

Некоторые аналитики предсказывают скачок заболевания алкоголизмом по завершении периода самоизоляции в РФ.Новое зарубежное исследование изучает, как повлияли дистантные заказы и условия проживания на дому во время кризиса COVID-19 на потребление алкоголя.

Большинство людей пьют "ответственно" в соответствии со статистикой дистантных заказов, реализуемыми в различных регионах, согласно исследованиям, проведенным по заказу Responsibility.org-да.

Это исследование было направлено на то, чтобы понять, как пандемия COVID-19 влияет на привычки употреблять алкоголь у взрослых людей. Он обнаружил, что шесть из десяти потребителей пьют "примерно такое же или меньшее" количество алкоголя -включая пиво, вино, коктейли и спиртные напитки – во время локаута.

Опрос, в котором приняли участие 1000 взрослых и который был проведен компанией APCO Insight, показал, что 35% потребителей пьют примерно столько же, несмотря на приказы оставаться дома, и 28% пьют меньше. Это включает в себя 11% тех, кто говорит, что они полностью перестали пить.

Отсутствие возможности выйти на улицу, а также закрытие баров и ресторанов являются двумя главными причинами для того, чтобы пить меньше, причем 38% и 33% респондентов ссылаются на эти факторы соответственно.

Опрос показал, что большинство потребителей - 86% - утверждают, что они уверены, что пьют ответственно. Почти половина, 45%, сообщают о "крайней уверенности" в том, что они пьют ответственно.

Покупатели также в основном сообщают, что работа из дома во время коронавирусного кризиса не увеличила потребление алкоголя в рабочее время. В общей сложности 84% заявили, что они не изменили своих привычек – 33% сообщили, что они "никогда" не пьют в рабочее время, 21% заявили, что они пьют меньше или перестали пить, а 30% предположили, что они пьют столько же.

Однако некоммерческая организация Responsibility.org установила, что число потребителей, сообщивших о употреблении любого алкоголя за последние 30 дней, увеличилось – с 71% до 79% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

"Пандемия COVID-19 перевернула жизнь и привычки многих людей, но этот опрос показывает, что большинство потребителей предпочитают пить ответственно, несмотря на стресс этих беспрецедентных времен. Взрослые, которые предпочитают пить, должны всегда делать это ответственно, никогда не садиться за руль пьяными или ослабленными, и это особенно важно.

В то время как большинство потребителей говорят, что они пьют примерно столько же - или меньше - несмотря на приказы оставаться дома, стоит помнить, что такие данные подвержены самоотчетной предвзятости. И хотя исследователи будут работать над тем, чтобы уменьшить это, формулируя свои вопросы нейтрально, заранее продуманные суждения респондентов об алкоголе могут легко проскользнуть внутрь.

Данные стекаются в единую компьютерную сеть в соответствии с моделями расходов. Согласно последнему тренду потребительских расходов от аналитиков Shopperinsightprovider IRI, продажи алкоголя в США через розничные каналы остаются "повышенными" на всей неделе до 13 мая включительно на дату анализа данных. Продажи алкоголя выросли на 34,2% по сравнению с той же неделей прошлого года. Это выше среднего прироста по всем категориям съедобных продуктов, который составил 20,3%. Только показатели замороженных продуктов - рост на 36% в годовом исчислении – данные были сопоставимы с алкоголем. Примечательно, что продажи

безалкогольных напитков выросли всего на 7,5% по сравнению с прошлым годом.

Данные от Нильсена рассказывают похожую историю. Общий объем продаж алкоголя в США вне розничной торговли вырос на 16% в течение общего периода блокировки - самоизоляции по сравнению с 2019 годом. По словам исследователя рынка, спиртные напитки стали самым крупным победителем в торговом пространстве, а выручка от розничной торговли выросла на 27,4%. Продажи вина выросли на 14,1%, в то время как рост цен на пиво и сидр замедлился на 12,3%.

Чтобы оценить влияние на общее потребление алкоголя , рост розничной торговли должен быть компенсирован вслед за замедлением, наблюдаемым в ресторанах и барах.

В то время как агенство Нильсена показало, что спад в торговле на рынке "стабилизировался", средние продажи на одну торговую точку на 68% ниже прошлогодних. Конечным результатом будет падение стоимости затрат, если не объема потребления.

Дэнни Брегер, вице-президент компании Nielsen по производству алкогольных напитков, уточнил: "бесспорно, мы ожидаем, что общие долларовые расходы на алкоголь снизятся. Потребители переводят доллары, которые они потратили бы на алкоголь в ресторане, баре или дегустационном зале, на алкогольные напитки, которые они могут купить по более низкой наценке у розничных торговцев, интернет-продавцов и даже непосредственно у поставщика в тех случаях, когда это легализовано.”

Пока имеются неподтвержденные данные о росте продаж самогонных аппаратов и сахара в РФ. Пока мы ищем официальные данные об изменении потребления алкоголя в РФ с марта по май 2020 г. По сравнению с тем же периодом прошлого года.

Обсуждение на форуме .