

Pénzügyi stressz és a státusorientáció növelték leginkább az ivást a közelmúlt válságidőszakában

Bár nem indított el általános alkoholfogyasztási hullámot Magyarországon a koronavírus-járvány, de rávilágított arra, hogy bizonyos társadalmi csoportokban jelentősen többet ittak. Nagyobb eséllyel növelték fogyasztásukat a növekvő anyagi gondokkal küzdők, az idősek, a nők, a kisgyermeket nevelők és a vezetők – derül ki egy most megjelent magyar kutatásból. Azok, akik számára fontos a státusz és a befolyás, szintén nagyobb valószínűséggel ittak többet a válság alatt. A kutatók szerint a jólét növelésével hatékonyan lehetne csökkenteni az alkoholfogyasztást.

Mindössze a magyar felnőttek 3 százaléka számolt be fogyasztásának növekedéséről, 8 százaléuk csökkenésről, de ez az összkép elfedi a lényeges különbségeket, bizonyos társadalmi csoportokban jelentősen többet ittak – állapította meg felmérésük nyomán négy magyar közgazdász kutató. A válaszadók több mint fele, 53 százaléka egyáltalán nem fogyaszt alkoholt, a rendszeresen ivók többsége pedig a koronavírus-járvány alatt sem változtatott szokásain.

Az országosan reprezentatív, ezerfős vizsgálatot 2021 júniusában végezték, az összegző [tanulmány](#) nemrég jelent meg a Studies of Agricultural Economics folyóiratban, szerzői Bakucs Zoltán (KRTK, Óbudai Egyetem), Benedek Zsófia (KRTK), Fertő Imre (KRTK, Corvinus, CZU) és Fogarasi József (Óbudai Egyetem, PKE).

Az eredmények alapján a legtöbb alkoholt a fiatalok és a férfiak fogyasztották, de a mennyiség növelésében mások voltak a leginkább veszélyeztetett társadalmi csoportok: a növekvő anyagi gondokkal küzdők, az idősek, a nők, a 14 év alatti gyermeket nevelők és a vezetők. A gyermekes háztartásoknál kettős hatás érvényesült: bár összességében ritkábban isznak a szülők, de azok, akik fogyasztanak alkoholt, a stresszhelyzetben az átlagnál nagyobb valószínűséggel növelték annak mennyiségét.

A teljesítményorientáció véd, a státusorientáció kockázat

A tanulmány az emberek értékrendszerét is vizsgálta: a túlzott fogyasztás legerősebb előrejelzője a „hatalom” – a státusz, befolyás és kontroll iránti motiváció – lett. A kutatók szerint ez arra utal, hogy a státuszhoz kötődő ivási rituálék mélyen beágyazódtak a mindennapi, különösen a szakmai életbe feszültségoldás vagy a státuszuk megerősítése céljából. Hasonlóan erős magyarázó tényező volt a pénzügyi stressz. Azok, akik a járvány alatt romló anyagi helyzetéről számoltak be, jóval nagyobb eséllyel ittak többet.

Ezzel szemben a teljesítményorientált válaszadók inkább visszafogták vagy stabilan tartották fogyasztásukat. Számukra a produktivitás, a fókusz és a célok elérése fontosabbnak bizonyult, mint az alkohol mint megküzdési eszköz. Meglepő eredmény, hogy a hedonista értékek szintén enyhén csökkentették az ivás esélyét – ritkábban, de tudatosabban ittak, minőségi italokat választva.

Új alkoholpolitika: a jólét növelése, alkoholmentes munkahelyi kultúra

„A pénzügyi gondokkal küzdő családok, szülők támogatása közvetve alkoholpolitikai

eszköznek is tekinthető. Ha csökken a gazdasági stressz, kisebb az esély arra, hogy az emberek az alkoholhoz forduljanak. A hagyományos, demográfiára vagy gazdasági tényezőkre építő alkoholpolitikai eszköztár ugyanis – például az adóemelés, a hozzáférés korlátozása vagy az általános felvilágosítás – önmagában nem elég. Az eredményes beavatkozásoknak figyelembe kell venniük az eltérő érték- és motivációs mintázatokat is" – mondja Fertő Imre, az ELTE Közgazdaság és Regionális Tudományi Kutatóközpontjának főigazgatója, a Corvinus egyetemi tanára, a tanulmány egyik szerzője.

A státuszorientált csoportoknál például a mértékletességet érdemes bemutatni a professzionalizmus, a felelősségteljes vezetés és az önkontroll jeleként. A teljesítményorientáltaknál a fizikai és mentális teljesítmény megőrzése lehet a kulcsüzenet, míg a hedonisták számára alternatív élményforrások – kulturális, gasztronómiai vagy rekreációs programok – csökkenthetik a stresszívást.

Hasonlóan fontos a munkahelyi kultúra átalakítása. Sok szakmai közegben ma is erős a státuszhoz kötődő ivás normája. Alkoholmentes networking események, prémium alkoholmentes italok és a vezetők példamutatása mind hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a társas siker ne automatikusan az iváshoz kapcsolódjon.

Sajtókapcsolat:

- Vajda Boglárka, szenior PR-szakértő
- Corvinus Kommunikáció
- +36 30 619 6633
- press@uni-corvinus.hu

Eredeti tartalom: Budapesti Corvinus Egyetem

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/?p=28189>