



Czynniki wpływające na popyt na alkohol w kontekście kosztów społecznych i ekonomicznych w Polsce.

Zmiany wysokości danin publicznych i model ceny minimalnej a spożycie alkoholu i wpływy do budżetu.

dr Katarzyna Obłąkowska

dr Artur Bartoszewicz

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych

Lipiec 2021

Spis treści

Wprowadzenie.....	3
I. Rynek napojów alkoholowych i postawy konsumenckie	6
I.1. Wzrost spożycia alkoholu w Polsce.....	6
I.2. Wartość rynku alkoholi w Polsce w 2020 r.	9
I.3. Model spożycia alkoholu w Polsce	15
II. Ceny napojów alkoholowych i preferencje pojemnościowe.....	23
III. Postawy i postrzeganie społeczne	28
III.1. Komponent postawy: działania	28
III.2. Komponent postawy: luki w wiedzy, przeświadczenia i mylne stereotypy	32
III.3. Komponent postawy: emocje	36
IV. Założenia metodologiczne do prowadzenia badań – elastyczność popytu na wyroby alkoholowe (dochodowa i cenowa).....	39
V. Model minimalnej ceny referencyjnej na alkohol	43
VI. Akcyza i podatek VAT na alkohol.....	52
VII. Opłata cukrowa i od tzw. małpek.....	64
VIII. Pozostałe obciążenia transakcji sprzedaży alkoholu	66
IX. Koszty społeczno-ekonomiczne spożywania alkoholu stan na 2020 rok	68
X. Analiza wpływu ceny minimalnej alkoholu na obniżenie kosztów społeczno- ekonomicznych spożywania napojów alkoholowych	80
XI. Analiza wpływu zmian akcyzy i pozostałych danin publicznych na obniżenie kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania napojów alkoholowych	84
Wnioski i rekomendacje.....	88
Literatura	94

Wprowadzenie

Alkohol towarzyszy kulturze polskiej od wieków. Jego spożywanie w dużych ilościach jest polską wielowiekową tradycją i normą społeczną. Zapisy o polskim pijaństwie odnajdywane są już w literaturze XVI-wiecznej. Było ono obecne zarówno wśród szlachty, jak i chłopstwa. Postrzegane było jako chwalebny zwyczaj, dowód szczerości i dobrego wychowania. Trzeźwość zaś uważana była za grubiaństwo oraz znak skrytości charakteru i podstępności. W latach 40. XIX w. przeciętny mieszkaniec Polski konsumował w przeciągu roku 9,6 l spirytusu (Stomma, 2015). Dziś konsumuje 9,78 l etanolu (PARPA, 2021a).

Alkohol współcześnie nadal postrzegany jest jako środek do potwierdzania więzi, zaufania i bliskich relacji, choć chyba każdy Polak w pewnym momencie swojego życia i zapewne nie tylko jeden raz miał takie marzenie, aby tym razem na uroczystości rodzinnej nie było alkoholu. Alkohol rzeczywiście jest częścią polskiej tradycji i rytuałów. O ile jednak wspaniale jest szczyć się chlubnym i pięknym dziedzictwem, o tyle pijaństwo nie jest ani chlubne ani piękne. Pijaństwo to utracona możliwość dobrego życia, to utracona możliwość rozwoju, to zniewolenie, destrukcja i degradacja. Wyzwanie, aby stanąć w prawdzie i iść przez życie z trzeźwym umysłem i zdrowym sercem, jest trudne. Jeszcze trudniejsze jest poradzić sobie z traumami, odnaleźć pole pozytywnej samorealizacji i relacji z drugim człowiekiem, zrozumieć, że świadomość siebie, samodyscyplina i samokontrola przynoszą szczęście, choć nie są łatwą drogą. Ten trud jest dziś polską racją stanu.

Alkohol spożywany nadmiernie, bez względu na formę podania, jest szkodliwy dla zdrowia człowieka, ale także generuje ogromne koszty społeczne i ekonomiczne. W obszarze społecznym nieodpowiedzialne spożycie przekłada się na wzrost liczby rodzin alkoholowych, traumy, współzależnienie, syndrom DDA, straumatyzowane i zaniedbane dzieci, a później dorosłych, dzieci z FAS, utracone relacje, samotność, utraconą kontrolę nad własnym życiem, obniżoną jakość życia, obojętność na dobro własne i innych ludzi, wypadki, zgony. W wymiarze ekonomicznym są to utrata pracy, bezrobocie, ubóstwo, stracone szanse rozwojowe, strata dla budżetów domowych i państwa. Nie jest istotne pod jaką postacią spożywa się alkohol ani jakie wymówki dla jego ryzykownego i szkodliwego używania się znajduje.

Raport niniejszy prezentuje czynniki wpływające na popyt na alkohol w kontekście kosztów społecznych i ekonomicznych w Polsce oraz kwestię zmiany wysokości danin publicznych oraz modelu ceny minimalnej w perspektywie ich wpływu na spożycie alkoholu i wpływy do budżetu państwa. Celem analizowanych rozwiązań jest zmniejszenie spożycia etanolu przez Polaków.

W rozdziale pierwszym omówiono temat rynku napojów alkoholowych i postaw konsumenckich. Czytelnik zapozna się tutaj z następującymi kwestiami: wzrost spożycia alkoholu w Polsce, wartość rynku alkoholi w Polsce w 2020 r., model spożycia alkoholu w Polsce. W rozdziale drugim zaprezentowano ceny napojów alkoholowych i preferencje pojemnościowe. W rozdziale trzecim omówiono postawy i postrzeganie społeczne w zakresie działań, luk w wiedzy, przeświadczeń i mylnych stereotypów oraz emocji. Przeprowadzony proces analityczny dla tej części analizy wykazał pofragmentowanie i niepełność dostępnych danych, które mogą służyć dla analizy socjologiczno-ekonomicznej jako podstawy skutecznej polityki (anty)alkoholowej opartej na dowodach. Triangulacja danych pochodzących z różnych źródeł, w tym WHO, GUS, PARPA, CBOS i inne, była wyzwaniem dla naukowca pragnącego zachować rzetelność analizy i przedstawić możliwie pełny obraz.

W rozdziale czwartym zaprezentowano założenia metodologiczne do przeprowadzonych analiz w zakresie elastyczności popytu (cenowej i dochodowej) na wyroby alkoholowe. Na potrzeby opracowania skorzystano z badania Austrian Institute of Economic Research (*Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung*), które bazowało na modelu kwadratowego prawie idealnego systemu funkcji popytu QUAIDS (*Quadratic Almost Ideal Demand System*). W rozdziale piątym przedstawiono koncepcję minimalnej ceny referencyjnej na porcję alkoholu. Przedstawiono szczegółowe szacunki cen napojów alkoholowych oraz różnic w cenie detalicznej przy wprowadzeniu ceny minimalnej na alkohol w wysokości od 1,50 do 3,00 PLN, a także szacunkowej zmiany wielkości popytu w relacji do zmiany ceny detalicznej przy zastosowaniu ceny minimalnej alkoholu o wartości 2,00 PLN za 10 g czystego alkoholu (porcja referencyjna) przy uwzględnieniu cenowej elastyczności popytu Marshalla w krótkim i długim okresie. W rozdziale szóstym omówiono kwestię akcyzy i podatku VAT na alkohol wskazując, że różne stawki podatku akcyzowego w zależności od rodzaju napoju alkoholowego wprowadzają po pierwsze istotną nierównowagę na rynku alkoholowym oraz po drugie generują piwną i winną lukę

akcyzową. Oszacowano zmianę wartości akcyzy i podatku VAT w modelu korelacji generowania wpływów akcyzowych z udziałem wyrobu alkoholowego w dostarczaniu czystego alkoholu etylowego do organizmu przeciętnego Polaka. W rozdziale siódmym omówiono opłatę cukrową oraz opłatę tzw. od małych, czyli napoi alkoholowych w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml. W rozdziale ósmym podjęto kwestię pozostałych obciążeń transakcji sprzedaży alkoholu omawiając podatek handlowy.

W ostatnim rozdziale przedstawiono szczegółową analizę i oszacowanie kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania alkoholu – stan na 2020 r. Zbudowany model bazował na ustaleniach raportu *Addiction and Lifestyles in Contemporary Europe: Reframing Addictions Project (ALICE RAP). Social costs: a report specifying the costs of addiction to societies*, które zostały rozszerzone o dodatkowe koszty. Zidentyfikowano najbardziej aktualne dane z wielu źródeł i w oparciu o nie oszacowano, że łączna wartość kosztów społeczno-ekonomicznych wynikających ze spożywania alkoholu w Polsce wynosi na 2020 r. 93,3 mld PLN, czyli 20,5 mld EUR, co oznacza, że jest wyższa od wpływów z akcyzy o ponad 79,9 mld PLN rocznie, stanowiąc 3,45% PKB z 2020 r.

dr Katarzyna Obłąkowska

dr Artur Bartoszewicz

Katedra Polityki Publicznej

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

I. Rynek napojów alkoholowych i postawy konsumenckie

I.1. Wzrost spożycia alkoholu w Polsce

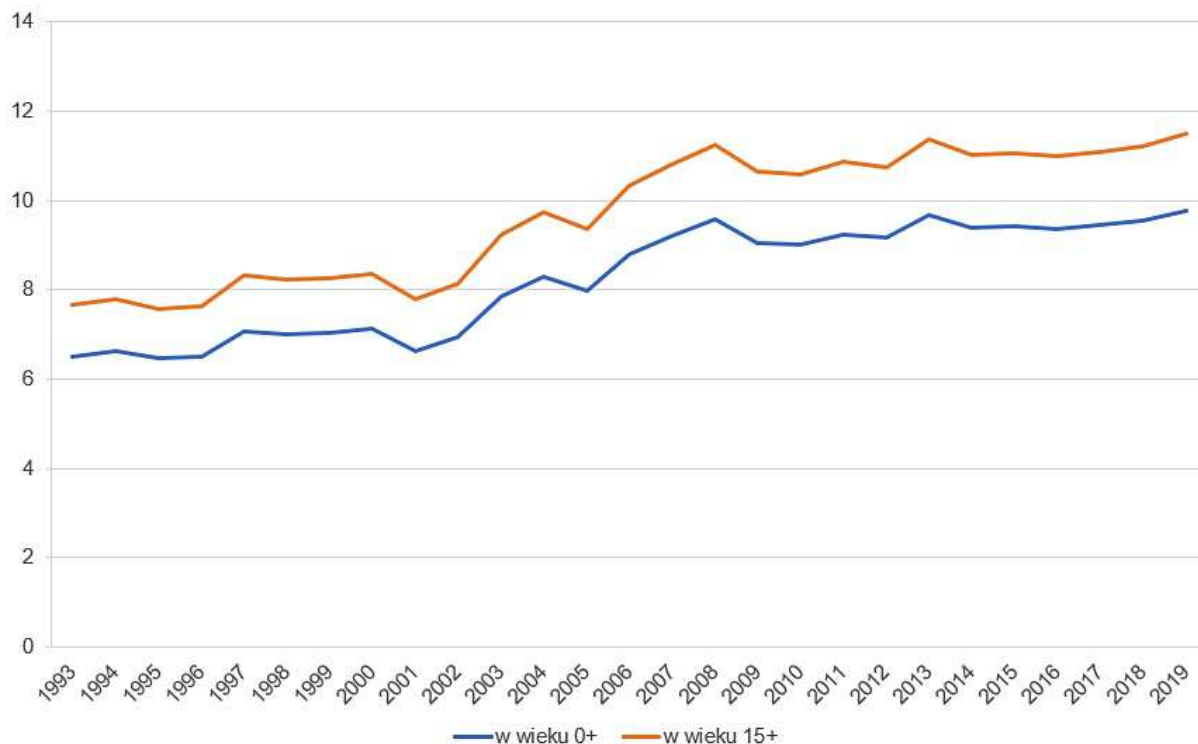
Zgodnie z danymi Światowej Organizacji Zdrowia (*World Health Organisation*) i Banku Światowego (*World Bank*) w 2016 r. wskaźnik spożycia czystego alkoholu na jedną osobę powyżej 15 roku życia (dalej 15+) w Polsce wynosił 11,6 l. W 2018 r., zgodnie z danymi WHO, wzrósł do 11,71 l, w tym na jednego mężczyznę przypadła 18,41 l, a na jedną kobietę 5,58 l. W 2019 r. zaś odnotował on kolejny wzrost do 11,89 l *per capita*, w tym na jednego mężczyznę 18,65 l, a na kobietę 5,65 l¹.

Zgodnie z danymi Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (PARPA) w 2019 r. średnie roczne spożycie czystego alkoholu (etanolu) na 1 mieszkańca (dalej *per capita*) w wieku od 0 lat (dalej 0+) wynosiło 9,78 l, czyli na osobę 15+ 11,5 l. Granicę spożycia 8 l czystego alkoholu na głowę rocznie statystyczny Polak 0+ przekroczył w 2004 r.². Wykres 1 prezentuje wzrost średniego spożycia czystego alkoholu *per capita* 0+ od 1993 r. (6,52 l) do 2019 r. (9,78 l) oraz 15+ od 7,66 l do 11,49 l.

¹ WHO, 2018; World Bank, 2021; WHO, 2021a; WHO, 2021b.

² PARPA, 2021a

Wykres 1. Średnie spożycie 100% alkoholu w litrach na 1 mieszkańca Polski w wieku 0+ i 15+ w latach 1993-2019.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych PARPA, 2021a i GUS, 2020b.

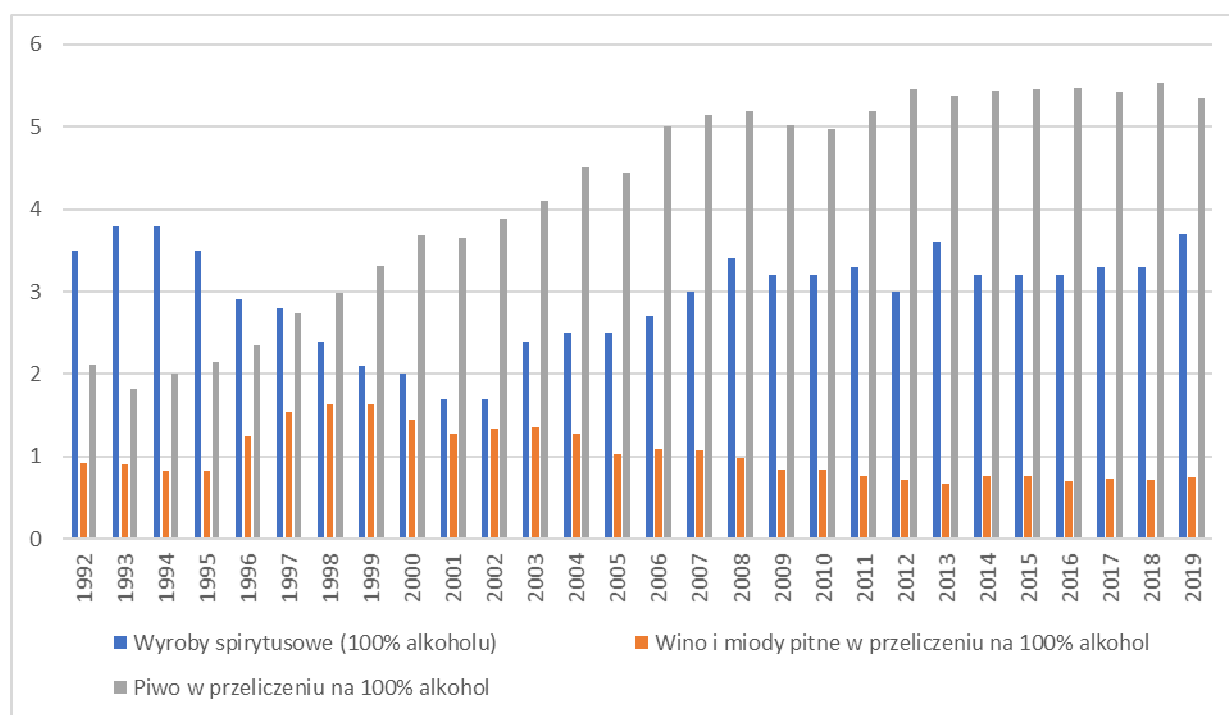
W ciągu ostatnich 30 lat Polacy zmienili upodobania względem źródła dostarczania czystego alkoholu etylowego do ich organizmów. O ile w 1992 r. głównym źródłem były wyroby spirytusowe, o tyle od 1998 r. stało się nim piwo. Od 2000 r. ponad 50% czystego alkoholu Polacy dostarczają do swoich organizmów w piwie. Wzrost konsumpcji piwa jest odpowiedzialny za ogólny wzrost wskaźnika spożycia czystego alkoholu *per capita* w Polsce. Z danych za 2019 r. wynika, że piwo odpowiada za dostarczenie do organizmu przeciętnego Polaka 5,34 l czystego alkoholu, czyli 54,6 % spożywanego etanolu.

Zauważyć jednak należy równocześnie, że w ostatnim trzydziestoleciu wielkość spożycia wyrobów spirytusowych w Polsce zatoczyła koło i po spadku w latach 1996-2002 w kolejnych latach zaczęła rosnąć, aby w 2019 r. wrócić do

stanu z 1992 r., a nawet go przewyższyć dostarczając do organizmów Polaków 3,7 l. czystego alkoholu, czyli 37,8% spożywanego w Polsce etanolu³.

Mieszkańcy Polski **zmniejszyli zaś zainteresowanie konsumpcją wina i miodów pitnych**, której wielkość spadła w porównaniu z 1992 r. i obecnie odpowiada za dostarczanie 0,74 l. etanolu do organizmu przeciętnego Polaka, czyli 7,6% spożywanego alkoholu w Polsce⁴.

Wykres 2. Struktura spożycia napojów alkoholowych w litrach na jednego mieszkańca w przeliczeniu na 100% alkohol w latach 1992-2019.



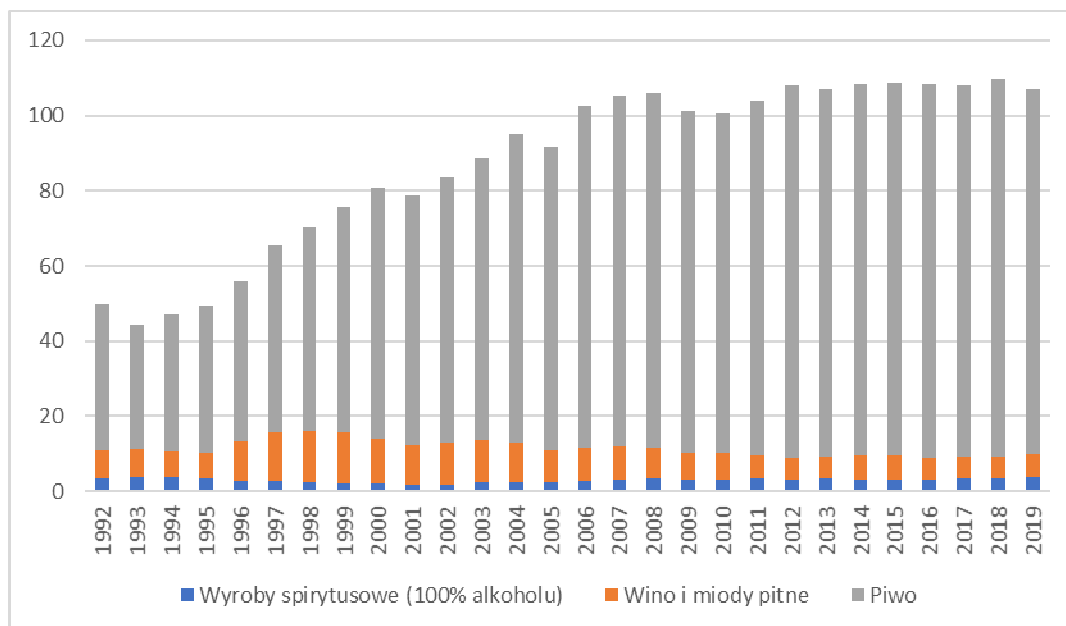
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: PARPA, 2021a.

W ciągu ostatnich 30 lat wzrosła w stopniu dramatycznym liczba wypijanych litrów piwa – z 38,6 l na osobę w 1992 r. do 97,1 l na osobę w 2019 r. (PARPA, 2021a). Statystycznie zatem każdy Polak, także ten nowonarodzony, wypija rocznie 194 puszki/butelki piwa o poj. 0,5 l.

³ por. PARPA, 2021a.

⁴ por. PARPA, 2021a.

Wykres 3. Struktura spożycia napojów alkoholowych w litrach na jednego mieszkańca w latach 1992-2019.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: PARPA, 2021a.

Konsumpcja alkoholu w Polsce jest wyższa niż wskazują na to źródła rejestrowane, bowiem oprócz tych źródeł konsumowany przez Polaków jest również alkohol ze źródeł nielegalnych oraz wytwarzany w domu na własny użytek. WHO odnosząc się do 2010 r. wskazała, że jedna czwarta (24,8%) konsumpcji alkoholu na świecie jest niezarejestrowana. W 2016 r. wskazano, iż z nierejestrowanych źródeł konsumuje się na świecie 25,5% alkoholu. Są to napoje alkoholowe domowej roboty, nielegalnie produkowane lub sprzedawane poza kontrolą rządu⁵. WHO uwrażliwiało także na fakt, że niezarejestrowany alkohol może charakteryzować się wyższą zawartością etanolu i potencjalnych zanieczyszczeń, a jego niski koszt może promować intensywne picie. Dla Polski przyjęto wskaźnik około 10% do 15%. **W Polsce WHO oszacowało nierejestrowane spożycie alkoholu w 2016 r. na 1,7 l czystego alkoholu na osobę wieku 15+⁶.**

I.2. Wartość rynku alkoholi w Polsce w 2020 r.

W 2020 r. łączna wartość rynku napojów alkoholowych wynosiła 39,26 mld PLN. Sprzedaż piwa stanowiła 45,76% tego rynku i miała wartość 17,96 mld

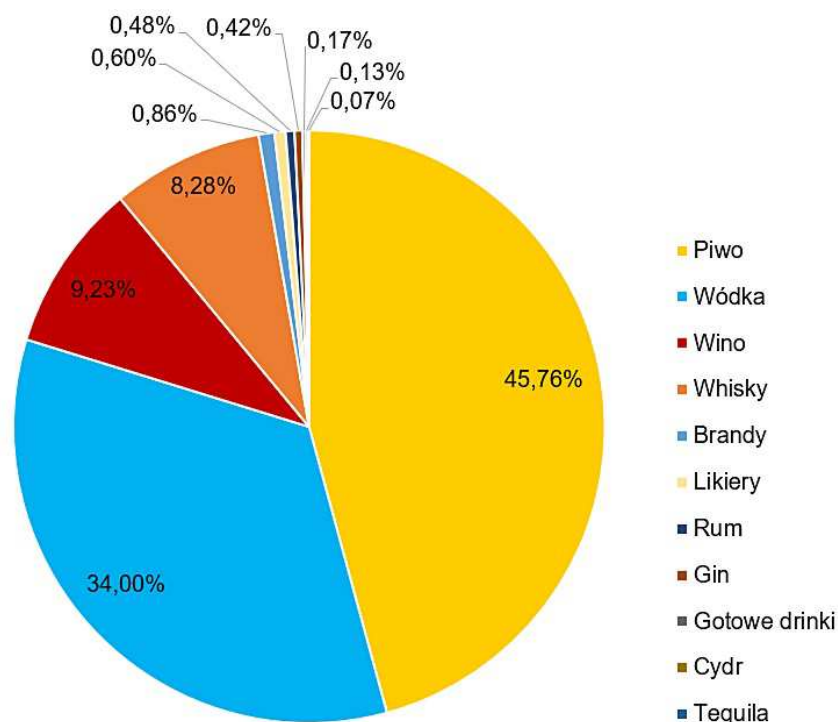
⁵ WHO, 2021b; WHO, 2018: 43.

⁶ WHO, 2018 :112, 281.

PLN, zaś sprzedaż wódki odpowiadała za 34% rynku i miała wartość 13,35 mld PLN.

Następnym graczem były wina w różnych swoich odmianach odpowiadające za 9,23% rynku (3,62 mld PLN) (wino stołowe 6,05%, wino musujące 1,45%, wino aromatyzowane i owocowe 0,74%, wermut 0,7%, wino deserowe 0,28%), a kolejnym mocnym i coraz mocniejszym whisky z udziałem 8,28% (3,25 mld PLN). Dalej: brandy z udziałem 0,86% i wartością 338 mln PLN, likiery 0,6% (236 mln PLN), rum 0,48% (190 mln PLN), gin 0,42% (165 mln PLN), gotowe drinki 0,17% (64,9 mln PLN), cydr 0,13% (49,4 mln PLN), tequila 0,07% (27,3 mln PLN)⁷.

Wykres 4. Udział kategorii w wartości sprzedaży napojów alkoholowych w Polsce w 2020 r.

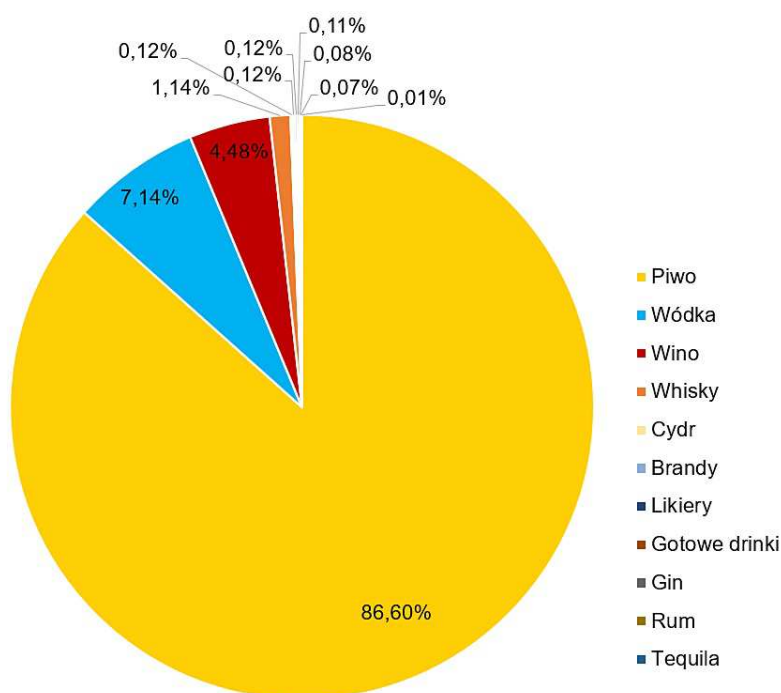


Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Nielsen, 2021.

⁷ Nielsen, 2021 w: Bartoszewicz, Klimkiewicz i Obłąkowska, 2021.

Piwo dominuje także w wolumenie sprzedaży detalicznej. W 2020 r. stanowiło 86,6% wolumenu sprzedaży napojów alkoholowych, wódka 7,14%, wino 4,48% (w tym: wino stołowe 2,95%, wino musujące 0,74%, wino aromatyzowane i owocowe 0,34%, wermut 0,28%, wino deserowe 0,17%), whisky 1,14%, cydr 0,12%, brandy 0,12%, likiery 0,12%, gotowe drinki 0,11%, gin 0,08%, rum 0,07%, tequila 0,01%⁸.

Wykres 5. Udział kategorii w wolumenie sprzedaży napojów alkoholowych w Polsce w 2020 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Nielsen, 2021.

Na napoje alkoholowe w 2019 r. Polacy wydali 36,7 mld PLN⁹, na napoje alkoholowe i papierosy zaś 66,3 mld PLN, na żywność i napoje bezalkoholowe 198,4 mld PLN, zaś na towary i wyroby własne w placówkach gastronomicznych 50,3 mld PLN¹⁰. **Na napoje alkoholowe i papierosy Polacy przeznaczyci zatem 26,6% wartości kwoty, którą wydatkowali na żywność i napoje bezalkoholowe.** Na

⁸ Nielsen, 2021 w: Bartoszewicz, Klimkiewicz i Obłąkowska, 2021.

⁹ Nielsen, 2021 w: Bartoszewicz, Klimkiewicz i Obłąkowska, 2021.

¹⁰ GUS, 2020a.

bazie powyższego można oszacować, że na same napoje alkoholowe Polacy przeznaczyci 14,7% wartości kwoty, którą wydatkowali na żywność i napoje bezalkoholowe (248,7 mld PLN).

W sklepach małychformatowych (do 300 m²) napoje alkoholowe odpowiadają za jedną czwartą obrotów i przyciągają one klientów. Pojawiają się na co trzecim paragonie. Bardzo często zakup alkoholu jest jedynym powodem wizyty w pobliskim sklepie. **Na prawie 40% paragonów z piwem i na około 35% paragonów z wódkami smakowymi nie występują żadne inne produkty. Najważniejszą kategorią alkoholową w sklepach małychformatowych jest piwo.** Generuje ono 50% obrotów napojami alkoholowymi w miesiącach chłodniejszych i ponad 60% w miesiącach najcieplejszych. Inną ważną kategorią są wódki czyste i smakowe. W 2017 r. za 94% wartości sprzedaży wódek czystych i smakowych w sklepach małychformatowych odpowiadały transakcje na których pojawiały się tylko 1 lub 2 butelki wódki. Za ponad 70% wolumenu sprzedaży wódek w sklepach małychformatowych odpowiadały zaś wódki czyste z największym znaczeniem pojemności 0,5 l¹¹.

Od 2000 r. wzrosła ilość produkowanego w Polsce piwa oraz wódki, a także miódów pitnych. Spadła zaś ilość produkowanego wina. Dane dotyczące produkcji wyrobów alkoholowych w latach 2000-2019 prezentuje Tabela 1.

Tabela 1. Produkcja napojów alkoholowych w Polsce w latach 2000-2019.

Napój alkoholowy	2000	2005	2010	2015	2018	2019
Wódka czysta o objętościowej mocy alkoholu 45,4% (w przeliczeniu na 100%) w mln l	66,5	79	107	96,1	97,1	106
Piwo otrzymywane ze słodu o objętościowej mocy alkoholu powyżej 0,5% w mln hl	25,2	31,6	36,8	40,9	41,5	40,4
Wino gronowe w mln l	39,6	20,5	7,3	15,3	14,1	13,8
Wino owocowe w mln l	345	256	173	124	97,9	94,6
Miody pitne w tys. hl	5,8	4,5	9,6	8,6	8,1	7,1

Źródło: GUS, 2020e: 114.

¹¹ Szczerbiński, 2021.

Saldo eksportu i importu napojów alkoholowych w Polsce w okresie styczeń-maj 2021 r. przedstawia Tabela 2. Dodatkowo jest w przypadku piwa, wódek oraz napojów fermentowanych pozostałych.

Tabela 2. Saldo wartości eksportu-importu napojów alkoholowych w Polsce w okresie styczeń-maj 2021 w PLN.

Napój alkoholowy	Export PLN	Import PLN	Saldo PLN
Piwo otrzymywane ze słodu	381 409 791	99 458 987	281 950 804
Wódka czysta	204 463 446	57 682 259	146 781 187
Wino ze świeżych winogron, włącznie z winami wzmocnionymi i moszcz winogronowy	70 148 080	582 661 767	-512 513 687
Wermut i pozostałe wina ze świeżych winogron przyprawione roślinami lub substancjami aromatycznymi	2 849 690	67 751 958	-64 902 268
Napoje fermentowane pozostałe (np. jabłecznik, moszcz gruszkowy, miód pitny, sake)	26 229 604	5 562 364	20 667 240
Napoje spirytusowe otrzymywane przez destylację wina z winogron i wyłoków z winogron	1 784 651	21 797 423	-20 012 772
Whisky	10 656 978	345 057 888	-334 400 910
Rum i tafia	5 436 180	20 350 150	-14 913 970
Gin i gin Geneva	1 893 147	9 514 163	-7 621 016
Likiery i kordiały	37 029 253	60 286 861	-23 257 608
Inne wódki i napoje alkoholowe	108 494 437	47 908 342	60 586 095
SUMA	850 395 257	1 318 032 162	-467 636 905

Źródło: Opracowanie własne w oparciu o: GUS, 2021c.

Za jeden z czynników wpływających na skalę spożycia alkoholu w Polsce w ciągu ostatniego ćwierćwiecza należy uznać **wzrost produkcji piwa w Polsce**. Polska jest obecnie trzecim producentem piwa w Europie, po Niemczech i Wielkiej Brytanii¹². W 1980 r. w Polsce wyprodukowano 11,2 mln hl piwa otrzymywanego ze słodu. W 1990 r. niecałe 11 mln hl. W 2000 r. 25,2 mln hl. W 2005 r. browary w Polsce wyprodukowały 31,6 mln hl piwa. W 2007 r. 36,9 mln hl, w 2015 r. 40,9 mln hl, w 2016 r. 41,4 mln hl, w 2017 40,4 mln hl, w 2018 r. 41,5 mln hl, zaś w 2019 r. 40,4 mln hl¹³. W 2000 r. produkowano w Polsce 66 l piwa *per capita*, a w 2019 r. 105 l *per capita*¹⁴.

¹² Deloitte, 2018: 15.

¹³ GUS, 2020c; GUS, 2020e: 24; 114; Deloitte, 2018: 15.

¹⁴ GUS, 2020e: 130

Polska w 2016 r. wyeksportowała ok. 3,8 mln hl piwa o wartości 702,5 mln PLN¹⁵. **Prawie cała produkcja krajowa przygotowywana jest na krajowy rynek.** W 2016 r. Polacy wypili 38,1 mln hl piwa, zatem import zagranicznych piw był niewielki (na poziomie około 0,56 mln hl). Relacja między wartością eksportu i importu piwa w Polsce w latach 2005-2020 jest przedstawiona na Rysunku 1, a w styczniu-maju 2021 r. w Tabeli 2.

Rysunek 1. Import i eksport piwa w Polsce w mln PLN.



Źródło: GUS, 2020c.

Bardzo szybko, w tempie 77%, a nawet 80% rocznie, rośnie w Polsce sprzedaż piwa bezalkoholowego. Na ten rodzaj piwa Polacy wydali w 2019 r. 600 mln PLN, a w 2021 r. przeszło 1 mld PLN¹⁶. Średnio w 2019 r. każdy Polak 15+ wydał 18 PLN na piwo bezalkoholowe, zatem kupił 4 butelki tego napoju (przyjmując średnią cenę ok 4 PLN za butelkę), a w 2021 r. wydał 30 PLN, zatem kupił już 7 butelek. Poprzez zwiększanie produkcji i promocji piw bezalkoholowych browary rozpoczęły w Polsce rywalizację z tradycyjnymi napojami¹⁷.

Produkcja wódki czystej o objętościowej mocy alkoholu 45,4% (w przeliczeniu na 100%) w 2000 r. wynosiła 66,5 mln l, a w 2019 r. 106 mln l¹⁸.

¹⁵ GUS, 2020c; Deloitte, 2018; wolepiwo.pl, 2021.

¹⁶ Ptak-Iglewska, 2019; M. Cyganiak, NielsenIQ, w: interiabiznes, 2021.

¹⁷ T. Stanek w: Ptak-Iglewska, 2019.

¹⁸ GUS, 2020e: 114.

I.3. Model spożycia alkoholu w Polsce

W Sprawozdaniu z wykonania ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi z 2015 r., podano do wiadomości publicznej, że w 2014 r. 80% dorosłych mieszkańców RP spożywało alkohol, 12% pijących alkohol dorosłych Polaków nadużywało go, a 88% spożywało na tzw. poziomie niskiego ryzyka szkód¹⁹. Badania RARHA wskazały zaś, iż w 2015 r. **odsetek pijących wśród Polaków wynosił 86,4%**, w tym wśród mężczyzn 92,1%, a wśród kobiet 80,7%²⁰. **W 2015 r. 6,2% dorosłych Polaków deklarowało, że w minionym roku piło za dużo alkoholu**²¹. **Wskaźnik ten w 2020 r. oznaczałby prawie 2 mln osób.**

Według WHO w 2016 r. **odsetek osób pijących alkohol w wieku 15+, wynosił w Polsce 68% i był wyższy od światowego odsetka o 23%**. Odsetek Polaków 15+, którzy kiedykolwiek w ciągu swojego życia pili alkohol wynosił 86,5%. **Odsetek osób z zaburzeniami spożywania alkoholu** (uzależnienie i szkodliwe używanie) **liczył zaś 12,8% osób 15+**. 35,1% populacji 15+ miało w ciągu ostatniego miesiąca przynajmniej jeden epizod intensywnego picia alkoholu (60 g lub więcej czystego alkoholu). Polska jest zakwalifikowana do **społeczeństw o bardzo wysokim odsetku intensywnego epizodycznego picia** (ang. *heavy episodic drinking*) wśród osób pijących. **Przeszło połowa (51,6%) osób pijących w Polsce ma w miesiącu epizod intensywnego, czy też ciężkiego, picia, a wśród pijącej młodzieży odsetek ten wynosi nawet 63,5%**²².

Przed pandemią COVID-19 wskazano na toczące się w Polsce badania nad wzorem picia alkoholu charakteryzującym się **częstym spożywaniem niewielkich ilości alkoholu w czasie całego dnia**, co utrzymuje w organizmie zbliżoną alkoholemień, czyli poziom alkoholu w surowicy krwi powyżej normy fizjologicznej i **wpisuje się w alkoholizm typu Delta**. Wzorzec ten łączono z kwestią sprzedaży wysokoprocentowych alkoholi w małych opakowaniach w różnych porach dnia (także porannych i przedpołudniowych)²³.

¹⁹ Rada Ministrów, 2015.

²⁰ RARHA, 2016.

²¹ Czapiński i Panek, 2015.

²² WHO, 2018.

²³ Silczuk, 2020; Fal, 2020; Kaczyńska, 2019; M. Kociankowski, Synergion w: hurtidetal.pl, 2019.

W 2019 r. CBOS wskazał, że w Polsce alkohol spożywa 84% dorosłego społeczeństwa i tylko 1% badanych. stwierdziło, że pije za dużo²⁴. Zaś w 2020 r. PARPA informowała, że 18,6% pijących spożywa alkohol ryzykownie lub szkodliwie²⁵, co oznacza prawie 5 mln osób. Uzależnionych od alkoholu jest zaś 800 tys. osób, czyli 2,4% populacji 15+²⁶. W 2019 r. wskazywano, że 820 tys. osób pije alkohol 5 dni w tygodniu lub częściej, a 4,7 mln pije alkohol do 4 dni w tygodniu²⁷. Pije ponadto 46,7% 15-16-latków oraz 76,1% 18-19-latków²⁸, a należy wskazać, że administracje innych państw (np. USA), zakładają, że każde spożycie alkoholu przez młodzież jest ryzykowne²⁹.

Pomiędzy 2010 r. a 2019 r. spadła w Polsce liczba dorosłych abstynentów. W 2010 r. 22% dorosłej części społeczeństwa w ogóle nie sięgało po alkohol. W 2019 r. odsetek ten wynosił 16%. Wśród kobiet odsetek abstynentek był w 2010 r. na poziomie 30%, a w 2019 r. 21%. Zaś wśród mężczyzn odpowiednio: 16% i 10%³⁰. Wskazuje się także na występowanie w Polsce zjawiska „fałszywych abstynentów”, czyli osób, które deklarują, że nigdy nie piją alkoholu, a jednak część z nich (nawet co piąta) przyznaje się do picia napojów alkoholowych, najczęściej piwa i wina³¹. Badania RARHA wskazują, że odsetek abstynentów w Polsce w 2015 r. wynosił 13%, w tym odsetek osób zachowujących abstynencję przez całe życie 3,6% i jest to jeden z najniższych wskaźników w Europie³². W 2019 r. nigdy nie piło alkoholu tylko 20% młodzieży w wieku 15-16 lat, oraz 7,2% w wieku 17-18 lat³³.

Europa jest najbardziej zalkoholizowanym kontynentem świata. W porównaniu z innymi kontynentami, odsetek osób 15+ pijących alkohol oraz ilość spożywanego alkoholu *per capita* są w Europie najwyższe³⁴. Polacy zaś nie ustępują w ilości spożywanego alkoholu innym europejskim narodom.

²⁴ CBOS, 2019.

²⁵ Fal, 2020.

²⁶ PARPA, 2021b; PARPA, 2021c.

²⁷ GUS w: Grochot, 2019.

²⁸ Sierosławski, 2021.

²⁹ CDC, 2020a.

³⁰ CBOS, 2019; medonet, 2020.

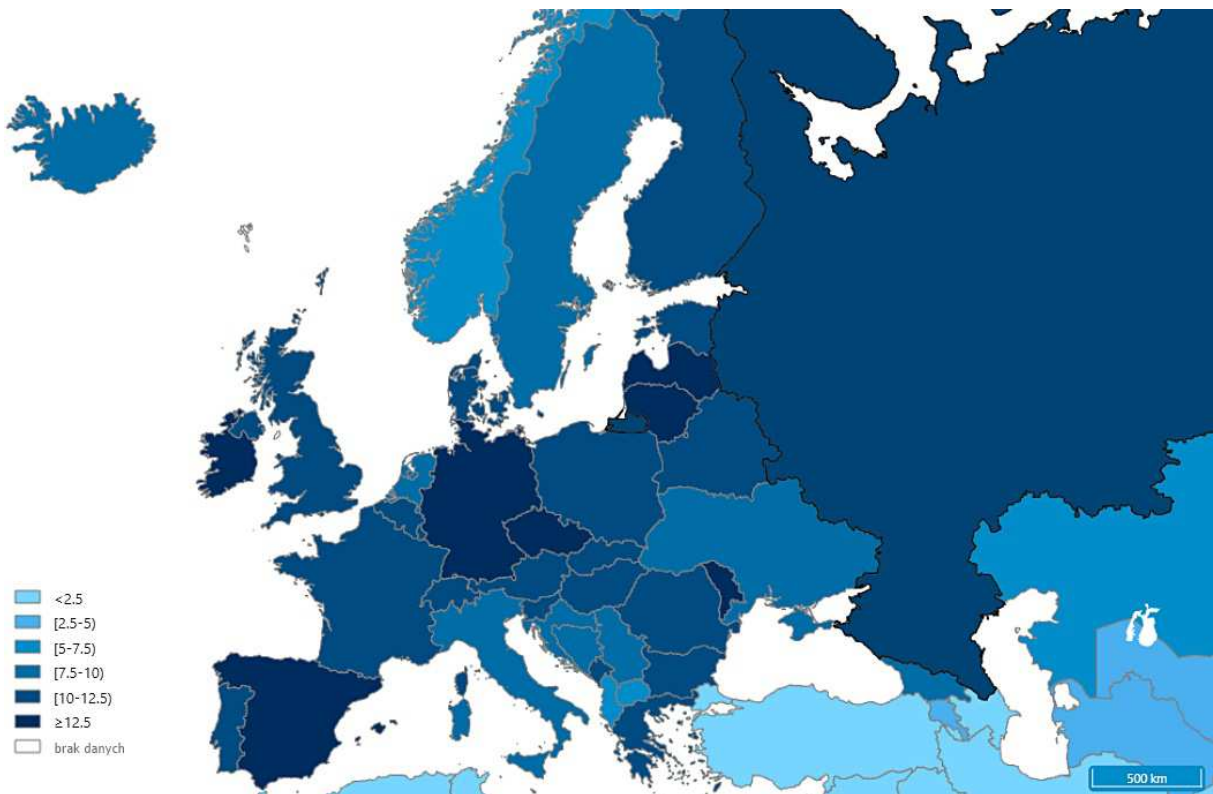
³¹ por. Juszczynska, 2021.

³² RARHA, 2016.

³³ Sierosławski, 2021.

³⁴ Por. WHO, 2018: 39, 43.

Rysunek 2. Konsumpcja etanolu *per capita* wśród społeczeństw państw europejskich (2019).

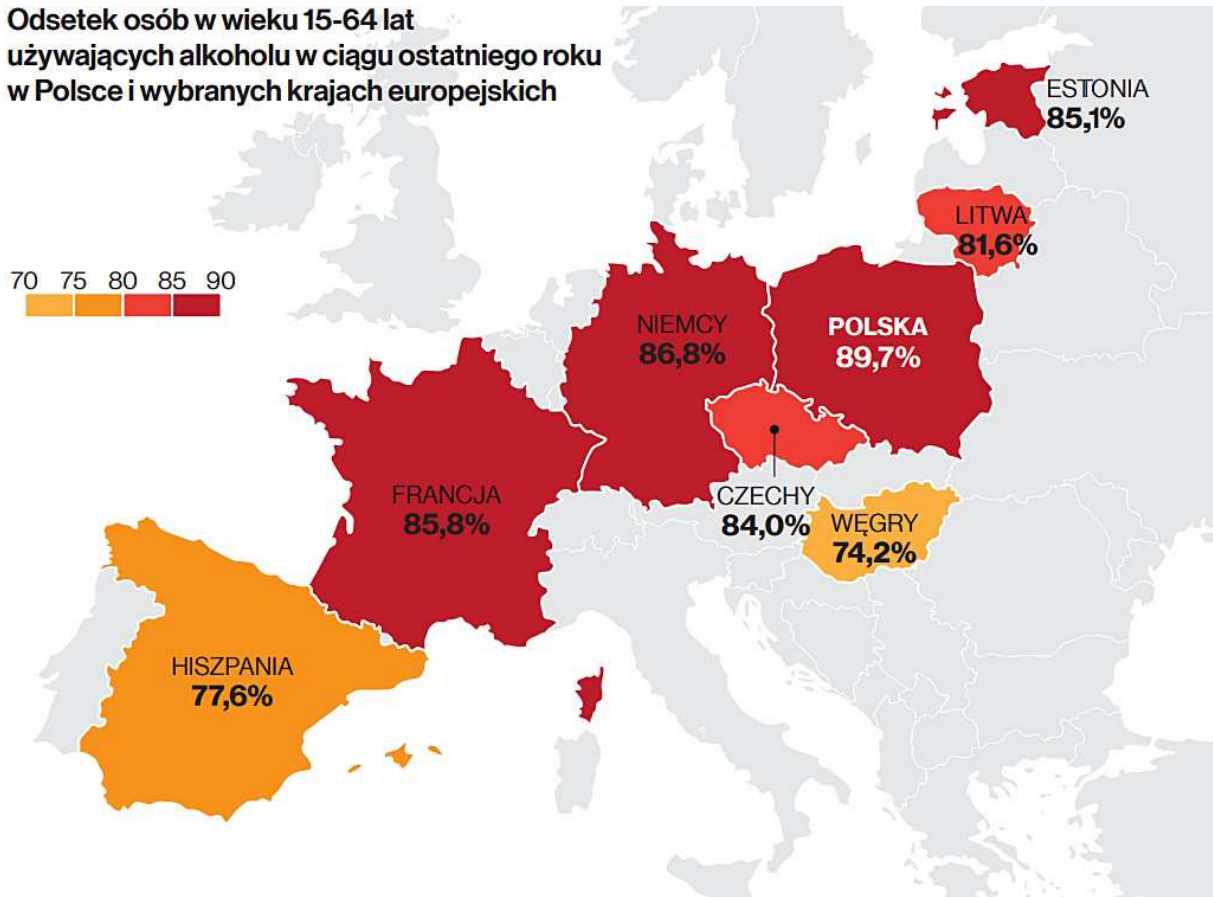


Źródło: WHO, 2021c.

Najwyższa Izba Kontroli wskazała, że w 2014 r. w Polsce odnotowano **najwyższy wśród wielu państw Unii Europejskiej (UE) odsetek osób w wieku 15-64 lata, które w ciągu ostatniego roku używały alkoholu**. Wyniósł on prawie 90% tej populacji. Prezentuje to Rysunek 3.

Rysunek 3. Odsetek mieszkańców wybranych krajów Europy używających alkoholu w ciągu ostatniego roku (stan na 2014 r.).

Odsetek osób w wieku 15-64 lat używających alkoholu w ciągu ostatniego roku w Polsce i wybranych krajach europejskich



Źródło: NIK, 2019, na podstawie: Malczewski, 2018; Biuletyn Statystyczny EMCDDA, 2018.

W ciągu ostatnich 10 lat wzrosło spożycie alkoholu wśród kobiet w Polsce. O 10% wzrósł odsetek młodych kobiet pijących (18-24 lat) z 79% w 2010 r. do 89% w 2019 r., o 13% odsetek pijących kobiet dojrzałych (55-65 lat) z 67% w 2010 r. do 80% w 2019 r. oraz o 28% kobiet starszych (65 lat i więcej) z 35% w 2010 r. do 63% w 2019 r.³⁵ **W ciągu ostatnich lat obserwujemy wzrost przyzwolenia społecznego na picie kobiet oraz wzrost wśród nich picia ryzykownego i szkodliwego dla zdrowia**³⁶. W ciągu ostatnich 25 lat wzrósł odsetek nastolatków 17-18 lat często spożywających alkohol z 58,8% w 1995 r. do 75,7% w 2019 r.³⁷.

³⁵ CBOS, 2019.

³⁶ M. Dragan w: Podgórska, 2017.

³⁷ Sierosławski, 2021.

W 2013 r. **spożywanie alkoholu w ciąży** zadeklarowało 10,1% Polek, a w **2017 r. 4,84%**. Najczęściej piły one czerwone wino (44% pijących w ciąży), piwo (31%), piwo niskoalkoholowe (27%), białe wino (19%), mocne alkohole (7%)³⁸.

W ostatnim dziesięcioleciu **spadł odsetek pijących młodych mężczyzn** (18-24 lata) z 98% w 2010 r. do 90% w 2019 r.³⁹. W ciągu ostatnich 25 lat spadł odsetek nastolatków płci męskiej pijących alkohol: w wieku 15-16 lat z 94,4% w 1995 r. do 80,1% w 2019 r, oraz w wieku 17-18 lat z 97,4% do 91,7%⁴⁰.

Polacy wyraźnie przebijają statystyki europejskie i światowe w spożyciu piwa (spożycie etanolu w piwie: Polska 54,6%; Europa 40%; Świat: 34,3%). **W zakresie spożywania wyrobów spirytusowych Polacy są powyżej średniej europejskiej, ale poniżej średniej światowej** (spożycie etanolu w wyrobach spirytusowych: Polska 37,8%; Europa 27,2%; Świat 44,8%). Widoczne jest **negatywne odchylenie od poziomu spożycia win** (spożycie etanolu w winie: Polska 7,6%; Europa 29,8%; Świat 11,7%)⁴¹.

W 2019 r. dorośli Polacy wskazywali, że jeśli zdarza się im pić alkohol to najchętniej sięgają po: **piwo (39%)**, wino (25%), wódkę (16%), koniak lub whisky (11%)⁴². **Napojem inicjacji alkoholowej jest piwo** (dla 43% badanych), wino (dla 33%) oraz wódka (dla 9%)⁴³.

³⁸ Wróblewski, 2017

³⁹ CBOS, 2019.

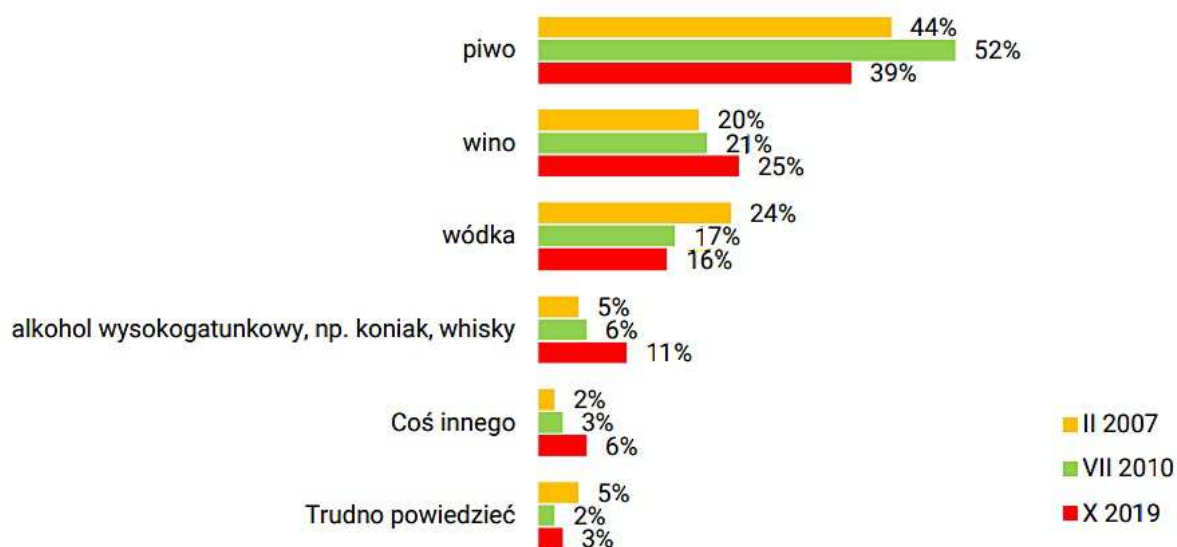
⁴⁰ Sierosławski, 2021.

⁴¹ WHO, 2018.

⁴² CBOS, 2019.

⁴³ IBRIS, 2019b.

Wykres 6. Rozkład odpowiedzi osób pijących alkohol na pytanie „Jeśli zdarza się Panu(i) pić alkohol, czy jest to najczęściej?” w 2019 r.



Źródło: CBOS, 2019.

Piwo pije 81% pijących alkohol dorosłych Polaków, co oznacza 21,5 mln osób. 71% pijących pełnoletnich Polaków pije wódkę (18,6 mln osób), 69% wino (18,3 mln), 48% alkohole wysokogatunkowe (np. koniak, whisky), 44% drinki, napoje alkoholowe, 43% piwo smakowe, radler, cydr, 42% wódkę smakową, zaś 9% alkohole wysokoprocentowe w tzw. *małpkach*⁴⁴. Deklarowane częstości picia wskazuje Tabela 3.

⁴⁴ CBOS, 2019.

Tabela 3. Deklaracje dorosłych Polaków w zakresie częstości spożywania napojów alkoholowych.

ODPOWIEDZI OSÓB DEKLARUJĄCYCH PICIE ALKOHOLU

Jak często zdarza się Panu(i) wypić:	Przynajmniej raz w tygodniu	Raz lub kilka razy w miesiącu	Raz lub kilka razy w roku	Rzadziej	Wcale
	w procentach				
– piwo	25	30	24	3	19
– wino	3	26	36	5	31
– wódkę	2	22	39	6	29
– alkohol wysokogatunkowy np. koniak, whisky	1	11	28	8	52
– piwo smakowe, radler, cydr	3	15	22	4	57
– wódkę smakową	0	4	19	8	68
– alkohole wysokoprocentowe w butelkach o małych pojemnościach (tzw. małpki)	0	2	4	2	91
– drinki, koktajle alkoholowe	1	9	28	5	56

Źródło: CBOS, 2019.

W Polsce alkohol pije także młodzież. W 2016 r. 55,6% populacji w wieku 15-19 lat piło alkohol, a 35,35% przynajmniej jeden raz w ciągu ostatniego miesiąca miało **epizod intensywnego picia alkoholu**. Wśród młodzieży pijącej odsetek takiego epizodu wyniósł 63,5%⁴⁵. **Badania z 2019 r. wykazały, że w czasie ostatnich 30 dni przed badaniem piło 46,7% 15-16-latków oraz 76,1% 18-19-latków**, i ponadto 11,3% młodzieży z młodszej kohorty i 18,8% ze starszej w tym czasie **silnie upiło się** (tyle, żeby zataczać się, bełkotać, nie pamiętać, co się działo). W czasie całego życia ani razu silnie nie upiło się tylko 66,7% uczniów młodszych i 43,4% uczniów starszych. W ciągu ostatnich 30 dni przed badaniem 5,2% młodzieży w wieku 15-16 lat piło nadmiernie 6 razy lub więcej (jednorazowo 5 lub więcej drinków). Odsetek ten wśród 17-18-latków wynosił 10,9%⁴⁶. Dane te pokazują, że **zanim przeszło 50% Polaków osiągnie pełnoletniość mają już za sobą epizody picia intensywnego, a prawie 11% upija się częściej niż raz w tygodniu**.

W 2019 r. młodzież wskazywała, że najczęściej piją piwo i wódkę. W ciągu ostatnich 30 dni przed badaniem **47,5% 15-16-latków piło piwo**, 33% wódkę, a 24,7% wino. Odsetki te wśród 17-18-latków wyglądały następująco: **piwo (72,2%)**, wódka (60%), wino (43,2%). **W ciągu ostatnich 25 lat zdecydowanie wzrósł odsetek dziewcząt 17-18 lat często spożywających piwo z 39,7% do 70,7% oraz**

⁴⁵ WHO, 2018.

⁴⁶ Sierosławski, 2021.

wódkę z 37,7% do 57%. Spożywają one także częściej wino, ale odnotowano tu mniejszy wzrost z 42,6% do 50,8%⁴⁷.

Polski nastolatek sięgający po alkohol ma nieco ponad 13 lat. Inicjacja alkoholowa odbywa się w wieku 12-13 lat. Pierwszy kontakt nastolatka z alkoholem odbywa się najczęściej za pośrednictwem osoby dorosłej. 33,8% młodych ludzi zostaje po raz pierwszy poczęstowane alkoholem przez osobę dorosłą np. podczas domowej uroczystości, 34,2% z nich kupuje go osoba dorosła, 11,6% kupuje go inna osoba niepełnoletnia, 7,3% bierze z domu, a 5,1% kupuje samodzielnie w sklepie. **W opinii nastolatków największy wpływ na to, czy piją alkohol mają rodzice (34%), przyjaciele (32,6%), reklamy (1,9%) oraz rodzeństwo (1,8%)⁴⁸.**

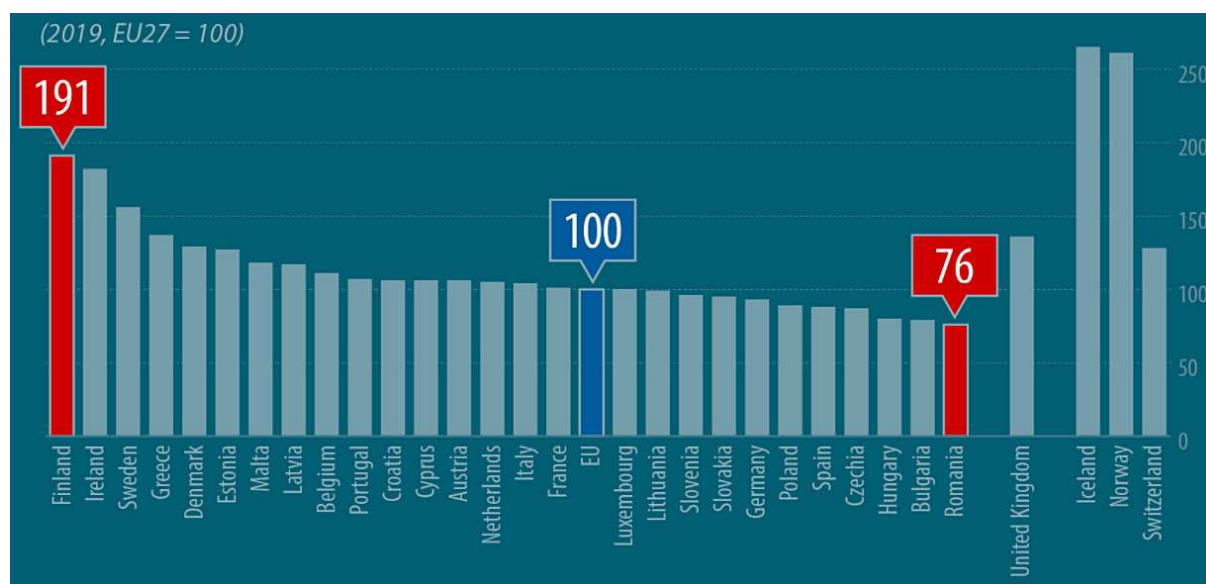
⁴⁷ Sierosławski, 2021.

⁴⁸ CBOS w: pap-mediroom.pl, 2016; K. Brzózka, 2018 w: wirtualnemedi.pl, 2018.

II. Ceny napojów alkoholowych i preferencje pojemnościowe

Alkohol jest współcześnie najbardziej, wręcz powszechnie dostępną na rynku w Polsce substancją psychoaktywną i toksyczną⁴⁹. Można kupić go w prawie każdym sklepie spożywczym, zarówno małego formatu (do 300 m², których jest w Polsce 90,3 tys.), jak i dużego formatu (hipermarkety, supermarkety, dyskonty; których jest w Polsce 9 tys.), na stacjach paliw (8,7 tys.), a także w specjalistycznych sklepach monopolowych (3,4 tys.)⁵⁰. **Ceny napojów alkoholowych w Polsce w 2019 r. były jednymi z najniższych wśród wszystkich państw Unii Europejskiej.**

Rysunek 4. Poziomy cen konsumpcyjnych napojów alkoholowych w Europie 2019 r.



Źródło: Komisja Europejska, 2020.

W latach 2003-2007 ceny detaliczne wina i piwa praktycznie były stabilne, a napojów spirytusowych spadały w tempie 3% rocznie. W latach 2007-2012 różnice tempa wzrostu cen konsumenta poszczególnych napojów alkoholowych były niewielkie, a w całym analizowanym okresie relatywnie taniały wszystkie rodzaje tych napojów⁵¹. W latach 2014-2015 odnotowano niewielki wzrost cen napojów alkoholowych o 1,9% w 2014 r. oraz 0,1% w 2015 r. przy deflacji w 2015 r. na

⁴⁹ por. Bereza i Pawęzka, 2017.

⁵⁰ GUS, 2020a; NielsenIQ, 2021; Szczurbiński, 2021.

⁵¹ IERiGŻ-PIB, 2018.

poziomie 0,9% oraz spadku cen żywności i napojów bezalkoholowych o 1,1% (GUS, 2016). W 2017 r. wzrost cen detalicznych napojów alkoholowych w Polsce wyniósł 0,22%, podczas gdy ceny detaliczne żywności i napojów bezalkoholowych wzrosły o 4,2%. Ceny detaliczne piwa wzrosły o 0,1%, wyrobów winiarskich o 1,0%, a napojów spirytusowych nie zmieniły się. W okresie styczeń-wrzesień 2018 r. ceny napojów alkoholowych wzrosły średnio o 1,1%, a żywności i napojów bezalkoholowych o 3,1%. Ceny detaliczne piwa wzrosły o 1,2%, napojów spirytusowych o 1,0%, a napojów winiarskich o 0,9%⁵².

W 2020 r., roku podwyżki akcyzy na alkohol, wprowadzenia podatku handlowego oraz początku pandemii COVID-19, ceny napojów alkoholowych, jak podaje GUS, wzrosły w Polsce o 3,6% przy wzroście cen żywności i napojów bezalkoholowych o 4,7% oraz inflacji 3,4%⁵³. Badanie Hiper-Com Poland i UCE RESEARCH wykazało zaś, że w 2020 r. wzrosły ceny alkoholi w hurtowniach (o 57,9%), hipermarketach (o 9,9%) i sklepach *convenience* (o 1,9%), ale spadły w dyskontach (o 34,5%) i supermarketach (o 8,1%). Najbardziej zdrożały alkohole mocne (o 49,2%) oraz likiery i kremy (o 45,4%). Mniejszy wzrost cen nastąpił w segmencie win (o 30,4%) i cydru (o 24,8%). **Najmniej zdrożało piwo** (o 12,7%) (Mazurkiewicz, 2021).

Tymczasem od 2004 r. przeciętny dochód rozporządzalny Polaków rośnie – od 735 PLN w 2004 r., poprzez 1.475 PLN w 2016 r. do 1.919 PLN w 2020 r. Współczesny Polak może sobie pozwolić na zakup znacznie więcej czystego alkoholu niż ten z początku XXI w.⁵⁴.

W 2020 r. Polacy wydali na napoje alkoholowe 39,26 mld PLN, co oznacza, że **średnio każda pijąca w Polsce osoba 15+ (27,8 mln osób) wydała w ciągu roku 1.412 PLN na napoje alkoholowe**, co oznacza **117 PLN miesięcznie**, w tym na piwo 54 PLN, na wódkę 40 PLN, na wina 11 PLN oraz na inne rodzaje alkoholi 12 PLN. W przeliczeniu na wszystkich mieszkańców Polski 0+ należy wskazać, iż średnio nawet noworodek w Polsce wydał w 2020 r. rocznie 1.023 PLN na alkohol, co miesięcznie daje kwotę 85 PLN.

⁵² IERIGŹ, 2018.

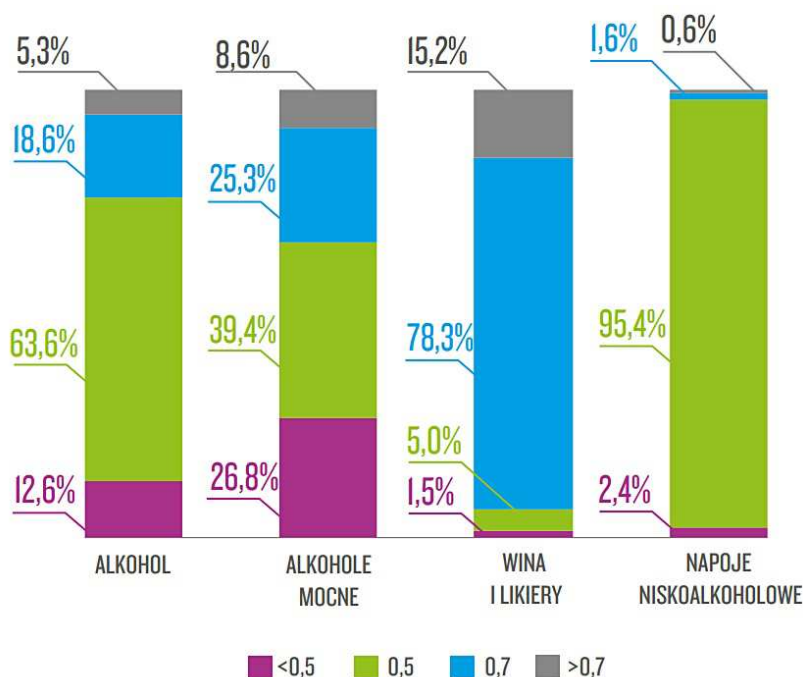
⁵³ GUS, 2021.

⁵⁴ Por. GUS, 2017; GUS, 2021a; Trąbski, 2017.

Poza oficjalnymi ilościami spożywanego alkoholu należy brać także po uwagę nierejestrowane spożycie, czyli ze źródeł nielegalnych oraz wytwarzany w domu na własny użytek. W Polsce WHO oszacowało nierejestrowane spożycie alkoholu w 2016 r. na 1,7 l czystego alkoholu na osobę wieku 15+⁵⁵, co oznaczałoby w 2020 r. 55,5 mln l czystego alkoholu.

W 2017 r. **najbardziej popularną pojemnością napojów alkoholowych w Polsce było 0,5 l, która jest typowa dla piwa.** Pojemność ta odpowiadała za 95,4% sprzedaży wartościowej napojów niskoalkoholowych. Wśród gotowych drinków i cydrów najpopularniejsza była jednak pojemność poniżej 0,5 l. **W winach stołowych, musujących i deserowych główną pojemnością było 0,7 l.** Odpowiadało ono za 78,3% udziałów w sprzedaży wartościowej⁵⁶.

Wykres 7. Udział % sprzedaży wartościowej segmentów opakowań napojów alkoholowych w Polsce w 2017 r.



Źródło: Nielsen, 2018.

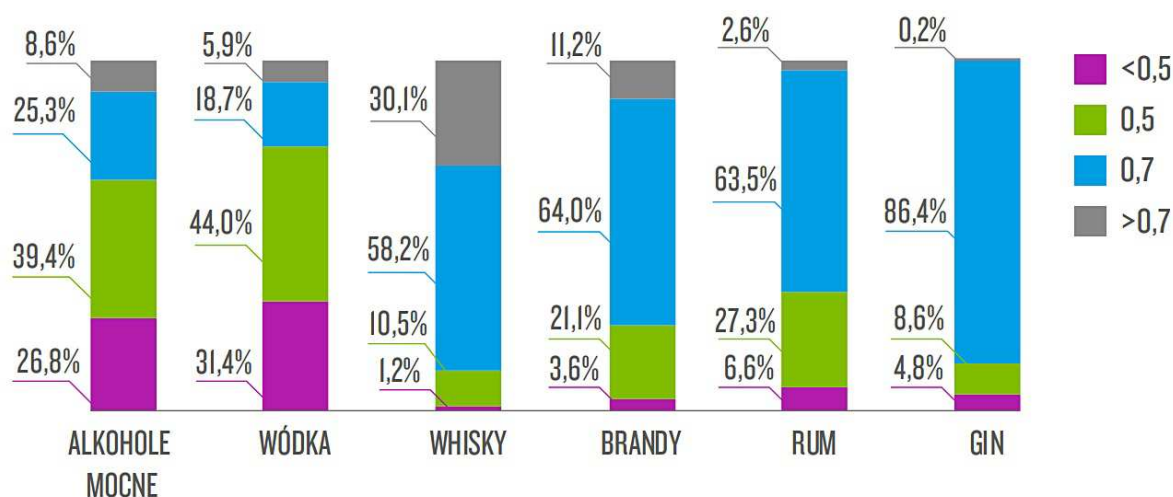
W alkoholach mocnych najważniejszą pojemnością w sprzedaży w 2017 r. było 0,5 l oraz 0,7 l. Łącznie odpowiadały one za 64,7% wolumenu sprzedanej wódki.

⁵⁵ WHO, 2021c.

⁵⁶ Nielsen, 2018.

Obserwuje się wzrost znaczenia opakowań poniżej 0,5 l⁵⁷. W 2017 r. odpowiadały one za 31,4% wolumenu sprzedanej wódki. W 2019 r. zwracano uwagę, że popularność w wódce, whisky i brandy zdobywają najmniejsze opakowania tzw. małpki (poj. 40-200 ml). Podkreślano, że w segmencie wódek przyczyniają się one do wzrostu całej grupy alkoholi mocnych. W 2019 r. udział małych butelek przekroczył jedną trzecią wartości sprzedaży wódki w Polsce i to one generowały wzrost w segmencie wódek⁵⁸.

Wykres 8. Udział % sprzedaży wartościowej segmentów opakowań napojów alkoholi mocnych w Polsce w 2017 r.



Źródło: Nielsen, 2018.

Na przełomie 2019/2020 r. wskazywano, że rocznie Polacy kupują **między 0,5 mld a 1 mld małych buteleczek wódki**. Dziennie sprzedawanych było od 1,3 mln do 3 mln „małpek”, z czego samych buteleczek o pojemności 100 ml 811 tys. sztuk. Pisano, iż **nawet 600 tys. osób sięga po małpki dwa razy dziennie**⁵⁹.

W oparciu o dane PARPA dotyczące ilości spożywanego piwa w Polsce i założenie, że typową dla piwa jest pojemność 0,5 l, należy wskazać, że w 2019 r. **Polacy wypili 7,4 mld puszek/butelek/kufli piwa poj. 0,5 l**. Oznacza to, że średnio statystycznie **codziennie przeszło 20 mln Polaków wypija 1 puszkę/butelkę 0,5 l piwa**, lub 10 mln wypija dwie dostarczając sobie tyle samo etanolu co w 100 ml

⁵⁷ Nielsen, 2018.

⁵⁸ Ptak-Iglewska, 2019.

⁵⁹ Fal, 2020; Kaczyńska, 2019; M. Kociankowski, Synergion w: hurtidetal.pl, 2019.

małpce 40% wódki lub **5 mln osób** codziennie wypija cztery puszki piwa przyjmując tyle samo etanolu co w dwóch małpkach wódki.

III. Postawy i postrzeganie społeczne

W Polsce powszechnie obecny jest wzorzec picia ryzykownego, a polską kulturę można nazwać kulturą nadużywania alkoholu. Alkohol i jego nadużywanie towarzyszy kulturze Polskiej od wieków. Polacy nie wypracowali wzorca normatywnego, społecznego używania alkoholu, wzorca jego konsumpcji będącej pod kontrolą społeczną podczas spotkań towarzyskich i autokontrolą w każdym momencie. Wzorzec obecnego polskiego picia to bardzo wczesna inicjacja alkoholowa, częste epizody intensywnego picia, brak świadomości picia nadmiernego, brak poczucia winy z powodu picia alkoholu. Dzieci wzrastają w domach z alkoholem i przejmują tę kulturę.

III.1. Komponent postawy: działania

Wiedzę o działaniach Polaków w zakresie spożywania alkoholu dostarczają różne instytucje, tj. Światowa Organizacja Zdrowia (*World Health Organization*, WHO), *Joint Action on Reducing Alcohol Related Harm* (RARHA) projekt utworzony przez Unię Europejską, Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (PARPA), Główny Urząd Statystyczny (GUS), Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS), a także inne ośrodki naukowo-badawcze oraz eksperckie prowadzące badania w tym obszarze. W oparciu o triangulację dostępnych danych przeprowadzono szacunki przedstawione w Tabeli 4. Pozwoliły one wyróżnić **wzory spożywania alkoholu przez Polaków w wieku 15+** oraz oszacować wielkości populacji realizujących te modele. Wyróżniono następujące wzory spożywania alkoholu w Polsce w populacji 15+:

- **Abstynencja (4,8 mln osób; 15% populacji 15+)** – 21% dorosłych kobiet (3,5 mln), 10% dorosłych mężczyzn (1,5 mln), 44% młodzieży 15-17 lat (477 tys.); całkowite powstrzymanie się od spożywania napojów alkoholowych.
- **Picie umiarkowane z możliwością ryzykownego (21,4 mln osób; 66% populacji 18+)** – picie zgodne z modelem picia umiarkowanego WHO i USA; tylko osoby dorosłe; unikanie okazji do picia; samokontrola; samoograniczenie; umiejętność ograniczania i odmawiania intensywnego picia w towarzystwie; indywidualnie wypracowane i wdrażane modele picia społecznego; spożywanie średnio przez osobę około 82 gr etanolu tygodniowo; w przypadku rutyny upijania się co tydzień jest to picie ryzykowne.

- **Picie ryzykowne i szkodliwe (5,5 mln osób; 17% populacji 15+)** – codziennie na rauszu lub upijający się raz lub kilka razy w tygodniu; organizujący imprezy alkoholowe; uczestnicy imprez alkoholowych; prowodyrzy intensywnego picia; spożywanie średnio przez osobę około 648 gr etanolu tygodniowo (92 gr dziennie); wszystkie osoby pijące niepełnoletnie. W projekcie „Epidemiologia zaburzeń psychiatrycznych i dostępność psychiatrycznej opieki zdrowotnej. EZOP – Polska” (dalej: EZOP I) z 2010 r. oszacowano, że liczba nadużywających alkoholu w populacji produkcyjnej (18-64 lata) wynosiła pomiędzy 2.575 a 2.584 mln osób, co stanowiło 9,5% tej populacji. Są to osoby, u których picie alkoholu spowodowało już szkody somatyczne lub psychologiczne⁶⁰. Przykładowo 31% mieszkańców Gdańska w 2019 r. wskazało, że w ich najbliższej rodzinie jest ktoś, kto ich zdaniem spożywa zbyt dużo alkoholu (np. pije systematycznie, upija się), a 37%, że wśród ich najbliższych znajomych, przyjaciół jest ktoś, kto ich zdaniem spożywa zbyt dużo alkoholu (np. pije systematycznie, upija się)⁶¹.
- **Uzależnieni od alkoholu (800 tys. osób; 2,5% populacji 15+)** – PARPA podaje, że uzależnionych od alkoholu jest w Polsce ok. 800 tys. osób⁶², co stanowi 2,5% populacji 15+. W projekcie EZOP I z 2010 r. wskazano, że kryteria diagnostyczne zespołu uzależnienia od alkoholu spełniało pomiędzy 1,9% a 2,8% populacji w wieku produkcyjnym (18-64 lata) i przyjęto wskaźnik 2,4%, oznaczało to wówczas dokładnie pomiędzy 495 tys. a 736 tys. osób⁶³.

Tabela 4. Wielkości populacji i ilości spożywanego przez nie alkoholu w Polsce – szacunki oparte o dostępne dane dla lat 2019/2020.

Lp.	Rodzaj populacji	Wielkość populacji (2020)	Liczba wypijanych litrów etanolu rocznie (2019)	Liczba wypijanego etanolu <i>per capita</i> rocznie		Liczba wypijanego etanolu <i>per capita</i> na dzień		Liczba wypijanego etanolu <i>per capita</i> na tydzień		Liczba wypijanego etanolu <i>per capita</i> na tydzień w gr w rodzaju napoju alkoholowego		
				l	gr	l	gr	l	gr	piwo	wódka	wino
A	Polacy 0+ (dane: GUS i PARPA)	38 354 173	375 103 812	9,78	7 715	0,03	21	0,19	148	81	56	11
B	Polacy 15+ (dane: GUS i WHO)	32 655 930	382 074 381	11,89	9 380	0,03	26	0,23	180	98	68	14

⁶⁰ Świątkiewicz, 2012: 254-255.

⁶¹ Barosz, 2019.

⁶² PARPA, 2021b.

⁶³ Świątkiewicz, 2012: 254-255.

C	Pijące kobiety 15+ (przybliżenie w oparciu o dane: WHO, CBOS i GUS)	13 331 048	96 219 133	7,22	5 694	0,02	16	0,14	109	60	41	8
D	Pijący mężczyźni 15+ (przybliżenie w oparciu o dane: WHO, CBOS i GUS)	13 873 674	291 424 807	21,01	16 570	0,06	45	0,40	319	174	121	24
E	Polacy pijący 18+ (dane: CBOS i GUS)	26 606 774	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
F	Polacy pijący 15-17 (dane: WHO i GUS)	597 949	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
G	Pijący Polacy 15+ (dane: WHO, CBOS i GUS) Wzór: C+D+F	27 802 672	388 279 008	13,97	11 017	0,04	30	0,27	212	116	80	16
H	Polacy uzależnieni od alkoholu (dane: PARPA)	800 000	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
I	Polacy pijący ryzykownie i szkodliwie 18+ (wg PARPA 18,6% pijących i wypijają oni 70% alkoholu dostępnego na rynku) Wzór: E*18,6%	4 948 860	267 452 067	54,04	42 632	0,15	117	1,04	820	448	310	62
J	Polacy pijący ryzykownie i szkodliwie 15+ (pijący ryzykownie i szkodliwie 18+ wg PARPA oraz wszyscy pijący nieletni) Wzór: I+F	5 546 809	267 452 067	48,22	38 037	0,13	104	0,93	731	399	277	55
K	Polacy uzależnieni, pijący szkodliwie, ryzykownie i pijący nieletni Wzór: H+I+F	6 346 809	267 452 067	42,14	33 242	0,12	91	0,81	639	349	242	48
L	Polacy 18+ pijący umiarkowanie z możliwością ryzykownego Wzór: G-K	21 455 863	114 622 314	5,34	4 214	0,01	12	0,10	81	44	31	6
Ł	Polacy 15+ pijący umiarkowanie z możliwością ryzykownego Wzór: L+F	22 053 812	114 622 314	5,20	4 100	0,01	11	0,10	79	43	30	6
M	Abstynenci 15+ Wzór: B-G	4 853 258	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Źródło: Opracowanie własne w oparciu o dane: WHO, 2021b; WHO, 2021c, WHO, 2018, GUS, 2020b; PARPA, 2021b; PARPA, 2021c; GUS w: Grochot, 2019; Fal, 2020; CBOS, 2019. Przelicznik: w 12,677 ml etanolu zawiera się 1 gr etanolu.

Zgodnie z szacunkami zawartymi w Tabeli 4 statystycznie średnio **każda pijąca w Polsce kobieta 15+** dostarcza tygodniowo do swojego organizmu 109 gr etanolu (prawie 11 Standardowych Jednostek Alkoholu (dalej SJA)). Zgodnie jednak z danymi WHO za 2016 r. pijąca Polka dostarcza do swojego organizmu tygodniowo 128 gr etanolu (prawie 13 SJA)⁶⁴. Oznacza to według normy WHO i USA⁶⁵ **picie ryzykownie**, choć zgodnie z normą polską w granicach picia na poziomie małego ryzyka szkód lub tzw. bezpiecznego picia⁶⁶.

W 2013 r. 10,1%, a w 2017 r. **4,94% kobiet spożywało alkohol w czasie ciąży. Najczęściej było to piwo niskoalkoholowe (27,13%), piwo (31,18%), czerwone wino (43,98%) oraz białe wino (19,26%)**⁶⁷.

Statystycznie średnio według szacunków w Tabeli 4 **każdy pijący w Polsce mężczyzna 15+** dostarcza tygodniowo do swojego organizmu 319 gr etanolu (prawie 32 SJA), zaś według WHO 366 gr (prawie 37 SJA)⁶⁸. W obu przypadkach **pije ryzykownie** według wszystkich norm⁶⁹.

Polacy pijący ryzykownie lub szkodliwie dostarczając średnio do swoich organizmów około pomiędzy 820 gr a 639 gr etanolu tygodniowo (82-64 SJA) wystawiają swój organizm na przyjęcie tygodniowo w przybliżeniu **dwóch dawek śmiertelnych alkoholu** spożytego w bardzo krótkim czasie dla osoby ważącej 60-70 kg. Przyjmowanie zaś przez nich dziennie pomiędzy 91 gr a 117 gr etanolu oznacza **codziennie 5,5 mln pijanych Polaków 15+**. A należy pamiętać, że w Polsce pracuje 16,5 mln osób 15+. Biernych zawodowo jest 13 mln⁷⁰.

Badania dotyczące Gdańska z 2019 r. wykazały, że 4,3% respondentów w ciągu ostatniego roku było świadkami kierowania pojazdem mechanicznym przez osobę, która spożywała alkohol, a 2,7% deklaruje, że pod wpływem alkoholu

⁶⁴ WHO, 2018.

⁶⁵ Picie ryzykowne kobiet od 11 SJA tygodniowo (norma WHO i USA) (USDA i HHS, 2019; CDC, 2020a; CDC, 2020b; Szpital Uniwersytecki nr 2 w Bydgoszczy, 2021).

⁶⁶ Picie kobiet na poziomie małego ryzyka szkód lub tzw. bezpieczne picie do 14 SJA tygodniowo (norma polska) (Fudała i Dąbrowska, 2013; Fudała, 2018).

⁶⁷ Wróblewski, 2017

⁶⁸ WHO, 2018.

⁶⁹ Picie ryzykowne mężczyzn od 21 SJA (norma WHO i USA) lub do 28 SJA (norma polska) tygodniowo (USDA i HHS, 2019; CDC, 2020b; CDC, 2020; Szpital Uniwersytecki nr 2 w Bydgoszczy, 2021; Fudała i Dąbrowska, 2013; Fudała, 2018).

⁷⁰ GUS, 2021b.

kierowało samochodem lub innym pojazdem mechanicznym. 21,5% badanych było świadkiem jeżdżenia na rowerze przez osobę nietrzeźwą, a 7,1% deklaruje, że w ciągu ostatniego roku jeździły rowerem pod wpływem alkoholu. 16,7% respondentów było świadkami spożywania alkoholu w miejscu pracy, a 6,1% deklaruje, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy spożywało alkohol w pracy. 4,9% kobiet w ciąży zadeklarowało, że zdarzyło się im pić podczas ciąży napój alkoholowy. 26,4% badanych była świadkami spożywania alkoholu przez nieletnich, a 11,6% widziało w ciągu ostatniego roku, jak sprzedawano nieletnim alkohol (Barosz, 2019⁷¹).

W Polsce nie ma uroczystości bez alkoholu. Łączony jest on z uroczystościami okolicznościowymi i rodzinnymi, ze spotkaniami towarzyskimi, kolacją z bliską osobą, randką, a także z wieczornym seansem telewizyjnym⁷². Tradycyjną okazją do intensywnego picia są wesela. Picie alkoholu jako rytuał kulturowy przed uzależnieniem fizycznym wytwarza uzależnienie behawioralne, nawyk, utrwalony schemat postępowania. Osoba początkowo uzależnia się nie od samej substancji psychoaktywnej, ale od określonego wzorca postępowania⁷³. Pijaństwo Polaków opisywane jest w literaturze od XVI-wieku. Było ono obecne zarówno wśród szlachty, jak i chłopstwa. Postrzegane było jako chwalebny zwyczaj, dowód szczerości i dobrego wychowania. Trzeźwość zaś uważana była za grubiaństwo oraz znak skrytości charakteru i podstępności. W latach 40. XIX w. przeciętny mieszkaniec Polski konsumował w przeciągu roku 9,6 l spirytusu⁷⁴.

III.2. Komponent postawy: luki w wiedzy, przeświadczenia i mylne stereotypy

W społeczeństwie polskim niemal bezspornie jako alkohol są traktowane wódka (88% dorosłych Polaków; 97% urzędników gminnych tzw. „fachowców od rozwiązywania problemów alkoholowych”) i whisky (odpowiednio 82% i 94%). Wino jako alkohol postrzega już zdecydowanie mniejsza część społeczeństwa (odpowiednio 53% i 78%). **Piwo przez większość dorosłych Polaków nie jest uważane za alkohol** - tylko 46% dorosłej populacji postrzega je w ten sposób i 75% urzędników gminnych „fachowców od rozwiązywania problemów alkoholowych”. Jako

⁷¹ Barosz, 2019.

⁷² Por. dr A. Piotrowska w: pap-mediroom.pl, 2016; dr J. Korzeniowska w: stopuzaleznieniol.pl, 2020b; Juszczyńska, 2021;

⁷³ dr J. Korzeniowska w: stopuzaleznieniol.pl, 2020b.

⁷⁴ Stomma, 2015.

alkohol nie są postrzegane piwo smakowe (odpowiednio: 35% i 64%) oraz cydr (29% i 57%)⁷⁵.

Spółeczeństwo polskie utożsamia alkohol z wyrobami spirytusowymi (wódka, whisky) i postrzega je jako *bardziej alkoholowe* niż inne napoje alkoholowe⁷⁶.

Polacy nie wiedzą, ile alkoholu jest w danej jednostce objętości napoju alkoholowego. 63% badanych Polaków twierdzi, że w 50 ml kieliszku wódki jest więcej czystego alkoholu etylowego niż w półlitrowej butelce piwa, podczas gdy w rzeczywistości w obydwu przypadkach jest podobna ilość⁷⁷, a nawet w 0,5 l piwa o mocy 5% jest więcej gram etanolu (bo 20 gr), niż w 50 ml wódki o mocy 40% (17 gr). Blisko połowa Polaków jest zdania, że w danych jednostkach objętości wódki (30 g), wina (100 g) i piwa (250 g) najwięcej czystego alkoholu zawiera wódka⁷⁸. **Równowartość etylowa** przedstawiona na Rysunku 5. **nie jest znana prawie połowie Polaków** – jest to luka w ich wiedzy.

Rysunek 5. Jedna Standardowa Jednostka Alkoholu – równowartość etylowa pomiędzy różnymi napojami alkoholowymi.

1 porcja standardowa = 10 g alkoholu



Szklanka 250 ml
piwa o mocy 5%



Lampka 100 ml
wina o mocy 12%



Kieliszek 30 ml wódki
o mocy 40% alkoholu

Źródło: Szpital Uniwersytecki nr 2 w Bydgoszczy, 2021.

⁷⁵ IBRIS, 2019a.

⁷⁶ IBRIS, 2019b.

⁷⁷ IBRIS, 2019a.

⁷⁸ IBRIS, 2019b

20% Polaków aprubuje prowadzenie pojazdu po spożyciu półlitrowej butelki piwa, zaś 13% po kieliszku mocnego alkoholu⁷⁹.

Bardzo niebezpiecznym funkcjonującym w polskim społeczeństwie stereotypem jest przeświadczenie, że wino pozytywnie wpływa na zdrowie ciężarnej kobiety i jej nienarodzonego dziecka. Wiele kobiet nie zdaje sobie sprawy, że wino nawet w bardzo małej ilości, tak samo jak inne alkohole (piwo, wódka itd.), może spowodować **nieodwracalne uszkodzenie nienarodzonego dziecka w spektrum alkoholowego zaburzenia płodu FASD** (ang. *Fetal Alcohol Spectrum Disorder*), z których najcięższym jest **FAS - Alkoholowy Zespół Płodowy** (ang. *Fetal Alcohol Syndrome*)⁸⁰.

W Polsce funkcjonuje **wiele błędnych stereotypów, czy też mitów**, związanych z napojami alkoholowymi, m.in. alkohol pomaga na sen, piwo nie jest alkoholem, człowiek bardziej się upija mieszając alkohole, alkohol pomaga na serce, alkohol poprawia nastrój, alkohol rozgrzewa organizm, alkohol poprawia trawienie, alkohol pomaga w odchudzaniu, kawa pomaga wytrzeźwieć, „mocna głowa” chroni przed alkoholizmem⁸¹. W Internecie można znaleźć dezinformujące artykuły twierdzące, że regularne picie piwa wydłuża życie, nie tuczy, poprawia poziom cholesterolu, zapobiega atakom serca, jest bezpieczniejsze od wody, walczy z rakiem⁸². Destrukcyjnym stereotypem jest także stwierdzenie, że **„ojciec ciężko pracuje, więc może się napić”**⁸³.

W Polsce funkcjonuje także **stereotyp alkoholika** jako brudnego, zaniedbanego mężczyzny, pijącego codziennie, śpiącego na ławce w parku, człowieka bez pracy, od którego odsunęli się znajomi, który bije żonę albo znęca się nad dziećmi⁸⁴. Potocznie mówiąc, że alkoholik to „menel spod budki z piwem”, czy też „żul spod sklepu”⁸⁵. Analogicznie stereotypem alkoholiczki jest dworcowa menelka⁸⁶. Stereotyp ten utrudnia świadome spojrzenie na własne picie i na picie polskiego społeczeństwa.

⁷⁹ IBRIS, 2019b

⁸⁰ por. Palicka, Śmigiel, Pesz, Janas-Kozik, Klecka, 2016; Klecka, Janas-Kozik, Krupka-Matuszczyk, 2010; Wójcik, 2020; J. Morawiec w: stopuzaleznieniom.pl, 2020b; i inne źródła.

⁸¹ Dróżka, 2019

⁸² wayoflife.pl, 2014.

⁸³ I. Śliwińska, w: Omilianowicz, 2020.

⁸⁴ kobieta.wp.pl, 2010

⁸⁵ Jaśkiewicz, 2020.

⁸⁶ Omilianowicz, 2020.

Kolejny stereotyp to przekonanie, że alkoholik to ktoś kto codziennie pije wódkę⁸⁷. Tymczasem nie ma większego znaczenia, czy pije się wódkę, piwo, czy wino, ponieważ każdy z nich zawiera alkohol etylowy odpowiedzialny za uzależnienie od alkoholu⁸⁸. W fazie przewlekłej alkoholizmu wystarczy piwo lub wino. Nawrót do choroby także często zaczyna się od jednego piwa⁸⁹.

Tylko 57,7% rodziców jest zdecydowanie przeciwna spożywaniu alkoholu przez nieletnich, zaś 35,6% jest przeciwna, ale uważa, że w wyjątkowych sytuacjach można poczęstować nastolatka alkoholem, zaś 6,3% uważa, że można czasem przymknąć oko na fakt, że młody człowiek napije się alkoholu⁹⁰.

Piwo bezalkoholowe uznawane jest w Polsce za napój bezpieczny dla osób nieletnich. Tymczasem legalnie może zawierać niewielkie ilości alkoholu (do 0,5%, czyli 1 gr etanolu w butelce 0,35 ml). Ponadto przeprowadzono badanie, które wykazało, że w prawie 30% badanych piw tzw. bezalkoholowych ilość alkoholu była większa niż podano na etykietach⁹¹. Naukowo wykazano, że picie piwa tzw. bezalkoholowego może w niektórych rzadkich przypadkach gwałtownie zwiększyć poziom alkoholu we krwi, a także prowadzić u niektórych osób do pozytywnych wyników badań metabolitów alkoholu w moczu lub oddechu⁹². Piwa te zawierają podobną liczbę kalorii do piw alkoholowych bowiem mają w składzie ponad dwukrotnie więcej węglowodanów, głównie w postaci cukru⁹³. **Promowanie piwa bezalkoholowego należy uznać za formę przyzwyczajania młodych ludzi do konsumpcji etanolu.** Niepełnoletni spożywając piwo bezalkoholowe **wchodzą we wzorzec, w którym piwo stanowi nieodłączny element życia towarzyskiego, rozrywki, zabawy, a nawet codziennego funkcjonowania⁹⁴.** Same browary nieoficjalnie przyznają, że rosnąca popularność piwa bezalkoholowego jest trendem, który **wykorzystują do reklamowania swoich produktów alkoholowych⁹⁵.**

⁸⁷ Jaśkiewicz, 2020.

⁸⁸ Terapie Tu i Teraz, 2019.

⁸⁹ I. Śliwińska, w: Omilianowicz, 2020.

⁹⁰ CBOS w: pap-mediroom.pl, 2016.

⁹¹ Sowa, 2020.

⁹² Sowa, 2020.

⁹³ Sowa, 2020.

⁹⁴ J. Korzeniowska w: stopuzależnieniom.pl, 2020b.

⁹⁵ BusinessInsider, 2018.

III.3. Komponent postawy: emocje

W reklamach (szczególnie piwa, którego promowanie w przestrzeni publicznej i mediach publicznych jest ustawowo dopuszczone) wykorzystywane są symbole, które mają **wiązać w umysłach odbiorców alkohol z odpoczynkiem, relaksem, wolnym czasem, wspólnotą, przyjaźnią, uśmiechem, atrakcyjnością oraz sportem.** „Szczególnie przemysł piwny, wkłada wiele wysiłku, aby tworzyć wokół spożycia alkoholu aurę atrakcyjności i rozrywki, ukrywając, zresztą bardzo skutecznie, wszelkie negatywne aspekty picia”⁹⁶. Obecność alkoholu na uroczystościach rodzinnych wiąże go z instytucją rodziny i familijnymi emocjami. Piwny sponsoring męskich zawodowych drużyn piłki nożnej utożsamia kibicowanie w tej dyscyplinie z piwem. Reklamy piwa promują wzór męskiej atrakcyjności z puszką lub butelką piwa. Kobiecość łączy ze smakami i słodkością poprzez reklamę piw aromatyzowanych. Młodych ludzi zaś przygotowują do roli dorosłych na rauszu poprzez promowanie konsumpcji piwa bezalkoholowego. Wskazane jest przeprowadzenie pogłębionych badań jakościowych reklam piwa obecnych w przestrzeni publicznej pod kątem treści i emocji, jakie niosą, a także ich odbioru przez młodych ludzi.

Alkohol silnie wpływa na emocje. Początkowo pobudza, rozwesela, dodaje śmiałości, ale z czasem prowadzi do stanów depresyjnych oraz lękowych. Powoduje zmiany zachowania (od radości, zadowolenia po lękliwość, smutek oraz nadpobudliwość i agresję). Każda wypita dawka alkoholu osłabia i obniża sprawne i prawidłowe funkcjonowanie układu nerwowego człowieka⁹⁷.

Alkohol w rodzinie jest czynnikiem wystąpienia traumy. Człowiek pod jego wpływem podejmuje działania, na jakie trzeźwy by sobie nie pozwolił. Chroniczne jego używanie prowadzi do degradacji wewnętrznych ośrodków kontroli osobistej, wpływa na różne obszary mózgu (jedne pobudza, inne hamuje), doprowadza do stanów zmienionej percepcji rzeczywistości oraz patologicznego zniekształcenia w obrębie działania struktur mózgu. Powodując dysfunkcje kory mózgowej sprzyja znaczącej patologii zachowania, która zbiera traumatyczne żniwo nie tylko w życiu pijącego, ale także jego najbliższych, czyli w rodzinie⁹⁸. **Prawie zawsze alkohol**

⁹⁶ Klimkiewicz w: Bartoszewicz, Klimkiewicz, Obłąkowska, 2021.

⁹⁷ Kacperska, 2021.

⁹⁸ Beresa i Pawężka, 2017.

towarzyszy przemocy domowej, a prawdopodobieństwo wystąpienia przemocy w rodzinach alkoholowych jest ponad dwukrotnie większe niż w pozostałych⁹⁹.

W rodzinach z problemem alkoholowym, czyli takich, w których przynajmniej jeden z jej członków pije w sposób przynoszący pozostałym członkom szkodę problemem i celem pozostałych członków rodziny jest poszukiwanie sposobu, aby ten ktoś przestał pić lub pił inaczej (mniej, rzadziej, nie upijał się). Ich centrum jest angażowanie uwagi, energii i emocji w to, aby zatrzymać czyjeś picie, jest skupienie na pijącym, i jednocześnie próbowanie żyć względnie normalnie, ale ta normalność nie ma nic wspólnego z normalnością bezalkoholową. Doświadczenia dnia codziennego, z jakimi przychodzi radzić sobie członkom rodzin z problemem alkoholowym, mają znamiona **długotrwałego, uciążliwego, silnego i szerokiego stresu psychologicznego i należy określić je jako stres ekstremalny lub traumatyczny**. Życie w rodzinie alkoholowej wiąże się dla dzieci z traumą rozwojową i szokową¹⁰⁰.

Wszystkie osoby, które piją doświadczyły traumy. Jeśli historia życia człowieka obfituje w traumatyczne, dramatyczne doświadczenia i one zejdą się one z czynnikami genetycznymi to jest to mocny bodziec predysponujący do pica wskazującego na uzależnienie¹⁰¹.

Istotnym czynnikiem zapowiadającym uzależnienie jest występowanie problemu uzależnienia w rodzinie oraz wychowywanie się w środowisku o wysokiej częstotliwości występowania alkoholizmu¹⁰².

Dzieci mają trudniej w rodzinach, w których pije matka. Szkody są wtedy większe. Z praktyki wynika, że „zwłaszcza chłopcy mają większe uszkodzenia psychiczne, większe psychiczne rany i zakłócenia w rozwoju, w dojrzałym życiu, jeżeli ich matka piła”¹⁰³.

Dzieci wychowane w rodzinie z problemem alkoholowym jako dorośli cierpią na zespół zaburzeń zdrowia psychicznego o nazwie **syndrom Dorosłych Dzieci Alkoholików (DDA)**.

⁹⁹ Bereza i Pawężka, 2017.

¹⁰⁰ Bereza i Pawężka, 2017; Dodziuk van Kooten i Spaczyńska, 2020.

¹⁰¹ I. Śliwińska, w: Omilianowicz, 2020.

¹⁰² Święcicki, 2004.

¹⁰³ I. Śliwińska, w: Omilianowicz, 2020.

Osoby dorosłe, zazwyczaj współmałżonkowie (najczęściej żony), które żyją z alkoholikami w rodzinie doświadczają **współuzależnienia. Jest ono chorobą, zaburzeniem, zjawiskiem psychopatologicznym, uzależnieniem od nadmiernie pijącej osoby, przystosowaniem do destrukcyjnej sytuacji.** Jest to choroba, w której występuje m.in.: mechanizm zaprzeczania, wypieranie emocji, depresja, tendencje autodestrukcyjne, zwiększona czujność, kompulsywność, bezradność, lęk i obawy, nadużywanie substancji chemicznych, przemoc, choroby psychosomatyczne związane ze stresem, brak prób szukania pomocy z zewnątrz, bierność, brak samoobrony, irracjonalne nadzieje na cudowną poprawę sytuacji. Wychodzenie z pułapki współuzależnienia wymaga pracy i treningu na poziomie zachowania (behawioralnym), emocjonalnym i myślenia (poznawczym)¹⁰⁴.

1,5 mln dzieci w Polsce wychowuje się w rodzinach alkoholików. Stanowią one 21,5% dzieci w Polsce (i 4% populacji Polski). Liczba ta jest porównywalna z ludnością Warszawy, podwojoną liczbą mieszkańców Krakowa oraz stanowi więcej niż połowę mieszkańców Litwy. **Blisko 500 tys. z tych dzieci znajduje się w dramatycznej sytuacji zagrażającej ich życiu i zdrowiu. Stanowią one 7,2% dzieci w Polsce. W otoczeniu alkoholików żyje około 1,5 mln osób dorosłych (współmałżonkowie, rodzice) (4% populacji Polski). Około 2 mln osób (dorośli i dzieci) to ofiary przemocy domowej w rodzinach z problemem alkoholowym (2/3 osób dorosłych i 2/3 dzieci z tego rodzaju rodzin). 5,2% społeczeństwa polskiego jest ofiarami przemocy domowej związanej z nadmiernym spożywaniem alkoholu (por. PARPA, 2021b; PARPA, 2021c).**

Badania dotyczące Gdańska z 2019 r. wykazały, że respondenci nie mają poczucia winy lub wyrzutów sumienia po picciu alkoholu¹⁰⁵.

¹⁰⁴ Dodziuk van Kooten i Spaczyńska, 2020.

¹⁰⁵ Barosz, 2019.

IV. Założenia metodologiczne do prowadzenia badań – elastyczność popytu na wyroby alkoholowe (dochodowa i cenowa)

Na potrzeby opracowania skorzystano z badania *Austrian Institute of Economic Research (Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung)*, które bazowało na modelu kwadratowego prawie idealnego systemu funkcji popytu QUAIDS (*Quadratic Almost Ideal Demand System*). Model ten daje szacunki bardziej wrażliwe na cenę. Badania nad charakterystyką popytu na alkohol z jego wykorzystaniem były prowadzone na podstawie danych z Hiszpanii (Gil i Mollina 2009), Szwajcarii (Aepli 2014) oraz Włoch (Cembalo 2014). Ponadto w innych badaniach korzystano z modelu AIDS (*almost ideal demand system*)¹⁰⁶.

Decyzja o wyborze metodologii oraz wskaźników wyliczonych przez *Austrian Institute of Economic Research* w zakresie elastyczności cenowej i dochodowej popytu na potrzeby niniejszego opracowania wynika z faktu, iż badania tego instytutu dotyczą ustabilizowanego w latach 2006-2016 i aktualnego obecnie modelu konsumpcji alkoholu w Polsce (por. Wykres 2). Badania krajowe zaś (wymienione w Tabeli 3) obejmują historyczne i nieaktualne obecnie modele konsumpcji alkoholu (lata 1950-2005, 1963-2008, 1963-2013) oraz prowadzone były z użyciem zróżnicowanych metodologii. W opinii autorów tak długie horyzonty czasowe obejmujące okresy zróżnicowanych modeli konsumpcji alkoholu mogą dawać wyniki nieadekwatne dla programowania współczesnych działań w obszarze polityki publicznej. Są one bowiem obciążone okresami historycznymi, w trakcie których struktura spożycia, dostępność alkoholu, możliwość substytucji były w Polsce odmienne od aktualnych. Od 2006 r. zaobserwowano ustabilizowany zbliżony do obecnego model konsumpcji napojów alkoholowych, w których konsumpcja piwa odpowiada za dostarczanie około 55% etanolu do organizmów Polaków, napoje spirytusowe za około 35%, zaś wino i miody pitne za około 10% (por. Wykres 2). Badanie *Austrian Institute of Economic Research* jest kompleksowe, najszersze w swym zakresie. Konsumuje dotychczasowe wyniki badań i bazuje na spójnym podejściu metodologicznym oraz zostało przeprowadzane na najaktualniejszych danych pierwotnych.

¹⁰⁶ Szerzej w: Bittschi B. i inni, 2019. O modelu QUAIDS także w: Wolak, 2015: 211-220.

Tabela 5. Przeciętne wartości cenowych i dochodowych elastyczności popytu na alkohol

Badanie	Model	Dane	Mocne alk.	Wino	Piwo
cenowe elastyczności popytu					
Bielińska-Kwapisz Mielecka-Kubień (2011)	LA-AIDS	1950-2005	-0,76	-0,50	0,03
Wolak (2012)	EC-AIDS	1963-2008	-0,64 -0,74	-0,41 -0,32	-0,27 -0,32
Wolak (2015)	QUAIDS	1963-2013	-0,52	-0,98	0,16
Bitschi i in. (2019)	QUAIDS	2006-2016	-0,88	-0,94	-0,50
dochodowe elastyczności popytu					
Bielińska-Kwapisz Mielecka-Kubień (2011)	LA-AIDS	1950-2005	0,99	0,85	0,05
Wolak (2012)	EC-AIDS	1963-2008	1,30	0,51	0,69
Wolak (2015)	QUAIDS	1963-2013	1,05	0,66	1,39
Bitschi i in. (2019)	QUAIDS	2006-2016	1,69	1,18	0,58

Źródło: Wolak, 2019.

Tabela 6. Oszacowania dochodowych i cenowych elastyczności popytu dla wyrobów alkoholowych w Polsce na podstawie estymacji modelu QUAIDS.

Wyrób alkoholowy	Elastyczność cenowa popytu					Elastyczność dochodowa popytu
	Piwo	Wino niemusujące	Wino (inne)	Mocne alkohole (spirytus)	Napoje nisko alkoholowe	
Piwo	-0,498	-0,010	0,077	-0,113	-0,034	0,577
Wino niemusujące	-0,268	-0,943	-0,121	-0,126	0,280	1,177
Wino (inne)	1,270	-0,823	-1,786	0,202	0,293	0,843
Mocne alkohole (spirytus)	-0,602	-0,184	-0,001	-0,882	-0,023	1,691
Napoje nisko alkoholowe	-0,230	0,232	0,025	0,151	-1,141	0,964

Źródło: Bittschi i inni, 2019: 60.

Elastyczność cenowa popytu na dane dobro wskazuje zmianę popytu na nie w odpowiedzi na zmianę jego ceny. Określa z jaką siłą wielkość zapotrzebowania reaguje na zmianę ceny. Elastyczność cenowa popytu piwa na poziomie -0,498 wskazuje, że popyt na piwo jest nieelastyczny. Zbliża się on do popytu sztywnego (elastyczność cenowa=0), który dotyczy podstawowych grup żywności (np. produktów mlecznych o elastyczności cenowej -0,1 czy pieczywa -0,2). Popyt nieelastyczny oznacza, że procentowa zmiana wielkości zapotrzebowania na dany produkt jest mniejsza od procentowej zmiany jego ceny¹⁰⁷. Popyt nieelastyczny w przypadku używek tłumaczony jest uzależnieniem. W ich przypadku wysoka elastyczność popytu jest na określony rodzaj lub markę używki (nabywcy droższego gatunku lub marki używki przerzucą się na inną tańszą a dostarczającą

¹⁰⁷ Mankiw i Taylor, 2009.

tej samej uzależniającej substancji)¹⁰⁸. Im bardziej konieczne dla społeczeństwa dobro, tym jego elastyczność cenowa popytu jest mniejsza, czyli bliższa zeru.

Elastyczność cenowa popytu wina niemusującego (-0,943) i alkoholi mocnych (-0,882) też wskazuje na popyt nieelastyczny, ale zbliżający się do *elastyczności równej jedności (popyt o elastyczności jednostkowej)*, gdy procentowa zmiana popytu dokładnie odpowiada procentowej zmianie ceny. Elastyczność cenowa win musujących (-1,786) i napojów niskoalkoholowych (-1,141) świadczy o popycie elastycznym, kiedy to zmiany cen silnie wpływają na rozmiary popytu¹⁰⁹.

Elastyczność dochodowa popytu wskazuje zmianę popytu pod wpływem dochodu konsumenta. Piwo, wino musujące i napoje niskoalkoholowe należą do kategorii dóbr normalnych, na które popyt wzrasta wraz ze wzrostem dochodu. Alkohole mocne i wino niemusujące zaś należą do kategorii dóbr wyższego rzędu (luksusowych)¹¹⁰. Jednoprocentowy wzrost dochodu konsumenta powoduje zwiększenie popytu na piwo o 0,577%. W przypadku win niemusujących 1% wzrost dochodu przekłada się na 1,177% wzrost wielkości popytu, a w przypadku alkoholi mocnych na 1,691% wzrost wielkości popytu.

Wysokość wskaźników przedstawiona w tabeli 4 jest zbieżna kierunkowo z meta-badaniami dotyczącymi popytu na alkohol. Istnieją cztery główne ostatnie meta-badania, których autorami są: Nelson (2013), Fogarty (2010), Wagenaar, Salois, Kamro (2009) i Gallet (2007). Wszystkie one wskazują, że popyt na piwo jest mniej elastyczny w stosunku do ceny niż wino i napoje spirytusowe. Elastyczność cenowa piwa waha się pomiędzy -0,32 a -0,46, elastyczność cenowa wina wynosi od -0,55 do -0,70, a elastyczność cenowa napojów spirytusowych waha się od -0,67 do 0,80. Elastyczność cenowa napojów alkoholowych generalnie zaś waha się od -0,5 do -0,54¹¹¹. Gallet, który przeprowadził meta-analizę 132. badań stwierdził, że średnia elastyczność cenowa dla wszystkich rodzajów napojów alkoholowych wynosi -0,52 w krótkim okresie oraz -0,82 w dłuższej perspektywie¹¹².

¹⁰⁸ Por. Begg, 2007: 108.

¹⁰⁹ Por. Begg, 2007: 108-109; Samuelson i Nordhaus, 2014: 66.

¹¹⁰ Por. Begg, 2007: 119.

¹¹¹ Bittschi i inni, 2019: s. 60.

¹¹² Gallet, 2007.

V. Model minimalnej ceny referencyjnej na alkohol

Koncepcja minimalnej ceny referencyjnej na porcję alkoholu zakłada wprowadzenie minimalnej ceny detalicznej za standardową porcję alkoholu. Przyjmuje się tu porcję referencyjną 10 g 100% alkoholu. Zakłada się stosowanie jednakowej stawki referencyjnej dla wszystkich rodzajów alkoholu.

Wprowadzenie stawki ma służyć ograniczeniu spożycia napojów alkoholowych zawierających wyższe porcje czystego alkoholu, szczególnie w takich grupach napojów jak wysokoprocentowe piwa i wina, które ze względu na niską cenę detaliczną charakteryzują się przystępnością cenową. Szczególnie zakłada się tu ograniczenie dostępu wśród grup społecznych spożywających alkohol, ale mających ograniczone dochody (m.in. młodzież 15-24 lata).

Minimalną ceną referencyjną wprowadzono w wielu krajach na świecie, np. w Kanadzie¹¹³, Australii, Irlandii, Wali, Szkocji, Nowej Zelandii i tam też prowadzone są najszerze badania w tym zakresie¹¹⁴. Na szkockiej stronie dotyczącej polityki alkoholowej zapisano, że 1 maja 2018 r. wprowadzono minimalną cenę za jednostkę alkoholu, bowiem pozwoli to ocalić życia i zmniejszyć liczbę przyjęć do szpitali, a ostatecznie będzie miało pozytywny wpływ na cały system opieki zdrowotnej i na szersze społeczeństwo¹¹⁵.

Wartość ceny minimalnej (przyjmowane i testowane) są różne w poszczególnych państwach. Przykładowo analizy w Kanadzie prowadzone są dla wartości 1,5 CAD, czyli ok. 4,60 PLN. Biorąc pod uwagę wartości wynagrodzenia w obu krajach z uwzględnieniem PPP (Parytetu Siły Nabywczej, ang. *Purchasing Power Parity*), to relacja ta wygląda następująco: Kanada 2.724 USD, zaś Polska 1.536 USD, czyli zarobki w Polsce stanowią 0,56% zarobków w Kanadzie¹¹⁶.

Mając powyższe na uwadze można szacować, że realnie testowana jest cena minimalna na poziomie: 2,56 PLN. Dodatkowo, jeśli uwzględnić, że w Kanadzie odnosi się ją do tzw. *standardowego drinka*, czyli 13,45 g czystego alkoholu (17,05 ml etanolu), to cena minimalna w relacji do 10 g wynosiłaby 1,92 PLN.

¹¹³ University of Sheffield (2012).

¹¹⁴ Szerzej patrz m.in.: Ministry of Justice, 2014; Hagger i inni (2009); University of Sheffield (2008).

¹¹⁵ Scottish Government (2021).

¹¹⁶ Na podstawie statystyk Międzynarodowej Organizacji Pracy BBC zebrano dane o średniej płacy w 72 krajach na świecie i porównało ich rzeczywistą siłę nabywczą (2012). Źródło: Forsal.pl

Z kolei w Szkocji, Irlandii i Wali wartość te ustalono na ok. 0,45-0,50 GBP, czyli ok. 2,92 PLN. Wzór na obliczenie ceny minimalnej identyfikuje się w formule: $MCJ \times A\% \times V/L \times 100$. (Minimalna cena jednostkowa \times zawartość procentowa alkoholu \times pojemność w litr \times 100). Biorąc pod uwagę wartości wynagrodzenia w obu krajach z uwzględnieniem PPP, to relacja ta wygląda następująco: Wielka Brytania ok. 3.065 USD, zaś Polska 1.536 USD, czyli zarobki w Polsce stanowią 0,50% zarobków w Wielkiej Brytanii¹¹⁷. Mając powyższe na uwadze można szacować, że realnie testowana jest cena minimalna na poziomie: 1,46 PLN.

W perspektywie ewaluacji skuteczności rozwiązania, ocenia się, że decyzja kanadyjskiej prowincji Saskatchewan o ustaleniu minimalnych cen alkoholu było bardzo skuteczna w zmniejszaniu szkodliwego spożycia alkoholu. W momencie jej wprowadzania, już ponad 10 lat temu, była to decyzja politycznie bardzo niepopularna. Jednak obliczono, że 10% wzrost ceny minimalnej dla wszystkich napojów wiązał się ze zmniejszeniem o 8,4% w ogólnej konsumpcji. Centrum Badań Uzależnień Kolumbii Brytyjskiej (BC) ocenił realizację w BC minimalnych cen alkoholu i podał, że 10% wzrost ceny minimalnej zmniejsza zużycie spirytusu o 6,8%, wina o 8,9%, cooler'ów i cydru o 13,9%, piwa o 1,5%, a wszystkich napojów alkoholowych łącznie o 3,4%¹¹⁸.

Na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto wartości ceny minimalnej w przedziale: 1,50 PLN – 3,00 PLN, czyli wartości konsumujące ceny minimalne stosowane w innych krajach, przy przeliczeniu ich w oparciu o PPP. Przy zastosowaniu siedmiu poziomów cen: 1,5; 1,75; 2,00; 2,25; 2,50; 2,75 oraz 3,00 PLN nastąpiła identyfikacja minimalnej ceny konsumpcyjnej danego typu napoju alkoholowego. Analizę przeprowadzono na 10 rodzajach piwa o zawartości alkoholu w przedziale 0,5-10,0 oraz różnych pojemnościach 330 ml i 500 ml (Patrz: Tabela 5). Przyjęto następujący wzór do obliczeń:

$$WPA = V \cdot A \cdot D$$

WPA - waga porcji alkoholu (g)

V – pojemność (ml)

A – zawartość alkoholu (%)

¹¹⁷ Na podstawie statystyk Międzynarodowej Organizacji Pracy BBC zebrano dane o średniej płacy w 72 krajach na świecie i porównało ich rzeczywistą siłę nabywczą (2012). Źródło: Forsal.pl

¹¹⁸ University of Sheffield, 2012: 8.

D = 0,8 - wskaźnik gęstości etanolu (g/ml), dla stężenia wagowego i objętościowego równe 100%.

$$\text{KMCP} = \text{WPA} * \text{RSPA} / 10$$

KMCP - konsumpcyjna minimalna cena produktu

RSPA – referencyjna stawka za porcję PLN/10 g alkoholu

Tabela 7. Szacunkowe wartości ceny minimalnej (KMCP) poszczególnych napojów alkoholowych w zależności od przyjętej stawki za porcję alkoholu (od 1,50 do 3,00 PLN).

Założenie: Porcja referencyjna alkoholu przyjęta jako 10 g czystego alkoholu						Relacja ceny minimalne porcji alkoholu (PLN) i końcowej minimalnej ceny produktu (PLN)						
Napój alkoholowy	Pojemność w ml	Zawartość alkoholu w %	Pojemność alkoholu w ml	Wskaźnik wagi	Waga porcji alkoholu w gramach	1,50	1,75	2,00	2,25	2,50	2,75	3,00
Piwo	330	0,5	1,7	0,8	1,32	0,20	0,23	0,26	0,30	0,33	0,36	0,40
	500	2,0	10,0	0,8	8,00	1,20	1,40	1,60	1,80	2,00	2,20	2,40
	330	2,5	8,3	0,8	6,60	0,99	1,16	1,32	1,49	1,65	1,82	1,98
	330	3,5	11,6	0,8	9,24	1,39	1,62	1,85	2,08	2,31	2,54	2,77
	500	4,5	18,0	0,8	14,40	2,16	2,52	2,88	3,24	3,60	3,96	4,32
	500	4,6	23,0	0,8	18,40	2,76	3,22	3,68	4,14	4,60	5,06	5,52
	500	6,0	30,0	0,8	24,00	3,60	4,20	4,80	5,40	6,00	6,60	7,20
	500	7,0	35,0	0,8	28,00	4,20	4,90	5,60	6,30	7,00	7,70	8,40
	500	7,2	36,0	0,8	28,80	4,32	5,04	5,76	6,48	7,20	7,92	8,64
	500	9,0	45,0	0,8	36,00	5,40	6,30	7,20	8,10	9,00	9,90	10,80
Wino	750	10,0	75,0	0,8	60,00	9,00	10,50	12,00	13,50	15,00	16,50	18,00
	750	13,0	97,5	0,8	78,00	11,70	13,65	15,60	17,55	19,50	21,45	23,40
	750	24,0	180,0	0,8	144,00	21,60	25,20	28,80	32,40	36,00	39,60	43,20
Likier	500	35,0	175,0	0,8	140,00	21,00	24,50	28,00	31,50	35,00	38,50	42,00
Wódka	100	30,0	30,0	0,8	24,00	3,60	4,20	4,80	5,40	6,00	6,60	7,20
	100	40,0	40,0	0,8	32,00	4,80	5,60	6,40	7,20	8,00	8,80	9,60
	500	37,5	75,0	0,8	60,00	9,00	10,50	12,00	13,50	15,00	16,50	18,00

	500	40,0	200,0	0,8	160,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00	44,00	48,00
--	-----	------	-------	-----	--------	-------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Źródło: Opracowanie własne.

Przyjęte do analizy **ceny (dane na maj 2021 r.) poszczególnych wyrobów mają cechy cen średnich i mogą w istotny sposób różnić się od postrzeganych przez indywidualnych konsumentów**. Nie jest istotne, na tym etapie projektowania decyzji publicznej, aby określić szczegółowo skale oddziaływania proponowanych rozwiązań na każdy dostępny napój alkoholowy, spożywany indywidualnie (kupowany w sklepach, restauracjach, barach itp.). Ważne jest, wskazanie tendencji i kierunków potencjalnych zmian w polityce cen na napoje alkoholowe.

Przy założeniu **wartości ceny minimalnej za referencyjną porcję alkoholu na poziomie 1,50 PLN puszka piwa o pojemności 0,5 l i zawartości alkoholu 4,6% musiałaby kosztować minimum 2,76 PLN, ale już przy minimalnej cenie referencyjnej na poziomie 2,00 PLN jej cena dla konsumenta osiągałaby wartość 3,68 PLN. Butelka wina o pojemności 750 ml o zawartości alkoholu 24% przy minimalnej cenie referencyjnej 1,75 PLN musiałaby kosztować 25,20 PLN, zaś przy minimalnej cenie referencyjnej na poziomie 3,00 PLN już 43,20 PLN.**

Poniżej zaprezentowano różnice w obecnych cenach detalicznych i cenach powstałych po wprowadzeniu referencyjnej ceny minimalnej porcji alkoholu. Podane wartości ujemne (znaczone na czerwono) wskazują, że dzisiejsza cena detaliczna jest wyższa niż proponowana cena minimalna (wówczas wprowadzenie proponowanych rozwiązań byłoby dla tych produktów obojętne, gdyż nie można się spodziewać, że producenci i sprzedawcy będą obniżać z tego powodu swoje marże), zaś wartości dodatnie wskazują o jaką wartość musiała by wzrosnąć cena wybranego typu napoju alkoholowego (byłby to wpływ na cenę detaliczną, korzyści z tego wzrostu dzieliliby pomiędzy sobą producenci, pośrednicy i sprzedawcy).

Przykładowo butelka piwa o pojemności 330 ml i zawartości alkoholu 2,5% w żadnym z proponowanych poziomów ceny referencyjnej nie otrzymuje nakazu wzrostu ceny, zaś w przypadku piwa o zawartości alkoholu 4,5-9,0% nastąpi konieczność wzrostu ceny detalicznej od 0,04 PLN na jednostkowym produkcie do

nawet 7,81 PLN dodatkowej kwoty do obecnej ceny detalicznej płaconej przez konsumenta ostatecznego. Patrz Tabela 8.

Tabela 8. Szacunkowe ceny napojów alkoholowych oraz różnica w cenie detalicznej przy wprowadzeniu ceny minimalnej na alkohol (od 1,50 do 3,00 PLN).

Napój alkoholowy	Pojemność w ml	Zawartość alkoholu w %	Średnia cena w PLN	1,50	1,75	2,00	2,25	2,50	2,75	3,00
Piwo	330	0,5	3,00	-2,80	-2,77	-2,74	-2,70	-2,67	-2,64	-2,60
	500	2,0	3,10	-1,90	-1,70	-1,50	-1,30	-1,10	-0,90	-0,70
	330	2,5	3,50	-2,51	-2,35	-2,18	-2,02	-1,85	-1,69	-1,52
	330	3,5	3,60	-2,21	-1,98	-1,75	-1,52	-1,29	-1,06	-0,83
	400	4,5	3,20	-1,04	-0,68	-0,32	0,04	0,40	0,76	1,12
	500	4,6	3,50	-0,74	-0,28	0,18	0,64	1,10	1,56	2,02
	500	6,0	2,40	1,20	1,80	2,40	3,00	3,60	4,20	4,80
	500	7,0	2,59	1,61	2,31	3,01	3,71	4,41	5,11	5,81
	500	7,2	2,70	1,62	2,34	3,06	3,78	4,50	5,22	5,94
	500	9,0	2,99	2,41	3,31	4,21	5,11	6,01	6,91	7,81
Wino	750	10,0	25,00	-16,00	-14,50	-13,00	-11,50	-10,00	-8,50	-7,00
	750	13,0	23,99	-12,29	-10,34	-8,39	-6,44	-4,49	-2,54	-0,59
	750	24,0	29,99	-8,39	-4,79	-1,19	2,41	6,01	9,61	13,21
Likier	500	35,0	59,00	-38,00	-34,50	-31,00	-27,50	-24,00	-20,50	-17,00
Wódka	100	30,0	7,99	-4,39	-3,79	-3,19	-2,59	-1,99	-1,39	-0,79
	100	40,0	7,99	-3,19	-2,39	-1,59	-0,79	0,01	0,81	1,61
	200	37,5	13,50	-4,50	-3,00	-1,50	0,00	1,50	3,00	4,50
	500	40,0	24,50	-0,50	3,50	7,50	11,50	15,50	19,50	23,50

Źródło: Opracowanie własne.

Analizy pozwalają na ustalenie szacunkowych wzrostów cen napojów alkoholowych po wprowadzeniu poszczególnych poziomów minimalnych cen referencyjnych. Patrz Tabela nr 9. Zerowa wartość wzrostu wskazuje, że

proponowana wielkość minimalnej ceny referencyjnej alkoholu jest w każdym z przyjętych poziomów obojętna wobec danego typu wyrobu i nie wpłynie na końcową jego cenę. Podane wartości procentowe określają o ile procent w relacji do obecnej ceny płaconej przez konsumenta będzie musiała wzrosnąć ostatecznie jej wartość.

Tabela 9. Szacunkowy wzrost ceny napojów alkoholowych po wprowadzeniu ceny minimalnej na alkohol (od 1,50 do 3,00 PLN).

Napój alkoholowy	Pojemność w ml	Zawartość alkoholu w %	Średnia cena w PLN	1,50	1,75	2,00	2,25	2,50	2,75	3,00
Piwo	330	0,5	3,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	500	2,0	3,10	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	330	2,5	3,50	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	330	3,5	3,60	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	400	4,5	3,20	0,00%	0,00%	0,00%	1,25%	12,50%	23,75%	35,00%
	500	4,6	3,50	0,00%	0,00%	5,14%	18,29%	31,43%	44,57%	57,71%
	500	6,0	2,40	50,00%	75,00%	100,00%	125,00%	150,00%	175,00%	200,00%
	500	7,0	2,59	62,16%	89,19%	116,22%	143,24%	170,27%	197,30%	224,32%
	500	7,2	2,70	60,00%	86,67%	113,33%	140,00%	166,67%	193,33%	220,00%
Wino	750	10,0	25,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	750	13,0	23,99	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	750	24,0	29,99	0,00%	0,00%	0,00%	8,04%	20,04%	32,04%	44,05%
Likier	500	35,0	59,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Wódka	100	30,0	7,99	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	100	40,0	7,99	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,13%	10,14%	20,15%

200	37,5	13,50	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,11%	22,22%	33,33%
500	40,0	24,50	0,00%	14,29%	30,61%	46,94%	63,27%	79,59%	95,92%

Źródło: Opracowanie własne.

Z analiz widać, że wprowadzenie minimalnych referencyjnych cen porcji alkoholu w istotnym stopniu oddziałuje na ceny końcowe napojów alkoholowych o znacznej zawartości procentowej, tym samym jest to zbieżne z logiką „przesuwania” konsumentów do spożywania napojów alkoholowych o niższej zawartości procentowej alkoholu. Szczególnie widoczne jest to w grupie napojów alkoholowych, takich jak piwo (4,5%-9,0% alk.) i wino (24% alk.).

Z uwagi na wysokie ceny likierów proponowane rozwiązanie nie wpłynie na ich końcowe ceny. Zaś w przypadku wódek 500 ml prawie każdy z proponowanych poziomów minimalnych cen referencyjnych alkoholu powoduje zwiększenie ceny końcowej płaconej przez konsumenta od 14,29% do nawet 95,92%. Przy pojemnościach 100 ml wzrost ceny nastąpiłby w wódkach 40% alk. od 0,13-33,33% ale dopiero przy cenie minimalnej 2,50 PLN i powyżej.

Tabela 10. Szacunkowa zmiana wielkości popytu w relacji do zmiany ceny detalicznej przy zastosowaniu ceny minimalnej alkoholu o wartości 2,00 PLN za 10 g czystego alkoholu (porcja referencyjna) przy uwzględnieniu cenowej elastyczności popytu Marshalla w krótkim i długim okresie.

Napój alkoholowy	Pojemność w ml	Zawartość alkoholu w %	Procentowa zmiana ceny detalicznej przy zastosowaniu ceny minimalnej alkoholu	Zmiana wielkości popytu w relacji do zmiany ceny
Piwo	330	0,5	0,00%	0,00%
	500	2	0,00%	0,00%
	330	2,5	0,00%	0,00%
	330	3,5	0,00%	0,00%
	400	4,5	0,00%	0,00%

	500	4,6	5,14%	-2,56%
	500	6	100,00%	-49,80%
	500	7	116,22%	-57,88%
	500	7,2	113,33%	-56,44%
	500	9	140,80%	-70,12%
Wino	750	10	0,00%	0,00%
	750	13	0,00%	0,00%
	750	24	0,00%	0,00%
Likier	500	35	0,00%	0,00%
Wódka	100	30	0,00%	0,00%
	100	40	0,00%	0,00%
	200	37,5	0,00%	0,00%
	500	40	30,61%	-27,00%

Źródło: Opracowanie własne.

Powiązanie wartości procentowych zmian cen na napoje alkoholowe (powstałych w wyniku wprowadzenia referencyjnych cen minimalnych na porcję alkoholu) z zaprezentowaną cenową elastycznością popytu poszczególnych rodzajów alkoholu pozwala na oszacowanie zmiany wielkości popytu w relacji do zmiany ceny (Patrz Tabela nr 8). Do dalszej analizy wybrano wartość referencyjną na poziomie 2,00 PLN, czyli zbliżoną przy założeniu PPP z wartościami stosowanymi w innych krajach, które wprowadziły proponowane rozwiązanie.

W przypadku piw o zawartości alkoholu do 3,5% nie następuje zmiana w wielkości spożycia w wyniku wprowadzenia proponowanej wielkości minimalnej ceny referencyjne porcji alkoholu. Piwa o zawartości alkoholu 4,5% i powyżej stają się rynkowo wyraźnie mniej atrakcyjnej i popyt na nie spada w krótkim okresie od 2,56% do nawet 70,12% na dany typ piwa.

Powyższa sytuacja doprowadzić powinna w wyniku zadziałania mechanizmu substytucji do przeniesienia się klientów z konsumpcji wysokoprocentowych piw na konsumpcję piw niskoprocentowych. Przewidywać należy, że producenci piw również z uwagi na wysokie minimalne ceny detaliczne piw wysokoprocentowych będą prowadzić politykę wprowadzania na rynek odpowiedników markowych i produktowych o niższych poziomach zawartości alkoholu.

Jednak należy zwrócić uwagę na istniejący mechanizm komplementarności, czyli łączne spożywanie piwa i wódki. Dlatego też istotna jest zmiana ceny napojów alkoholowych w grupie wódek. Analiza wskazuje, że przy założeniu wprowadzenia referencyjnej ceny minimalnej porcji alkoholu na poziomie 2,00 PLN równocześnie przy spadku popytu na piwo (średnio ok. 37,60%) doszłoby do spadku popytu na wódkę nawet do 27,00% w wybranych kategoriach, zaś średnio o 9,00%.

Równoczesny spadek popytu na wysokoprocentowe piwa i wódki doprowadzi do poszukiwania substytutów w postaci niskoprocentowych piw i niskoprocentowych wódek. Przyjmuje się tu założenie, że nie dojdzie do rekompensaty ubytku popytu na podwyższone cenowo produkty z oficjalnych źródeł poprzez zastępowanie go zwiększonym popytem na towary z nielegalnych źródeł. Taki negatywny scenariusz byłby możliwy, jeśli pojawiłaby się dodatkowa podaż produktów o niskich cenach z przemytu lub produkcji nielegalnej. Dlatego też wprowadzanie proponowanych rozwiązań musi łączyć się z poprawą działań ochronnych na granicy i zwiększonym natężeniem działań ograniczającym nielegalną produkcję napojów alkoholowych, szczególnie wódek. Drugim zaś filarem powinny być szerokie działania w zakresie profilaktyki uzależnienia od alkoholu podejmowane w trzech grupach narzędzi interwencji, czyli uniwersalnych, selektywnych i ukierunkowanych. Miejsce reklam piwa powinny zająć reklamy zdrowego trybu życia i informacje o skutkach nadmiernego picia alkoholu. Trzecim zaś włączenie powszechnego systemu ochrony zdrowia w działania przesiewowe oraz profilaktyczne. Warto podkreślić, że proponowane rozwiązanie w analizowanej formie nie wpływa na zmianę wielkości popytu na wina. Ponadto nieidentyfikowane są zmiany w popycie na likiery, których obecna cena rynkowa jest na tyle wysoka, że konsumuje w sobie proponowaną wartość minimalnej ceny referencyjnej na porcję alkoholu.

VI. Akcyza i podatek VAT na alkohol

Najistotniejsze dla rynku alkoholi **zakłócenia rynku wynikają z ustanowionych przez państwo przepisów w zakresie: podatku akcyzowego, zakazów sprzedaży oraz ograniczeń reklamy i promocji.** Uzasadnieniem wprowadzania tych narzędzi zgodnie z teorią ekonomii są zawodności rynku w obszarze dóbr publicznych, niepełnej informacji oraz efektów zewnętrznych¹¹⁹. Regulacje obowiązujące w Polsce ustanawiają te narzędzia w sposób zróżnicowany dla różnych napojów alkoholowych wprowadzając zaburzenie konkurencji na rynku oraz wystawiając społeczeństwo na oddziaływanie producentów i sprzedawców wybranych kategorii produktów.

Pierwszą istotną nierównowagę na rynku alkoholowym wprowadzają różne stawki podatku akcyzowego w zależności od rodzaju napoju alkoholowego, czyli, zgodnie z *Ustawą o podatku akcyzowym*, na: alkohol etylowy, piwo, wino, napoje fermentowane, wyroby pośrednie (Dz.U. 2009 nr 3 poz. 11). Ze względu na zróżnicowane zasady obliczania akcyzy dla poszczególnych rodzajów napojów alkoholowych, jej wysokość, w przeliczeniu na jednostkę alkoholu zawartego w napoju spirytusowym, może być nawet trzy-czterokrotnie wyższa niż w przypadku identycznej jednostki alkoholu zawartego w piwie. Producenci wyrobów spirytusowych płacą podatek akcyzowy, który jest uzależniony od zawartości czystego alkoholu w ich produktach, natomiast producenci piwa na podstawie zawartości ekstraktu w napoju, a nie ilości alkoholu¹²⁰. Tymczasem, **w każdym napoju alkoholowym obecna jest ta sama substancja, czyli etanol.** Należy zauważyć, iż nierównowaga w podatku akcyzowym na piwo i wódkę na korzyść piwa obecna jest także w innych państwach europejskich, takich jak Niemcy, Czechy, Belgia, Hiszpania, Rumunia (Ptak-Iglewska, 2019), czyli w państwach, w których większość etanolu obywatele dostarczają do swoich organizmów w piwie.

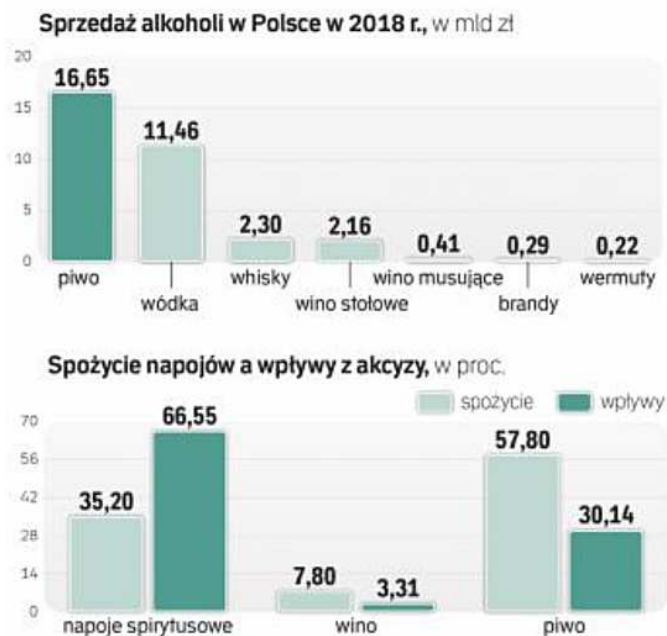
Różnice w sposobie naliczania podatku akcyzowego skutkują luką akcyzową piwną i winną. Wpływy do budżetu państwa z podatku akcyzowego od piwa są niewspółmiernie niskie w porównaniu z ilością etanolu dostarczanego przez piwo Polkom i Polakom. **Piwo odpowiada tylko za 30,14% wpływów do budżetu państwa z podatku akcyzowego od alkoholu przy równoczesnym aż 54,6%**

¹¹⁹ por. Obłąkowska, 2017.

¹²⁰ por. Nogała, 2019.

udziale w dostarczaniu etanolu do konsumpcji. Luka ta po pierwsze daje przestrzeń do zwiększenia obciążenia akcyzowego piwa. Po drugie zaś generuje konieczność zrównoważenia reguł rynku alkoholowego poprzez zrównanie wysokości podatku akcyzowego na etanol w piwie z podatkiem na etanol w innych napojach alkoholowych. Wobec obecności we wszystkich napojach alkoholowych tego samego etanolu – **żadne preferencje podatkowe nie mogą być akceptowane.**

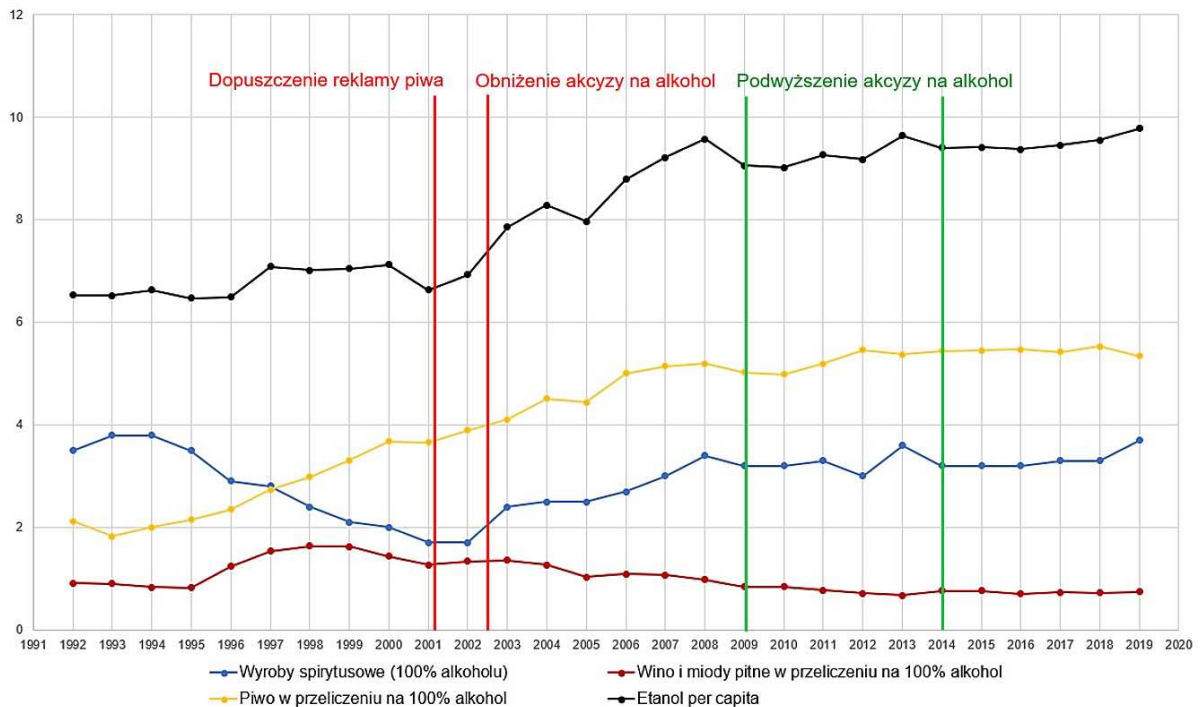
Wykres 8. Wpływy z akcyzy do budżetu RP, a wartość sprzedaży alkoholi w Polsce i udział poszczególnych napojów alkoholowych w dostarczaniu etanolu do organizmów Polaków.



Źródło: Polski Przemysł Spirytusowy w: Ptak-Iglewska, 2019.

Zmiany w podatku akcyzowym wyraźnie znalazły odzwierciedlenie w ilości spożywanego czystego alkoholu *per capita* w Polsce. Obniżenie jej wraz z dopuszczeniem reklamy piwa w latach 2001-2002 zaowocowało poszybowaniem ilości wypijanego alkoholu przez Polaków w latach 2002-2008.

Wykres 9. Spożycie etanolu w Polsce *per capita* w litrach w latach 1992-2019 w różnych rodzajach alkoholi a zmiany podatku akcyzowego i dopuszczenie reklamy piwa.



Źródło: Opracowanie własne w oparciu o: PARPA, 2021a; Dz.U. 2001 nr 60 poz. 610; money.pl, 2003; Majkowska, 2008.

Podnoszenie akcyzy na alkohol jest skuteczną metodą ograniczania jego konsumpcji, bowiem wzrost ceny alkoholu powoduje spadek wartości popytu na niego, a obniżenie jego ceny zwiększa wartość popytu. Ponadto wzrost cen alkoholu w większym stopniu ogranicza jego spożycie przez młodzież. Niestety skuteczność podnoszenia akcyzy może być ograniczona przez zjawisko substytucji między różnymi alkoholami oraz innymi używkami¹²¹ oraz jest obniżana niską elastycznością cenową popytu napojów alkoholowych. Ogromne błędy zostały popełnione decyzjami w latach 2001-2002 oraz zaniechaniem do 2009 r.

Od 1 stycznia 2020 r., w Ustawie z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (Dz. U. z 2019 r. poz. 864 ze zm.), podwyższono stawki podatku akcyzowego na wyroby akcyzowe takie jak: alkohol etylowy, piwo, wino, wyroby fermentowane, wyroby pośrednie o około 10% w stosunku do stawek obowiązujących do 31 grudnia 2019 r. Już na etapie projektu zmian do ustawy,

¹²¹ Trąbski, 2017.

w treści uzasadnienia wskazano, że ostatnia zmiana stawek akcyzy na alkohol etylowy i wyroby tytoniowe miała miejsce 1 stycznia 2014 r. i wynosiła odpowiednio 15% i 5%.

Spośród napojów alkoholowych, z podwyżki akcyzy wyłączono jedynie cydr i perry o mocy nieprzekraczającej 5% (dla wyrobów tych pozostawiono preferencyjną stawkę podatku akcyzowego w wysokości 97 PLN od 1 hektolitra gotowego wyrobu).

Tabela 11. Stawki akcyzy na poszczególne rodzaje napojów alkoholowych wymienionych w art. 92 ustawy o podatku akcyzowym.

Rodzaj napoju alkoholowego	Stawka akcyzy obowiązująca do końca 2019 r.	Stawka akcyzy obowiązująca od 1 stycznia 2020 r.	Skutek zmiany stawki podatku akcyzowego
Alkohol etylowy	5.704,00 PLN/hl 100% vol	6.275,00 PLN/hl 100% vol	Wzrost stawki podatku akcyzowego może oznaczać wzrost ceny 0,5 litrowej butelki wyrobu spirytusowego o mocy 40% o około ok. 1,14 PLN (z VAT-em ok. 1,4 PLN).
Piwo	7,79 PLN/hl za każdy stopień Plato	8,57 PLN/hl za każdy stopień Plato	Wzrost stawki podatku akcyzowego może spowodować wzrost ceny 0,5 litrowej butelki/puszki piwa o ekstrakcie 12 stopni Plato o ok. 0,05 PLN (z VAT-em ok. 0,06 PLN).
Wyroby winiarskie:			
Wino	158,00 PLN/hl	174,00 PLN/hl	Wzrost stawki podatku akcyzowego może wpłynąć na wzrost ceny butelki wina o poj. 0,75 l o około 0,12 PLN (z VAT-em ok. 0,15 PLN).
Napoje fermentowane (zmiana nie obejmuje cydru i perry o mocy alkoholowej do 5% obj.)	158,00 PLN/hl	174,00 PLN/hl	Wzrost stawki podatku akcyzowego może spowodować wzrost ceny butelki np. wina owocowego o poj. 0,75 l o ok. 0,12 PLN (z VAT-em ok. 0,15 PLN).
Wyroby pośrednie	318,00 PLN/hl	350,00 PLN/hl	Wzrost stawki podatku akcyzowego może wpłynąć na wzrost ceny butelki wyrobu pośredniego (np. wino porto) o poj. 0,5 l o ok. 0,16 PLN (z VAT-em ok. 0,20 PLN).

Cydr i pery	97,00 PLN/hl	97,00 PLN/hl	N.D.
-------------	--------------	--------------	------

Źródło: Ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (Dz. U. z 2019 r. poz. 864 ze zm.)

Nierównowaga w podatku akcyzowym przekłada się na zróżnicowanie struktury cen detalicznych poszczególnych napojów alkoholowych. Przykładowo półlitrowa butelka wódki 40% alkoholu w produkcji kosztuje ok. 2 PLN. Marża sprzedaży hurtowa i detalicznej wynosi ok. 5,32 PLN, akcyza 12,78 PLN, a VAT 4,62 PLN. Wówczas łączne daniny publiczne wynoszą ok. 70,39% wartości zakupywanego przez konsumenta towaru. Tym samym obecnie ok. 70-75% ceny wódki to podatki. W cenie piwa daniny publiczne stanowią natomiast jedynie 30-35%, zaś w winie 20-25%.

Tabela 12. Struktura ceny detalicznej wybranych napojów alkoholowych.

Składowa ceny detalicznej	Wartość w PLN	Udział procentowy składowych	Udział procentowy danin publicznych
Wódka 0,5l 40% alk.			
Koszt produkcji + zysk producenta	2	8,09%	
Marże hurtowa i detaliczna	5,32	21,52%	70,39%
Akcyza wg ustawy	12,78	51,69%	
VAT 23%	4,62	18,70%	
Cena wyrobu	24,72	100,00%	
Piwo 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato			
Koszt produkcji + zysk producenta	1,40	40%	
Marże hurtowa i detaliczna	0,95	27%	33,39%
Akcyza wg ustawy	0,51	15%	
VAT 23%	0,65	19%	
Cena wyrobu	3,50	100%	
Wino 0,75l 10% alk.			

Koszt produkcji + zysk producenta	11,20	43%	
Marże hurtowa i detaliczna	8,80	34%	23,68%
Akcyza wg ustawy	1,31	5%	
VAT 23%	4,90	19%	
Cena wyrobu	26,20	100%	

Źródło: Opracowanie własne.

Uzyskane wyniki oparte na ekonometrycznych modelach popytu (cenowych i dochodowych elastyczności popytu na wyroby alkoholowe w Polsce z wykorzystaniem modelu QUAIDS) świadczą o tym, że największe potencjalne korzyści podatkowe można osiągnąć przez podwyższenie akcyzy na wszystkie alkohole (rosnące dochody w dużym stopniu przekładają się na zwiększone zainteresowanie konsumpcją napojów alkoholowych). Wyznaczony wskaźnik cenowej elastyczności popytu świadczy o tym, że ewentualny wzrost cen spowoduje częściowe zmniejszenie lub nieznaczne ubytki popytu. Znaczące ubytki mogą wystąpić w segmencie win.

Z analizy cenowych elastyczności popytu wynika, że wzrost cen może przynieść korzyści finansowe dla budżetu państwa związane z większymi przychodami z podatku akcyzowego. Prowadzenie takiej polityki może jednak być nieskuteczne, jeśli jej celem miałyby być znaczące jednorazowe zmniejszenie przeciętnego spożycia alkoholu wobec nieelastyczności cenowej jego popytu. Dlatego wskazane jest stopniowe i konsekwentne podnoszenie akcyzy na alkohol w długim horyzoncie czasowym (wraz z równoległym prowadzeniem innych działań i narzędzi polityki (anty)alkoholowej), aby obniżanie spożycia osiągać stopniowo drobnymi krokami.

Należy podkreślić, że wprowadzanie zmian w opodatkowaniu wyrobów alkoholowych ma sens tylko wówczas, gdy jednocześnie ograniczona zostanie dostępność alkoholu pochodzącego z nielegalnych źródeł (obecnie zmiany cen, szczególnie mocnych alkoholi, w największym stopniu przekładają się na wzrost spożycia nierejestrowanego).

Od 1 lipca 2020 r. zmieniły się dotychczasowe zasady klasyfikacji towarów i usług oraz ustalania stawek VAT. Każdy podatnik VAT musi prawidłowo zakwalifikować towar, stosując aktualny numer CN zamiast dotychczasowego z PKWiU 2008, a potem przyporządkować właściwą stawkę VAT. Ta zmiana jest powiązana z kolejną: na nowo został określony zakres stosowania obniżonych stawek VAT. Produkty sklasyfikowane w dziale 22 CN są opodatkowane dwiema stawkami VAT. Stawką 5% i 23%, w tym piwo alkoholowe i bezalkoholowe oraz pozostałe alkohole, są opodatkowane stawką 23%.

Tabela 13 prezentuje dochody budżetu z podatku akcyzowego w 2020 r. i 2019 r. z wyszczególnieniem wpływów od głównych grup wyrobów alkoholowych, czyli zgodnie z Ustawą z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz.U. 1982 nr 35 poz. 230), od alkoholu etylowego, piwa i wina (choć każdy z napojów alkoholowych, bez względu czy są to alkohole mocne, piwa, czy wina zawiera alkohol etylowy).

Tabela 13. Dochody budżetu z podatku akcyzowego w 2020 r. i 2019 r. z wyszczególnieniem wpływów od głównych grup wyrobów alkoholowych.

Wyszczególnienie	2019		2020		5:2	5:3	5:4
	Wykonanie	Ustawa budżetowa	Znowelizowana ustawa budżetowa	Wykonanie			
	tys. PLN						
1	2	3	4	5	6	7	8
Alkohol etylowy	8.347.338	8.976.938	8.244.626	9.424.010	112,9	105,0	114,3
Piwo	3.350.130	3.268.255	3.277.765	3.527.907	105,3	107,9	107,6
Wino	392.326	425.353	402.564	427.205	108,9	100,4	106,1
Łącznie:	12.089.794	12.670.546	11.924.955	13.379.122	110,7	105,6	112,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Rada Ministrów, 2021: 67.

Według danych Ministerstwa Finansów¹²² dochody z akcyzy od alkoholu etylowego w 2020 r. były wyższe o 1.076.672 tys. PLN, czyli o 12,2% w stosunku do 2019 r. Według danych GUS w 2020 r. produkcja wódki czystej (w przeliczeniu na 100%) spadła o 6,9% r/r. Z kolei dostawy na rynek wódek, likierów i innych napojów spirytusowych w 2020 r. spadły o 6,6% r/r¹²³. Ma to swoją przyczynę z jednej strony we wprowadzonych ograniczeniach w organizowaniu imprez masowych, większych spotkań towarzyskich i rodzinnych (w tym wesel) oraz zamknięciem lokali gastronomicznych z uwagi na pandemię COVID-19. Z drugiej zaś za prawdopodobną przyczynę można uznać korzystanie z zapasów, które pozostały po zwiększeniu produkcji sprzed wprowadzenia podwyżki akcyzy.

Z kolei dochody z akcyzy od piwa w 2020 r. były o 177.777 tys. PLN, tj. o 5,3% wyższe niż w 2019 r. Dane GUS wskazują, iż dostawy na rynek zmniejszyły się o 2,7% r/r. Ponadto GUS raportuje spadek produkcji piwa w 2020 r. o 4,1% r/r., co było związane przede wszystkim z sytuacją pandemiczną i wprowadzonymi w związku z nią rozwiązaniami administracyjno-organizacyjnymi, które miały wpływ na kształtowanie konsumpcji piwa, w tym zamknięcie obiektów gastronomicznych, ograniczone możliwości organizowania imprez plenerowych i wydarzeń sportowych. Podobnie jak w przypadku wódki, tu również producenci przygotowali się tworząc zapasy przed wprowadzeniem nowych stawek akcyzowych. Na poziom wykonania dochodów z tytułu podatku akcyzowego od piwa mają także wpływ preferencje w tym zakresie, które wpływają na obniżenie poziomu dochodów budżetu państwa. W związku z utrzymującą się sytuacją epidemiologiczną wprowadzono zwolnienie w odniesieniu do piwa z zapłaconą akcyzą, które przekroczyło termin przydatności do spożycia. Instrument ten stanowił reakcję na sytuację spowodowaną wprowadzonymi ograniczeniami w handlu, w wyniku której w lokalach gastronomicznych, a także małych sklepach, pozostawało niesprzedane piwo z przekroczonym terminem przydatności do spożycia. Na mocy rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 1 czerwca 2020 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie zwolnień od podatku akcyzowego (Dz. U. poz. 985), które obowiązywało do 31 grudnia 2020 r., podatnik mógł dokonać obniżenia kwoty akcyzy, do której zapłacenia był obowiązany o kwotę akcyzy zapłaconą od piwa, które zostało wprowadzone na rynek, a następnie uległo przeterminowaniu i jest z tego powodu niszczone przez podatnika. Skutki budżetowe

¹²² Rada Ministrów, 2021: 68 i następn.

¹²³ GUS, 2020.

tej preferencji wskazane w Ocenie Skutków Regulacji do rozporządzenia, oszacowano na 70 mln PLN.

Dochody z akcyzy od wina, napojów fermentowanych i wyrobów pośrednich w 2020 r. były wyższe o 34.879 tys. PLN, tj. o 8,9% w porównaniu z 2019 r. Jednym z czynników wpływających na wykonanie dochodów z akcyzy od wina, napojów fermentowanych i wyrobów pośrednich w 2020 r. na poziomie wyższym niż w 2019 r. była indeksacja o 10% stawek podatku akcyzowego na wyroby akcyzowe będące używkami. Ponadto według danych GUS dostawy na rynek krajowy win i miodów pitnych w okresie 12 miesięcy 2020 r. były o 1,7% wyższe niż w analogicznym okresie 2019 r., a samych win gronowych były wyższe o 4,7% r/r. Zatem dane te wskazują na wzrost konsumpcji wina, co związane jest z panującym modelem spożycia tego trunku. W Polsce – inaczej niż w tzw. krajach winiarskich, gdzie znaczącą ilość wina kupuje się w gastronomii – wina nabywane są przede wszystkim w sklepach, aby spożyć je w domu. Powyższy model pogłębiła dodatkowo pandemia COVID-19, która spowodowała czasowe zamknięcie lokali gastronomicznych.

Przy spadku konsumpcji, odnotowany wzrost dochodów z akcyzy od wszystkich wskazanych powyżej wyrobów alkoholowych należy wiązać z wpływem regulacji ustawy z dnia 21 listopada 2019 r. o zmianie ustawy o podatku akcyzowym (Dz. U. poz. 2523), która wprowadziła indeksację o 10% stawek podatku akcyzowego na wybrane wyroby alkoholowe.

Było to możliwe dodatkowo, gdyż elastyczność dochodowa popytu ma znacznie wyższą wartość i jest przeciwnie skorelowana z elastycznością cenową popytu na wszystkie wyroby alkoholowe, tym samym pomimo wzrostu cen i spadku sprzedaży wartość korzyści budżetowych znacznie wzrosła.

Powyższe doświadczenie empiryczne wyraźnie wskazuje na przestrzeń do podwyższenia obciążenia podatkiem akcyzowym wyrobów alkoholowych, szczególnie piwa.

Tabela 14 Udział poszczególnych wyrobów alkoholowych we wpływach akcyzowych i strukturze spożycia czystego alkoholu.

Wyrób alkoholowy	Struktura spożycia napojów alkoholowych Udział w dostarczaniu czystego alkoholu etylowego do organizmu przeciętnego Polaka (2019)	Udział we wpływach w podatku akcyzowego (2019)	Udział we wpływach w podatku akcyzowego (2020)
Wyroby spirytusowe	37,8%	69,04%	70,44%
Piwo	54,6%	27,71%	26,37%
Wina i miody pitne	7,6%	3,25%	3,19%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych MF (Rada Ministrów, 2021) i PARPA.

Tabela 14 wskazuje na występowanie znacznego poziomu dysproporcji pomiędzy udziałem w generowaniu podatku akcyzowego a skalą negatywnego oddziaływania na zdrowie i życie Polek i Polaków poprzez dostarczanie do ich organizmów czystego alkoholu w przypadku piwa i wina. Piwo w 2019 r. dostarczyło mieszkańcom Polski 54,6% czystego alkoholu, a wino 7,6%, zaś ich udział w podatku akcyzowym wynosił odpowiednio 27,71% i 3,25%. Przestrzeń do zwiększenia obciążenia akcyzowego w przypadku piwa i wina jest znaczna. Szacunki wskazują, że aby zrównać proporcje dostarczanego alkoholu i obciążenia akcyzą (*ceteris paribus*) piwo powinno dostarczyć w 2020 r. dodatkowo 10.084.552 tys. PLN wartości akcyzy, czyli należałoby zwiększyć obciążenie akcyzą o 385,85%, zaś wino powinno dostarczyć 1.467.569 tys. wartości akcyzy i tym samym należałoby zwiększyć obciążenie akcyzy o 443,53%.

Tabela 15. Oszacowanie zmian wartości akcyzy i podatku VAT w modelu korelacji generowania wpływów akcyzowych z udziałem wyrobu alkoholowego w dostarczaniu czystego alkoholu etylowego do organizmu przeciętnego Polaka.

Wyrób alkoholowy	Obecna cena detaliczna w PLN	Postulowany wzrost akcyzy, aby uzyskać korelację do stopnia upajania alkoholem Polaków	Docelowa cena wyrobu alkoholowego uwzględniająca zmianę akcyzy	Zmiana ceny detalicznej	Zmiana wartości akcyzy w PLN	Zmiana wartości podatku VAT w PLN
Wódka 0,5 l 40% alk	24,72	0,00%	24,72	0,00%	0	0
Piwo 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato	3,50	385,85%	5,96	70,21%	1,98	0,46
Wino 0,75l 10% alk.	26,20	443,53%	33,32	27,19%	5,79	1,33

Źródło: Opracowanie własne.

Powyższy wzrost akcyzy przełoży się na zwiększenie ceny produktu końcowego przy zachowaniu producentów i sprzedawców ukierunkowanym na podtrzymanie obecnej rentowności sprzedaży.

Tabela 16. Oszacowanie zmiany wielkości popytu na wybrane napoje alkoholowe w relacji do zmiany ceny.

Wyrób alkoholowy	Postulowana cena w PLN	Zmiana ceny detalicznej	Elastyczność cenowa popytu	Zmiany wielkości popytu w relacji do zmiany ceny
Wódka 0,5 l, 40% Alk	24,72	0,00%	-0,882	0,00
Piwo 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato	5,96	70,21%	-0,498	-0,35
Wino 0,75l 10% alk.	33,32	27,19%	-0,943	-0,26

Źródło: Opracowanie własne.

Oszacowane ceny uwzględniające zmianę akcyzy na piwo i wino doprowadziłyby do istotnych spadków wielkości popytu. W przypadku piwa potencjalnie nawet o 35%, zaś w przypadku wina potencjalnie o 26%. Przy

zachowaniu obecnej ceny wódki, z uwagi na fakt, że dla części konsumentów piwo i wódka mają cechy dóbr substytucyjnych można przyjąć, że część konsumentów przeniosłaby się z decyzją zakupową i konsumpcją na wódkę. Dla tych konsumentów, którzy spożywają zarówno piwo jak i wódkę (dobra komplementarne) nastąpiłoby przesunięcie w kierunku spożycia wódki i zmniejszenia atrakcyjności spożycia piwa. W przypadku wina ten spadek miałby mniejszą przestrzeń do rekompensaty poza wzrostem spożycia wynikającym ze wzrostu dochodu konsumentów.

Zmiana byłaby w swym skutku podobna do wprowadzenia minimalnej ceny referencyjnej na alkohol, jednak nie uwzględniałaby zmian w strukturze sprzedaży wyrobów alkoholowych poprzez przesunięcie konsumenta z wyrobów alkoholowych wysoko procentowych do niskoprocentowych, tak jak to się dzieje w przypadku wprowadzenia minimalnych cen referencyjnych na alkohol.

VII. Opłata cukrowa i od tzw. małpek

Mała objętość opakowania napoju alkoholowego, stosunkowo niska cena produktu, a także łatwość szybkiego spożycia wielokrotnie determinuje wybór produktów o pojemności do 300 ml (tzw. małpek) i znacząco wpływa na ich atrakcyjność, szczególnie wśród niektórych grup społecznych. Najczęściej takie napoje są nabywane do spożycia poza miejscem sprzedaży i już w godzinach porannych.

Opłaty cukrowa i od tzw. małpek (napoi alkoholowych w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml) zostały wprowadzone przepisami Ustawy z dnia 14 lutego 2020 r. o zmianie niektórych ustaw w związku z promocją prozdrowotnych wyborów konsumentów (Dz.U. 2020 poz. 1492 z późniejszymi zmianami). Wprowadziła ona zmiany w różnych przepisach w związku z promocją prozdrowotnych wyborów konsumentów. Od 1 stycznia 2021 roku sprzedawcy hurtowi tzw. małpek zobowiązani są do wnoszenia specjalnej opłaty. Obowiązek ten dotyczy hurtowni zaopatrujących punkty sprzedaży detalicznej posiadających zezwolenia na sprzedaż napojów alkoholowych przeznaczonych do spożycia poza miejscem sprzedaży. Opłata wynosi 25 PLN od litra stuprocentowego alkoholu sprzedawanego w opakowaniach o objętości do 300 ml. Przykładowo oznacza to:

- 1 PLN od 100 ml małпки wódki 40%;
- 2 PLN od 200 ml małпки wódki 40%;
- 0,88 PLN od 250 ml małпки wina 14%.

Obowiązek zapłaty opłaty powstaje w momencie zaopatrzenia w napoje alkoholowe w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml (znowelizowany art. 92 ust. 15 Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi).

Według danych Ministerstwa Finansów w styczniu 2021 r. wpływy z powyższych danin sięgnęły 76 mln PLN. Jeśli trend się utrzyma, to rocznie do budżetu państwa wpłynie o połowę mniej niż zakładano, czyli ok. 900 mln PLN. Wskazuje to z jednej strony, że skuteczność tej daniny publicznej została organiczna zbyt niską wartością obciążenia nakładanego na opakowanie wyrobu alkoholowego.

Wartość obciążania powinna być skorelowana z wyliczeniami referencyjnej ceny minimalnej na alkohol. Dzięki temu umożliwiłaby realne kształtowanie wartości sprzedaży i konsumpcji tych wyrobów. Jednak cel fiskalny przesłonił cel ograniczania spożycia alkoholu. Z drugiej zaś problemem stało się nietrafne zdefiniowanie pojemności opakowań, co skutkowało poszerzeniem oferty wyrobów nieznacznie przekraczających objętością powyższe limity, w tym szeroką ofertę wyrobów półlitrowych. Gdyby w tym modelu zastosowano mechanizm referencyjnej ceny minimalnej na alkohol wówczas ucieczka od niskich pojemności byłaby niezasadna. Dodatkowo cena referencyjna na alkohol mogłaby mieć charakter progresywny, czyli obciążać istotnie małe pojemności, zmniejszać obciążenie wraz ze wzrostem pojemności (zmniejszenie dotyczyłoby stawki referencyjnej, jednak wyrób alkoholowy o większej pojemności byłby znacznie obciążony z uwagi na zawartość alkoholu). Celem byłoby utrzymanie wolności handlu jednak przy utrudnieniu w dostępie do alkoholu dla klientów zainteresowanych codziennymi transakcjami i jego spożywaniem od rana, czy też anonimowo – tzw. *anonimowość spożycia* to możliwość spożywania alkoholu w ukryciu, która ułatwiana jest poprzez ofertę zakupu napojów alkoholowych w małych opakowaniach dających możliwość ukrycia kupowanego a następnie spożywanego wyrobu.

W powyższym mechanizmie można by zastosować doświadczenia ekonomii behawioralnej i ustawowo wymusić sprzedaż wyrobów alkoholowych w pojemnościach większych niż 0,5 l lub nawet 0,75 l. Zakaz sprzedaży wyrobów alkoholowych w opakowaniach poniżej 0,5 l ograniczałby *anonimowość spożycia* oraz dostępność małych ilości alkoholu w niższych cenach.

Alternatywnym rozwiązaniem byłoby zastosowanie nakazu dokonywania transakcji wyrobów alkoholowych w formule: *jedno opakowanie = jedna transakcja = jeden paragon fiskalny*. Każdy produkt musiałby zostać zakupiony w ramach oddzielnej transakcji. Wydłużałoby to znacznie czas dokonywania zakupów poprzez mnogość transakcji i zniechęcałoby do zakupu. Powyższe rozwiązanie zostało wdrożone w szkołach podstawowych i średnich w Nowym Jorku (USA) wobec napojów gazowanych wysokosłodzonych sprzedawanych w szkolnych automatach. Rozwiązanie to skutecznie zniechęciło dzieci i młodzież do zakupów tego rodzaju napojów, czym zmniejszyło spożycie przez nich cukru, a tym samym wpłynęło na ograniczenie ich nadwagi.

VIII. Pozostałe obciążenia transakcji sprzedaży alkoholu

Obciążeniem, które pośrednio wpływa na końcową cenę wyrobów alkoholowych jest Podatek od sprzedaży detalicznej, tzw. *podatek handlowy*. Jest to typ obciążenia dewastującego konkurencję rynkową. Skala oddziaływania tego podatku na ceny produktów alkoholowych jest trudna do zmierzenia, można założyć, że będą to wartości groszowe na dany produkt.

Przedmiotem opodatkowania podatkiem do sprzedaży detalicznej jest przychód ze sprzedaży detalicznej i wynosi: 0,8% podstawy opodatkowania – w części, w jakiej podstawa opodatkowania nie przekracza kwoty 170 mln PLN oraz 1,4% nadwyżki podstawy opodatkowania ponad kwotę 170 mln PLN – w części, w jakiej podstawa opodatkowania przekracza kwotę 170 mln PLN. Wskazuje to na ryzyko, że dla części uczestników rynku, będzie to podatek odbierający całość zysków, a wręcz generujący straty w tych podmiotach.

Podatek handlowy byłby zapewne mniej szkodliwy dla branży handlowej, gdyby był jedynym czynnikiem wpływającym na obniżenie rentowności w handlu detalicznym. Tymczasem tak nie jest¹²⁴. Jest on kolejnym obciążeniem kumulującym się w negatywnym wpływie na biznes działających na tym rynku przedsiębiorstw handlowych. Powyższe daniny publiczne nie mają bezpośredniego wpływu na transakcje związane z zakupem wyrobów alkoholowych i ich spożyciem.

Obecna konstrukcja podatku handlowego jest również obojętna wobec transakcji związanych ze sprzedażą wyrobów alkoholowych. Można rozważyć zmianę konstrukcji podatku tak aby zwiększać obciążenie, jeśli w strukturze przychodów ze sprzedaży detalicznej wartość transakcji sprzedaży wyrobów alkoholowych przekraczałaby konkretne progi np. 2,5 czy 5%. Wówczas mogłoby to wiązać się ze zwiększaniem obciążenia o kolejny 1 pp. Podobnie w sytuacji, gdy wartość ta byłaby zerowa lub poniżej ściśle zdefiniowanego progu, wówczas można by stosować obniżenie opodatkowania o 1pp. Taki mechanizm zniechęcałby sklepy do działań promocyjnych sprzedaży wyrobów alkoholowych lub zachęcałby do wyłączenia tej sprzedaży z systemu ogólnego. Zakup alkoholu wiązałby się z wykonaniem oddzielnej transakcji, a tym samym zgodnie z doświadczeniami

¹²⁴ Porównaj: Ustawa z dnia 10 stycznia 2018 r. o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni; Rozporządzenie w sprawie minimalnego wynagrodzenia; Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r. o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności i inne.

ekonomii behawioralnej wyeliminowano by zakupy impulsywne, zaś skierowanie się do zewnętrznego punktu z wyrobami alkoholowymi wymagałoby dodatkowych czynności i społecznego ujawnienia zainteresowania piciem alkoholu (ograniczenie anonimowości), co zniechęcałoby część kupujących. Jednak szczegółowe rozwiązanie powinno bazować na analizie struktury sprzedaży sklepów wielkopowierzchniowych.

IX. Koszty społeczno-ekonomiczne spożywania alkoholu stan na 2020 rok

Do kosztów społeczno-ekonomicznych, zidentyfikowanych raportem *Addiction and Lifestyles in Contemporary Europe: Reframing Addictions Project (ALICE RAP). Social costs: a report specifying the costs of addiction to societies*, na które w istotny ograniczający sposób mogą oddziaływać narzędzia polityki antyalkoholowej przedstawione w poprzednich rozdziałach, zalicza się:

- skalę zwiększenia śmiertelności, której przyczyną jest spożywanie alkoholu;
- skrócony okres życia z uwagi na spożywanie alkoholu;
- koszty wymiaru sprawiedliwości (służb mundurowych, kuratorów, sądownictwa i prokuratury, ale też straży granicznej i służby celnej) – sprawy karne jako wynik spożycia alkoholu;
- koszty systemu ochrony zdrowia;
- utracone wartości Produktu Krajowego Brutto (PKB);
- koszty systemu opieki społecznej;
- bezpośrednie świadczenia pomocy społecznej;
- wydatki związane z izbami wytrzeźwień;
- koszty krajowego systemu ratowniczo-gaśniczego;
- wydatki publiczne na przeciwdziałanie i rozwiązywanie problemów alkoholowych.

Dodatkowo w niniejszej analizie oszacowano następujące koszty społeczno-ekonomiczne:

- koszty zwiększonej śmiertelności;
- utraconą wartość wpływów podatkowych z uwagi na skrócony okres aktywności zawodowej wynikający z utraty lat życia ze względu na spożywanie alkoholu.

Na potrzeby oszacowania kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania alkoholu w Polsce przyjęto bazowe wartości oszacowania poszczególnych zjawisk społeczno-ekonomicznych zidentyfikowanych w raporcie Alice Rap w 2010 r. i powiązано je z obecnymi wycenami kosztów według stawek aktualnych dla lat 2019-2020 zgodnie z dostępnością. Takie podejście konsumuje dużą część metodyki Alice Rap, daje możliwość porównania międzyokresowego, jak też umożliwia wyliczenie wartości kosztów społeczno-ekonomicznych w przypadku braku danych krajowych.

Przyjmuje się, że takie podejście istotnie nie wpływa na zafałszowanie wartości końcowych wyliczeń, gdyż w okresie ostatnich 10 lat nie pojawiły się istotne zmiany w cechach populacji, śmiertelności, okresu życia i innych. W przypadku aktualizacji raportu Alice Rap możliwe będzie ponowne przeliczenie wartości identyfikowanych kosztów społeczno-ekonomicznych. Warto zauważyć, że jest jeszcze znaczna część kosztów, które nie zostały ujęte w niniejszej analizie, tym samym końcowe wyniki można traktować jako jedynie częściowo obrazujące skalę problemu i jeszcze nadal w pełni niedoszacowane.

W Polsce corocznie umiera około 400 tys. osób. W 2019 r. zmarło w Polsce 409.709 osób¹²⁵. Najistotniejszą przyczyną śmierci są choroby układu krążenia (42%) oraz nowotwory złośliwe (25%)¹²⁶. W wyniku spożywania alkoholu tylko w 2010 r. zmarło w Polsce łącznie 13.306 osób¹²⁷, zaś w 2016 r. 12.599 osób¹²⁸. Współcześnie możemy spotkać wskazania, że alkohol rocznie zabija ok. 12 tys. osób¹²⁹. Z powodu chorób bezpośrednio związanych ze spożyciem alkoholu (alkoholowa choroba wątroby, zapalenie żołądka, zapalenie trzustki, zatrucie, zwyrodnienia układu nerwowego oraz zaburzenia psychiczne) w ciągu 15 lat w latach 2002-2017 przedwcześnie zmarło około 110 tys. Polaków (89 tys. mężczyzn oraz 18 tys. kobiet powyżej 20. roku życia)¹³⁰. Uwzględniając przyczyny pośrednie, takie jak wypadki i urazy oraz choroby sercowo-naczyniowe i nowotwory, do których przyczynia się nadużycie alkoholu, należałoby wskazać w tym okresie 220 tys. zgonów

¹²⁵ GUS, 2020d.

¹²⁶ politykaszczepna.com, 2019

¹²⁷ ALICE RAP, 2014.

¹²⁸ WHO, 2017.

¹²⁹ stopuzalezniom.pl, 2019: za Krzysztof Brzózka, PARPA, podczas zorganizowanej w Sejmie konferencji „Odpowiedzialność parlamentarzystów i władzy za trzeźwość Narodu. Wdrażanie Narodowego Programu Trzeźwości”. Parlamentarny Zespół ds. Rozwiązywania Problemów Uzależnień oraz Zespół Konferencji Episkopatu Polski ds. Apostolstwa Trzeźwości i Osób Uzależnionych.

¹³⁰ W. Zatoński w: faktykaliskie.pl, 2021.

spowodowanych przez alkohol¹³¹. WHO podaje wielkość frakcji przypisywanej alkoholowi jako procent zgonów ze wszystkich przyczyn w konkretnych państwach i dla świata¹³². Wskaźnik ten dla świata wynosi 5,3% wszystkich zgonów jako spowodowanych przez alkohol i oznaczałby on w Polsce w 2019 r. śmierć 21,7 tys. osób. Jednak **wskaźnik WHO dla Polski 6,9% oznaczałby w 2019 r. 28,3 tys. śmierci związanych z alkoholem**. Wskaźnik ten dla mężczyzn w Polsce wynosi 10,6%, a dla kobiet 2,9%¹³³. Badania krajowe oszacowały liczbę łącznych zgonów Polaków z powodu wszystkich chorób odalkoholowych **na około 35 tys. osób** rocznie¹³⁴.

Należy wskazać, że w Polsce przyrost umieralności na skutek spożycia alkoholu rozpoczął się od 2002 r.¹³⁵. Jak podaje PARPA, **umieralność kobiet nadużywających alkohol jest wyższa niż mężczyzn, przy czym główne jej przyczyny to: alkoholowe uszkodzenie wątroby, zapalenie trzustki, wypadki i przemoc, samobójstwa, nowotwory i choroby serca**¹³⁶. Komenda Główna Policji odnotowuje m.in. liczby utonięć (w 2020 r. 117 na 483) i samobójstw (w 2020 r. 360 na 5.165) pod wpływem alkoholu¹³⁷.

Spożywanie alkoholu ma również bezpośredni wpływ na skrócenie okresu życia. Liczba lat życia utraconych w Polsce w wyniku spożycia alkoholu, według szacunków ALICE RAP z 2010 r., kształtowała się następująco: 314.989,2 lata rocznie w przypadku mężczyzn, zaś 90.285,9 lat rocznie w przypadku kobiet. Szczególnie istotna jest liczba lat utraconej aktywności zawodowej: 290.691,2 w przypadku mężczyzn i 72.664,6 w przypadku kobiet.

Okres aktywności zawodowej bezpośrednio łączy się z korzyściami w postaci wpływów podatków dochodowych, a tym samym **potęguje lub obniża wpływy budżetu państwa**. Według informacji Ministerstwa Finansów za 2019 r. łączna liczba podatników opodatkowanych według skali podatkowej wynosiła: 25.514.646 osób i wygenerowali oni dochód w wartości 982.918 mln PLN, czyli statystyczny podatnik osiągnął roczny dochód 38.523,68 PLN. Podatnicy ci zapłacili łącznie 79.038 mln

¹³¹ W. Zatoński w: Opolska, 2021.

¹³² WHO, 2018.

¹³³ WHO, 2018.

¹³⁴ W. Zatoński dla: Opolska, 2021

¹³⁵ Rudziński, 2020.

¹³⁶ Koper M. i Wojnar M., 2017: 32.

¹³⁷ Komenda Główna Policji, 2021.

PLN podatku dochodowego oraz 65.722 mln PLN składki zdrowotnej, czyli statystycznie: 5.673,60 PLN (3.097,75) podatku i (2.575,85) składki zdrowotnej za rok (MF, 2021)¹³⁸.

Koszty jednostkowych zdarzeń drogowych dla 2018 r. wycenianych **metodą PANDORA** prezentowaną w opracowaniu Krajowej Rady Bezpieczeństwa Drogowego wynoszą odpowiednio: zabici – 2,4 mln PLN, ranni (lekkociężko) – 48,2 tys.-3,3 mln PLN, zaś straty materialne (kolizja-wypadek) – 26,7 tys.-1,4 mln PLN (KRBRD, 2019)¹³⁹. Biorąc pod uwagę fakt, że nie wszystkie przypadki śmierci osób spożywających alkohol wiążą się ze zdarzeniami drogowymi jednak w dalszej analizie powyższe wartości będą przyjmowane na potrzeby wyceny kosztu utraty życia człowieka, gdyż są to jedyne oficjalne wyceny stosowane w publicznych analizach kosztów-korzyści.

W 2020 r. **użytkownicy dróg (kierujący, piesi, pasażerowie), będący pod wpływem działania alkoholu, uczestniczyli w 2.540 wypadkach drogowych** (10,8% ogółu wypadków), śmierć w nich poniosło 327 osób (13,1% ogółu zabitych), a 2.723 osób odniosło obrażenia (10,3% ogółu rannych). W porównaniu z rokiem ubiegłym jest to mniej wypadków o 177 (-6,5%), mniej osób rannych o 358 (-11,6%) oraz więcej osób zabitych o 1 (+0,3%). Kierujący pojazdami, będący pod wpływem alkoholu spowodowali 1.656 wypadków drogowych, w których zginęło 216 osób. Piesi, będący pod wpływem alkoholu spowodowali 341 wypadków, w wyniku których 52 osoby poniosły śmierć, a 300 zostało rannych. Główną przyczyną takich wypadków było nieostrożne wejście na jezdnię przed jadącym pojazdem (177 wypadków). W porównaniu z rokiem ubiegłym jest to mniej wypadków o 9 (-0,3%), więcej zabitych o 29 osób (+8,5%) i mniej osób rannych o 38 (-1,2%). Osoby będące pod działaniem alkoholu najczęściej uczestniczyły w zdarzeniach drogowych w ostatnich dniach tygodnia: soboty (20,3%) i niedziele (19,5%). Niewątpliwie wpływ na to ma fakt, że koniec tygodnia, dni wolne od pracy, sprzyjają spotkaniom towarzyskim i imprezom, podczas których spożywany jest alkohol. Generalnie bowiem, w te dni zwiększa się liczba uczestników ruchu pod wpływem alkoholu (KGP, 2021)¹⁴⁰.

¹³⁸ MF, 2021.

¹³⁹ KRBRD, 2019: 3.

¹⁴⁰ Komenda Główna Policji, 2021: 68-69.

Jeśli powiążemy powyższe wartości, to można założyć, że w 2020 r. przy liczbie 35 tys. zmarłych osób koszty społeczne osiągnęły wartość 84 mld PLN (2,4 mln PLN*35 tys. osób), zaś dla porównania utracona wartość wpływów podatkowych i składek zdrowotnych z uwagi na łączną liczbę utraconych lat aktywności zawodowej wyniosła: 2.061.535.466,88 PLN (290.691,2 lata + 72.664,6 lat * 5.673,60 PLN podatku i składki zdrowotnej za rok) według danych za 2019 r.

W zakresie **kosztów wymiaru sprawiedliwości** w Raporcie ALICE RAP wg szacunków za 2010 r. przyjęto, że średnia liczba przypadków i czas im poświęcony przez policjantów w okresie 6 miesięcy przestępstw będących następstwem spożycia alkoholu to 21,4 sprawy, szacowany czas na sprawę 0,55h (ALICE RAP, 2014). Średnie wynagrodzenia policjantów i pracowników Policji w 2020 r., to 5.150,00 PLN¹⁴¹. Mając powyższe na uwadze można uznać, że średni koszt społeczny obsługi jednej sprawy wynosi: 16,03 PLN (5.150,00 *12 / 53 tygodni / 40 h pracy * 0,55 h). Jeśli przyjąć, że rocznie takich spraw jest 42,8, to łączna wartość kosztu na jednego policjanta wynosi: 686,21 PLN. Według stanu na dzień 31 grudnia 2020 r. służbę w Policji pełniło 97.899 policjantów¹⁴². Czyli łączny koszt społeczny obsługi przez policję przestępstw będących następstwem spożycia alkoholu szacowany jest na: 67.179.272,79 PLN (686,21 PLN*97.899 policjantów).

W oparciu o dane z raportu ALICE RAP **koszty społeczne pracy prokuratorów w odniesieniu do spraw wynikających z nadużywania alkoholu** szacowane są na podstawie następujących danych. Około 17,5% wszystkich spraw prokuratorskich ma swoje źródło w nadmiernym spożyciu alkoholu (ALICE RAP, 2014). Pensja prokuratora rejonowego w 2020 r. wynosiła ok. 10.680,00 PLN brutto miesięcznie¹⁴³. W 2018 r. w Polsce pracowało 6.100 prokuratorów i asesorów. Łącznie niemal 100 tysięcy osób. Przyjmując powyższe i odnosząc je do podstawowej stawki wynagrodzenia prokuratora rejonowego można założyć, że roczny koszt społeczny obsługi zdarzeń wynosiły minimum: 136.810.800,00 PLN (17,5%*10.680,00PLN*12 miesięcy*6.100 prokuratorów i asesorów) pomijając koszt sędziów, urzędników sądowych i pracowników więziennictwa.

¹⁴¹ wynagrodzenia.pl, 2021a.

¹⁴² Informacyjny Serwis Policyjny, 2020.

¹⁴³ Wynagrodzenia.pl, 2021b.

Koszty sądownictwa prezentowane w Raporcie ALICE RAP **odnoszą się do sądownictwa dla nieletnich**, gdzie przyjęto, że 8,7% obejmuje sprawy związane ze spożywaniem alkoholu przez nieletnich oraz 12% spraw w sądach powszechnych (ALICE RAP, 2014). Polski sędzia w sądzie rejonowym w 2020 r. zarabia przeciętnie 13.000,00 PLN¹⁴⁴. W Polsce jest 9,9 tys. sędziów, wspieranych przez 3,2 tys. asystentów. Przyjmując powyższe dane można założyć, że społeczny koszt obsługi sądowej spraw tylko w sądach powszechnych stanowią: 185.328.000,00 PLN ($12\% * 9.900 \text{ sędziów} * 13.000,00 \text{ PLN} * 12$).

Koszty kuratorów sądowych stanowią według Raportu ALICE RAP 24,6% czasu pracy kuratora na sprawy związane z nadużywaniem alkoholu przez nieletnich i 12,8% w tego typu sprawach wobec dorosłych (ALICE RAP, 2014). Wg danych Ministerstwa sprawiedliwości 61,3% kuratorów zajmowało się dorosłymi zaś 38,7% nieletnimi, dlatego też średnie obciążenie związane ze sprawami dotyczącymi nadużywania alkoholu można szacować na 17,37% ($24,6\% * 38,7\% + 12,8\% * 61,3\%$). Wynagrodzenie kuratora sądowego w 2020 r. szacowane jest na 6.500,00 PLN¹⁴⁵. Stan zatrudnienia w grupie kuratorów na 2018 r. wynosił ok. 5.200 osób¹⁴⁶ oraz 20 tys. kuratorów społecznych. Przyjmując powyższe dane można założyć, że tylko społeczny koszt zawodowej obsługi kuratorskiej spraw mających swoje źródło w nadużywaniu alkoholu szacuje się na: 70.452.270,00 PLN ($17,37\% * 5.200 \text{ kuratorów} * 6.500,00 \text{ PLN} * 12$).

Koszty służby celno-skarbowej i straży granicznej powiązanej z tematyką alkoholu stanowią wg Raportu ALICE RAP około 9,6% całego czasu pracy służby celnej oraz 6,2% straży granicznej (ALICE RAP, 2014). Przeciętne zatrudnienie, według badania Najwyższej Izby Kontroli (NIK) z 2020 r., w Straży Granicznej (SG) w 2019 r. wyniosło 17.673 osoby, w tym 1.176 osób w Komendzie Głównej, zaś przeciętne uposażenie funkcjonariuszy SG wyniosło 7.010,00 PLN¹⁴⁷. Mając powyższe na uwadze, można założyć, że łączny koszty SG związany z obsługą spraw powiązanych z tematyką alkoholu szacowany jest na minimum: 92.172.471,12 PLN ($6,2\% * 17.673 \text{ funkcjonariuszy/pracowników} * 7.010,00 \text{ PLN} * 12$).

¹⁴⁴ Wynagrodzenia.pl, 2021c.

¹⁴⁵ Wynagrodzenia.pl, 2021d.

¹⁴⁶ NIK, 2018.

¹⁴⁷ Wynagrodzenia.pl, 2021e.

Obsada w jednostkach organizacyjnych Służby Celno-Skarbowej w ramach Krajowej Administracji Skarbowej (KAS) według stanu na 30 czerwca 2018 r. to 10.342 etatów¹⁴⁸, zaś przeciętne uposażenie funkcjonariuszy służby celnej wynosił ok. 6.130,00 PLN¹⁴⁹. Mając powyższe na uwadze, można założyć, że łączny koszt służby celnej związanych z obsługą spraw powiązanych z tematyką alkoholu szacowany jest na minimum: 73.032.721,92 PLN (9,6% *10.342 funkcjonariuszy*6.130,00 *12).

W Raporcie ALICE RAP szacowano również **koszty więziennictwa związane z odsiadywaniem kar przez osoby nadużywające alkoholu** (szeroki wachlarz przestępstw). Założono tam, że roczny koszt odsiadywania kar za te przestępstwa to: 49.745.100,00 EUR (ALICE RAP, 2014), czyli 226.340.205,00 PLN. Dodatkowo w Raporcie wskazuje się na post-karną pomoc dla zainteresowanych osób, która w 2010 r. osiągnęła wartość 0,61 mln EUR (17,02% ogólnej wartości), jednak nie wskazano tu, ile z tej wartości dotyczy tematyki pomocy związanej ze wsparciem alkoholików.

Kolejnym obszarem kosztów identyfikowanych w Raporcie ALICE RAP są **koszty systemu ochrony zdrowia**. Wyszacowane koszty hospitalizacji przypisywane alkoholizmowi osiągnęły wartość 126.302.500,00 EUR, czyli 574.676.375,00 PLN. Dodatkowe koszty konsultacji takich pacjentów, bazując na danych Narodowego Funduszu Zdrowia (NFZ), wyszacowano na: 19.390.900,00 EUR, czyli 88.228.595,00 PLN. Koszty usług świadczonych osobom po spożyciu alkoholu przez pogotowie ratunkowe i ambulatoryjne szacowane są na 11.455.000,00 EUR, czyli 52.120.250,00 PLN. Z kolei koszty leków refundowanych przez NFZ spożywanym przez osoby nadużywające alkohol to kwota: 54.400.000,00 EUR, czyli 247.520.000,00 PLN¹⁵⁰.

Dodatkowo w Raporcie ALICE RAP dokonano **oszacowania utraty PKB z uwagi na brak wytworzonych wartości dóbr i usług przez osoby, które zmarły przedwcześnie z uwagi na nadużywanie alkoholu**. Szacowana wartość w odniesieniu do 6.705 osób umierających z uwag na spożycie alkoholu wynosi: 148.330.000,00 EUR¹⁵¹. Jednak przy przyjętej do analizy wielkości 35 tys. ta wartość

¹⁴⁸ NIK, 2019b.

¹⁴⁹ Wynagrodzenia.pl, 2021f.

¹⁵⁰ ALICE RAP, 2014.

¹⁵¹ ALICE RAP, 2014.

może wynosić nawet 466.131.782,17 EUR (2.120.899.608,86 PLN) czyli około 0,09 % PKB. Wynika to z przyjęcia wartości 2.323,9 mld PLN PKB według GUS za 2020 r. oraz liczby ludności Polski 38,35 mln osób, co przedkłada się na wartość 60.597,13 PLN na osobę rocznie. Dodatkowo założono, że gdyby wśród pracujących w Polsce nikt nie chorował na choroby związane z pićm alkoholu w 2010 r., osoby te mogłyby pracować dodatkowo około 12.307.158,8 dni więcej (ALICE RAP, 2014) i mogłyby wyprodukować dodatkowy wzrost PKB o wartości około 449.061.268,54 euro (2.043.228.771,86 PLN), czyli stanowi to ok. 0,0288 % PKB z 2020 r. Podsumowując łączne straty w PKB w 2020 r. wynoszą ok. 0,18 % rocznego PKB, czyli ok. 4,16 mld PLN.

Zaprezentowane w Raporcie ALICE RAP **koszty systemu opieki społecznej odnoszą się do kosztów zabezpieczenia społecznego**, które można przypisać do spożycia alkoholu i szacowane są łącznie na wartość 55.676.800,00 EUR, czyli 253.329.440,00 PLN¹⁵².

Łączne wsparcie w formie świadczeń pomocy społecznej szacowane na danych GUS, Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej (MRiPS) kierowane do osób i rodzin dotkniętych przemocą osób będących pod wpływem alkoholu szacowane jest na: 30.850.000,00 EUR (z tego 22,96 mln EUR w formach pieniężnych), czyli 140.367.500,00 PLN, a kierowane było łącznie do 64,8% wszystkich rodzin objętych tymi świadczeniami. Dodatkowo w Raporcie ALICE RAP zaprezentowano dane o wartości świadczeń z systemu pomocy społecznej dla bezdomnych rodzin z problemem alkoholowym, które wynoszą 11.500.000,00 EUR (z tego 8,96 mln w formach pieniężnych), czyli 52.325.000,00 PLN¹⁵³.

Koszty związane z funkcjonowaniem izb wytrzeźwień na terenie całego kraju szacowane są w Raporcie ALICE RAP na podstawie danych PARPA na kwotę 13.500.000,00 EUR, czyli 61.425.000,00 PLN¹⁵⁴.

Łączne **wydatki na system ratowniczo-gaśniczy**, przede wszystkim wydatki na wynagrodzenia osób uczestniczących w gaszeniu pożarów powstałych z wyniku

¹⁵² ALICE RAP, 2014.

¹⁵³ ALICE RAP, 2014.

¹⁵⁴ ALICE RAP, 2014.

zaproszenia ognia przez osoby będące pod wpływem alkoholu szacowane są na 268.680,00 EUR, czyli 1.222.494,00 PLN¹⁵⁵.

Wydatki publiczne na przeciwdziałanie i rozwiązywanie problemów alkoholowych szacowane są za 2010 r. na wartość łączną (wszystkie poziomy: rządowy i samorządowe) 154.500.000,00 EUR, czyli 702.975.000,00 PLN¹⁵⁶.

Nie uwzględnione w powyższych wyliczeniach są koszty rannych i dodatkowe straty materialne wynikające z patologicznych działań podejmowanych przez osoby spożywające alkohol. Do takich kosztów można zaliczyć: koszty materialne wypadków, pożarów, czy przestępstw, które powodują osoby będące pod wpływem alkoholu; koszty związane z utrzymaniem rodzin, szczególnie dzieci, które zostają sierotami w wyniku śmierci osób spożywających alkohol, są to m.in. koszty opieki nad osobami niepełnoletnimi i niepełnosprawnymi (spożywanie alkoholu w ciąży doprowadza do narodzin dzieci z FAS/FASD); koszt opieki psychologicznej dla osób dorosłych z syndromem DDA oraz współuzależnienia; utracone możliwości rozwojowe jednostek w wyniku doświadczenia traum oraz narodzin z FAS¹⁵⁷; koszt opieki nad rannymi uczestniczącymi w wypadkach i zdarzeniach niebezpiecznych spowodowanych przez osoby spożywające alkohol; koszty kradzieży, napadów i rozbojów wynikające z działań takich osób; koszty zaniechania inwestycji, działań gospodarczych, czy aktywności społecznej w obszarach o natężonej liczbie osób spożywających alkohol, czy też kosztów obniżenia wartości nieruchomości zamieszkałej przez osoby spożywające alkohol i społecznie postrzeganych jako obszary patologii, nisko atrakcyjne miejsca do życia.

Należy podkreślić, że nie są to wszystkie możliwe do zidentyfikowania koszty, a brak ich uwzględniania w analizie wynika w większości z braku danych pierwotnych i prowadzenia badań społeczno-ekonomicznych identyfikujących takie wartości. W analizie prezentowane są główne typy kosztów społeczno-gospodarczych, zaś zidentyfikowanie dodatkowych kosztów posłużyłoby wyłącznie wykazaniu

¹⁵⁵ ALICE RAP, 2014.

¹⁵⁶ ALICE RAP, 2014.

¹⁵⁷ Według polskich i międzynarodowych danych, z zespołem FAS/FASD rodzi się od 1,6% do 2,5% dzieci na 1 tys. żywych urodzeń, a według specjalistów zajmujących się tą chorobą jest ich nawet 5%. Oznacza to, że w 2018 r. wśród 388 tys. nowonarodzonych dzieci pomiędzy 6,2 tys. a 19,4 tys. miało FAS/FASD. FAS jest nieuleczalne i generuje obciążenia w życiu prywatnym i społecznym (diagnostowanie, obciążenie budżetu domowego, obciążenie budżetu państwa, pomoc psychologiczna, psychoterapia, koszty więziennictwa) (J. Morawiec w: stopuzalezniom.pl, 2020a). Ograniczenie spożycia alkoholu w Polsce jest istotne także z przyczyn demograficznych i bezpieczeństwa trwania społeczeństwa.

spotęgowanego oddziaływania alkoholu na społeczeństwo polskie i tym samym umocniłoby wskazanie do zaimplementowania proponowanych rozwiązań polityki antyalkoholowej, a nie zmieniałoby logiki rozumowania i kierunków ujawniania korzyści z ich wprowadzenia.

Tabela 17. Szacowane wartości rocznych kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania alkoholu w Polsce na 2020 r.

Po z.	Typ kosztu społeczno-ekonomicznego	Szacowana roczna wartość w PLN	Szacowana roczna wartość w EUR
1.	Przedwczesna śmiertelność wynikająca z nadużywania alkoholu	84 000 000 000,00	18 461 538 461,54
2.	Utracona wartość wpływów podatkowych z uwagi na łączną liczbę utraconych lat aktywności zawodowej	2 061 535 466,88	453 084 718,00
3.	Obsługa przez policję przestępstw będących następstwem spożycia alkoholu	67 179 272,79	14 764 675,34
4.	Obsługa prokuratorska zdarzeń będących następstwem spożycia alkoholu	136 810 800,00	30 068 307,69
5.	Obsługa sądowa spraw w sądach powszechnych będących następstwem spożycia alkoholu	185 328 000,00	40 731 428,57
6.	Obsługa kuratorska spraw mających swoje źródło w nadużywaniu alkoholu	70 452 720,00	15 484 114,29
7.	Obsługa przez straż graniczną spraw związanych z tematyką alkoholu	92 172 471,12	20 257 685,96
8.	Obsługa przez służbę celną spraw związanych z tematyką alkoholu	73 032 721,92	16 051 147,67
9.	Koszty więziennictwa związane z odsiadaniem kar przez osoby nadużywające alkoholu	226 340 205,00	49 745 100,00
10.	Koszty hospitalizacji przypisywane alkoholizmowi	574 676 375,00	126 302 500,00
11.	Koszty dodatkowych konsultacji	88 228 595,00	19 390 900,00
12.	Koszty ambulatoryjne i pogotowia ratunkowego usług świadczonych wobec osób po spożyciu alkoholu	52 120 250,00	11 455 000,00
13.	Koszty leków refundowanych przez NFZ	247 520 000,00	54 400 000,00

spożywanych przez osoby nadużywające alkoholu		
14. Wartość utraconego PKB z uwagi na utratę zasobów pracy w wyniku śmiertelności z przyczyn nadużywania alkoholu	2 120 899 608,86	466 131 782,17
15. Wartość utraconego PKB z uwagi na wyłączenie z pracy związane z chorobami alkoholowymi	2 043 228 771,86	449 061 268,54
16. Koszty zabezpieczenia społecznego, które można przypisać do spożycia alkoholu	253 329 440,00	55 676 800,00
17. Świadczenia pomocy społecznej kierowane do osób i rodzin dotkniętych przemocą osób będących pod wpływem alkoholu	140 367 500,00	30 850 000,00
18. Świadczenia z systemu pomocy społecznej dla bezdomnych rodzin z problemem alkoholowym	52 325 000,00	11 500 000,00
19. Koszty związane z funkcjonowaniem izb wytrzeźwień	61 425 000,00	13 500 000,00
20. Wynagrodzenia osób uczestniczących w gaszeniu pożarów powstałych z wyniku zaprószenia ognia przez osoby będące pod wpływem alkoholu	1 222 494,00	268 680,00
21. Wydatki publiczne na przeciwdziałanie i rozwiązywanie problemów alkoholowych	702 975 000,00	154 500 000,00
Łączne koszty społeczno-ekonomiczne:	93 251 169 692,43	20 494 762 569,76

Źródło: Opracowanie własne na podstawie ALICE RAP, 2014 i danych zewnętrznych prezentowanych w tekście powyżej. Przyjęto kurs NBP z 18 czerwca 2021 r. Kurs PLN/EUR = 4,55 PLN za 1 EUR.

Tym samym **łączna wartość kosztów społeczno-ekonomicznych wynikających ze spożywania alkoholu w Polsce szacowana jest na 93,3 mld PLN, czyli 20,5 mld EUR. Należy podkreślić, że zidentyfikowane koszty rażąco przewyższają korzyści płynące z pozyskiwania akcyzy ze sprzedaży alkoholu.** W 2020 r. przychody budżetu państwa z tytułu podatku akcyzowego od napojów alkoholowych wzrosły o 10,7% do 13,4 mld PLN i stanowiły 18,6% całkowitych dochodów budżetowych z podatku akcyzowego. Tym samym **różnica między przychodami budżetowymi państwa a kosztami społeczno-ekonomicznymi spożycia alkoholu w Polsce wynosi ponad 79,9 mld PLN rocznie, co stanowi 3,45% PKB z 2020 r.**

Gdybyśmy wyłączyli największą pozycję kosztową spożywania alkoholu w Polsce, jaką jest przedwczesna śmiertelność wynikająca z jego nadużywania, otrzymalibyśmy nadwyżkę wpływów z akcyzy nad kosztami w wysokości jedynie 4,1 mld PLN. Przekłada się na „akcyzową wycenę życia ludzkiego” w wysokości 117.142,9 PLN, przy realnej finansowej wycenie życia ludzkiego prezentowanej powyżej w wysokości 2,4 mln PLN. Otrzymujemy tym samym „akcyzową stratę na utracone życie” rzędu 2,28 mln PLN.

X. Analiza wpływu ceny minimalnej alkoholu na obniżenie kosztów społeczno-ekonomicznych spożycia napojów alkoholowych

W celu ustalenia możliwych kierunków i skali wpływu proponowanej referencyjnej ceny minimalnej porcji alkoholu na zidentyfikowane koszty społeczno-gospodarcze dokonano oszacowania zmian wielkości popytu w relacji do zmiany ceny detalicznej. Na potrzeby analizy zastosowano cenę minimalną alkoholu o wartości 2,00 PLN za 10 g czystego alkoholu (porcja referencyjna). Wyliczono dla takich założeń cenową elastyczność popytu Marshalla w krótkim i długim okresie dla poszczególnych typów napojów alkoholowych i łączną dla wszystkich typów.

Na potrzeby analizy przyjęto udział w spożyciu napojów alkoholowych w 2019 r. w proporcjach: 54,6% piwa, 7,6% wina oraz łącznie wódki i likiery 37,8%. Następnie dokonano wagowego oszacowania udziałów spożycia w poszczególnych grupach. Jest to założenie, które wymaga dodatkowych analiz rynkowych, gdyż na tym etapie prac nie było dostępu do takich danych.

Na podstawie struktury spożycia w poszczególnych grupach napojów alkoholowych wyznaczono średnią ważoną w grupie zmiany wielkości popytu w relacji do zmiany ceny w krótkim i długim okresie. Analizy wskazują, że w wyniku wprowadzenia referencyjnej ceny minimalnej alkoholu w wysokości 2,00 PLN i wynikających z niej zmian cen na poszczególne napoje alkoholowe, nastąpi łączny spadek popytu na piwa o 37,6%, w przypadku wina te spadki nie zostaną odnotowane, zaś w przypadku wódek i likierów spadki osiągną wartość 9,0%. Łączna ważona strukturą spożycia zmiana popytu na napoje alkoholowe powinna przy powyższych założeniach wynieść 24,0%. Patrz Tabela nr 16.

Powyższe wartości posłużą ocenie wpływu wprowadzenia proponowanego rozwiązania na obniżenie kosztów społeczno-ekonomicznych zidentyfikowanych w opracowaniu. Jednak z uwagi na brak wyników badań potwierdzających poziom elastyczności w powiązaniu poszczególnych typów kosztów przyjęto, dla celów ostrożnościowych w ocenie, założenie o wagach istotności oddziaływania popytu na dany typ kosztu. Przyjęte wagi obniżają skalę oddziaływania wielkości zmiany popytu na napoje alkoholowe wobec wybranych typów kosztów społeczno-ekonomicznych.

Tabela 18. Szacunkowa zmiana wielkości popytu w relacji do zmiany ceny detalicznej przy zastosowaniu ceny minimalnej alkoholu o wartości 2,00 PLN za 10 g czystego alkoholu (porcja referencyjna) przy uwzględnieniu cenowej elastyczności popytu Marshalla w krótkim i długim okresie dla poszczególnych typów napojów alkoholowych i łączna dla wszystkich typów.

Napój alkoholowy	Udział w spożyciu napojów alkoholowych w 2019 roku	Zawartość alkoholu w %	Szacunkowy udział spożycia w grupie (suma w grupie daje 1)	Łączna średnia ważona	
				Zmiany wielkości popytu w relacji do zmiany ceny	Zmiany wielkości popytu w relacji do zmiany ceny w krótkim okresie
Piwo	54,6%	0,5	1/30	-37,6%	-24,0%
		2,0	1/30		
		2,5	1/30		
		3,5	1/15		
		4,5	1/10		
		4,6	1/10		
		6,0	2/15		
		7,0	1/6		
		7,2	1/6		
Wino	7,8%	10,0	1/6	0,0%	
		13,0	1/2		
		24,0	1/3		
Likier Wódka	37,8%	35,0	1/20	-9,0%	
		30,0	11/50		
		40,0	1/5		
		37,5	1/5		
		40,0	1/3		

Źródło: Opracowanie własne.

Założono wagi w przedziale od 0,15 do 0,8. Takie podejście oznacza, że przy wadze 0,15 zmiana wartości popytu na napoje alkoholowe tylko w 15% oddziałuje na zmianę danego typu kosztu, zaś waga 0,8 oznacza, że takie oddziaływanie jest aż 80%. Zastosowanie wag znacznie obniżyło poziom zmiany wybranych kosztów.

Łączne roczne ograniczenie kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania alkoholu w Polsce w wyniku zastosowania referencyjnej ceny

minimalnej w wysokości 2,00 PLN wynosi **16,5 mld PLN** wobec wszystkich zidentyfikowanych w opracowaniu kosztów.

Tabela 19. Szacunkowe zmiany wartości rocznych kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania alkoholu w Polsce w wyniku zastosowania ceny minimalnej alkoholu o wartości 2,00 PLN za 10 g czystego alkoholu (porcja referencyjna).

Poz.	Typ kosztu społeczno-ekonomicznego	Przyjęta waga istotności oddziaływania popytu na dany typ kosztu	Poziom zmiany	Wartość zmiany
			kosztu społeczno-ekonomicznego	kosztu społeczno-ekonomicznego w EUR
1.	Przedwczesna śmiertelność wynikająca z nadużywania alkoholu	0,75	-17,96%	-3 316 278 536,12
2.	Utracona wartość wpływów podatkowych z uwagi na łączną liczbę utraconych lat aktywności zawodowej	0,5	-11,98%	-54 258 935,08
3.	Obsługa przez policję przestępstw będących następstwem spożycia alkoholu	0,5	-11,98%	-1 768 136,35
4.	Obsługa prokuratorska zdarzeń będących następstwem spożycia alkoholu	0,5	-11,98%	-3 600 815,23
5.	Obsługa sądowa spraw w sądach powszechnych będących następstwem spożycia alkoholu	0,5	-11,98%	-4 877 771,97
6.	Obsługa kuratorska spraw mających swoje źródło w nadużywaniu alkoholu	0,5	-11,98%	-1 854 292,41
7.	Obsługa przez straż graniczną spraw związanych z tematyką alkoholu	0,1	-2,40%	-485 189,82
8.	Obsługa przez służbę celną spraw związanych z tematyką alkoholu	0,1	-2,40%	-384 439,44
9.	Koszty więziennictwa związane z odsiadaniem kar przez osoby nadużywające alkoholu	0,75	-17,96%	-8 935 799,57
10.	Koszty hospitalizacji przypisywane alkoholizmowi	0,8	-19,16%	-24 200 468,92
11.	Koszty dodatkowych konsultacji	0,8	-19,16%	-3 715 436,14
12.	Koszty ambulatoryjne i pogotowia ratunkowego usług świadczonych wobec osób po spożyciu alkoholu	0,75	-17,96%	-2 057 681,74
13.	Koszty leków refundowanych przez NFZ spożywanych przez osoby nadużywające alkohol	0,8	-19,16%	-10 423 431,91
14.	Wartość utraconego PKB z uwagi na utratę zasobów pracy w wyniku śmiertelności z przyczyn nadużywania alkoholu	0,75	-17,96%	-83 732 069,64

15.	Wartość utraconego PKB z uwagi na wyłączenie z pracy związane z chorobami alkoholowymi	0,75	-17,96%	-80 665 663,34
16.	Koszty zabezpieczenia społecznego, które można przypisać do spożycia alkoholu	0,5	-11,98%	-6 667 547,50
17.	Świadczenia pomocy społecznej kierowane do osób i rodzin dotkniętych przemocą osób będących pod wpływem alkoholu	0,5	-11,98%	-3 694 426,41
18.	Świadczenia z systemu pomocy społecznej dla bezdomnych rodzin z problemem alkoholowym	0,25	-5,99%	-688 588,39
19.	Koszty związane z funkcjonowaniem izb wytrzeźwień	0,5	-11,98%	-1 616 685,79
20.	Wynagrodzenia osób uczestniczących w gaszeniu pożarów powstałych z wyniku zaproszenia ognia przez osoby będące pod wpływem alkoholu	0,5	-11,98%	-32 175,64
21.	Wydatki publiczne na przeciwdziałanie i rozwiązywanie problemów alkoholowych	0,5	-11,98%	-18 502 070,67
Łączne zmiany w EUR			-17,70%	-3 628 440 162,09
Łączne zmiany w PLN				-16 509 402 737,50

Źródło: Opracowanie własne.

Uwaga: Przyjęte wagi istotności oddziaływania popytu są próbą oszacowania wpływu zmian popytu na dany typ kosztu. Zostały przyjęte arbitralnie w celu zminimalizowania skali zakłócenia wpływu poszczególnych kosztów na ostateczny szacowany wynik. Przyjęto 5 stopniową skalę wpływu: 0,1; 0,25; 0,5; 0,75 i 0,8 zakładając, że 0,1 obrazuje najniższy wpływ, zaś 0,8 najwyższy. Nie brano pod uwagę wartości 0 i 1, które uznano za zbyt istotnie modyfikujące oszacowanie.

Jeśli jednak pominięty zostanie najistotniejszy koszt w postaci przedwczesnej śmiertelności wynikającej z nadużywania alkoholu, to łączna roczna wartość ograniczonych kosztów społeczno-ekonomicznych wynosi 1.420.335.369,14 PLN. **Łączny poziom obniżenia kosztów społeczno-ekonomicznych szacowny jest na ok. 17,70% rocznie.**

XI. Analiza wpływu zmian akcyzy i pozostałych danin publicznych na obniżenie kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania napojów alkoholowych

Obciążenie daninami publicznymi różnych typów wyrobów alkoholowych nie jest skorelowane z poziomem ich wpływu na skalę dostarczania czystego alkoholu do organizmów pijących Polek i Polaków. W strukturze ceny detalicznej udział danin publicznych w różnych wyrobach alkoholowych jest znacznie zróżnicowany. Najwyższy udział danin publicznych jest wódkach, o ponad 50% niższy w piwie, zaś najniższy w winie, który w relacji do wódek stanowi mniej niż 1/3.

Tabela 20. Struktura ceny detalicznej wybranych napojów alkoholowych.

Struktura ceny detalicznej	Wyrób alkoholowy	Udział %	Udział danin publicznych
Wódka 0,5 l, 40% Alk			
Koszt produkcji	2,00	8,09%	
Marże hurtowa i detaliczna	5,32	21,52%	
Akcyza	12,78	51,69%	70,39%
VAT	4,62	18,70%	
Cena wyrobu	24,72	100,00%	
Piwo 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato			
Koszt produkcji	1,40	40%	
Marże hurtowa i detaliczna	0,95	27%	
Akcyza	0,51	15%	33,39%
VAT	0,65	19%	
Cena wyrobu	3,50	100%	
Wino 0,75l 10% alk.			
Koszt produkcji	11,20	43%	
Marże hurtowa i detaliczna	8,80	34%	
Akcyza	1,31	5%	23,05%
VAT	4,90	19%	
Cena wyrobu	26,20	100%	

Źródło: Opracowanie własne.

Z uwagi na odmienne podejście ustawodawcy do podatku akcyzowego dla poszczególnych wyrobów alkoholowych, wpływ zmian akcyzy również ma niejednorodny wpływ na ukształtowanie ostatecznej ceny detalicznej. Najsilniej procentowe zmiany akcyzy wpływają na ceny detaliczne wódki, zaś znacznie słabiej na piwo i wino. Poniżej zaprezentowano docelowe wielkości podatku akcyzowego w wybranych napojach alkoholowych przy zastosowaniu wzrostów od 10 do 100%.

Tabela 21. Oszacowanie wartości akcyzy na wybrane napoje alkoholowe.

Wyrób alkoholowy	Cena w PLN	Obecna akcyza w PLN	Docelowa wysokość akcyzy po jej podwyżce w PLN, wzrosty o:				
			10%	25%	50%	75%	100%
Wódka 0,5 l 40% alk.	24,72	12,78	14,06	15,98	19,17	22,37	25,56
Piwo 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato	3,50	0,51	0,57	0,64	0,77	0,90	1,03
Wino 0,75l 10% alk.	26,20	1,31	1,44	1,63	1,96	2,28	2,61

Źródło: Opracowanie własne.

W przypadku wódki 0,5l 40% przy 25% wzroście akcyzy jej wartość wynosiłaby 15,98 PLN, przy takim wzroście w przypadku piwa 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato 0,64 PLN, zaś dla wina 0,75l 10% alk. 1,63 PLN. Testowane nowe poziomy akcyzy wpływałyby na ukształtowanie się nowych cen detalicznych.

Tabela 22. Oszacowanie docelowych cen detalicznych po zmianach wysokości akcyzy przy zachowaniu dotychczasowych kosztów produkcji i dystrybucji, jak też stawki podatku VAT.

Wyrób alkoholowy	Obecna cena detaliczna w PLN	Docelowa cena (PLN) i poziom jej wzrostu przy podwyższeniu akcyzy o daną wskaźnik									
		0,10		0,25		0,50		0,75		1,00	
Wódka 0,5 l, 40% Alk	24,72	26,29	6,36%	28,65	15,90%	32,58	31,79%	36,51	47,69%	40,44	63,58%
Piwo 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato	3,50	3,58	2,29%	3,67	5,00%	3,83	9,52%	3,99	14,03%	4,15	18,55%
Wino 0,75l 10% alk.	26,20	26,37	0,63%	26,61	1,55%	27,01	3,08%	27,41	4,61%	27,81	6,15%

Źródło: Opracowanie własne.

W analizowanych przypadkach wzrost akcyzy o 100% daje wzrost ceny detalicznej w przypadku:

- wódki o 63,6%;
- piwa o 18,6%;
- wina o 6,15%.

Tabela 23. Oszacowanie wpływu zmiany wielkości podatku akcyzowego na zmianę wielkości popytu na wybrane alkohole.

Wyrób alkoholowy	Wpływ zmiany akcyzy na zmianę wielkości popytu				
	10%	25%	50%	75%	100%
Wódka 0,5 l, 40% Alk	-5,61%	-14,02%	-28,04%	-42,06%	-56,08%
Piwo 0,5l ekstrakt 12 stopni Plato	-1,14%	-2,49%	-4,74%	-6,99%	-9,24%
Wino 0,75l 10% alk.	-0,60%	-1,46%	-2,91%	-4,35%	-5,80%

Źródło: Opracowanie własne.

Najsilniejsza reakcja popytu na zmianę wielkości podatku akcyzowego wystąpi w przypadku wódki, której obciążenie daninami publicznymi jest znaczące, co w powiązaniu na wysoką wartością elastyczności cenowej popytu objawi się znacznymi reakcjami zainteresowania konsumenta. W przypadku piwa ta wrażliwość jest znacznie niższa, nawet przy 50% wzroście akcyzy spadek wielkości popytu wyniósłby 4,74%, zaś przy podwojeniu obecnego obciążenia podatkiem akcyzowym reakcja ta byłaby na poziomie poniżej 10%. Podobna reakcja wystąpiłaby w przypadku wina, gdzie wzrost akcyzy nawet o 100% objawiłby się spadkiem popytu jedynie o 5,8%.

Powyższe dowodzi istnienia ogromnej luki opodatkowania podatkiem akcyzowym w przypadku piwa i wina. Przestrzeń do zwiększania obciążania jest znaczna i nie będzie wpływała znacząco na zmniejszenia wielkości popytu. Spodziewać się tu można zwiększenia wpływów podatkowych do budżetu. Przy jednoczesnym wzroście dochodów konsumentów może okazać się, że w przypadku piwa i wina straty popytowe z uwagi na elastyczność cenową zostaną w znacznej części zrekomensowane przeciwną reakcją wynikającą z elastyczności dochodowej popytu na te wyroby alkoholowe.

Biorąc pod uwagę zidentyfikowane reakcje wybranych wyrobów alkoholowych można oszacować kierunek i wartość łącznej zmiany na podwyżkę podatku akcyzowego. Wartości poszczególnych zmian wielkości popytu zostały skorygowane o strukturę wolumenową sprzedaży wyrobów alkoholowych w Polsce w 2020 r.

Tabela 24. Szacunkowe zmiany wartości rocznych kosztów społecznych i gospodarczych nadużywania alkoholu w Polsce w wyniku podwyższenia podatku akcyzowego na wyroby alkoholowe.

Napój alkoholowy	Udział kategorii w wolumenie sprzedaży napojów alkoholowych w Polsce w 2020 r.	Skorygowany wolumenem sprzedaży wpływ zmiany akcyzy na zmianę popytu				
		10%	25%	50%	75%	100%
Piwo	86,60%	-0,99%	-2,16%	-4,10%	-6,05%	-8,00%
Wino	4,48%	-0,03%	-0,07%	-0,13%	-0,19%	-0,26%
Wyroby spirytusowe	7,14%	-0,40%	-1,00%	-2,00%	-3,00%	-4,00%
Średnia ważona reakcji popytu na zmianę podatku akcyzowego		-1,41%	-3,22%	-6,24%	-9,25%	-12,26%
Wartość zmiany kosztu społeczno-gospodarczego w EUR		-289 723 494,82	-660 353 947,04	-1 278 071 367,40	-1 895 788 787,75	-2 513 506 208,11
Wartość zmiany kosztu społeczno-gospodarczego w PLN		-1 318 241 901,43	-3 004 610 459,01	-5 815 224 721,65	-8 625 838 984,28	-11 436 453 246,92

Źródło: Opracowanie własne.

Powyższe oszacowania wskazują, że nawet istotne zmiany wielkości podatku akcyzowego obciążającego sprzedaż piwa, wina i wyrobów spirytusowych w niewielkim stopniu przekładają się na organicznie wielkości popytu na dany wyrób alkoholowy. Nawet przy dość radykalnym **zwiększeniu akcyzy o 100%** w stosunku do obecnie obowiązujących stawek (*ceteris paribus*) oczekuje się **ograniczenia wielkości popytu rzędu 12,26%**. Jednak ta zmiana może wygenerować aż **11,4 mld PLN ograniczenia kosztów społeczno-gospodarczych** spożywania alkoholu w Polsce. Nawet 10% wzrost akcyzy (*ceteris paribus*) przełoży się na organicznie kosztów społeczno-gospodarczych rzędu 1,3 mld PLN.

Wnioski i rekomendacje

Uzyskane wyniki oparte na ekonometrycznych modelach popytu (cenowych i dochodowych elastyczności popytu na wyroby alkoholowe w Polsce z wykorzystaniem modelu QUAIDS) świadczą o tym, że największe potencjalne korzyści podatkowe można osiągnąć przez podwyższanie akcyzy na piwo. Rosnące dochody Polaków w dużym stopniu przekładają się na zwiększone zainteresowanie konsumpcją piwa. Elastyczność dochodowa piwa wskazuje, iż jest to dobro normalne, na które popyt wzrasta wraz ze wzrostem dochodu. Wyznaczony wskaźnik cenowej elastyczności popytu świadczy o tym, że ewentualny wzrost ceny nie spowoduje dużego zmniejszenia popytu, ale wskaźnik $-0,498$ wskazuje, że podniesienie ceny w pewien sposób będzie zmniejszało popyt.

Obecnie około 70-75% ceny wódki to podatki. W cenie piwa daniny publiczne stanowią natomiast jedynie 30-35% proc, zaś w winie 20-25%.

Z analizy cenowych elastyczności popytu wynika, że wzrost cen może przynieść korzyści finansowe związane z większymi przychodami z podatku akcyzowego.

Ceny napojów alkoholowych od lat rosną w bardzo niewielkim stopniu, niższym, niż ceny żywności i napojów bezalkoholowych. Konsumenci postrzegają napoje alkoholowe jako taniejące. Ale wydatki Polaków na napoje alkoholowe rosną.

W 2020 r. Polacy wydali na napoje alkoholowe 39,26 mld PLN. Osoba pijąca średnio w 2020 r. wydała na napoje alkoholowe 117 PLN miesięcznie, a statystycznie średnio każdy Polak 0+ kwotę 85 PLN.

Na polskim rynku wszystkie trzy podstawowe rodzaje alkoholu cechują się nieelastycznym popytem. Wartości cenowych i dochodowych elastyczności popytu na piwo są znacznie niższe niż na alkohole mocne i wino. Elastyczność cenowa piwa wynosi $-0,498$, alkoholi mocnych $-0,882$ i wina $-0,943$. Elastyczność dochodowa popytu najniższa jest dla piwa wynosząc $0,577$, dla wina niemusującego wynosi $1,177$, a najwyższa jest w przypadku mocnych alkoholi osiągając 1.691 . Piwo w Polsce należy uznać za dobro normalne z kategorii podstawowych. Alkohole mocne i wino niemusujące zaś należą do kategorii dóbr wyższego rzędu (luksusowych).

Sugerowana wartość referencyjnej minimalnej ceny porcji alkoholu wynosi 2,00 PLN za 10 g czystego alkoholu. Wartość ta jest porównywalna z przyjętymi rozwiązaniami w innych państwach na świecie, gdzie taki model ceny minimalnej funkcjonuje.

Wprowadzenie proponowanej wielkości minimalnej ceny referencyjnej porcji alkoholu nie będzie miało negatywnego wpływu na wielkość spożycia piwa o zawartości alkoholu do 4,5%.

Piwa o zawartości alkoholu 4,5 % i powyżej stają się rynkowo wyraźnie mniej atrakcyjnej i popyt na nie spada w krótkim okresie od 2,56% do nawet 70,12% na dany typ piwa. Rozwiązanie to będzie obojętne dla wina i likierów, zaś w przypadku wódki może skutkować ograniczeniem spożycia trunków o najwyższej zawartości alkoholu nawet o 27%.

Powyższa sytuacja doprowadzić powinna w wyniku zadziałania mechanizmu substytucji do przeniesienia się klientów z konsumpcji wysokoprocentowych piw na konsumpcję piw niskoprocentowych. Producenci piw również z uwagi na wysokie minimalne ceny detaliczne piw wysokoprocentowych będą prowadzić politykę wprowadzania na rynek odpowiedników markowych i produktowych o niższych poziomach zawartości alkoholu.

Jednak należy zwrócić uwagę na istniejący mechanizm komplementarności, czyli łączne spożywanie piwa i wódki. Dlatego też istotna jest zmiana ceny napojów alkoholowych w grupie wódek. Analiza wskazuje, że przy założeniu wprowadzenia referencyjnej ceny minimalnej porcji alkoholu na poziomie 2,00 PLN równocześnie przy spadku popytu na piwo (średnio około 37,60%) doszłoby do spadku popytu na wódki nawet do 27,00% w wybranych kategoriach, zaś średnio o 9,00%.

Łączna wartość kosztów społeczno-ekonomicznych wynikających ze spożywania alkoholu w Polsce szacowana jest na 93,3 mld PLN, czyli 20,5 mld EUR.

Zidentyfikowane koszty rażąco przewyższają korzyści płynące z pozyskiwania akcyzy ze sprzedaży alkoholu. W 2020 r. przychody budżetu państwa z tytułu podatku akcyzowego od napojów alkoholowych wzrosły o 10,7% do 13,4 mld PLN i stanowiły 18,6% całkowitych dochodów budżetowych z podatku akcyzowego. Tym samym **różnica między przychodami budżetowymi a kosztami społeczno-**

ekonomicznymi wynosi ponad **79,9 mld PLN** rocznie, co stanowi **3,45% PKB** z 2020 r.

Powyższe potwierdza hipotezę Ledermanna, według której **liczba osób pijących nadmiernie rośnie kwadratowo wraz ze wzrostem przeciętnego spożycia alkoholu, a koszty walki ze skutkami alkoholizmu kilkakrotnie przewyższają wpływy z akcyzy i stanowią nawet 3-5% PKB**¹⁵⁸.

Pomijając największą pozycję kosztową, jaką jest przedwczesna śmiertelność wynikająca z nadużywania alkoholu otrzymujemy nadwyżkę wpływów z akcyzy nad kosztami w wysokości jedynie 4,1 mld PLN. Przekłada się na „akcyzową wycenę życia ludzkiego” w wartości 117.142,9 PLN, przy realnym koszcie życia w wysokości 2,4 mln PLN, otrzymujemy tym samym „akcyzową stratę na utracone życie” rzędu 2,28 mld PLN.

Przy założeniu udziałów w spożyciu napojów alkoholowych w 2019 r. w proporcjach: 54,6% piwa, 7,8% wina oraz łącznie wódki i likiery 37,8%, łączna ważona strukturą spożycia zmiana popytu na napoje alkoholowe powinna przy zastosowaniu ceny minimalnej alkoholu o wartości 2,00 PLN za 10 g czystego alkoholu (porcja referencyjna) przy uwzględnieniu cenowej elastyczności popytu Marshalla wynieść ok. **-24,0%**.

Analizy wskazują, że w wyniku wprowadzenia referencyjnej ceny minimalnej w wysokości 2,00 PLN i wynikających z niej zmian cen na poszczególne napoje alkoholowe, nastąpi łączny spadek popytu na piwa o 37,6%, w przypadku wina takie spadki będą nieidentyfikowane, zaś w przypadku wódki osiągnęły wartość 9,0%.

Łączne **roczne ograniczenie kosztów społeczno-ekonomicznych spożywania alkoholu w Polsce** w wyniku zastosowania referencyjnej ceny minimalnej w wysokości 2,00 PLN wynosi **16,5 mld PLN** wobec wszystkich zidentyfikowanych w opracowaniu kosztów. Po pominięciu kosztu w postaci przedwczesnej śmiertelności wynikającej z nadużywania alkoholu, łączna roczna wartość ograniczonych kosztów społeczno-ekonomicznych wyniesie 1,4 mld PLN. Tak istotna wartość korzyści z pomniejszenia kosztów społeczno-ekonomicznych powinna jednoznacznie ukierunkować prace analityczne i legislacyjne w kierunku

¹⁵⁸ Lederman, 1956.

szybkiego wprowadzenia proponowanych rozwiązań. **Łączny poziom obniżenia kosztów społeczno-ekonomicznych szacowany jest na ok. 17,70% rocznie.**

Najistotniejsze dla rynku alkoholi **zakłócenia rynku wynikają z ustanowionych przez państwo przepisów w zakresie: podatku akcyzowego, zakazów sprzedaży oraz ograniczenia reklamy i promocji.** Ze względu na zróżnicowane zasady obliczania akcyzy dla poszczególnych rodzajów napojów alkoholowych, jej wysokość, w przeliczeniu na jednostkę alkoholu zawartego w napoju spirytusowym, może być nawet trzy-czterokrotnie wyższa niż w przypadku identycznej jednostki alkoholu zawartego w piwie.

Zidentyfikowano istotny poziom dysproporcji pomiędzy udziałem w generowaniu podatku akcyzowego a skalą negatywnego oddziaływania na zdrowie i życie Polek i Polaków poprzez dostarczenie do ich organizmów czystego alkoholu przez wina a szczególnie istotnie przez piwo. Przestrzeń do zwiększenia obciążenia akcyzowego w przypadku piwa i wina jest znaczna. Szacuje się, że aby zrównać proporcje dostarczanego alkoholu i obciążenia akcyzą (*ceteris paribus*) piwo powinno dostarczyć w 2020 r. dodatkowo 10.084.552 tys. PLN wartości akcyzy, czyli należałoby zwiększyć obciążenie akcyzą o 385,85%, zaś wino powinno dostarczyć 1.467.569 tys. wartości akcyzy i tym samym należałoby zwiększyć obciążenie akcyzy o 443,53%.

Nawet istotne zmiany wielkości podatku akcyzowego obciążającego sprzedaż piwa, wina i wyrobów spirytusowych w niewielkim stopniu przekładają się na organicznie wielkości popytu na dany wyrób alkoholowy. Przy dość radykalnym **zwiększaniu akcyzy o 100%** w stosunku do obecnie obowiązujących stawek (*ceteris paribus*) oczekuje się **ograniczenia wielkości popytu rzędu 12,23%**. Jednak ta zmiana może wygenerować aż **11,4 mld PLN ograniczenia kosztów społeczno-gospodarczych** spożywania alkoholu w Polsce. Nawet 10% wzrost akcyzy (*ceteris paribus*) przełoży się na organicznie kosztów społeczno-gospodarczych rzędu 1,3 mld PLN.

Należy również zauważyć, że wprowadzone rozwiązania w formule opłaty cukrowej i od tzw. małek (napoi alkoholowych w opakowaniach jednostkowych o ilości nominalnej napoju nieprzekraczającej 300 ml) są dotychczas również nieskuteczne. Ich skuteczność została organicznie zbyt niską wartością obciążenia nakładanego na opakowanie wyrobu alkoholowego. Wartość obciążania powinna być

skorelowana z wyliczeniami referencyjnej ceny minimalnej na alkohol. Problemem stało się również nietrafne zdefiniowanie pojemności opakowań, co skutkowało poszerzeniem oferty wyrobów nieznacznie przekraczających objętością powyższe limity, w tym szeroką ofertę wyrobów półlitrowych.

Gdyby w tym modelu zastosowano mechanizm referencyjnej ceny minimalnej na alkohol wówczas ucieczka od niskich pojemności byłaby niezasadna. Postuluje się, aby cena referencyjna na alkohol miała charakter progresywny, czyli obciążała istotnie małe pojemności oraz zmniejszała obciążenie wraz ze wzrostem pojemności (zmniejszenie dotyczyłoby stawki referencyjnej, jednak wyrób alkoholowy o większej pojemności byłby znacznie obciążony z uwagi na zawartość alkoholu). Celem tego rozwiązania byłoby utrzymanie wolności handlu jednak przy utrudnieniu w dostępie do alkoholu dla klientów zainteresowanych codziennymi transakcjami i jego spożywaniem od rana, czy też anonimowo – tzw. *anonimowość spożycia* to możliwość spożywania alkoholu w ukryciu, która ułatwiana jest poprzez ofertę zakupu napojów alkoholowych w małych opakowaniach dających możliwość ukrycia kupowanego a następnie spożywanego wyrobu.

W powyższym mechanizmie można by zastosować doświadczenia ekonomii behawioralnej i ustawowo wymusić sprzedaż wyrobów alkoholowych w pojemnościach większych niż 0,5 l lub nawet 0,75 l. Zakaz sprzedaży wyrobów alkoholowych w opakowaniach poniżej 0,5 l ograniczałby *anonimowość spożycia* oraz dostępność małych ilości alkoholu w niższych cenach.

Alternatywnym rozwiązaniem byłoby zastosowanie nakazu dokonywania transakcji wyrobów alkoholowych w formule: *jedno opakowanie = jedna transakcja = jeden paragon fiskalny*. Każdy produkt musiałby zostać zakupiony w ramach oddzielnej transakcji. Wydłużałoby to znacznie czas dokonywania zakupów poprzez mnogość transakcji i zniechęcałoby do zakupu.

Należy podkreślić, że wprowadzanie zmian w opodatkowaniu wyrobów alkoholowych ma sens tylko wówczas, gdy jednocześnie ograniczona zostanie dostępność alkoholu pochodzącego z nielegalnych źródeł (obecnie zmiany cen, szczególnie mocnych alkoholi, w największym stopniu przekładają się na wzrost spożycia nierejestrowanego).

Wskazane jest dalsze pogłębianie badań w analizowanym zakresie, szczególnie w obszarze identyfikacji związków popytowo-cenowych między poszczególnymi typami napojów alkoholowych, zmianami postaw konsumentów i konsekwencjami powyższych propozycji dla finansów publicznych (wpływów podatkowych do budżetu państwa). Można oczekiwać, że proponowany model interwencji w postaci referencyjnej minimalnej ceny alkoholu pozytywnie wpłynie na przychody z podatku VAT i będzie obojętny wobec podatku akcyzowego. Nawet znaczne zmiany w podatku akcyzowym jedynie częściowo zrealizują korzyści redukcji kosztów społeczno-gospodarczych wynikające z zastosowania powyższego rozwiązania. Jednak równocześnie mogą stanowić istotne źródło finansowania kosztów społeczno-gospodarczych z uwagi na podwyższenie wpływów do budżetu państwa.



Literatura

1. ALICE RAP (2014). *Addiction and Lifestyles in Contemporary Europe: Reframing Addictions Project (ALICE RAP). Social costs: a report specifying the costs of addiction to societies.* Deliverable 6.1, Work Package 6. December 2014.
2. Barosz, M. (2019). *Wzorce konsumpcji alkoholu. Raport z badań socjologicznych przeprowadzonych w Gdańsku w 2019 roku.* Kawle Dolne: Wydawnictwo Zakładu Realizacji Badań Społecznych Q&Q.
3. Bartoszewicz A., Klimkiewicz A., Obłąkowska K. (2021), *Polska zalana piwem. Analiza ewolucji modelu spożycia alkoholu w Polsce – przyczyny i skutki.* Warszawa: Instytut Jagielloński.
4. Begg D. (2007). *Mikroekonomia.* Warszawa: Polskie Wydawnictwo ekonomiczne.
5. Bereza B. i Pawęzka J. (2017). *Choroba alkoholowa jako czynnik ryzyka wystąpienia traumy w rodzinie*, w: *Fides et Ratio*, 3(31).
6. Bittschi B., Fortin I., Koch S. P., Sellner R., Loretz S., & Zwirn G. (2019). *Price elasticities and implied tax revenue for alcoholic beverages: Evidence from Poland, France and Spain.* Wien: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung / Austrian Institute of Economic Research
7. businessInsider (2018). Rząd chce ograniczyć reklamę piwa w telewizji. Data publikacji: 12.04.2018. < <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/reklama-piwa-w-telewizji-rzad-chce-ograniczen/ffply0w> <https://businessinsider.com.pl/finanse/handel/reklama-piwa-w-telewizji-rzad-chce-ograniczen/ffply0w> [15.04.2021]
8. CBOS (2004). *Postrzegane zmiany cen i ich konsekwencje dla konsumpcji*, Komunikat z badań, BS/121/2004, Warszawa, lipiec 2004.
9. CBOS (2019). *Konsumpcja alkoholu w Polsce. Grudzień 2019.* < https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_151_19.PDF [05.04.2021]
10. CDC (2020a) / Centers for Disease Control and Prevention (2020a). *Advise about Risky Alcohol Use.* Data publikacji: 19.06.2020. < <https://www.cdc.gov/ncbddd/fasd/features/reduce-risky-alcohol-use.html> [11.04.2021]
11. CDC (2021b) / Centers for Disease Control and Prevention (2021b). *Odpowiedź na pytanie autorów raportu dotyczące liczby gramów czystego alkoholu w tzw. standardowym drinku w normie CDC.* [22.04.2021]
12. Czapiński, J. i Panek, T. (2015) (red.). *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków.*
13. Deloitte (2018). *Podsumowanie analizy wybranych wskaźników wpływu przemysłu piwowarskiego na polską gospodarkę i otoczenie.*
14. Dodziuk van Kooten A. i Spaczyńska E. (2020). *Rodzina alkoholowa. Jak ją lepiej zrozumieć?* Warszawa: Difin
15. Dróżka W. (2019). *10 mitów na temat alkoholu. Większość z nas ciągle w nie wierzy.* Data publikacji: 30.12.2019. <<https://zdrowie.radiozet.pl/Psychologia/Nalogi/10-mitow-na-temat-alkoholu.-Większosc-z-nas-ciagle-w-nie-wierzy>> [05.06.2021]
16. European Commission (2009). *The Affordability of alcoholic beverages in the European Union. Understanding the link between alcohol affordability, consumption and harms. Technical Report*, RAND Europe.
17. EY (2016). *Wpływ polityki akcyzowej na rynek alkoholu i dochód budżetowe w Polsce. Wyniki analizy.*
18. faktykaliskie.pl (2021). *Polacy umierają przedwcześnie przez nadużywanie alkoholu. Naukowe badanie kaliskiej PWSZ docenione w kraju.* <<https://www.faktykaliskie.pl/wiadomosci/zdrowie/polacy-umieraja-przedwcześnie-przez-naduzywanie-alkoholu-naukowe-badanie-kaliskiej-pwsz-docenione-w-kraju,429.html>> [12.04.2021]
19. Fal M. (2020) (red.). *Alkohol w Polsce. Kontekst społeczny, rynkowy i legislacyjny.* Warszawa: Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej.
20. Fudała J. i Dąbrowska K. (2013). *Środowisko pracy a alkohol. Działania profilaktyczne i aspekty prawne.* Warszawa: Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych.

21. Fudała J. (2018). *Bezpieczne picie alkoholu*. Data publikacji: 30.12.2018. <<https://www.mp.pl/pacjent/psychiatria/uzaleznienia/69551,bezpieczne-picie-alkoholu>> [11.04.2021]
22. Gallet C.A. (2007). *The demand for alcohol: a meta-analysis of elasticities*. The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics, nr 51, s. 121–135.
23. Griffith R., Leicester A., O'Connell M., *Price-based measures to reduce alcohol consumption*, Institute for Fiscal Studies, March 2013.
24. Grochot A. (2019). *Prawie 5 mln Polaków pije alkohol 4 razy w tygodniu*. Data publikacji: 18.09.2019. <<https://www.rmf24.pl/fakty/polska/news-prawie-5-mln-polakow-pije-alkohol-4-razy-w-tygodniu,nld,3210201>> [06.04.2021]
25. GUS, 2016. Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych. Opracowanie sygnałne.
26. GUS / Główny Urząd Statystyczny (2020a). *Rynek wewnętrzny w 2019 r.* Warszawa <https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5466/7/26/1/rynek_wewnetrny_2019.pdf> [18.03.2021]
27. GUS (2020b) / Główny Urząd Statystyczny (2020b). Tabela 4. Ludność według płci i roku urodzenia. Stan w dniu 30.04.2020
28. GUS, (2020c) / Główny Urząd Statystyczny (2020c). *Infografika – Międzynarodowy Dzień Piwa i Piwowara (7.08.2020)*. Data publikacji: 07.08.2020. <<https://stat.gov.pl/infografiki-widzety/infografiki/infografika-miedzynarodowy-dzien-piwa-i-piwowara-7-08-2020,58,3.html>> [16.06.2021]
29. GUS (2020d). *Rocznik Demograficzny*.
30. GUS (2020e), *Rocznik Statystyczny Przemysłu*.
31. GUS, 2021. Wskaźniki cen towarów i usług konsumpcyjnych w grudniu 2020 r.
32. GUS (2021b) / Główny Urząd Statystyczny (2021b). Informacja o rynku pracy w czwartym kwartale 2020 roku (dane wstępne).
33. GUS (2021c). *Handel zagraniczny. Obroty ogółem - wyszczególnienie według nomenklatury towarowej*. <http://swaid.stat.gov.pl/HandelZagraniczny_dashboards/Raporty_konstruowane/RAP_SWAID_HZ_3_4.aspx> [20.07.2021]
34. Hagger M.S., Lonsdale A.J., Baggott R., Penny G., Bowen M. (2009). *The Cost of Alcohol: A Minimum Price per Unit of Alcohol, Report 2009*.
35. hurtidet.pl (2019). *Polacy kupują miliard „małpek” rocznie*. Data publikacji: 05.04.2019. <https://hurtidet.pl/article/art_id,25465-107/polacy-kupuja-miliard-malpek-rocznie/> [06.04.2021]
36. IBRiS (2019a). „Opinie Polaków o alkoholu” (luty 2019), w: wirtualnemedi.pl (2019). Badanie IBRiS: Potrzebna jest większa świadomość dotycząca alkoholu. Data publikacji: 26.07.2019. <<https://www.wirtualnemedi.pl/centrum-prasowe/artikul/badanie-ibris-potrzebna-jest-wieksza-swiadomosc-dotyczaca-alkoholu>> [08.04.2021]
37. IBRiS, (2019b), *Opinie Polaków o alkoholu* (październik 2019), w: spirits.com.pl, 2020. Picie zaczynamy od piwa. Data publikacji: 10.01.2020. <<https://spirits.com.pl/picie-zaczynamy-od-piwa/>>[08.04.2021]
38. IERiGŻ-PIB / Zakład Badań Rynkowych IERiGŻ-PIB (2018). *Rynek wyrobów alkoholowych. Stan i perspektywy*.
39. interiabiznes (2021). Wartość segmentu piw bezalkoholowych przekroczyła 1 mld zł. Data publikacji: 19.02.2021. <<https://biznes.interia.pl/gospodarka/news-wartosc-segmentu-piw-bezalkoholowych-przekroczyla-1-mld-zl,nld,5057559>> [05.04.2021]
40. JASPERS (2008). *Niebieska Księga Infrastruktura Drogowa*, Warszawa.
41. Jaśkiewicz (2020). *7 najpowszechniejszych stereotypów związanych z alkoholem*. Data publikacji: 06.2020. <<https://osrodeknowezycie.pl/blog/stereotypy-dotyczace-alkoholizmu/>> [15.07.2021]
42. Juszczynska, J. (2021). *Osoby pracujące w tych zawodach piją najwięcej alkoholu. Ranking od najrzadziej pijących*. Data publikacji: 10.01.2021. <<https://pomorska.pl/osoby-pracujace-w-tych-zawodach-pija-najwiecej-alkoholu-ranking-od-najrzadziej-pijacych-lista/ar/c11-15365945>> [25.04.3021]

43. Kacperska J. (2021). *Wpływ alkoholu na układ nerwowy, czym jest otępienie alkoholowe?* <<https://www.psychiatria.pl/artukul/wplyw-alkoholu-na-uklad-nerwowy-czym-jest-otepienie-alkoholowe/14916>> [15.07.2021]
44. Kaczyńska, M. (2019). Pijemy coraz więcej alkoholu. Zdradliwe „małpki” zastawiły pułapkę. Data publikacji: 15.07.2019. <<https://plus.gloswielpolski.pl/pijemy-coraz-wiecej-alkoholu-zdradliwe-malпки-zastawily-pulapke/ar/c11-14269485>> [23.04.2021]
45. Klecka, M. Janas-Kozik, M., Krupka-Matuszczyk, I. (2010). *Rozwój diagnostyki poalkoholowego spektrum zaburzeń rozwojowych – przegląd narzędzi diagnostycznych*, „Psychiatria i Psychologia Kliniczna” nr. 14/4.
46. kobieta.wp.pl (2010). Piwo to nie jest alkohol. Data publikacji: 02.11.2010. <<https://kobieta.wp.pl/piwo-to-nie-jest-alkohol-5982405680014465a>> [15.04.2021]
47. Komenda Główna Policji, Biuro Ruchu Drogowego (2021). *Wypadki drogowe w Polsce w 2020 r.* Warszawa. <<https://statystyka.policja.pl/st/ruch-drogowy/76562,wypadki-drogowe-raporty-roczne.html>>
48. Komenda Główna Policji, Biuro Ruchu Drogowego (2019). *Wypadki drogowe w Polsce w 2018 r.* Warszawa.
49. Komisja Europejska (2020). *How alcohol prices vary across the EU.* Data publikacji: 08.09.2020. <<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200908-1>> [15.06.2021]
50. Koper M. i Wojnar M. (2017). *Epidemiologia problemów i zaburzeń związanych z używaniem alkoholu*, w: M. Wojnara (red.), *Medyczne aspekty uzależnienia od alkoholu*, Warszawa: PARPA.
51. KRBRD (2019) / Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, Instytut Badawczy Dróg i Mostów. *Wycena kosztów wypadków i kolizji drogowych na sieci dróg w Polsce na koniec roku 2018, z wyodrębnieniem średnich kosztów społeczno-ekonomicznych wypadków na transeuropejskiej sieci transportowej.* Warszawa. <<https://www.krbrd.gov.pl>>
52. Lederman S. (1956). *Alcool, alcoolisme, alcolisation (alcohol, alcoholism, alcoholisation)*, Vol 1, Institut National d'études Demographiques, Travaux et Documents. Cahier, 1956.
53. Majkowska M. (2008). *Wyższe stawki wprowadzi rozporządzenie.* Data publikacji: 05.12.2008. <<https://podatki.gazetaprawna.pl/artykuly/99039,wyzsze-stawki-wprowadzi-rozporzadzenie.html>> [16.04.2021]
54. Malczewski A. (red.) (2018). *Raport o stanie narkomanii w Polsce 2018.* Krajowe Biuro ds. Przeciwdziałania Narkomanii. Warszawa.
55. Mankiw N.G., Taylor M.P (2009)., *Mikroekonomia.* Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
56. Mazurkiewicz, 2021. *Alkohol w rok zdrożał o 40 proc. To efekt nowych podatków.* Data publikacji: 23.03.2021. <<https://www.rp.pl/Przemysl-spozywczy/210329814-Alkohol-w-rok-zdrozal-o-40-proc-To-efekt-nowych-podatkow.html>> [15.06.2021]
57. medonet (2020). *Spożycie alkoholu w Polsce.* Data publikacji: 31.12.2020. <https://www.medonet.pl/narodowy-test-zdrowia-polakow/zyj-zdrowiej,spozycie-alkoholu-w-polsce--infografika-artikul,93788059.html?utm_source=www.medonet.pl_viasg_medonet&utm_medium=referal&utm_campaign=leo_automatic&srcc=ucs> [05.04.2021]
58. MF (2021) / Ministerstwo Finansów, Departament Podatków Dochodowych, (2021) *Informacja dotycząca rozliczenia podatku dochodowego od osób fizycznych za 2019 rok.* <<https://www.podatki.gov.pl/pit/abc-pit/statystyki/>>
59. Ministry of Justice (2014). *The Effectiveness of Alcohol Pricing Policies. Reducing harmful alcohol consumption and alcohol-related harm*, Wellington.
60. money.pl (2003). MF może obniżyć akcyzę na alkohol. Data publikacji: 07.05.2003. <https://www.money.pl/podatki/wiadomosci/artikul/mf;moze;obnizyc;akcyze;na;alkohol,27,0,37915.html>
61. Nielsen (2018). *Napoje alkoholowe w Polsce, Aktualny obraz rynku.* <<https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/nielsen-alkoraport-report.pdf>> [06.04.2021]
62. NIK (2018) / Najwyższa Izba Kontroli (2018). *Prawo o kuratorach sądowych do poprawki.* Data publikacji: 18.09.2018. <<https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/kuratorzy-sadowi.html>>

63. NIK (2019) / Najwyższa Izba Kontroli (2019). *Profilaktyka Uzależnień od Alkoholu i Narkotyków. Informacja o wynikach kontroli*. < <https://www.nik.gov.pl/plik/id,21351,vp,23991.pdf>>
64. NIK (2019b) / Najwyższa Izba Kontroli (2019b). *Stan organizacyjny Krajowej Administracji Skarbowej, Informacja o wynikach kontroli*, KBF.430.012.2019, NIK, 2019.
65. NielsenIQ (2021), w: dlahandlu.pl (2021). *Jak zmieniała się liczba sklepów w latach 2018-2020*. Data publikacji: 02.03.2021. <<https://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/wiadomosci/jak-zmieniala-sie-liczba-sklepow-w-latach-2018-2020,96149.html>> [23.03.2021]
66. Nogała A. (2019). *Biała Księga branży alkoholowej*. Data publikacji: 05.09.2019. < <https://raportcsr.pl/biala-ksiega-branzy-alkoholowej/>> [15.04.2021]
67. Obłąkowska K. (2017). Zawodności rynku jako źródło zapotrzebowania na politykę publiczną, w: Luszniwicz, J. i Obłąkowska, K. (red.). *Polityka publiczna – doświadczenia i wyzwania*. Warszawa: OW SGH.
68. OECD (2015). *Tacking Harmful Alcohol Use. Economics and public health policy*.
69. Omilianowicz M. (2020). *Mistrzyni kamuflażu. Jak piją Polki*. Mova
70. Opolska Z. (2021). Prof. Witold Zatoński: To nie jest kraj dla długo żyjących. Data publikacji: 19.01.2021. <<https://www.medonet.pl/zdrowie/prof--witold-zatonski--to-nie-jest-kraj-dla-dlugozyjacych,artykul,16801535.html>> [08.04.2021]
71. Palicka, I., Śmigiel, R., Pesz, K., Janas-Kozik, M., Klecka, M. (2016). *Diagnostyka FASD według 4-cyfrowego Kwestionariusza Diagnostycznego S. Astley – znaczenie badania neuropsychologicznego*, w: „Standardy Medyczne / Pediatria”, t.13, z. 1,
72. pap-mediroom.pl (2016). CBOS: dorośli lekceważą picie alkoholu przez niepełnoletnich. Data publikacji: 07.07.2016. < <https://pap-mediroom.pl/inne/cbos-dorosli-lekcewaza-picie-alkoholu-przez-niepelnoletnich>> [17.04.2021]
73. PARPA (2021a) / Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (2021a). *Statystyki*. <<http://www.parpa.pl/index.php/badania-i-informacje-statystyczne/statystyki>> [06.04.2021]
74. PARPA (2021b) / Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (2021b). *Statystyki*. <[http://www.parpa.pl/index.php/33-analzy-badania-raporty/132-statystyki#:~:text=Statystyki%20%20%20%20%20%20,%201.250-1.750%20os%C3%B3b%20i%20more%20rows](http://www.parpa.pl/index.php/33-analzy-badania-raporty/132-statystyki#:~:text=Statystyki%20%20%20%20%20%20%20,%201.250-1.750%20os%C3%B3b%20i%20more%20rows)> [06.04.2021]
75. PARPA (2021c) / Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (2021c). *Problemy alkoholowe w rodzinie*. < <http://www.parpa.pl/download/rozdzial06.pdf>> [06.04.2021]
76. Ptak-Igłowska A. (2019). *Szybko rośnie popyt na niszowe trunki*. Data publikacji: 12.07.2019. <<https://www.rp.pl/Przemysl-spozywczy/307119858-Szybko-rosnie-popyt-na-niszowe-trunki.html>> [05.04.2021]
77. Podgórska J. (2017). *W jakich sytuacjach kobiety zaglądają do kieliszka*. Data publikacji: 14.02.2017. <<https://www.polityka.pl/jamyoni/1693422,1,w-jakich-sytuacjach-kobiety-zagladaja-do-kieliszka.read>> [05.04.2021]
78. Informacyjny Serwis Policyjny (2020). *Liczba policjantów w polskiej Policji – fakty*. Data publikacji: 14.01.2020. < <https://isp.policja.pl/isp/aktualnosci/14927,Liczba-policjantow-w-polskiej-Policji-fakty.html>> (dane Komendy Głównej Policji)
79. politykzdrowotna.com (2019). *Umieralność w Polsce. Najczęstsze przyczyny zgonów*. Data publikacji: 07.08.2019. <<https://www.politykzdrowotna.com/48211,umieralnosc-w-polsce-najczestsze-przyczyny-zgonow>> [12.04.2021]
80. Rada Ministrów (2021). *Sprawozdanie z wykonania budżetu państwa za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 r. Omówienie*. Warszawa.
81. RARHA (2016) / Reducing Alcohol Related Harm (2016). *Comparative monitoring of alcohol epidemiology across the EU*. Moskałewicz J., Romm R. i Thom B. (red.). <<http://www.rarha.eu/NewsEvents/LatestNews/Lists/LatestNews/Attachments/36/Comparative%2>

- omonitoring%20of%20alcohol%20epidemiology%20across%20the%20EU%20%E2%80%93%2027.02.pdf> [26.03.2021]
82. Rudziński, L. (2020). *Coraz więcej Polaków umiera przez alkohol. Czy zwiększenie akcyzy na napoje wysokoprocentowe rozwiąże problem*. Data publikacji: 05.03.2020. <<https://polskatimes.pl/coraz-wiecej-polakow-umiera-przez-alkohol-czy-zwiekszenie-akcyzy-na-napoje-wysokoprocentowe-rozwiaze-problem/ar/c1-14838406>> [20.05.2021]
 83. Rynki Alkoholowe (2014). *Sprzedaż wódki w sklepach detalicznych*.
 84. Samuelson P.A., Nordhaus W. D. (2014). *Ekonomia*, Poznań: Rebis.
 85. Scottish Government (2021). *Alcohol and drugs. Minimum unit pricing*. <<https://www.gov.scot/policies/alcohol-and-drugs/minimum-unit-pricing/>> [05.06.2021]
 86. Silczuk A. (2020). *Pandemia. Czy w Polsce zmienił się model picia?*. Data publikacji: 25.11.2020. < <https://zdrowie.pap.pl/piorem-eksperta/uzaleznienia/pandemia-czy-w-polsce-zmienil-sie-model-picia>> [07.04.2021]
 87. Sowa S. (2020). *Piwo bezalkoholowe: czy jest bezpieczne dla zdrowia?* Data publikacji: 07.08.2020. <<https://zdrowie.radiozet.pl/W-zdrowym-ciele/Zdrowe-zywienie/Zasady-zywienia/Piwo-bezalkoholowe-a-zdrowie.-Czy-piwo-bezalkoholowe-tuczy>> [14.04.2021]
 88. Sierosławski J. (2020). *Używanie alkoholu i narkotyków przez młodzież szkolną. Raport z ogólnopolskich badań ankietowych zrealizowanych w 2019 r.* <<https://www.parpa.pl/images/file/Raport%20ESPAD%202019%20POLSKA-rev.pdf>> [28.04.2021]
 89. Stomma, L (2015). *Polskie złudzenia narodowe*. Warszawa: Iskry.
 90. stopuzaleznieniom.pl (2019). *Alkohol zabija co 10 sekund. Umieralność w wyniku spożycia alkoholu*. Data publikacji: 29.05.2019. <<https://stopuzaleznieniom.pl/artykuly/fakty-o-alkoholu/alkohol-zabija-co-10-sekund-umieralnosc-w-wyniku-spozycia-alkoholu/>> [12.04.2021]
 91. stopuzaleznieniom.pl (2020a). *Zespół FAS – na czym polega rehabilitacja i czy zawsze jest możliwa?* Data publikacji: 30.09.2020. < <https://stopuzaleznieniom.pl/artykuly/czy-pije-ryzykownie/zespol-fas-na-czym-polega-rehabilitacja-i-czy-zawsze-jest-mozliwa/>> [12.04.2021]
 92. stopuzaleznieniom.pl (2020b). *Piwo bezalkoholowe – czy przyzwalanie jest wychowawcze?* Data publikacji: 23.12.2020. < <https://stopuzaleznieniom.pl/czy-pije-ryzykownie-2/picie-w-mlodym-wieku/poradnik-dla-rodzicow/piwo-bezalkoholowe-czy-to-wychowawcze/>> [28.04.2021]
 93. Synergion (2019). *Dokąd płynie mała wódka?* <<https://synergion.pl/czytelnia/raport-z-badan-rynku-dokad-plynie-mala-wodka/>> [12.04.2021]
 94. Szczerbiński P. (2021). *Wódka w sklepach małopformatowych*. <<http://www.cmr.com.pl/en/wodka-sklepach-malofmatowych/>> [07/04/2021]
 95. Szpital Uniwersytecki nr 2 w Bydgoszczy (2021). *Czy picie alkoholu ma wpływ organizm?* < https://www.biziel.umk.pl/assets/files/CZY_PICIE_ALKOHOLU_MA_WPLYW_NA_ORGANIZM.pdf> [17.04.2021]
 96. Świątkiewicz G. (2012). *Rozpowszechnienie zaburzeń związanych z alkoholem w: Kondycja psychiczna mieszkańców Polski. Raport z badań „Epidemiologia zaburzeń psychiatrycznych i dostępność psychiatrycznej opieki zdrowotnej. EZOP – Polska”, red. J. Moskalewicz, A. Kiejna, B. Wojtyniak*. Warszawa: Instytut Psychiatrii i Neurologii
 97. Święcki A. (2004). *Historia i klasyczne ujęcie alkoholizmu*. Data publikacji: 10.04.2004. < <http://psychologia.net.pl/artykul.php?level=41>> [12.04.2021]
 98. Terapie Tu i Teraz (2019). *Czy istnieje bezpieczna dawka alkoholu?* Data publikacji: 14.02.2019. < <https://www.alkoholizm.org.pl/czy-istnieje-bezpieczna-dawka-alkoholu/#:~:text=Standardowa%20dawka%20alkoholu.%20Standardowa%20dawka%20alkoholu%20to%2010,200%20g%20piwa%205%25.%20100%20g%20wina%2010%25.>> [17.06.2021]
 99. Trąbski, R. (2017). *Ku trzeźwości narodu czy ku maksymalizacji wpływów z akcyzy?* Data publikacji: 16.06.2017. <<https://mises.pl/blog/2017/06/16/trabski-ku-trzezwosci-narodu-czy-ku-maksymalizacji-wplywow-z-akcyzy/>> [15.04.2021]
 100. USDA i HHS (2019) / U.S. Department of Agriculture i U.S. Department of Health & Human Services (2019). *Dietary Guidelines for Americans 2020-2025*.

101. University of Sheffield (2008). *Independent Review of The Effects of Alcohol Pricing and Promotion: Part B. Modelling the Potential Impact of Pricing and Promotion Policies for Alcohol in England: Results from the Sheffield Alcohol Policy Model Version 2008(1-1)*.
102. University of Sheffield (2012). *Model-based appraisal of alcohol minimum pricing in Ontario and British Columbia. A Canadian adaptation of the Sheffield Alcohol Policy Model version 2*.
103. University of Sheffield (2013). *Modelled income group-specific impacts of alcohol minimum unit pricing in England 2014/15: Policy appraisals using new developments to the Sheffield Alcohol Policy Model (v2.5)*.
104. Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (Dz.U. 1982 nr 35 poz. 230 z późniejszymi zmianami).
105. Ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. o zmianie ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o opłacie skarbowej (Dz.U. 2001 nr 60 poz. 610).
106. Ustawa z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (Dz. U. z 2019 r. poz. 864 ze zm.)
107. Ustawa z dnia 10 stycznia 2018 r. o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni; Rozporządzenie w sprawie minimalnego wynagrodzenia.
108. Ustawa z dnia 19 lipca 2019 r. o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności i inne.
109. wayoflife.pl (2014). Piwo to nie alkohol? Data publikacji: 28.08.2014. <<https://wayoflifestyle.pl/piwo-to-nie-alkohol/>> [15.04.2021]
110. wirtualnemedi.pl (2018). *Polska w czołówce emisji reklam alkoholu w telewizji. „Ma to wpływ na zachowanie młodych ludzi”*. Data publikacji: 10.07.2018. Data publikacji: <<https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/polska-w-czolowce-emisji-reklam-alkoholu-w-telewizji-ma-to-wplyw-na-zachowanie-mlodych-ludzi>> [15.04.2021]
111. World Bank (2021). *Alcohol consumption per person, 2016*. <<https://ourworldindata.org/grapher/total-alcohol-consumption-per-capita-litres-of-pure-alc>> [06.04.2021]
112. WHO, 2010 // World Health Organisation (2010). *Global strategy to reduce the harmful use of alcohol*
113. WHO (2017) / World Health Organisation (2017). *Resource tool on alcohol taxation and pricing policies*.
114. WHO (2018) / World Health Organization (2018). *Global status report on alcohol and health 2018*.
115. WHO (2021a) / World Health Organisation (2021a). *Alcohol total per capita (15+) consumption (in liters of pure alcohol) (SDG Indicator 3.5.2)*. <[https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-\(recorded-unrecorded\)-alcohol-per-capita-\(15-\)-consumption](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/total-(recorded-unrecorded)-alcohol-per-capita-(15-)-consumption)> [06.04.2021 i 18.06.2021]
116. WHO (2021b) / World Health Organisation (2021b). *Alcohol*. <https://www.who.int/substance_abuse/facts/alc> [06.04.2021]
117. Wolak J., *Popyt na alkohol w Polsce: wyniki estymacji modelu AQUAIDS, Metody Ilościowe w Badaniach Ekonomicznych, Tom XVI/4, 2015, s. 211-220*.
118. Wolak J., Pocijewski G. (2011). *Analiza popytu na alkohol w Polsce z zastosowaniem modelu korekty błędem AIDS*, *Ekonomia Menedżerska*, nr 10, s. 161–172.
119. wolepiwo.pl (2021). *Eksport piwa w Polsce*. <<https://www.wolepiwo.pl/eksport/>> [10.10.2021]
120. Wójcik, M. (2020). *Wino w ciąży – czy czerwone wino jest zdrowe czy szkodliwe w ciąży?* Data publikacji: 12.11.2020. <<https://www.mjakmama24.pl/ciaza/przebieg-ciazy/wino-w-ciazy-czy-czerwone-wino-jest-zdrowe-czy-szkodliwe-w-ciazy-aa-B92Z-E9pJ->> [06.05.2021 zvQP.html]
121. Wróblewski J. (2017). *Raport z badania. Zachowania zdrowotne kobiet w ciąży*. SWISS Contribution, Ministerstwo Zdrowia, Państwowa Inspekcja Sanitarna.
122. *Wycena kosztów wypadków i kolizji drogowych na sieci dróg w Polsce na koniec roku 2015, z wyodrębnieniem średnich kosztów społeczno-ekonomicznych wypadków na transeuropejskiej sieci transportowej*, Krajowa Rada Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego, Instytut Badawczy Dróg i Mostów, Warszawa, listopad 2016.

123. Wynagrodzenia.pl (2021a). *Ile zarabia policjant?* < <https://wynagrodzenia.pl/moja-placa/ile-zarabia-policjant>> [30.05.2021]
124. Wynagrodzenia.pl (2021b). *Ile zarabia prokurator?* < <https://wynagrodzenia.pl/moja-placa/ile-zarabia-prokurator>>
125. Wynagrodzenia.pl (2021c). *Ile zarabia sędzia?* < <https://wynagrodzenia.pl/moja-placa/ile-zarabia-sedzia>>
126. Wynagrodzenia.pl (2021d). *Ile zarabia kurator sądowy?* < <https://wynagrodzenia.pl/moja-placa/ile-zarabia-kurator-sadowy>>
127. Wynagrodzenia.pl (2021e). *Ile zarabia funkcjonariusz straży granicznej?* < <https://wynagrodzenia.pl/moja-placa/ile-zarabia-funkcjonariusz-strazy-granicznej>>
128. Wynagrodzenia.pl (2021f). *Ile zarabia celnik?* < <https://wynagrodzenia.pl/moja-placa/ile-zarabia-celnik>>