

## Спад потребления алкоголя

После почти 12,000 лет потребления алкоголя, молодые люди начали от него отказываться. Все не так драматично, как может показаться: глобально с продажами и потреблением алкоголя все в порядке, однако множество исследований в разных странах, в основном с более развитой экономикой, показывают, что представители так называемого [“поколения икс” употребляют значительно меньше алкоголя](#) чем старшие поколения в том же возрасте. Речь идет о части населения, рожденной с конца девяностых по 2010 год.

Глобально эта тенденция была заметна еще [в конце девяностых и начале двухтысячных годов](#). Сначала в США, а затем и в странах Западной Европы, странах как Канада или Австралия, потребление алкоголя пикировало в период с 1999 до 2005. Для множества стран налоги, собранные с продаж алкогольных напитков, являются важным источником дохода. [В Японии](#), к примеру, алкогольные напитки генерировали 5% налогового сбора правительства в восьмидесятых: сейчас этот показатель всего лишь 1.7%. Правительство страны пытается избежать дальнейшего спада, для чего [прибегает к самым нестандартным методам](#). В прошлом году в Японии был объявлен конкурс для молодежи, целью которого являлось поднятие потребления алкоголя: люди должны были предлагать идеи для повышения популярности алкогольных напитков, новый дизайн или новые каналы дистрибуции, за что могли выиграть довольно значимые призы.

Эксперты видят сразу несколько причин, почему молодое поколение выбирает безалкогольную жизнь. Во-первых, здесь сыграл роль технологический прогресс последних десятилетий. Камеры на смартфонах в карманах у всех и всегда, социальные сети с миллиардами пользователей, YouTube и прочие видеоплатформы: все это привело к тому, что люди стали намного чаще задумываться насчет того, а стоит ли выпивать,

терять контроль над своими действиями и совершать не самые адекватные поступки под воздействием алкоголя. Вероятность стать так-называемой “звездой YouTube-a” или увидеть себя утром в ролике на Instagram или TikTok, у которого миллионы просмотров, не самый желанный вариант проведения выходных.

Технологический прогресс и последовавший информационный бум влияет на снижение потребления алкоголя и по-другому. В век, когда темы саморазвития и продуктивности стали одними из самых обсуждаемых, вред потребления алкоголя стал провозглашаться намного чаще. Мотивационные и информационные видео, книги, или подкасты часто затрагивают тему питания, и вредоносные свойства множества веществ, в том числе и алкоголя, фигурируют постоянно. Соображения о здоровом питании и здоровом образе жизни в целом сейчас намного более распространены, чем когда-либо. Безалкогольных напитков все больше и в смысле объема, [и в смысле разнообразия](#). Если история с табачными изделиями повторится, то очень возможно, что скоро появятся напитки с искусственным алкоголем или чем-то тому подобным: некий эквивалент “вейпа” в мире напитков.

Есть и более прагматичная и основанная на экономических реалиях версия: молодежь не пьет поскольку ситуация в мировой экономике далека от лучшей, а потребление алкоголем не является обязательным атрибутом в жизни человека. “Поколение иск” встретило совершеннолетие в мире, который только-только восстанавливался после глобального финансового кризиса конца двухтысячных. Однако в 2020-ом началась пандемия, а после этого все не стихают инфляционные тенденции, из-за которых уровень жизни, особенно у молодых, начинающих карьеру граждан снижается все больше. Следует заметить, что [в начале пандемии продажи алкоголя](#)

временно заметно возросли, однако тенденция, начавшаяся еще 25 лет назад, продолжается и после пандемии.

Для мировой экономики производство и потребление алкогольных напитков является довольно важным сегментом. С годовыми продажами в более полтора триллиона долларов, этот сектор представляет собой почти полтора процента глобального ВВП. Несмотря на спад в большинстве развитых стран и особенно среди молодежи, глобально алко-индустрия чувствует себя вполне уверенно. В ближайшие пять лет ожидается годовой рост в более, чем 5%. Как и по многим другим продуктам, здесь тоже ожидаются глобальные изменения как по общему объему, так и по распределению по странам и другим параметрам. 21-й век – это цепочка постоянных изменений везде, в том числе и в экономике.