych przypadkach, szczególnie gdy chodzi o bimber, ważna jest funkcja intoksykacyjna.

Najbardziej od pozostałych napojów alkoholowych odróżnia się piwo. Ten napój pity jest przede wszystkim bez specjalnej okazji – takiej odpowiedzi udzieliło ponad 2/3 konsumentów. Na imieninach, czy urodzinach piwo pojawia się bardzo rzadko.

Granice porównywania wyników spożycia

Przedstawione liczby są historycznymi deklaracjami i oszacowaniami, nie diagnozą poszczególnych osób. Wyniki różnych metod należy porównywać z uwzględnieniem okresu odniesienia oraz tego, czy dotyczą wszystkich badanych, czy konsumentów danego napoju. Kategorie napojów, okazji i zachowań mogą się nakładać, więc ich odsetki nie zawsze powinny sumować się do 100%. Tabele zastępujące wykresy zachowują wartości, ale nie nadają im automatycznie znaczenia rozłącznych części całości.

W tabeli 12 pole dotyczące abstynentów wśród konsumentów oznaczono literą „X”, natomiast odpowiadający jej wykres 29 pokazuje zero. Zachowano oba zapisy; „X” nie należy bez wyjaśnienia utożsamiać z wynikiem liczbowym. Także niejasność relacji między deklarowaną próbą 25 osób a odsetkami wymaga ostrożności. Z tych danych nie można wyprowadzać dokładnych liczebności ani ustalać związku przyczynowego między piciem i utratą pracy.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.