

dr Magdalena Rowicka, dr Sławomir Postek, Marta Zin-Sędek

# Wzory konsumpcji alkoholu w Polsce

Raport z badań kwestionariuszowych 2020 r.



Zespół redaktorów i recenzentów:  
Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych

Projekt graficzny, skład i łamanie:  
Piotr Szymanik

Korekta:  
Katarzyna Kulesza

Copyright © Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych

Wydanie I  
Warszawa 2021

Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych  
02-326 Warszawa  
Al. Jerozolimskie 155  
faks: (48 22) 250 63 60  
tel.: (48 22) 250 63 25, 250 63 26  
e-mail: [parpa@parpa.pl](mailto:parpa@parpa.pl);  
<http://www.parpa.pl>

## Spis treści

1. Wstęp (Marta Zin-Sędek) .....	5
2.1. Dobór próby .....	7
2.2. Termin badania .....	8
2.3. Wskaźnik odpowiedzi .....	8
2.4. Zmienne socjodemograficzne .....	8
2.5. Analizy .....	9
3. Abstynenci (Marta Zin-Sędek) .....	10
4. Konsumenci alkoholu (dr Magdalena Rowicka) .....	12
5. Okoliczności picia alkoholu (dr Magdalena Rowicka) .....	21
6. Ryzykowne picie alkoholu (dr Magdalena Rowicka) .....	23
7. Motywy picia alkoholu i motywy abstynencji (dr Sławomir Postek) .....	26
8. Alkohol nierejestrowany (dr Sławomir Postek) .....	42
9. Opinie na temat polityki wobec alkoholu (dr Sławomir Postek) .....	43
10. Szkody związane z piciem alkoholu przez inne osoby (dr Sławomir Postek) .....	52
11. Opinie na temat alkoholu (dr Sławomir Postek) .....	60
12. Alkohol w małych opakowaniach (dr Sławomir Postek) .....	68
13. Picie alkoholu a ciąża (Marta Zin-Sędek) .....	73
14. Picie alkoholu a pandemia COVID-19 (Marta Zin-Sędek) .....	76
15. Wnioski (Marta Zin-Sędek, dr Magdalena Rowicka, dr Sławomir Postek) .....	77
16. Aneks – tabele .....	81
17. Spis wykresów .....	100
18. Spis tabel .....	102



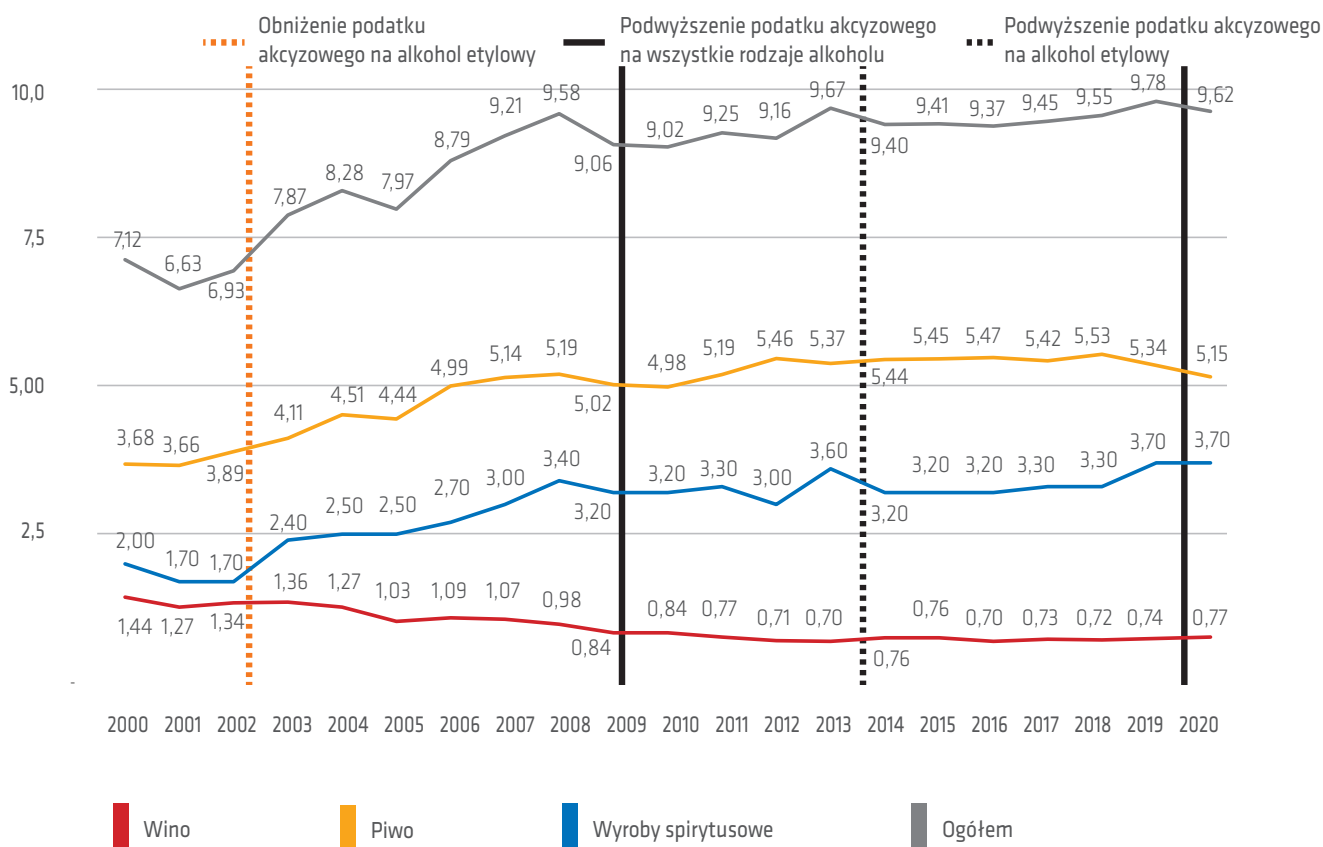
## 1. Wstęp (Marta Zin-Sędek)

Współczesny model zdrowia publicznego nie skupia się na wąskiej grupie osób uzależnionych od alkoholu, ale ujmuje problemy alkoholowe w szerszym kontekście (Anderson i Baumberg 2008). Z tej perspektywy ważne są działania o szerokim zasięgu, które mają wpływ nie tylko na grupy ryzyka, ale także na zachowania całego społeczeństwa. W tę perspektywę wpisuje się monitorowanie rozpowszechnienia i wzorów picia napojów alkoholowych w Polsce.

Spożywanie alkoholu w wielu społeczeństwach, także w polskim, wpisuje się w rodzimą tradycję jako znany i powszechnie występujący element życia społecznego. Dzięki oficjalnym danym GUS można obserwować zmiany w ilości i strukturze spożywanego przez Polaków alkoholu.

Zmiany w wielkości oraz struktury spożycia napojów alkoholowych są od wielu lat monitorowane za pomocą tej samej metodologii przez Główny Urząd Statystyczny. Poniższy wykres pokazuje charakter tych zmian w ciągu ostatnich 20 lat:

**Wykres 1-1. Wielkość spożycia napojów alkoholowych w latach 1990–2020.**



Dane GUS pokazują jakie rodzaje napojów alkoholowych są spożywane i w jakich ilościach, ale nie dostarczają odpowiedzi w tak ważnych kwestiach jak: częstotliwość picia alkoholu, ilość konsumowana przy jednej okazji, okoliczności picia, dostęp do nie-rejestrowanego alkoholu itp.

Informacje takie można uzyskać dzięki prowadzeniu reprezentatywnych badań sondażowych. Badania wzorów oraz kultury picia alkoholu tradycyjnie oparte są na badaniach ilościowych, a wykorzystywanym do tego celu narzędziem jest kwestionariusz. Badania sondażowe dotyczące rozpowszechnienia picia alkoholu mają w Polsce wieloletnią tradycję. Za prekursora badań ankietowych poświęconych wzorom konsumpcji w Polsce uznaje się Andrzeja Świącickiego – jego badania prowadzone w latach

60. XX w. na wiele lat nadały kierunek zarówno metodom ankietowym, jak i definiowaniu wzorów picia<sup>1</sup>. Od połowy lat 90. XX w. badania wzorów spożycia alkoholu były w Polsce dość regularnie prowadzone, najczęściej metodą kwestionariuszową PAPI, ostatnio z przewagą metody CAPI. Dzięki użyciu tej metody przeprowadzono także prezentowaną obecnie w niniejszym raporcie oraz poprzednią edycję tego badania.

Zwykle największym problemem w prowadzeniu badań sondażowych dotyczących problematyki alkoholowej są zmiany w kwestionariuszu lub metodologii badania. Na podobne problemy natykamy się także w przypadku porównań wyników badań z lat 2008<sup>2</sup>, 2015<sup>3</sup> oraz 2020. Badania z 2020 r. były prowadzone na próbie z populacji generalnej 18+, podobnie było w 2008 r., natomiast znacząco różnił się kwestionariusz. W przypadku porównania badań z 2020 r. i z 2015 r. trudności pojawiają się na poziomie doboru badanej populacji ograniczonej w badaniu z 2015 r. do osób w wieku 18–64 lata, natomiast kwestionariusz był bardzo podobny w zakresie dotyczącym spożywania alkoholu. Uwzględniając powyższe zdecydowaliśmy nie prezentować szczegółowego porównania wyników do poprzednich badań, a jedynie ograniczyć się do ogólnego ich przedstawienia we wnioskach końcowych.

Struktura niniejszego raportu odzwierciedla bloki pytań zawarte w kwestionariuszu.

---

<sup>1</sup> Zieliński, A. (1988). *Wzory picia alkoholu w Polsce*. „Alkoholizm i Narkomania”, 1, 16–41

<sup>2</sup> PARPA, *Wzory konsumpcji alkoholu w Polsce 2008*,  
[http://www.parpa.pl/download/wyniki%20badania%20wzory%20konsumpcji%202008\\_%20%20metody\\_poprMFdoc.pdf](http://www.parpa.pl/download/wyniki%20badania%20wzory%20konsumpcji%202008_%20%20metody_poprMFdoc.pdf)

<sup>3</sup> Moskalewicz, J., Room, R., & Thom, B. (rRed). (2016). Comparative monitoring of alcohol epidemiology across the EU. Baseline assessment and suggestions for future action. Synthesis report. (I). Warszawa: Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych.  
<http://www.rarha.eu/NewsEvents/LatestNews/Pages/details.aspx?itemId=36>

## 2. Metodologia

(Marta Zin-Sędek, dr Magdalena Rowicka, dr Sławomir Postek)

Badanie o zasięgu ogólnopolskim było prowadzone metodą CAPI na próbie 2000 osób wylosowanych z populacji generalnej w wieku 18+ (dodatkowo próba pogłębiona na populacji 60+, która nie jest ujęta w niniejszym raporcie). Badanie terenowe przeprowadziła firma Danae wyłoniona w wyniku przetargu nieograniczonego.

### 2.1. Dobór próby<sup>4</sup>

Próba gospodarstw domowych została dobrana z operatu adresowego GUS - TERYT. W przypadku populacji 18+ losowanie respondentów w gospodarstwach domowych odbywało się przez ankietera przy użyciu mechanizmu losowego wbudowanego w kwestionariusz elektroniczny (siatka Kisha). W ramach jednego gospodarstwa domowego realizowano wyłącznie jeden wywiad.

Próba adresowa minimalizuje systematyczny błąd pokrycia, związany z ankietowaniem osób dostępnych i chętnych na udział w badaniu. Procedura wielokrotnych powrotów umożliwia dotarcie do osób pracujących i aktywnych poza pracą, a losowanie za pomocą siatki Kisha czy metody ostatnich urodzin eliminuje ryzyko realizacji wywiadu z osobami wyłącznie obecnymi.

Pierwszym krokiem w doborze próby było warstwowanie terytorialne – ze względu na kryterium lokalizacji terytorialnej (w podziale na 16 województw) oraz wielkość miejscowości. Według tego ostatniego kryterium dokonano podziału na cztery kategorie miejscowości:

- wieś;
- miasto poniżej 50 tys. mieszkańców;
- miasto 50–200 tys. mieszkańców;
- miasto powyżej 200 tys. mieszkańców.

Powstały 64 warstwy, a liczebność próby w każdej warstwie wyznaczała proporcja jej populacji w stosunku do ogółu populacji osób w wieku 18+.

W obrębie każdej warstwy dokonano losowania gmin (NUTS-5) według schematu ze zwracaniem, z prawdopodobieństwem proporcjonalnym do liczby mieszkańców gminy, przy czym gminy miejsko-wiejskie traktowane były jako dwie odrębne jednostki: część wiejska gminy miejsko-wiejskiej i część miejska gminy miejsko-wiejskiej.

Dla każdej wylosowanej w poprzednim etapie gminy przeprowadzono następnie losowanie z powtórzeniami rejonów statystycznych proporcjonalnie do liczby adresów w rejonie statystycznym. Dla każdego wylosowanego rejonu statystycznego przeprowadzono losowanie systematyczne adresów z losowo posortowanej listy (metoda Hartley-Rao). Oznacza to, że wchodzące do próby elementy populacji oddalone są od siebie o pewną stałą, ustaloną wartość (interwał losowania). W metodzie Hartley-Rao faktyczna liczba mieszkań losowanych z pojedynczej jednostki pierwszego stopnia ustalana jest randomizacyjnie tak, aby jej wartość oczekiwana była równa wyliczonym liczbom teoretycznym.

Ostatnim etapem doboru respondentów było losowanie respondentów w gospodarstwach domowych za pomocą siatki Kisha. Ankieter na tym etapie tworzył spis wszystkich osób zamieszkujących na stałe gospodarstwo domowe i spełniających warunki badania (wiek co najmniej 18 lat). Spis ten był dokonywany według określonego porządku, według płci i wieku badanych, a losowanie respondenta następowało na poziomie skryptu, za pomocą wcześniej zdefiniowanego algorytmu. Proces doboru respondentów był kontrolowany i zautomatyzowany; odbywał się bez ingerencji ankietera. Losowość sprawia, że struktura demograficzna pozostaje odzwierciedlona, mimo braku odgórnie narzuconych kwot (poszukiwania osoby o danych cechach). Na etapie realizacji monitorowano strukturę próby ze względu na wiek, uwzględniając kategorie: 18–35 lat; 36–59 lat; 60+. Ewentualne odchylenia zostały skorygowane na etapie ważenia.

<sup>4</sup> Opracowano na podstawie raportu technicznego z przebiegu badania zasadniczego badania ankietowe pn. Wzory konsumpcji alkoholu (badanie zasadnicze) opracowanego przez DANA E.

## 2.2. Termin badania

Badanie przeprowadzono we wrześniu i październiku 2020 r. Ze względu na panującą pandemię COVID-19 w trakcie badania uwzględnione były procedury ochronne w zakresie rozprzestrzeniania wirusa SARS-CoV-2 i choroby COVID-19.

## 2.3. Wskaźnik odpowiedzi

W próbie zasadniczej osiągnięto response rate na poziomie 52,74%<sup>5</sup>. Obawa przed zakażeniem wirusem SARS-CoV-2 była jedną z przyczyn odmów. Zdecydowaną większość wywiadów udało się zrealizować przed gwałtownym wzrostem liczby zachorowań na COVID-19. Tematyka badania na ogół nie powodowała niechęci potencjalnych respondentów do udziału w badaniu.

## 2.4. Zmienne socjodemograficzne

W badaniu rozkład próby ze względu na zmienne socjodemograficzne był następujący (kontrolowane były takie zmienne jak: płeć, wiek oraz wielkość miejscowości; te zmienne były też podstawą do stworzenia wag). W tabeli 2-2-1 przedstawiono strukturę socjodemograficzną próby.

**Tabela 2-4-1** Rozkład zmiennych socjodemograficznych w grupie uczestników badania.

Zmienne socjodemograficzne	N	%
<b>płeć</b>		
kobieta	1041	52,0
mężczyzna	959	48,0
<b>wiek</b>		
18–34	636	31,8
35–49	498	24,9
50–64	470	23,5
65+	396	19,8
<b>stan cywilny</b>		
panna/kawaler	458	23,1
zamężna/żonaty	1120	56,6
wdowa/wdowiec	242	12,2
rozwódziona(a)/w trakcie separacji	159	8,0
<b>wykształcenie</b>		
gimnazjalne i poniżej	143	7,2
zasadnicze zawodowe	604	30,4
średnie	811	40,7
wyższe	433	21,7
<b>wielkość miejscowości</b>		
wieś lub gospodarstwo rolne	863	43,2
małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)	495	24,8
średniej wielkości miasto (50 000–250 000 mieszkańców)	333	16,7
duże miasto (250 000–1 000 000 mieszkańców)	197	9,8
duże miasto (powyżej 1 000 000 mieszkańców)	112	5,6
<b>stosunek do religii</b>		

<sup>5</sup> Minimalny wskaźnik odpowiedzi przyjęty w założeniach badania wynosił 50%.



Zmienne socjodemograficzne	N	%
osoba wierząca i praktykująca	997	51,5
osoba wierząca, ale nie praktykująca	767	39,6
osoba niewierząca i praktykująca	29	1,5
osoba niewierząca i niepraktykująca	144	7,5
<b>status zawodowy</b>		
pracownik fizyczny	623	31,6
pracownik umysłowy	511	26,0
wolny zawód (w tym przedsiębiorca)	165	8,4
student/studentka, uczeń/uczennica	73	3,7
osoba bezrobotna lub czasowo niepracująca	42	2,1
emeryt/emerytka lub rencista/rencistka	494	25,1
osoba prowadząca gospodarstwo domowe, zajmując się domem, dziećmi itp.	44	2,3
inne	17	0,9
<b>dochód gospodarstwa domowego</b>		
poniżej 2000 zł	131	10,0
2000–2999 zł	211	16,1
3000–3999 zł	212	16,2
4000–4999 zł	299	22,8
5000–6999 zł	305	23,3
7000–8999 zł	111	8,5
9000 zł i więcej	42	3,2

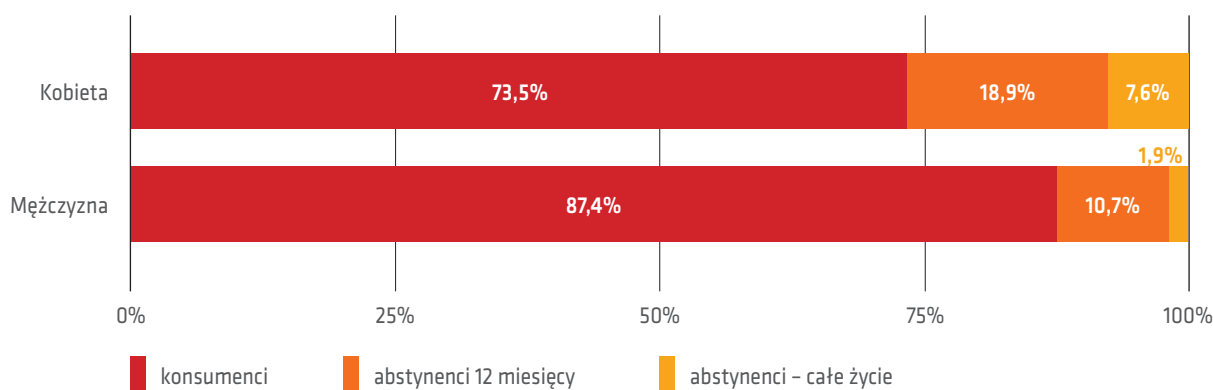
## 2.5. Analizy

Dane analizowano za pomocą programu SPSS v27. Dla zmiennych ilościowych obliczono podstawowe statystyki opisowe, takie jak średnia, odchylenie standardowe, minimum, maksimum, mediana; dla zmiennych kategoryjnych przedstawiono częstość wskazań (w procentach). Dane były poddane analizom  $\chi^2$  w przypadku zmiennych kategoryjnych lub zmiennych porządkowych w celu uzyskania odpowiedzi na pytanie o różnice w rozkładach. Ocenę rozmiaru zależności oparto na wyliczeniach  $\phi$  i  $V$  Cramera. Dane ilościowe zostały poddane analizom wariancji wraz z wyliczeniem  $\eta^2$ .

### 3. Abstynenci (Marta Zin-Sędek)

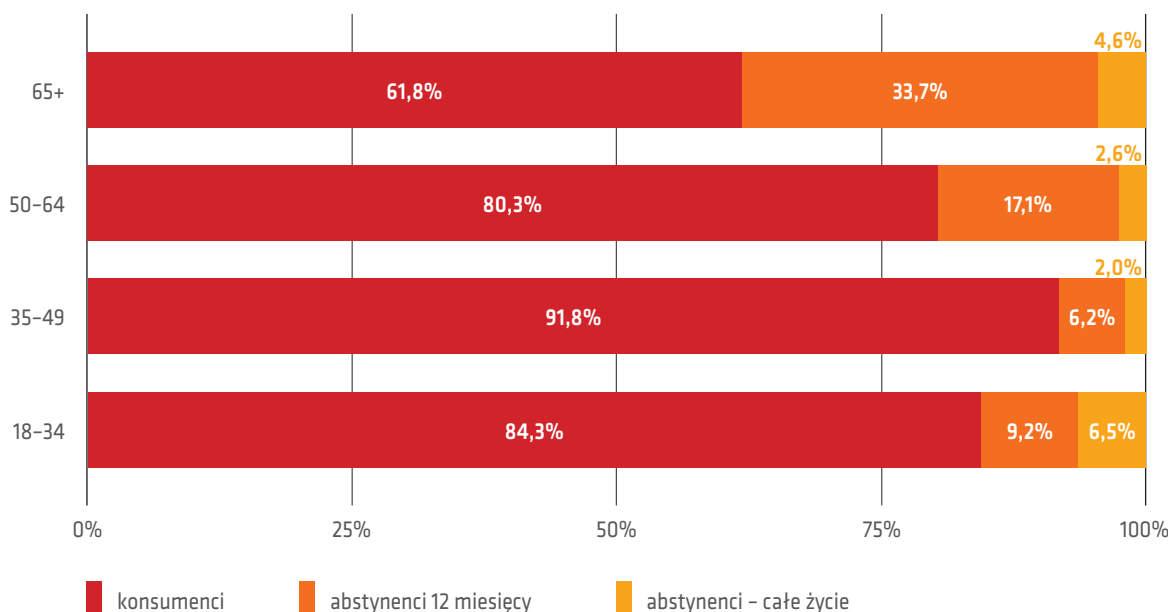
Wśród uczestników badania 382 osoby (19,2%) powiedziały, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie piły żadnego napoju alkoholowego. Rozpowszechnienie abstynencji jest znacznie wyższe wśród kobiet (26,5%) niż wśród mężczyzn (12,6%)<sup>6</sup>.

**Wykres 3-1.** Rozpowszechnienie konsumpcji alkoholu oraz abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość okresu abstynencji (% badanych) w podziale na płeć.



Najwyższy odsetek abstynentów jest w grupie osób w wieku 65 lat i więcej (38,3%). Wśród młodych dorosłych (w wieku 18-34 lata) abstynenci stanowią 15,7%, a najniższy odsetek abstynentów odnotowano w grupie osób w wieku 35-49 lat (8,1%).

**Wykres 3-2.** Rozpowszechnienie konsumpcji alkoholu oraz abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość okresu abstynencji (% badanych) w podziale na wiek.

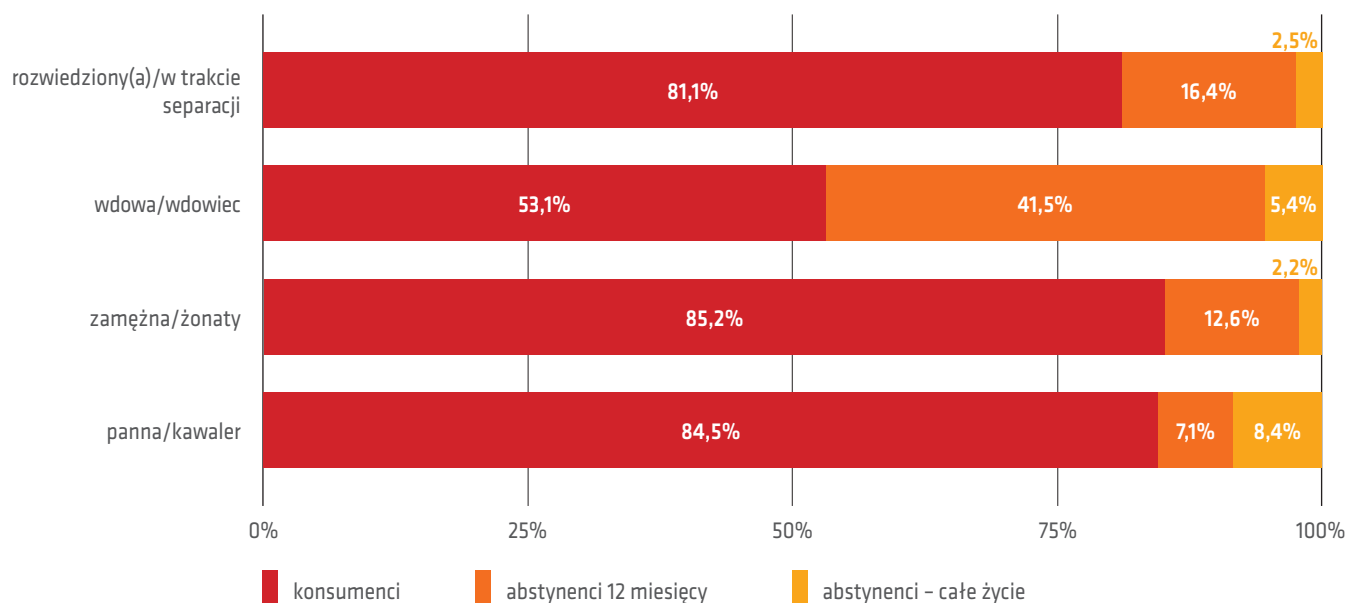


Abstynencję zadeklarowała niemal połowa wdów i wdowców (46,9%) oraz co piąta osoba rozwiedziona (17,9%). Najmniejszy odsetek abstynentów znajduje się wśród osób zamężnych/zonatych (14,8%). Najmniejsze rozpowszechnienie abstynencji było w grupie osób z wykształceniem średnim (13,8%), natomiast najwyższe – w grupie osób z wykształceniem gimnazjalnym i niższym (40,3%). Najniższy odsetek abstynentów zanotowano w dużych miastach (9,0%), najwyższy zaś w małych miastach

<sup>6</sup> W badaniu 411 osób zadeklarowało abstynencję, jednak z uwagi na niespójne odpowiedzi (wskazanie we wcześniejszych pytaniach picia przynajmniej jednego rodzaju alkoholu lub niewskazanie żadnego rodzaju wypijanego alkoholu, a określenie siebie jako osobą pijącą) w przypadku 29 osób przekodowano ich odpowiedzi na brak danych.

(23,3%). Abstynencję częściej deklarują też osoby wierzące i praktykujące (24,7%) niż osoby niewierzące i praktykujące (10,3%) oraz wierzące i niepraktykujące (14%).

**Wykres 3-3.** Rozpowszechnienie konsumpcji alkoholu oraz abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość okresu abstynencji (% badanych) w podziale na stan cywilny.



Najwyższe wskaźniki siły związku pomiędzy piciem alkoholu/abstynencją a zmiennymi socjodemograficznymi wyrażone za pomocą współczynnika V Cramera odnotowano w przypadku zmiennych: wiek (0,209) oraz stan cywilny (0,221).

Abstynenci niepijący przez całe życie stanowili 4% badanych, natomiast osoby, które nie piły alkoholu na 12 miesięcy przed badaniem, ale piły go wcześniej, stanowiły 15,2% badanych.

Wśród kobiet jest zdecydowanie więcej osób utrzymujących abstynencję przez całe życie – 7,6% w porównaniu z 1,9% mężczyzn. Biorąc pod uwagę wiek, najwyższy odsetek osób niepijących alkoholu przez całe życie odnotowano w najmłodszej grupie wiekowej (6,5%), natomiast biorąc pod uwagę stan cywilny – wśród panien i kawalerów (8,4%).

## 4. Konsumenci alkoholu (dr Magdalena Rowicka)

Analiza konsumpcji alkoholu została przedstawiona za pomocą następujących wskaźników:

- Częstość picia alkoholu (liczba dni w roku, kiedy był spożywany alkohol wyliczona na podstawie deklaracji przedziałów liczby dni picia) w ciągu ostatnich 12 miesięcy ogółem oraz w podziale na piwo, wino, napoje spirytusowe<sup>7</sup>.
- Częstość picia ogółem i w podziale na piwo, wino, napoje spirytusowe (poprzez zadeklarowanie jednej z czterech opcji odpowiedzi: codziennie lub prawie codziennie, co najmniej raz na tydzień, co najmniej raz na miesiąc, rzadziej).
- Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w ciągu jednego dnia, kiedy był spożywany alkohol.

Pod względem częstości picia (dni picia) badani, którzy piją alkohol (tzw. konsumenci alkoholu, N=1611) piją go średnio przez ponad 2 miesiące w roku (73 dni), przy czym najczęściej piją piwo (61 dni w roku) i zdecydowanie rzadziej wino (niespełna 14 dni w roku) czy napoje spirytusowe (14 dni w roku). Mediana dla liczby dni spożycia piwa i alkoholu ogólnie wynosi 30 dni, co oznacza, że połowa konsumentów alkoholu pije poniżej 30 dni w roku. Mediana dla spożycia wina i napojów spirytusowych wynosi 3,5.

**Tabela 4-1.** Średnia liczba dni picia alkoholu (w grupie konsumentów N=1611)<sup>7</sup>.

	N	Minimum	Maksimum	Średnia	SD	Mediana
<b>piwo</b>	1611	0	365	61,36	90,54	30
<b>wino</b>	1611	0	365	13,94	38,54	3,5
<b>napoje spirytusowe</b>	1611	0	365	14,35	32,97	3,5
<b>alkohol (ogólnie)</b>	1611	1	365	73,36	93,15	30

Warto jednak podkreślić, że liczba dni picia nie była badana jako zmienna ciągła. Warto zwrócić także uwagę na to, że w grupie konsumentów alkoholu (N=1611) znalazły się osoby pijące tylko jeden rodzaj alkoholu (np. tylko piwo albo tylko wino). W efekcie, średnia liczba dni picia piwa jest nieco inna w grupie konsumentów alkoholu (N=1611) oraz w grupie konsumentów alkoholu, którzy piją poszczególne rodzaje alkoholu (Tabela 4-2). W Tabeli 4-2 zawarto średnią liczbę dni picia alkoholu, uwzględniając w niej tylko konsumentów poszczególnych alkoholi. Średnie liczby dni picia przedstawione w Tabeli 4-2 są wyższe niż w Tabeli 4-1.

**Tabela 4-2.** Średnia liczba dni picia alkoholu (w grupie konsumentów poszczególnych rodzajów alkoholu)<sup>6</sup>.

	N	Minimum	Maksimum	Średnia	SD	Mediana
<b>piwo</b>	1306	1	365	75,68	95,01	30
<b>wino</b>	949	1	365	23,66	47,88	8,5
<b>napoje spirytusowe</b>	1146	1	365	20,17	37,56	8,5
<b>alkohol (ogólnie)</b>	1611	1	365	73,36	93,15	30

Warto zaznaczyć, że w grupie konsumentów alkoholu są osoby, które deklarują, że wypity alkohol raz (w ciągu roku poprzedzającego badanie), ale także są takie, które zadeklarowały picie alkoholu przez 365 dni (w ciągu roku poprzedzającego badanie). W grupie konsumentów alkoholu jest 5% osób pijących piwo codziennie, podczas gdy osób pijących codziennie wino jest niespełna 1%, a osób pijących codziennie napoje spirytusowe jest niespełna 0,5%. Osób pijących piwo raz w roku jest 2%, pijących wino raz w roku – 7% a pijących napoje spirytusowe – 5%. W Tabeli 4-3 zawarto liczbowy rozkład częstości picia poszczególnych rodzajów alkoholu (w tym ogólnie), na podstawie których wyliczono średnie spożycie alkoholu w dniach w roku.

<sup>7</sup> Zastosowano rekodowanie częstości zgodnie z raportem pt. „Comparative monitoring of alcohol epidemiology across the EU. Baseline assessment and suggestions for future action. Synthesis report.”, RAHRA 2016.

**Tabela 4-3.** Częstość picia (wartości przeliczone) piwa, wina, napojów spirytusowych i alkoholu ogólnie w grupie konsumentów (N=1611).

oryginalna częstość	przeliczona częstość (dni w roku)	piwo		wino		napoje spirytusowe		alkohol (ogólnie)	
		częstość	%	częstość	%	częstość	%	częstość	%
<b>Codziennie</b>	365	65	4,0	9	0,6	6	0,4	67	4,2
<b>5-6 dni w tygodniu</b>	286	58	3,6	2	0,1	2	0,1	58	3,6
<b>3-4 dni w tygodniu</b>	182	99	6,1	16	1,0	11	0,7	96	5,9
<b>1-2 dni w tygodniu</b>	78	392	24,3	100	6,2	92	5,7	414	25,7
<b>2-3 dni w miesiącu</b>	30	228	14,2	124	7,7	189	11,8	274	17,0
<b>1 raz w miesiącu</b>	12	142	8,8	163	10,1	240	14,9	193	12,0
<b>6-11 dni w roku</b>	8,5	105	6,5	87	5,4	148	9,2	141	8,8
<b>2-5 dni w roku</b>	3,5	184	11,4	336	20,8	383	23,8	295	18,3
<b>1 raz w roku</b>	1	34	2,1	112	6,9	75	4,6	51	3,2
<b>Brak picia</b>		303	18,8	643	39,9	453	28,1	-	-
<b>Brak odpowiedzi/brak danych</b>		1	0,1	18	1,1	12	0,8	23	1
<b>Ogółem</b>		1611	100,0	1611	100,0	1611	100,0	1611	100,0

Codziennie lub prawie codziennie alkohol pije niespełna 8% konsumentów, niemal co trzeci konsument spożywa alkohol co najmniej raz na tydzień, 3 na 10 – co najmniej raz na miesiąc i kolejnych 3 na 10 – rzadziej (Tabela 4-3). Piwo jest konsumowane najczęściej, tzn. niemal 8% konsumentów alkoholu pije je codziennie lub prawie codziennie, 30% – co najmniej raz na tydzień. Wino i napoje spirytusowe są spożywane relatywnie rzadko – mniej niż 1% konsumentów wypija wino lub napoje spirytusowe codziennie lub prawie codziennie, a około 7% – co najmniej raz na tydzień. Znakomita większość konsumentów pije wino i napoje spirytusowe raz w miesiącu lub rzadziej. Polacy najrzadziej piją każdy z rodzajów alkoholu codziennie lub prawie codziennie (Tabela 4-4).

**Tabela 4-4.** Deklarowana częstość picia w grupie konsumentów alkoholu ogólnie (N=1611).

	piwo		wino		napoje spirytusowe		alkohol (ogólnie)	
	Częstość	Procent	Częstość	Procent	Częstość	Procent	Częstość	Procent
Codziennie lub prawie codziennie	123	7,6%	11	0,7%	8	0,5%	125	7,8%
Co najmniej raz na tydzień	490	30,4%	116	7,2%	103	6,4%	509	31,6%
Co najmniej raz na miesiąc	370	23,0%	287	17,8%	429	26,6%	466	28,9%
Rzadziej	323	20,0%	534	33,2%	606	37,6%	487	30,2%
Ogółem pijących danych rodzaj alkoholu	1306	81,1%	949	58,9%	1146	71,1%	1611	100,0%
Brak spożycia/brak danych	305	18,9%	662	41,1%	465	28,9%	23	1,4%
Chi <sup>2</sup>	237,53***		682,71***		902,10***		284,79***	

Adnotacja: \*\*\* $p < 0,001$ ; analiza chi<sup>2</sup> została przeprowadzona dla czterech kategorii częstości z pominięciem braku spożycia/braku danych.

Mężczyźni piją niemal trzykrotnie częściej niż kobiety (średnia 106 dni versus 39 dni), przy czym różnica ta jest głównie związana z częstszym pić przez mężczyzn piwa (średnio 98 dni w roku dla mężczyzn i 22 dni w roku dla kobiet). Kobiety piją istotnie częściej wino niż mężczyźni, a mężczyźni piją istotnie częściej napoje spirytusowe (różnice te są jednak niewielkie) (Tabela 4 -5)

**Tabela 4-5.** Średnia liczba dni picia w podziale na płeć (wśród konsumentów alkoholu).

	kobiety					mężczyźni				
	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd
piwo	777	0	365	21,64	41,82	834	0	365	98,35	106,64
wino	777	0	365	18,44	38,49	834	0	365	9,75	38,14
napoje spirytusowe	777	0	365	8,71	31,08	834	0	365	19,60	33,82
alkohol (ogółem)	777	1	365	38,81	58,33	834	1	365	105,53	107,00

Adnotacja: piwo ( $F=370,46$ ;  $p < 0,001$ ;  $\eta^2=0,18$ ); wino ( $F=20,69$ ;  $p < 0,001$ ;  $\eta^2=0,01$ ); napoje spirytusowe ( $F=45,40$ ;  $p < 0,001$ ;  $\eta^2=0,03$ ); alkohol (ogółem) ( $F=245,82$ ;  $p < 0,001$ ;  $\eta^2=0,13$ ).

Częstość picia piwa, wina i napojów spirytusowych ma taką samą strukturę w grupach w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania jak w ogólnej populacji – w każdej z grup najczęściej konsumowane jest piwo (Tabela 4 -7, Tabela 4 -8, Tabela 4 -9). Wielkość miejscowości zamieszkania nie różnicuje częstość picia żadnego z rodzajów alkoholu (piwo ( $F=1,40$ ;  $p=0,23$ ); wino ( $F=1,32$ ;  $p=0,26$ ); napoje spirytusowe ( $F=0,73$ ;  $p=0,57$ ); alkohol – ogólnie ( $F=2,15$ ;  $p=0,07$ ).

**Tabela 4-6.** Średnia liczba dni picia w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania cz. 1.

	Wieś lub gospodarstwo rolne					Małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)				
	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd
piwo	703	0	365	57,24	80,12	376	0	365	61,31	93,29
wino	703	0	365	13,36	33,02	376	0	365	14,60	43,63
napoje spirytusowe	703	0	365	15,23	34,59	376	0	365	14,50	37,45
alkohol (ogółem)	703	1	365	67,56	83,10	376	1	365	77,35	99,92

**Tabela 4-7.** Średnia liczba dni picia w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania cz. 2.

	Średniej wielkości miasto (50 000–250 000 mieszkańców)					Duże miasto (250 000–1 000 000 mieszkańców)				
	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd
piwo	266	0	365	73,57	106,45	164	0	365	62,91	98,63
wino	266	0	365	12,81	39,82	164	0	365	19,03	52,78
napoje spirytusowe	266	0	365	14,52	30,38	164	0	182	10,42	24,56
alkohol (ogółem)	266	1	365	84,92	104,57	164	1	365	76,73	101,00

**Tabela 4-8.** Średnia liczba dni picia w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania cz. 3.

	Duże miasto (powyżej 1 000 000 mieszkańców)				
	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd
piwo	101	0	365	55,60	88,07
wino	101	0	78	10,21	17,44
napoje spirytusowe	101	0	78	13,53	19,18
alkohol (podsumowanie)	101	1	365	62,90	85,48

W grupach wiekowych częstość picia piwa, wina i napojów spirytusowych ma taką samą strukturę, jak w ogólnej populacji – w każdej z grup najczęściej konsumowane jest piwo, przy czym grupa najmłodsza spożywa je nieco rzadziej niż 50–64-latkowie ( $F=4,15$ ;  $p<0,01$ ;  $\eta^2=0,01$ ). Grupa najmłodsza spożywa także nieco rzadziej napoje spirytusowe w porównaniu z 50–64-latkami ( $F=5,91$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,01$ ). Różnice te są jednak niewielkie. Grupa najmłodsza pije także mniej alkoholu ogólnie niż dwie kolejne grupy wiekowe (35–49 i 50–64) ( $F=5,04$ ;  $p=0,002$ ) (Tabela 4 -10, Tabela 4 -11).

**Tabela 4-9.** Średnia liczba dni picia w podziale na grupy wiekowe cz. 1.

	18–34					35–49				
	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd
piwo	607	0	365	53,94	68,39	286	0	365	70,10	98,96
wino	607	0	365	14,67	36,19	286	0	365	15,19	39,47
napoje spirytusowe	607	0	78	10,69	17,54	286	0	182	14,69	24,86
alkohol (podsumowanie)	607	1	365	64,41	73,68	286	1	365	83,00	98,73

**Tabela 4-10.** Średnia liczba dni picia w podziale na grupy wiekowe cz. 2.

	50-64					65+				
	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Sd
<b>piwo</b>	360	0	365	71,14	98,78	358	0	365	57,11	105,49
<b>wino</b>	360	0	365	13,18	35,63	358	0	365	12,46	44,16
<b>napoje spirytusowe</b>	360	0	365	18,85	44,70	358	0	365	15,74	42,79
<b>alkohol (podsumowanie)</b>	360	1	365	83,89	99,31	358	1	365	70,21	109,01

Średnia ilość alkoholu została wyliczona na podstawie średniej zawartości czystego alkoholu w piwie (5%), winie (12%) i napojach spirytusowych (40%). Średnio Polacy będący konsumentami poszczególnych rodzajów alkoholu wypijają 46 ml czystego alkoholu w piwie, 45 ml czystego alkoholu w winie i 102 ml czystego alkoholu w napojach spirytusowych w ciągu roku (2020) (Tabela 4 -12). Warto zaznaczyć, że wartości te są uśrednione dla osób, które piją, odpowiednio, piwo, wino i/lub napoje spirytusowe. W kolejnej tabeli przedstawiono uśrednione wartości dla pełnej próby konsumentów (Tabela 4 -13) (N=1611). Biorąc pod uwagę wszystkich konsumentów alkoholu, średnie spożycie czystego alkoholu jest nieco niższe i wynosi: 37 ml czystego alkoholu w piwie, 26 ml czystego alkoholu w winie i 71 ml czystego alkoholu w napojach spirytusowych.

**Tabela 4-11.** Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów poszczególnych rodzajów alkoholu (w ciągu roku).

	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Odchylenie standardowe
<b>Czysty alkohol w piwie</b>	1280	12,50	250	45,84	27,87
<b>Czysty alkohol w winie</b>	910	12,00	192	44,5	32,98
<b>Czysty alkohol w napojach spirytusowych</b>	1114	12,00	400	102,05	72,97

**Tabela 4-12.** Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu (N=1611) (w ciągu roku).

	N	Minimum	Maksimum	Średnia	Odchylenie standardowe
<b>Czysty alkohol w piwie</b>	1611	.00	250.00	36.84	30.90
<b>Czysty alkohol w winie</b>	1611	.00	192.00	25.56	33.26
<b>Czysty alkohol w napojach spirytusowych</b>	1611	.00	400.00	70.74	76.82

Kobiety i mężczyźni różnią się pod względem średniej zawartości czystego alkoholu wypijanego w postaci piwa, wina i napojów spirytusowych. Mężczyźni wypijają średnio więcej czystego alkoholu w postaci piwa i napojów spirytusowych; w przypadku piwa różnice są dwukrotne (średnia dla mężczyzn to 49 ml, a dla kobiet – 24 ml), w przypadku napojów spirytusowych – niemal trzykrotne (średnia dla mężczyzn to 103 ml, a dla kobiet – 36 ml). Kobiety wypijają więcej czystego alkoholu w winie (18 ml w grupie mężczyzn i 33 ml – w grupie kobiet). Różnice te przedstawiono w Tabeli 4 -13.



**Tabela 4-13.** Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu w podziale na płeć (w ciągu roku).

		N	Średnia	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
Czysty alkohol w piwie w ml	Mężczyzna	834	48,99	31,85	0	250
	Kobieta	777	23,81	23,72	0	150
Czysty alkohol w winie w ml	Mężczyzna	834	18,49	30,38	0	192
	Kobieta	777	33,15	34,55	0	180
Czysty alkohol w napojach spirytusowych w ml	Mężczyzna	834	102,95	82,90	0	400
	Kobieta	777	36,15	50,51	0	320

Adnotacja: dla czystego alkoholu w piwie,  $F=326,84$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,17$ ; dla czystego alkoholu w winie,  $F=8,99$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,05$ ; dla czystego alkoholu w napojach spirytusowych,  $F=387,73$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,19$ .

Średnie spożycie czystego alkoholu w piwie i winie nie różni się istotnie statystycznie pomiędzy osobami zamieszkującymi miejscowości o różnej liczbie mieszkańców – średnio 37 ml w piwie, 26 ml w winie. Zaobserwowano niewielkie różnice w spożyciu czystego alkoholu w postaci napojów spirytusowych – w największych miejscowościach wypija się go nieco więcej niż w pozostałych (Tabela 4 -15).

**Tabela 4-14.** Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania (N=1611).

		N	Średnia	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
Czysty alkohol w piwie w ml	Wieś lub gospodarstwo rolne	703	37,35	28,87	0	250
	Małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)	376	35,60	31,69	0	150
	Średniej wielkości miasto (50 000–250 000 mieszkańców)	266	35,34	30,40	0	150
	Duże miasto (250 000–1 000 000 mieszkańców)	164	37,33	35,24	0	150
	Duże miasto (powyżej 1 000 000 mieszkańców)	101	41,16	35,17	0	150
	Ogółem	1611	36,84	30,90	0	250
Czysty alkohol w winie w ml	Wieś lub gospodarstwo rolne	703	25,15	31,67	0	180
	Małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)	376	25,72	34,53	0	180
	Średniej wielkości miasto (50 000–250 000 mieszkańców)	266	25,54	38,52	0	192
	Duże miasto (250 000–1 000 000 mieszkańców)	164	22,99	26,80	0	120
	Duże miasto (powyżej 1 000 000 mieszkańców)	101	31,99	33,62	0	180
	Ogółem	1611	25,56	33,26	0	180

		N	Średnia	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
<b>Czysty alkohol w napojach spirytusowych w ml</b>	Wieś lub gospodarstwo rolne	703	67,49	71,78	0	400
	Małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)	376	73,90	82,67	0	400
	Średniej wielkości miasto (50 000–250 000 mieszkańców)	266	69,02	77,46	0	400
	Duże miasto (250 000–1 000 000 mieszkańców)	164	64,23	77,19	0	320
	Duże miasto (powyżej 1 000 000 mieszkańców)	101	96,57	81,61	0	400
	Ogółem	1611	70,74	76,82	0	400

Adnotacja: w piwie,  $F=0,75$ ;  $p=0,56$ ; w winie,  $F=1,21$ ;  $p=0,32$ ; w napojach spirytusowych,  $F=3,32$ ;  $p=0,011$ .

Wiek różnicuje średnie spożycie czystego alkoholu wypijanego w postaci piwa, wina i napojów spirytusowych: grupa najstarsza wypija istotnie mniej czystego alkoholu w postaci piwa (w porównaniu ze wszystkimi pozostałymi grupami), istotnie mniej w postaci wina niż grupa najmłodsza i istotnie mniej w postaci napojów spirytusowych niż dwie młodsze grupy (35–49 lat i 50–64 lata) (Tabela 4 -16). Różnice te są jednak bardzo małe.

**Tabela 4-15.** Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu w podziale na grupy wiekowe.

		N	Średnia	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
<b>Czysty alkohol w piwie w ml</b>	18–34	607	41,42	29,37	0	150
	35–49	286	37,94	29,07	0	150
	50–64	360	36,91	32,32	0	150
	65+	358	28,14	31,67	0	250
	Ogółem	1611	36,84	30,90	0	250
<b>Czysty alkohol w winie w ml</b>	18–34	607	27,85	34,03	0	180
	35–49	286	24,45	30,16	0	180
	50–64	360	26,34	35,88	0	180
	65+	358	21,77	31,28	0	192
	Ogółem	1611	25,56	33,26	0	192
<b>Czysty alkohol w napojach spirytusowych w ml</b>	18–34	607	65,19	68,26	0	400
	35–49	286	81,29	80,81	0	400
	50–64	360	79,22	78,17	0	400
	65+	358	63,17	84,09	0	400
	Ogółem	1611	70,74	76,82	0	400

Adnotacja: w piwie,  $F=14,37$ ;  $p<0,001$ ; w winie,  $F=2,83$ ;  $p=0,037$ ; w napojach spirytusowych,  $F=5,31$ ;  $p=0,001$ .

Polacy wypijają średnio 5 litrów czystego alkoholu w skali roku (w postaci piwa, wina i napojów spirytusowych), przy czym w grupie konsumentów rozpiętość znajduje się w przedziale pomiędzy 12 ml a 72 litry. Kobiety wypijają w ciągu roku niemal czterokrotnie mniej czystego alkoholu niż mężczyźni (średnia dla kobiet to 2,2 litra, a dla mężczyzn – 8,1 litra) (Tabela 4 -17).

**Tabela 4-16.** Roczne spożycie czystego alkoholu w podziale na płeć w grupie konsumentów alkoholu (w ml).

	N	Średnia	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
<b>Mężczyzna</b>	833	8098,17	9538,26	12	72800
<b>Kobieta</b>	776	2211,65	3916,52	12	53658
<b>Ogółem</b>	1609	5260,59	7946,16	12	72800

Adnotacja:  $F=268,73$ ;  $p<0,001$ ;  $\eta^2=0,14$ .

Najmłodszy respondenci wypijają nieco mniej alkoholu niż starsi dorośli (50–64 lata), ale różnice są bardzo małe. Najmłodszy konsumenci wypijają średnio nieco ponad 4,5 litra czystego alkoholu w roku, najstarsi – niemal 5 litrów, pozostali niemal po ok. 6 litrów. Różnice te przedstawiono w Tabeli 4-17.

**Tabela 4-17.** Roczne spożycie czystego alkoholu w podziale na grupy wiekowe w grupie konsumentów alkoholu.

	N	Średnia	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
<b>18–34</b>	607	4611,67	5749,82	12,5	42900
<b>35–49</b>	285	5748,99	7322,27	12,0	45500
<b>50–64</b>	359	6264,47	9299,06	12,5	72800
<b>65+</b>	358	4963,59	9842,73	12	68120
<b>Ogółem</b>	1609	5260,59	7946,16	12	72800

Adnotacja:  $F=34,08$ ;  $p=0,007$ ;  $\eta^2=0,01$ .

Niemal troje na dziesięcioro badanych wypija do 1,2 litra czystego alkoholu w ciągu roku, podobnie niemal troje na dziesięcioro – od 1,2 do 6 litrów. 12% badanych wypija od 6 do 12 litrów czystego alkoholu w ciągu roku. Niemal co dziesiąty Polak wypija powyżej 12 litrów czystego alkoholu w ciągu roku.

W grupie konsumentów alkoholu (tj. 81,1% badanych) większość osób wypija do 6 litrów czystego alkoholu w ciągu roku (36% do 1,2 litra i 37% od 1,2 do 6 litrów). 15% konsumentów alkoholu wypija od 6 do 12 litrów czystego alkoholu w ciągu roku, a nieco ponad 11% – ponad 12 litrów. Zbiorowo wyniki te przedstawia Tabela 4-18.

**Tabela 4-18.** Konsumenci napojów alkoholowych wg poziomu rocznego spożycia w przeliczeniu na stu procentowy alkohol<sup>8</sup>.

	Odsetek pijących napoje alkoholowe w ilościach rocznie (wszyscy badani)	Odsetek pijących napoje alkoholowe w ilościach rocznie (wśród konsumentów)
<b>abstynenci</b>	18,9%	X
<b>do 1,2 l</b>	28,9%	35,9%
<b>powyżej 1,2 do 6 l</b>	29,9%	37,1%
<b>powyżej 6 l do 12 l</b>	12,3%	15,3%
<b>powyżej 12 l</b>	9,4%	11,6%

Adnotacja: brak danych stanowi 0,1% w całej próbie.

Kobiety i mężczyźni istotnie różnią się pod względem rocznego spożycia czystego alkoholu. Ponad połowa kobiet spożywających alkohol wypija do 1,2 litra czystego alkoholu rocznie, podczas gdy w grupie mężczyzn taką ilość alkoholu wypija 16%. Jedna na trzy kobiety wypija od 1,2 do 6 litrów czystego alkoholu rocznie, podczas gdy w grupie mężczyzn jest to 40%. Znakomita mniejszość kobiet wypija od 6 do 12 litrów (7%) i powyżej 12 litrów (niespełna 2%). Około 20% spożywających alkohol mężczyzn wypija rocznie od 6 do 12 litrów czystego alkoholu i kolejne 20% – powyżej 12 litrów. Wyniki te przedstawia Tabela 4-19.

<sup>8</sup> Przyjęto poziomy rocznego spożycia za raportem „Wzory konsumpcji alkoholu w Polsce. Raport z ogólnopolskich badań ankietowych” z 2008 r.

**Tabela 4-19.** Konsumenci napojów alkoholowych wg poziomu rocznego spożycia w przeliczeniu na stuprocentowy alkohol – w podziale na płeć.

	<b>mężczyźni</b>	<b>kobiety</b>
<b>abstynenci</b>	x	x
<b>do 1,2 l</b>	16,4%	56,8%
<b>powyżej 1,2 do 6 l</b>	40,0%	33,9%
<b>powyżej 6 l do 12 l</b>	22,6%	7,4%
<b>powyżej 12 l</b>	20,9%	1,7%

Adnotacja:  $\chi^2(3)=375,87$ ;  $p<0,001$ ; V Cramera =0,48.

Konsumpcja czystego alkoholu różni się pomiędzy grupami wiekowymi i głównie polega na tym, że grupa najstarszych konsumentów alkoholu wypija istotnie mniej czystego alkoholu w ciągu roku – niemal 60% konsumentów alkoholu w wieku 65+ wypija do 1,2 litra czystego alkoholu w ciągu roku (istotnie więcej niż w pozostałych grupach wiekowych). Co czwarty konsument alkoholu w wieku 65+ wypija od 1,2 do 6 litra czystego alkoholu w ciągu roku (i jest to istotnie mniej niż w grupach 18–34 lata i 35–49 lat). Zaledwie 7% konsumentów alkoholu w wieku 65+ wypija od 6 do 12 litrów czystego alkoholu w ciągu roku (i jest to istotnie mniej niż w pozostałych grupach wiekowych). Wyniki te przedstawiono w Tabeli 4-20.

**Tabela 4-20.** Konsumenci napojów alkoholowych wg poziomu rocznego spożycia w przeliczeniu na stuprocentowy alkohol – w podziale na wiek.

	<b>18–34</b>	<b>35–49</b>	<b>50–64</b>	<b>65+</b>
<b>abstynenci</b>	x	x	x	x
<b>do 1,2 l</b>	31,8%	28,2%	31,8%	53,2%
<b>powyżej 1,2 do 6 l</b>	42,1%	41,2%	35,8%	26,5%
<b>powyżej 6 l do 12 l</b>	17,2%	17,2%	18,4%	7,4%
<b>powyżej 12 l</b>	8,9%	13,0%	13,8%	12,9%

Adnotacja:  $\chi^2(9)=80,61$ ;  $p<0,001$ , V Cramera=0,13.

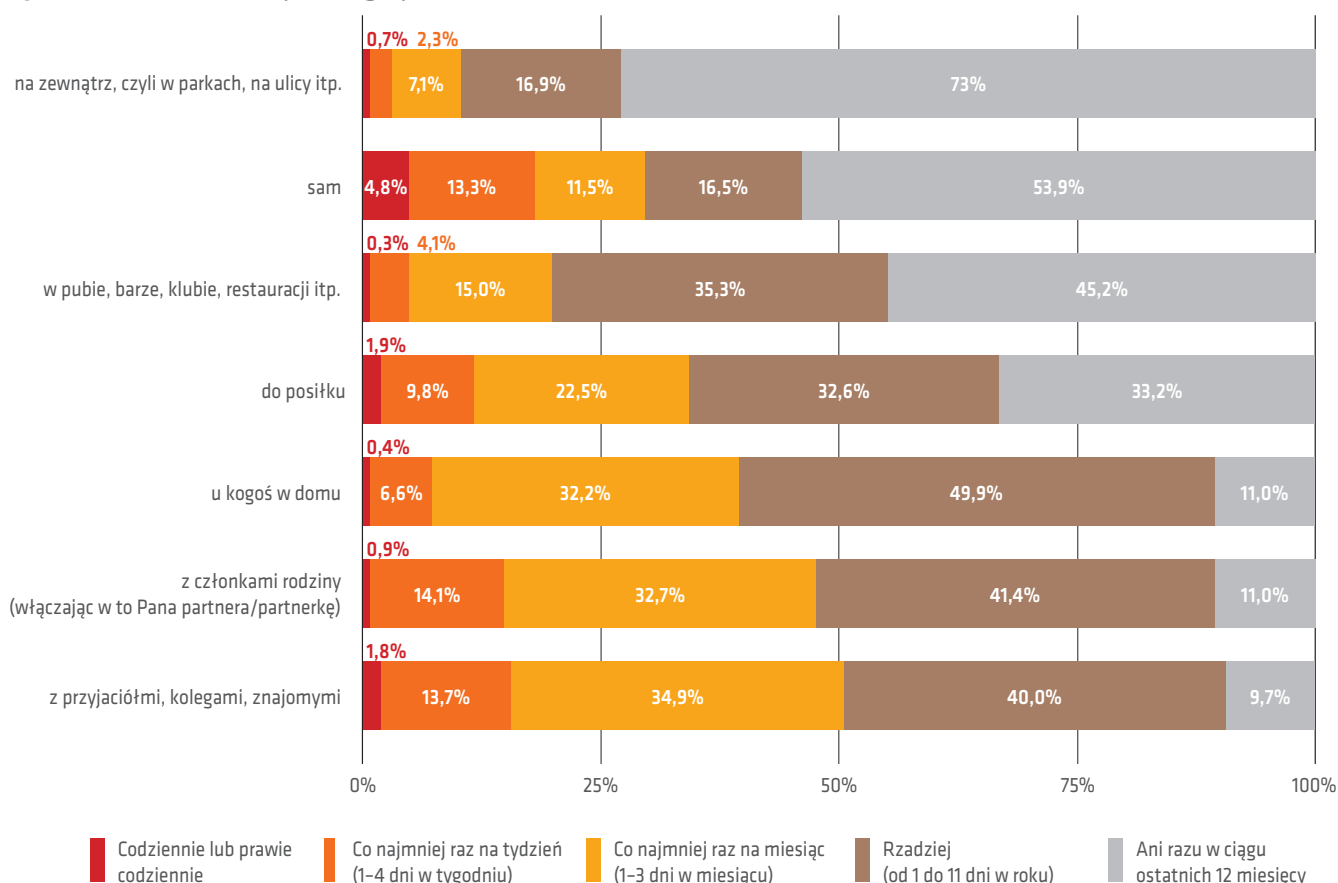
## 5. Okoliczności picia alkoholu (dr Magdalena Rowicka)

Analizie poddano 10 okoliczności picia: do posiłku, u siebie w domu, u kogoś w domu, w pubie, barze, klubie, restauracji itp., na zewnątrz, czyli w parkach, na ulicy itp., z członkami rodziny (włączając w to partnera/partnerkę respondenta), z przyjaciółmi, kolegami, znajomymi, sam/a.

Mężczyźni, w porównaniu z kobietami, częściej piją z każdego powodu, przy czym różnice te są umiarkowane dla picia: u siebie w domu ( $V$  Cramera = 0,324), z przyjaciółmi czy kolegami ( $V$  Cramera = 0,309) i samotnie ( $V$  Cramera = 0,352). Pozostałe powody w niewielkim stopniu, choć istotnie, są różnicowane przez płeć. Wyniki te przedstawiono w tabeli 16-2 (patrz: Aneks).

Do najrzadziej wskazywanych okoliczności picia należą: picie na zewnątrz (czyli w parkach, na ulicach), samemu/samej, w pubie, barze (zarówno dla ogółu próby, jak i w podziale na płeć).

**Wykres 5-1 . Okoliczności picia w grupie konsumentów alkoholu.**



Wiek nie różnicuje jedynie okoliczności picia do posiłku, natomiast w niewielkim stopniu różnicuje częstotliwość picia w pozostałych okolicznościach. Osoby w wieku 65+ nieco rzadziej piją u siebie w domu i u kogoś w domu. Niemal 3 na 4 osoby w wieku 65+ ani razu w ciągu roku poprzedzającego badanie nie piły alkoholu w barze, pubie, klubie czy restauracji (i jest to istotnie rzadziej niż w pozostałych grupach wiekowych). W grupie osób w wieku 55-64 lata sześć na dziesięć osób ani razu w ciągu roku poprzedzającego badanie nie piły alkoholu w barze, pubie, klubie czy restauracji (i jest to istotnie rzadziej niż w pozostałych grupach wiekowych).

Wraz z wiekiem maleje częstość picia na ulicach czy w parkach (w grupie najmłodszej nieco ponad jedna trzecia respondentów przyznała, że piła na ulicy czy w parkach, podczas gdy w grupie najstarszej – zaledwie 15%). Wraz z wiekiem maleje częstość picia z rodziną, z przyjaciółmi (choć związek ten jest bardzo niski). Dane dotyczące okoliczności picia alkoholu w podziale na wiek respondentów przedstawiono w tabeli 16-3 (patrz: Aneks).

## 6. Ryzykowne picie alkoholu (dr Magdalena Rowicka)

W kwestionariuszu zawarto narzędzie pozwalające na oszacowanie wielkości grupy respondentów spożywających alkohol w sposób problemowy: RAPS (*Rapid Alcohol Problems Screen*).

RAPS składa się z czterech pytań dotyczących:

- 1. poczucia winy:** Czy w czasie ostatnich 12 miesięcy miał/a Pan/i poczucie winy lub wyrzuty sumienia po wypiciu alkoholu?
- 2. utraty pamięci:** Czy w czasie ostatnich 12 miesięcy przyjaciel lub członek Pana/i rodziny powiedział Panu/i o czymś, co Pan/i mówił/a lub robił/a w trakcie picia alkoholu, a czego Pan/i nie pamiętał/a?
- 3. zaniedbania:** Czy w czasie ostatnich 12 miesięcy z powodu picia nie zrobił/a Pan/i czegoś, czego się normalnie od Pana/i oczekuje?
- 4. picia od rana:** Czy w czasie ostatnich 12 miesięcy pił/a Pan/i czasami (jakiś napój alkoholowy) rano, zaraz po wstaniu z łóżka?

Przyjmuje się, że odpowiedź twierdząca na chociaż jedno z tych pytań w ciągu ostatnich 12 miesięcy wskazuje na picie problemowe.

Do każdego z pytań głównych, osobom, które odpowiedziały na nie twierdząco, zadano dodatkowe pytanie o częstotliwość: Czy zdarzyło się to tylko raz lub dwa razy czy częściej (w ciągu ostatnich 12 miesięcy)?

Do przynajmniej jednego symptomu ryzykownego picia przyznało się 14,2% osób. Mężczyźni doświadczali ich częściej niż kobiety – odpowiednio 22,3% i 6,8%.

Trzy z czterech wymiarów ryzykownego picia są rozpowszechnione w populacji konsumentów alkoholu na poziomie 10%-13%, natomiast najmniej rozpowszechnione jest picie od rana – na poziomie 7% w ogólnej populacji. W grupie kobiet wszystkie wymiary picia ryzykownego są rozpowszechnione w mniejszym stopniu niż wśród mężczyzn – w grupie kobiet niespełna 2% przyznaje, że zdarzyło się w ciągu ostatnich 12 miesięcy, aby wypić alkohol tuż po wstaniu, podczas gdy w grupie mężczyzn jest to niemal 11%. Rozpowszechnienie każdego z wymiarów ryzykownego picia w grupie mężczyzn wynosi od 11% do 18%, podczas gdy u kobiet – od 1,6% do 7%. Najczęstszym wymiarem ryzykownego picia u kobiet jest poczucie winy, a u mężczyzn – utrata pamięci.

Można domniemywać, biorąc pod uwagę generalnie większe spożycie alkoholu wśród mężczyzn, że w tej grupie łatwiej o poważniejsze skutki tego spożycia niż w grupie kobiet. W tej ostatniej grupie zatem, jako pierwszoplanowe, pojawiają się skutki psychologiczne, w przeciwieństwie do grupy mężczyzn, którzy częściej odczuwają także skutki neurologiczne. Wyniki te przedstawiono w tabeli 6-1.

**Tabela 6-1.** Picie ryzykowne w podziale na płeć u konsumentów alkoholu.

	Ogólnie (N)		Ogólnie (%)		Kobiety (N)		Kobiety (%)		Mężczyźni (N)		Mężczyźni (%)	
	Tak	Nie	Tak	Nie	Tak	Nie	Tak	Nie	Tak	Nie	Tak	Nie
<b>poczucie winy</b>	140	1081	11,5%	88,5%	36	477	7,0%	93,0%	104	604	14,7%	85,3%
<b>utrata pamięci</b>	158	1061	13,0%	87,0%	30	480	5,9%	94,1%	128	581	18,1%	81,9%
<b>zaniedbanie</b>	122	1101	10,0%	90,0%	30	484	5,8%	94,2%	92	617	13,0%	87,0%
<b>picie od rana</b>	86	1142	7,0%	93,0%	8	502	1,6%	98,4%	78	640	10,9%	89,1%

W grupie osób, które udzieliły odpowiedzi twierdzących na którekolwiek z czterech pytań dotyczące ryzykownego picia, większość doświadczała poszczególnych stanów 1-2 razy. Biorąc pod uwagę ogólną populację, średnio 7 na 10 osób doświadczała poczucia winy, utraty pamięci i zaniedbywania innych obowiązków 1-2 razy.

W grupie osób, które doświadczyły „picia od rana”, połowa doświadczyła go co najmniej 3 razy).

Częstość wszystkich zachowań wskazujących na ryzykowne picie alkoholu jest większa u mężczyzn niż u kobiet, ale niezależnie od płci, większość osób doświadczała poszczególnych zachowań 1-2 razy (u kobiet od 57% do 86%; u mężczyzn od 52% do 73%). Wyniki zbiorcze przedstawiono w tabeli 6-2.

**Tabela 6-2.** Ryzykowne picie wśród konsumentów alkoholu – częstość picia, w podziale na płeć.

	Ogólnie (N)		Ogólnie (%)		Kobiety (N)		Kobiety (%)		Mężczyźni (N)		Mężczyźni (%)	
	1-2 razy	Co najmniej 3 razy	1-2 razy	Co najmniej 3 razy	1-2 razy	Co najmniej 3 razy	1-2 razy	Co najmniej 3 razy	1-2 razy	Co najmniej 3 razy	1-2 razy	Co najmniej 3 razy
<b>poczucie winy</b>	97	42	69,8%	30,2%	27	9	75,0%	25,0%	70	33	68,0%	32,0%
<b>utrata pamięci</b>	118	38	75,6%	24,4%	25	4	86,2%	13,8%	93	34	73,2%	26,8%
<b>zaniebdanie</b>	79	35	69,3%	30,7%	22	5	81,5%	18,5%	57	30	65,5%	34,5%
<b>picie od rana</b>	42	39	51,9%	48,1%	4	3	57,1%	42,9%	38	36	51,4%	48,6%

Rozpowszechnienie występowania poszczególnych przejawów ryzykownego picia jest zbliżone w każdej grupie wiekowej do wyniku dla ogółu populacji (tabela 6-3), z wyjątkiem grupy 65+, u której częstość występowania poczucia winy, utraty pamięci czy zaniedbywania jest nieco niższa niż średnia i wynosi ok 7%–8%. Warto jednak zaznaczyć, że występowanie przejawów ryzykownego picia w grupie osób powyżej 65. roku życia dotyczy od 9 do 11 osób, zatem wyniki te należy traktować z dużą ostrożnością. Sięganie po alkohol po przebudzeniu jest najrzadziej występującym przejawem ryzykownego picia i utrzymuje się na poziomie od 6% (grupa 35–49 lat) do 8,5% (grupa 50–64 lat). Wyniki zbiorcze przedstawiono w tabeli 6-3.

**Tabela 6-3.** Ryzykowne picie wśród konsumentów alkoholu w podziale na wiek (odpowiedzi tak).

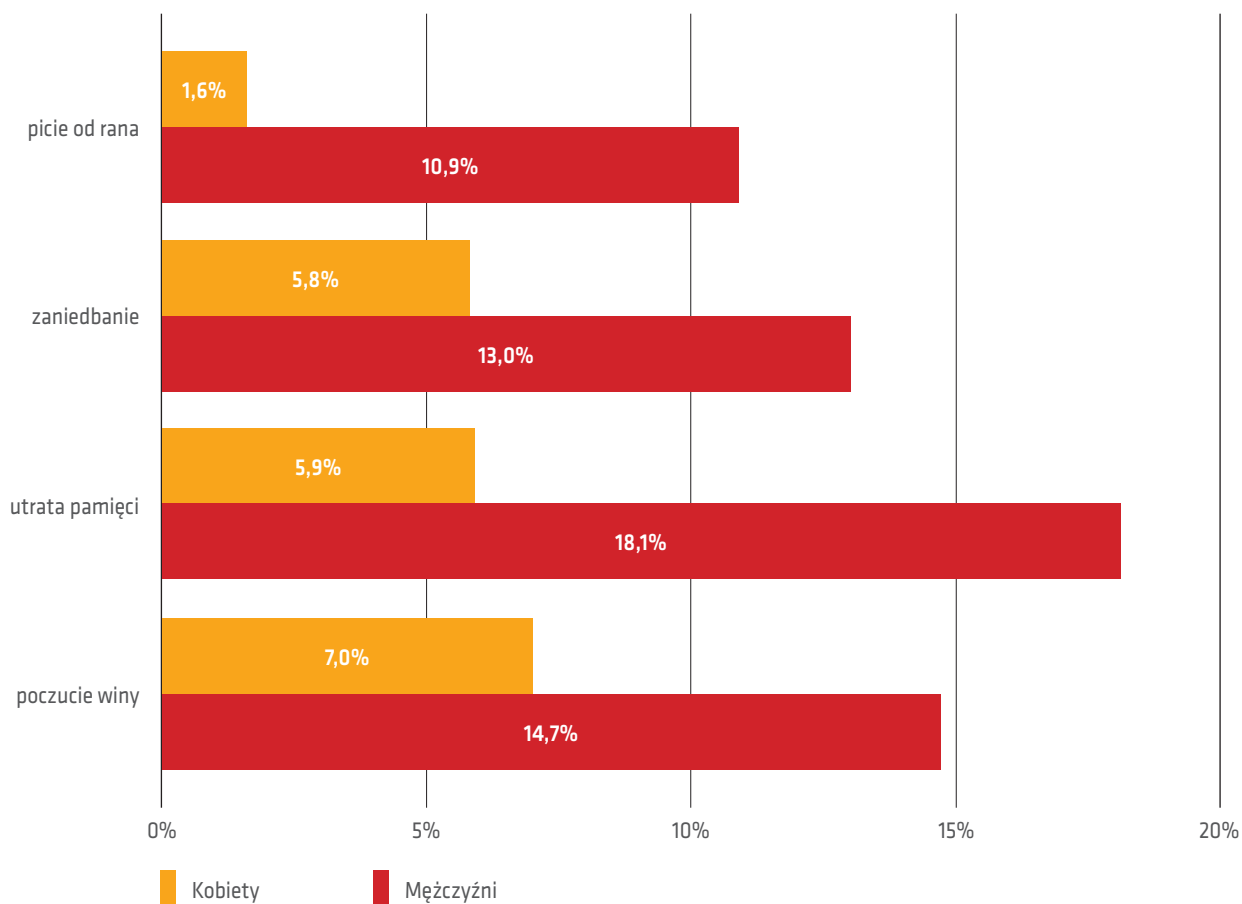
	Ogólnie (N)	Ogólnie (%)	18-34 (N)	18-34 (%)	35-49 (N)	35-49 (%)	50-64 (N)	50-64 (%)	65+ (N)	65+ (%)
<b>poczucie winy</b>	140	11,5%	53	12,2%	45	12,0%	31	11,4%	11	7,9%
<b>utrata pamięci</b>	158	13,0%	56	12,8%	52	13,9%	39	14,6%	10	7,1%
<b>zaniebdanie</b>	122	10,0%	46	10,4%	33	8,8%	33	12,4%	11	7,9%
<b>picie od rana</b>	86	7,0%	32	7,3%	23	6,1%	23	8,5%	9	6,4%

W grupie osób, które udzieliły odpowiedzi twierdzących na przynajmniej jedno z czterech pytań dotyczących ryzykownego picia, większość doświadczała poszczególnych stanów 1-2 razy, z wyjątkiem picia po przebudzeniu: w grupie najmłodszej nieco ponad połowa osób piła po przebudzenia 1-2 razy, natomiast w grupie 35–49 lat była to już większość – niemal 2 na 3 osoby; w grupach 50–64 lata i 65+ można zaobserwować zmianę trendu – 60% w grupie młodszej i niemal 80% w grupie starszej doświadczyła picia po przebudzeniu 3 razy lub więcej (jednak ze względu na niewielkie liczebności grup należy interpretować te wyniki z ostrożnością). Ponadto mężczyźni w większym stopniu niż kobiety doświadczali symptomów ryzykownego picia.

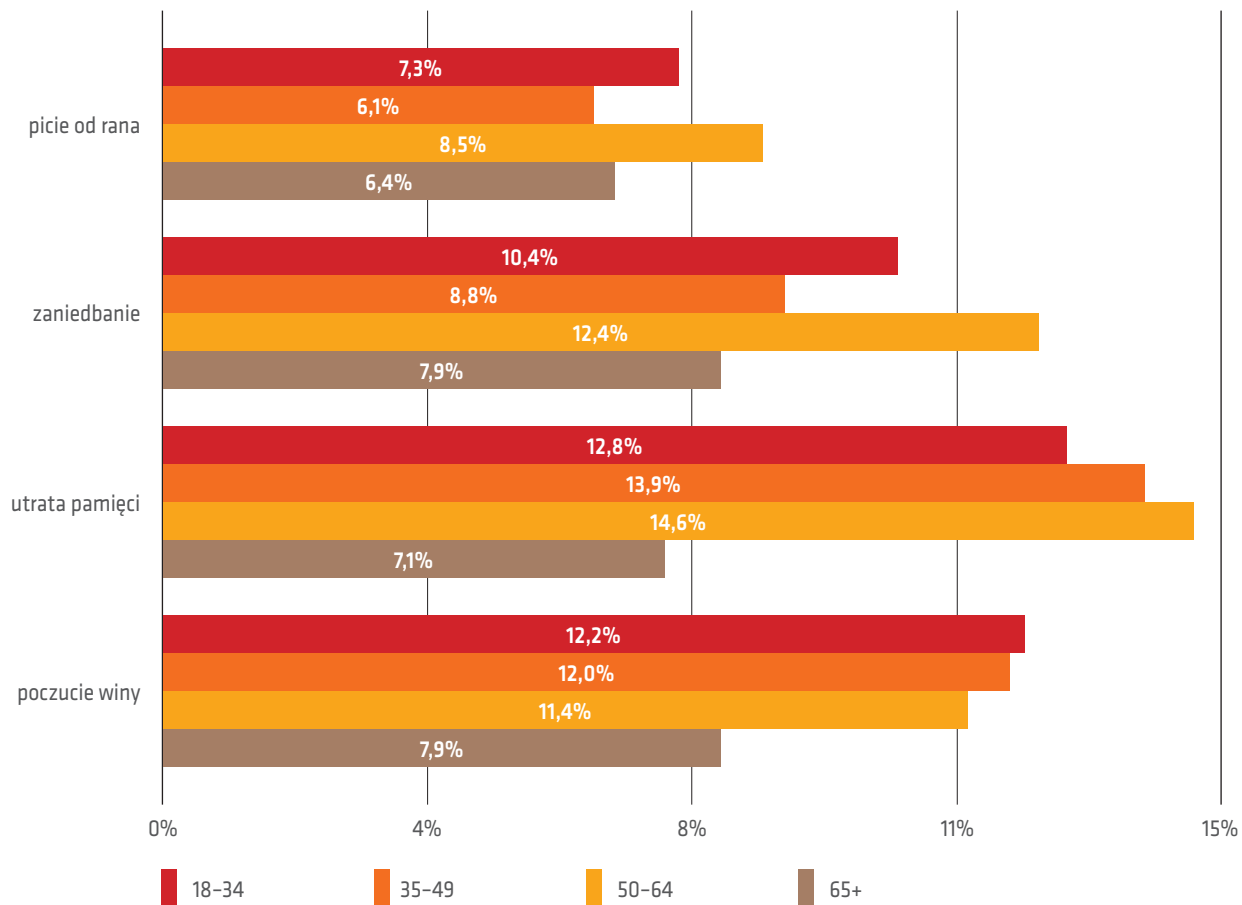
Wyniki zbiorcze przedstawiono w tabeli 6-1–6-3, natomiast poniżej na wykresach 6-1 i 6-2 przedstawiono graficzną ilustrację wyników.



**Wykres 6-1.** Symptomy ryzykownego picia w grupie kobiet i mężczyzn (konsumentów alkoholu).



**Wykres 6-2.** Symptomy ryzykownego picia w grupach wiekowych konsumentów alkoholu.



## 7. Motywy picia alkoholu i motywy abstynencji (dr Sławomir Postek)

Motywację do picia alkoholu oraz do abstynencji badano za pomocą kwestionariuszy składających się z następujących stwierdzeń, z którymi uczestnicy badania zgadzali się bądź nie.

Kwestionariusz motywacji do picia składał się z następujących stwierdzeń:

**Przypominając sobie sytuacje, w których Pan/Pani pił/a w ciągu ostatnich 12 miesięcy, czy to piwo, wino, czy alkohol wysokoprocentowy, jak często pił/a Pan/i...**

MP\_1. Ponieważ lubi Pan/Pani to uczucie

MP\_2. Ponieważ daje to fajny nastrój

MP\_3. Ponieważ to poprawia imprezy i uroczystości

MP\_4. Po prostu, żeby się upić

MP\_5. Żeby dostosować się do grupy, którą Pan/Pani lubi

MP\_6. Żeby nie czuć się wyobcowanym [wśród innych]

MP\_7. Ponieważ to pomaga, kiedy czuje się Pan/Pani przygnębiony/a lub zdenerwowany/a

MP\_8. Ponieważ myśli Pan/Pani, że to jest dla zdrowia

MP\_9. Żeby o wszystkim zapomnieć

MP\_10. Ponieważ jest to element właściwej diety

Dla każdego ze stwierdzeń respondenci mogli zaznaczyć jedną z następujących odpowiedzi:

Nigdy lub rzadko – **zakodowane** wspólnie jako „**rzadko**”

Czasami – **zakodowane** dosłownie, czyli jako „**czasami**”

Często lub bardzo często – **zakodowane** wspólnie jako „**często**”

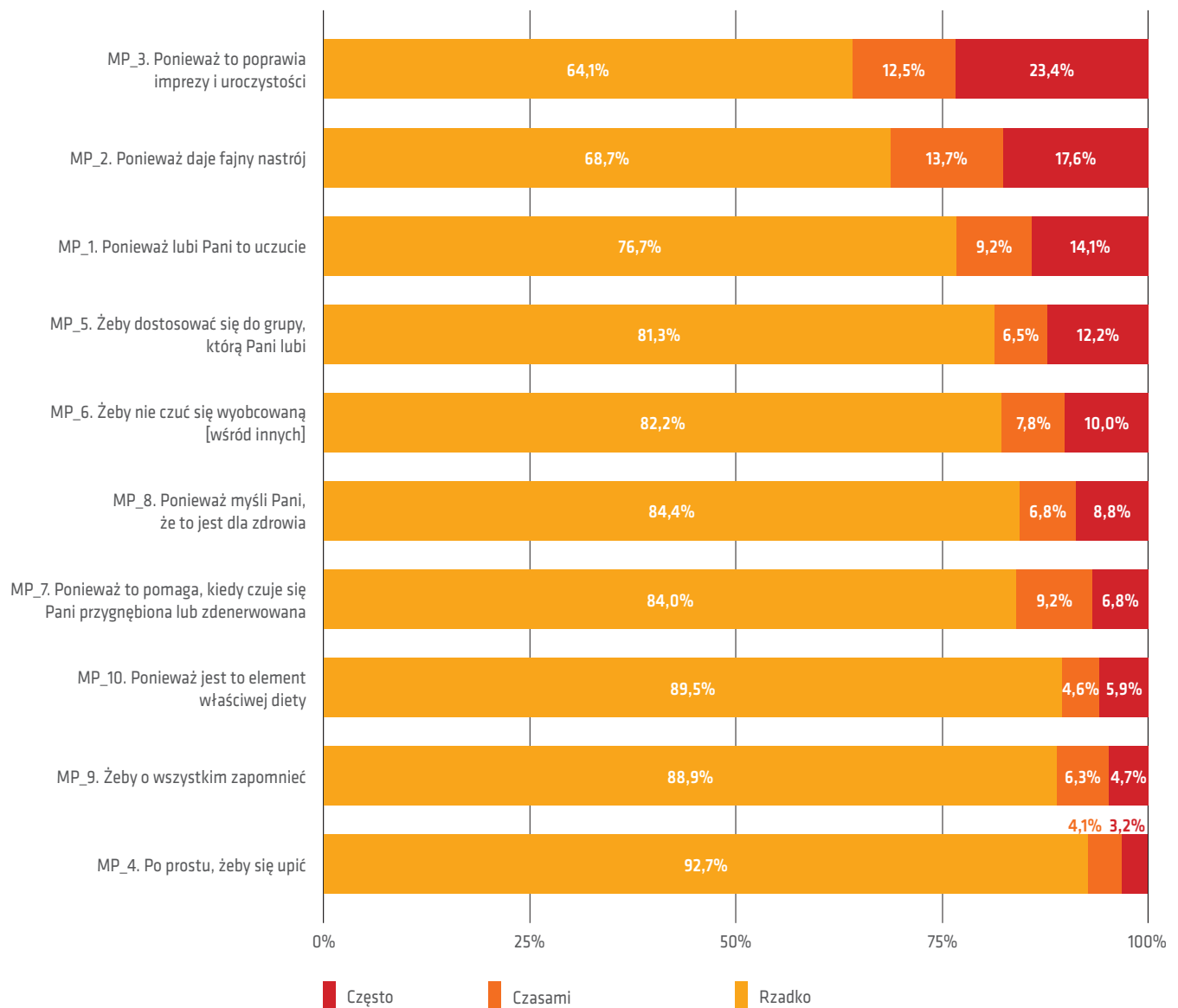
W odniesieniu do wyróżnionych na podstawie płci grup respondentów, odpowiedzi kształtowały się następująco.

W grupie kobiet największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Ponieważ to poprawia imprezy i uroczystości* (wskazane jako częsty motyw przez 23,4% respondentek), *Ponieważ daje fajny nastrój* (wskazane jako częsty motyw przez 17,6% respondentek), *Ponieważ lubi Pan/Pani to uczucie* (wskazane jako częsty motyw przez 14,1% respondentek). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po prostu, żeby się upić* (wskazane jako częsty motyw przez 3,2% respondentek), *Żeby o wszystkim zapomnieć* (wskazane jako częsty motyw przez 4,7% respondentek), *Ponieważ jest to element właściwej diety* (wskazane jako częsty motyw przez 5,9% respondentek).

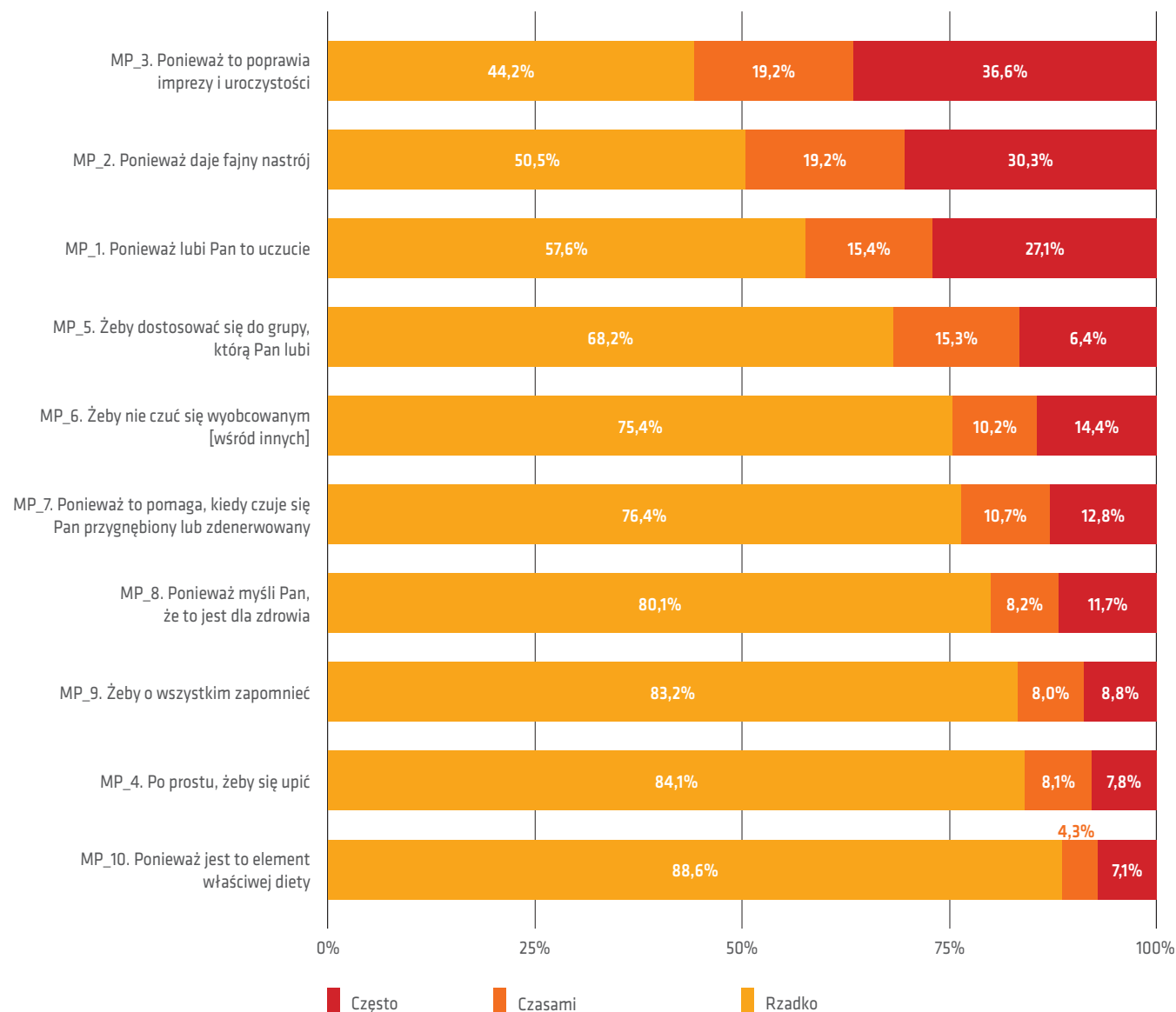
W grupie mężczyzn największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Ponieważ to poprawia imprezy i uroczystości* (wskazane jako częsty motyw przez 36,6% respondentów), *Ponieważ daje fajny nastrój* (wskazane jako częsty motyw przez 30,3% respondentów), *Ponieważ lubi Pan/Pani to uczucie* (wskazane jako częsty motyw przez 27,1% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Ponieważ jest to element właściwej diety* (wskazane jako częsty motyw przez 7,1% respondentów), *Po prostu, żeby się upić* (wskazane jako częsty motyw przez 8,1% respondentów), *Żeby o wszystkim zapomnieć* (wskazane jako częsty motyw przez 8,8% respondentów).

Rozkład odpowiedzi w kwestionariuszu dotyczących wszystkich motywów do picia alkoholu dla kobiet i mężczyzn przedstawia się jak na poniższych rysunkach.

**Wykres 7-1.** Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie kobiet.



**Wykres 7-2. Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie mężczyzn.**



W obydwu grupach, kobiet i mężczyzn, zauważalna jest zgodność kolejności najważniejszych motywów do picia, choć te motywy nie są wskazywane jako wyjątkowo częste (na poziomie 20–30%). Te najważniejsze motywy związane są z aspektami towarzyskimi oraz przyjemnością odczuwaną w wyniku picia (nastroj i uczucie towarzyszące picie). Warto jednak zauważyć, że przedstawiciele obydwu płci nie piją właściwie w ogóle po to, aby się upić ani ucieczkowo (aby zapomnieć). Picie w dużo większym stopniu jest związane z rytuałami społecznymi.

W odniesieniu do wyróżnionych na podstawie przynależności do kohort wiekowych grup respondentów, odpowiedzi kształtowały się następująco.

W grupie respondentów mających od 18 do 34 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Ponieważ to poprawia imprezy i uroczystości* (wskazane jako częsty motyw przez 33,1% respondentów), *Ponieważ daje fajny nastrój* (wskazane jako częsty motyw przez 25,9% respondentów), *Ponieważ lubi Pan/Pani to uczucie* (wskazane jako częsty motyw przez 22,2% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Ponieważ jest to element właściwej diety* (wskazane jako częsty motyw przez 5,1% respondentów), *Po prostu, żeby się upić* (wskazane jako częsty motyw przez 5,9% respondentów), *Żeby o wszystkim zapomnieć* (wskazane jako częsty motyw przez 6,9% respondentów).

W grupie respondentów mających od 35 do 49 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Ponieważ to poprawia imprezy i uroczystości*, (wskazane jako częsty motyw przez 33,2% respondentów) *Ponieważ daje fajny nastrój* (wskazane jako częsty motyw przez 28,2% respondentów), *Ponieważ lubi Pan/Pani to uczucie* (wskazane jako częsty motyw przez 23% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Ponieważ jest to element właściwej diety*

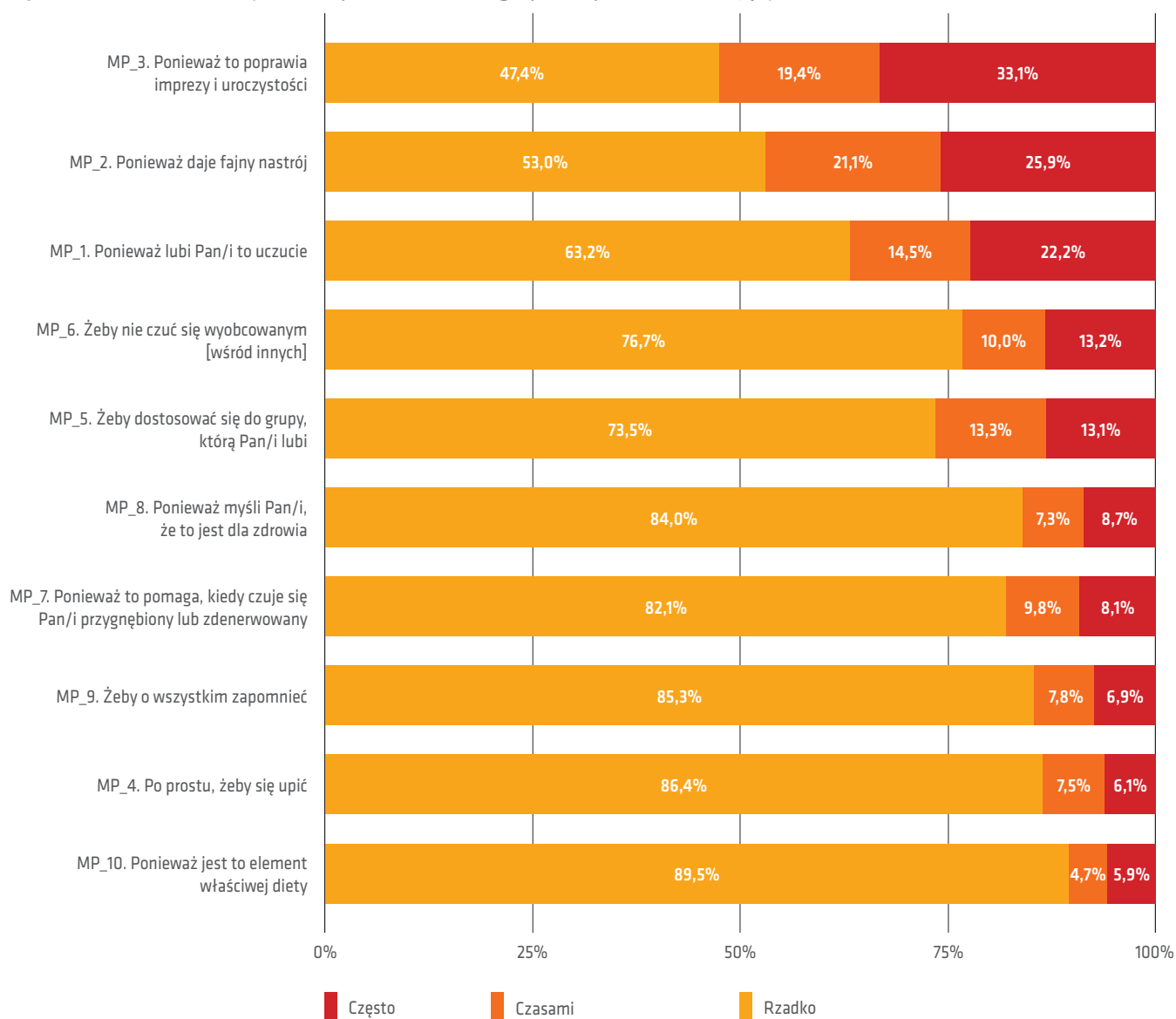
(wskazane jako częsty motyw przez 4,5% respondentów), *Po prostu, żeby się upić* (wskazane jako częsty motyw przez 5% respondentów), *Ponieważ myśli Pani/Pan, że to jest dla zdrowia* (wskazane jako częsty motyw przez 6,3% respondentów).

W grupie respondentów mających od 50 do 64 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Ponieważ to poprawia imprezy i uroczystości* (wskazane jako częsty motyw przez 26,2% respondentów), *Ponieważ daje fajny nastrój* (wskazane jako częsty motyw przez 21,6% respondentów), *Ponieważ lubi Pan/Pani to uczucie*, (wskazane jako częsty motyw przez 18,1% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po prostu, żeby się upić* (wskazane jako częsty motyw przez 5,4% respondentów), *Ponieważ jest to element właściwej diety* (wskazane jako częsty motyw przez 5,9% respondentów), *Żeby o wszystkim zapomnieć* (wskazane jako częsty motyw przez 6,7% respondentów).

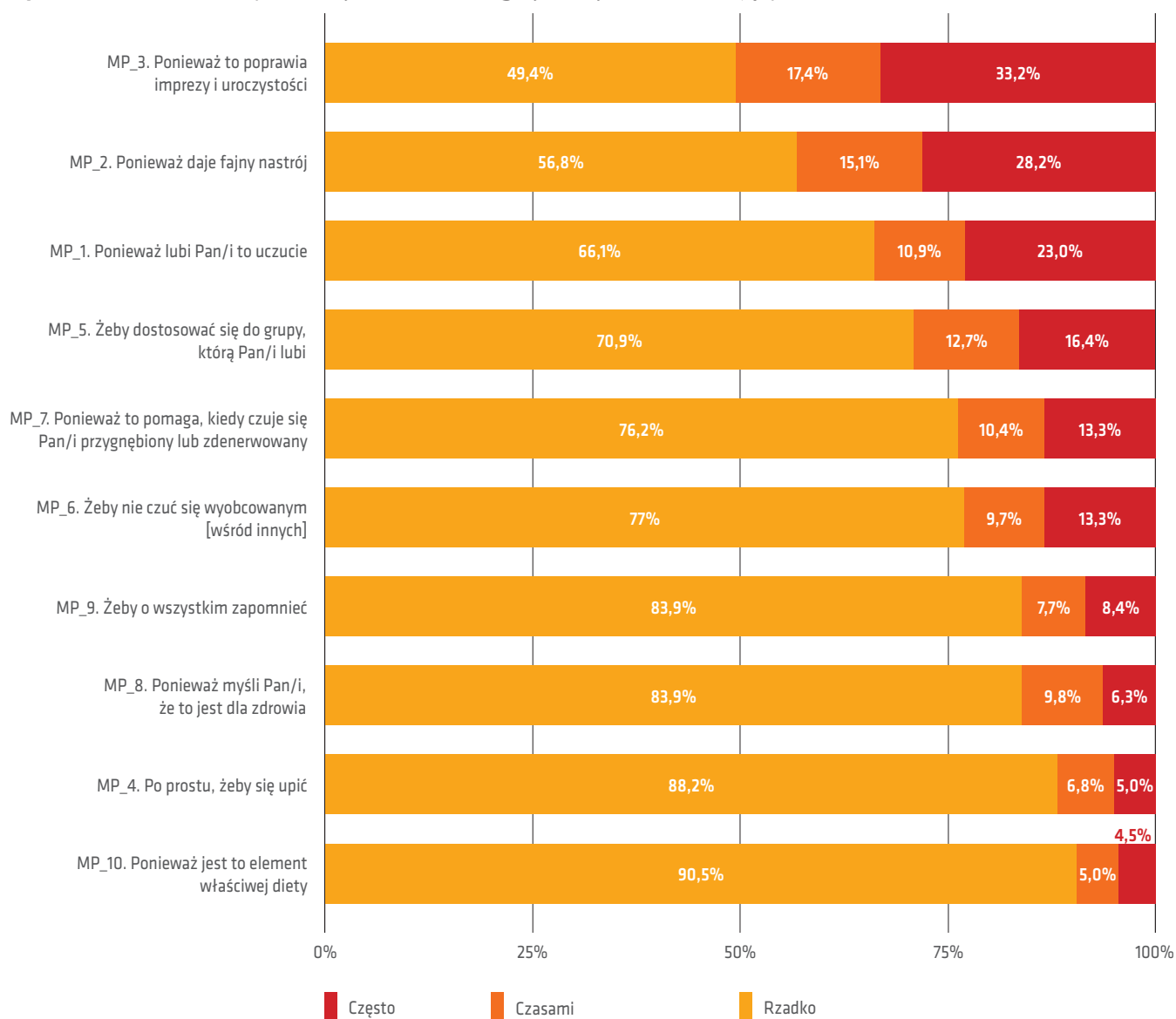
W grupie respondentów mających 65 lat i więcej największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Ponieważ to poprawia imprezy i uroczystości* (wskazane jako częsty motyw przez 24,2% respondentów), *Ponieważ myśli Pani/Pan, że to jest dla zdrowia* (wskazane jako częsty motyw przez 21,3% respondentów), *Ponieważ lubi Pan/Pani to uczucie* (wskazane jako częsty motyw przez 18,1% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Żeby o wszystkim zapomnieć* (wskazane jako częsty motyw przez 4,7% respondentów), *Po prostu, żeby się upić* (wskazane jako częsty motyw przez 5,9% respondentów), *Ponieważ to pomaga, kiedy czuje się Pani/Pan przygnębiona/przygnębiony lub zdenerwowana/zdenerwowany* (wskazane jako częsty motyw przez 8,9% respondentów).

**Na poniższych wykresach przedstawiono rozkład wszystkich motywów do picia alkoholu z kwestionariusza w podziale na cztery grupy wiekowe respondentów.**

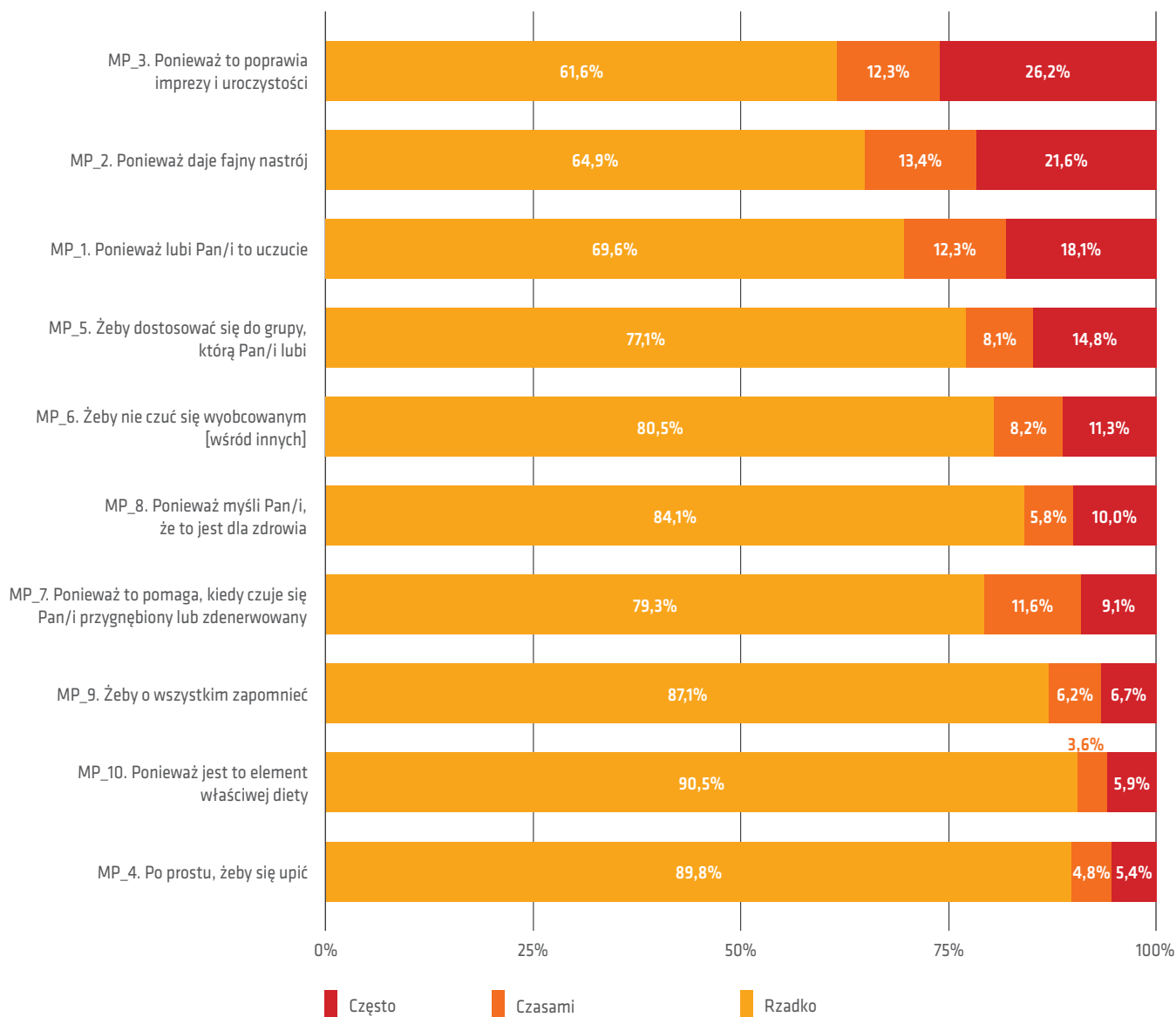
**Wykres 7-3.** Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających 18–34 lata.



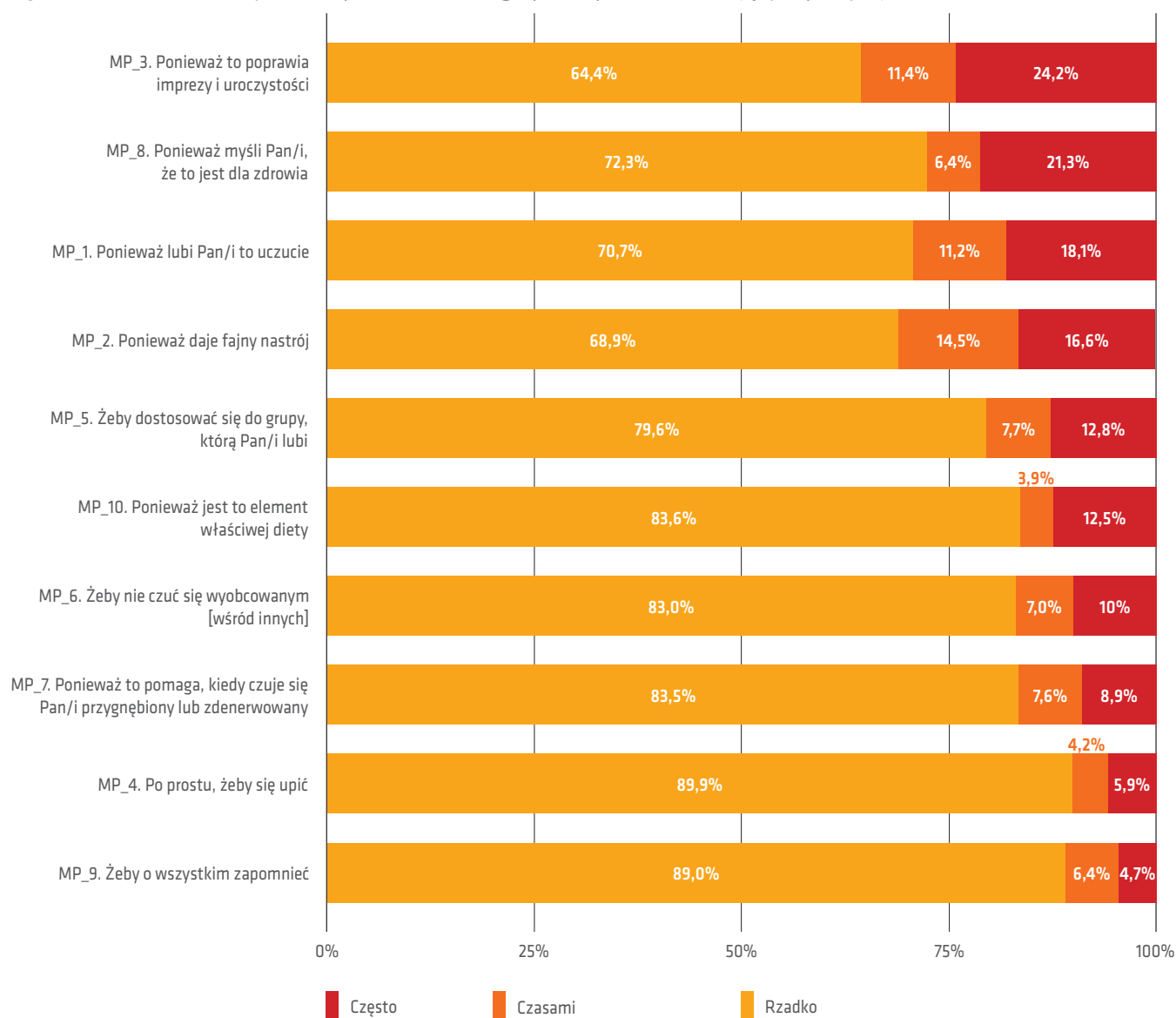
**Wykres 7-4.** Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających 35–49 lat.



**Wykres 7-5.** Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających 50–64 lata.



**Wykres 7-6.** Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających powyżej 64 lat.



We wszystkich grupach wiekowych daje się zauważyć spójność najważniejszych motywów do picia – podobnie jak w wypadku podziału na płeć są to:

- motywy hedonistyczne, czyli picie dla przyjemności płynącej z upicia lub uczucia bycia na lekkim rauszu,
- rytuały, czyli zakorzeniony sposób „celebrowania” uroczystości i spotkań towarzyskich, np. picie w trakcie imprez rodzinnych,
- dostosowanie się do otoczenia, czyli chęć robienia tego, co wszyscy wokół – jeżeli w otoczeniu się pije, to takie zachowanie jest kopiowane.

Zwraca uwagę fakt, że w grupie najstarszych uczestników badania (65+ lat) motyw „właściwej diety” dotyczy mniej więcej dwukrotnie większego odsetka respondentów niż w pozostałych grupach wiekowych. Zapewne przekonania tej grupy wiekowej mogą wynikać z racjonalizacji swojej konsumpcji alkoholu, ale równie dobrze – z zakorzenionych przekonań (np. „Piwo krzepi!”)

**Kwestionariusz motywacji do zachowywania abstynencji składał się z następujących stwierdzeń:**

***Ludzie powstrzymują się od picia napojów alkoholowych z różnych powodów. Z jakich powodów nie pił/a Pan/Pani alkoholu w ciągu ostatnich 12 miesięcy?***

MA\_1. Nie interesuje mnie to

MA\_2. Widziałem/am złe przykłady tego, co może zrobić z człowiekiem alkohol



MA\_3. Nie piję z powodów religijnych

MA\_4. Zostałem/am tak wychowany/a

MA\_5. Picie za dużo kosztuje

MA\_6. Picie to marnowanie pieniędzy

MA\_7. Picie szkodzi

MA\_8. Nie mogę pić, bo zdrowie mi nie pozwala

MA\_9. Nie mogę pić, bo przyjmuję leki

MA\_10. Nie odpowiada mi smak alkoholu

MA\_11. Nie lubię czuć wpływu alkoholu

MA\_12. Zostałem/am skrzywdzony/a przez czyjeś picie

MA\_13. Picie mogłoby mieć zły wpływ na różne rzeczy, które robię w życiu

MA\_14. Boję się, że mógłbym/mogłabym mieć problemy lub zostać alkoholikiem/alkoholiczką, gdybym pił/a

MA\_15. Picie zrujnowało mi kiedyś życie

MA\_16. Jestem w ciąży lub próbuję zajść w ciążę (pytanie tylko dla kobiet)

Dla każdego ze stwierdzeń respondenci mogli zaznaczyć odpowiedź TAK lub NIE.

**Poniżej przedstawiono procentowy rozkład odpowiedzi dla każdego ze stwierdzeń z kwestionariusza motywacji do zachowywania abstynencji w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania.**

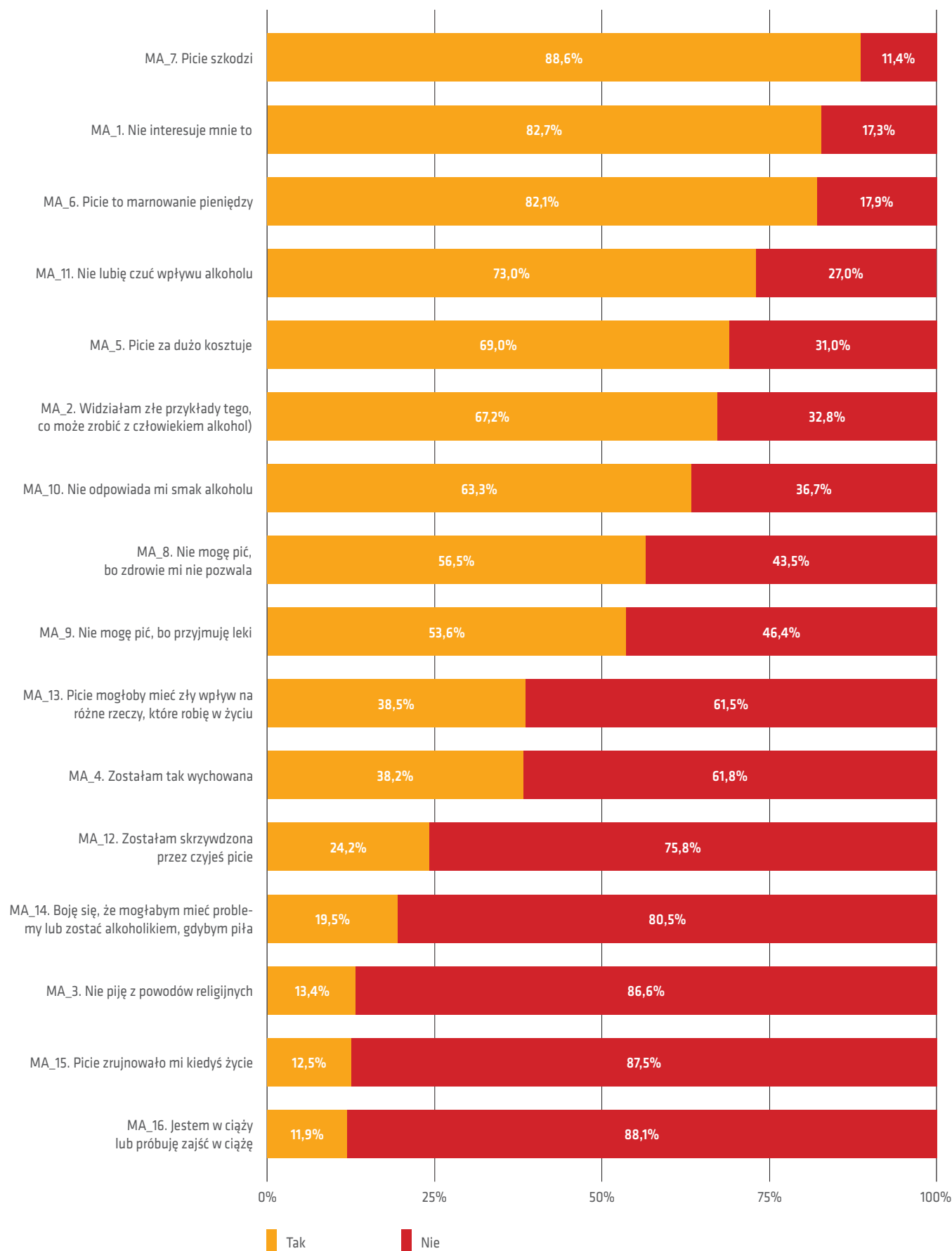
W odniesieniu do wyróżnionych na podstawie płci grup respondentów, odpowiedzi kształtowały się następująco.

W grupie kobiet największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Picie szkodzi* (wskazane jako motyw przez 88,6% respondentek), *Nie interesuje mnie to* (wskazane jako motyw przez 82,7% respondentek), *Picie to marnowanie pieniędzy* (wskazane jako motyw przez 82,1% respondentek). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Jestem w ciąży lub próbuję zajść w ciążę* (wskazane jako motyw przez 11,9% respondentek), *Picie zrujnowało mi kiedyś życie* (wskazane jako motyw przez 12,5% respondentek), *Nie piję z powodów religijnych* (wskazane jako motyw przez 13,4% respondentek).

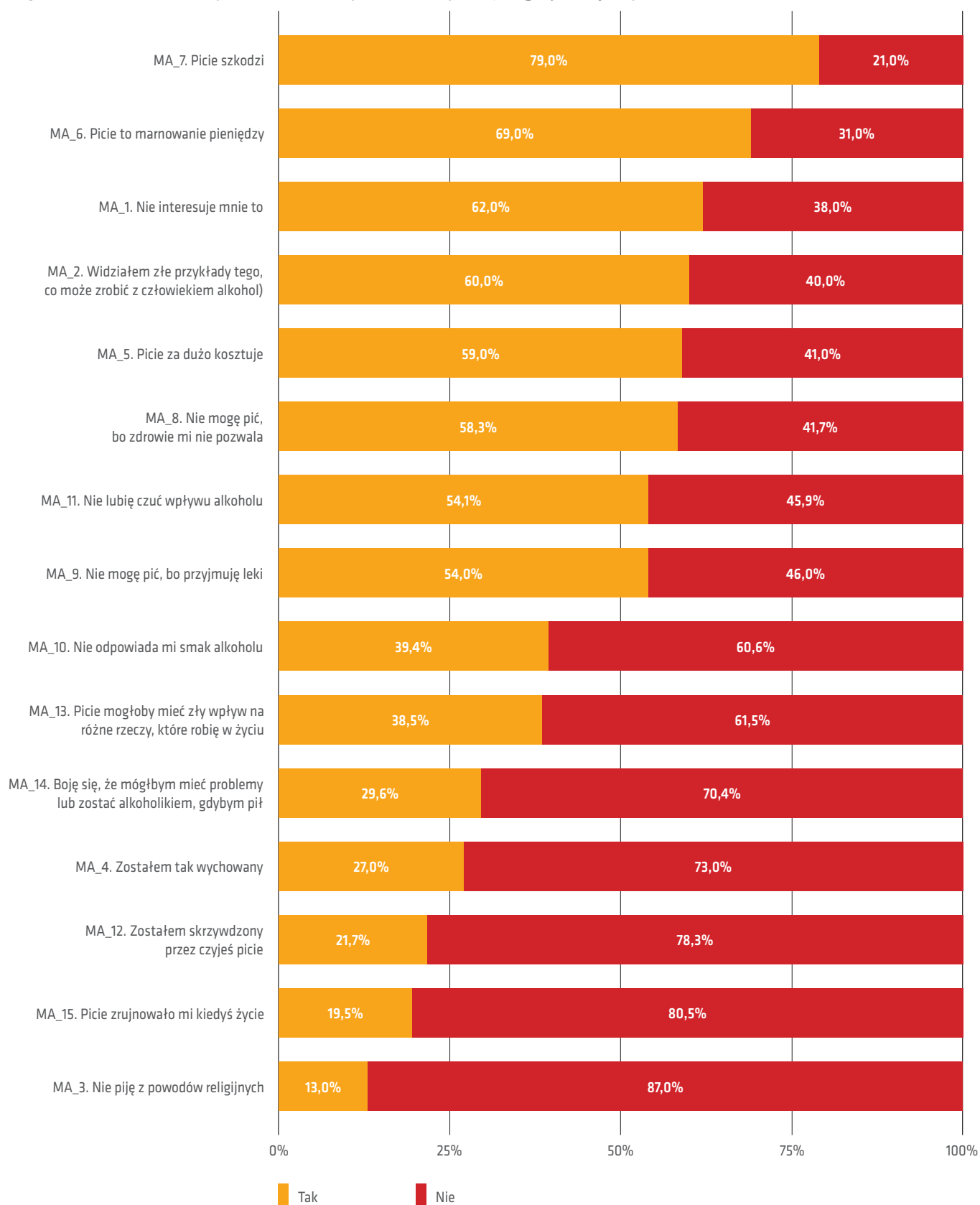
W grupie mężczyzn największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Picie szkodzi* (wskazane jako motyw przez 79% respondentów), *Picie to marnowanie pieniędzy* (wskazane jako motyw przez 69% respondentów), *Nie interesuje mnie to* (wskazane jako motyw przez 62% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Nie piję z powodów religijnych* (wskazane jako motyw przez 13% respondentów), *Picie zrujnowało mi kiedyś życie* (wskazane jako motyw przez 19,5% respondentów), *Zostałem skrzywdzony przez czyjeś picie* (wskazane jako motyw przez 21,7% respondentów).

Rozkład odpowiedzi w kwestionariuszu dotyczący motywów do zachowywania abstynencji przedstawia się jak na poniższych wykresach.

**Wykres 7-7.** Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie kobiet.



**Wykres 7-8.** Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie mężczyzn.



Powszechne jest przekonanie, że picie alkoholu jest szkodliwe (choć kobiety zgadzają się z tym stwierdzeniem trochę częściej), a także, że wydawanie pieniędzy na alkohol nie jest zasadne. Motyw finansowy i zdrowotny dominują w obydwu grupach. Natomiast jedynie niewielki odsetek uczestników badania wskazał powody religijne i swoje wychowanie jako powód abstynencji.

Warto także zwrócić uwagę na to, że znacząco więcej mężczyzn obawia się konsekwencji alkoholizmu – i wskazuje to jako powód swojej abstynencji. Ponadto kobiety znacznie częściej niż mężczyźni wskazywały jako powód swojej abstynencji to, że nie lubią czuć wpływu alkoholu – prawie 3/4 respondentek wskazało ten właśnie powód swojej abstynencji, w porównaniu z około połową mężczyzn. Podobne zjawisko można zaobserwować dla „bliźniaczego” pytania o smak alkoholu, który jest powodem abstynencji dla około 40% mężczyzn i dla ponad 60% kobiet.

W wyróżnionych na podstawie przynależności do kohort wiekowych grupach respondentów odpowiedzi kształtowały się następująco.

W grupie respondentów mających od 18 do 34 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Picie szkodzi* (wskazane jako motyw przez 78,6% respondentów), *Nie interesuje mnie to* (wskazane jako motyw przez 75,5% respondentów), *Picie to marnowanie pieniędzy* (wskazane jako motyw przez 70,5% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Nie piję z powodów religijnych* (wskazane jako motyw przez 11,6% respondentów), *Picie zrujnowało mi kiedyś życie* (wskazane jako motyw przez 12,5% respondentów), *Nie mogę pić, bo przyjmuję leki* (wskazane jako motyw przez 14,4% respondentów).

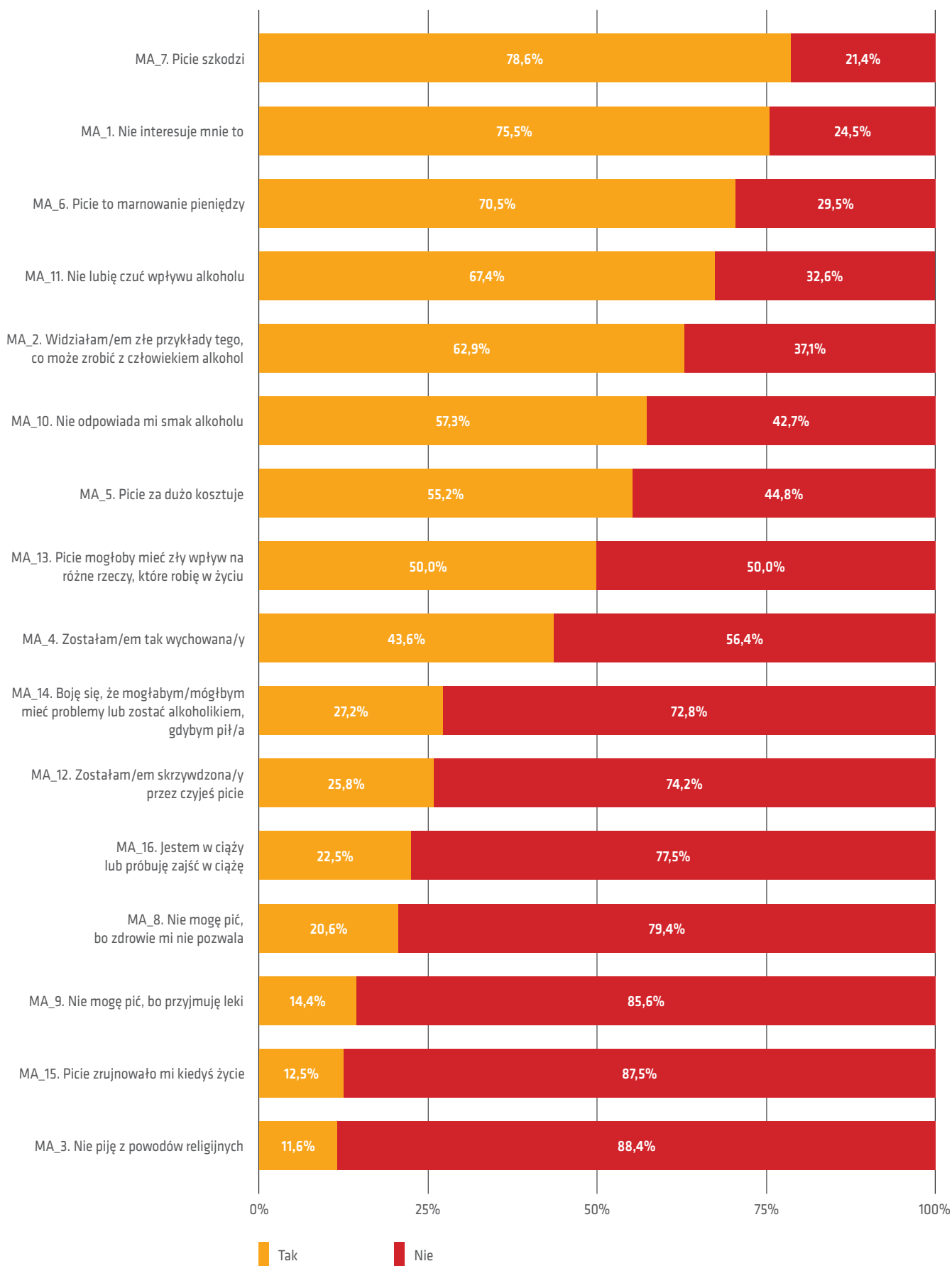
W grupie respondentów mających od 35 do 49 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Picie szkodzi* (wskazane jako motyw przez 81% respondentów), *Nie interesuje mnie to* (wskazane jako motyw przez 75% respondentów), *Picie to marnowanie pieniędzy* (wskazane jako motyw przez 72,5% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Jestem w ciąży lub próbuję zająć w ciążę* (wskazane jako motyw przez 10,8% respondentów), *Nie piję z powodów religijnych* (wskazane jako motyw przez 13,5% respondentów), *Picie zrujnowało mi kiedyś życie* (wskazane jako motyw przez 27,5% respondentów).

W grupie respondentów mających od 50 do 64 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Picie szkodzi* (wskazane jako motyw przez 84,5% respondentów), *Picie to marnowanie pieniędzy* (wskazane jako motyw przez 82,1% respondentów), *Picie za dużo kosztuje* (wskazane jako motyw przez 72,6% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Nie piję z powodów religijnych* (wskazane jako motyw przez 9,5% respondentów), *Picie zrujnowało mi kiedyś życie* (wskazane jako motyw przez 20,7% respondentów), *Boję się, że mogłabym/mógłbym zostać alkoholiką/alkoholikiem* (wskazane jako motyw przez 20,7% respondentów).

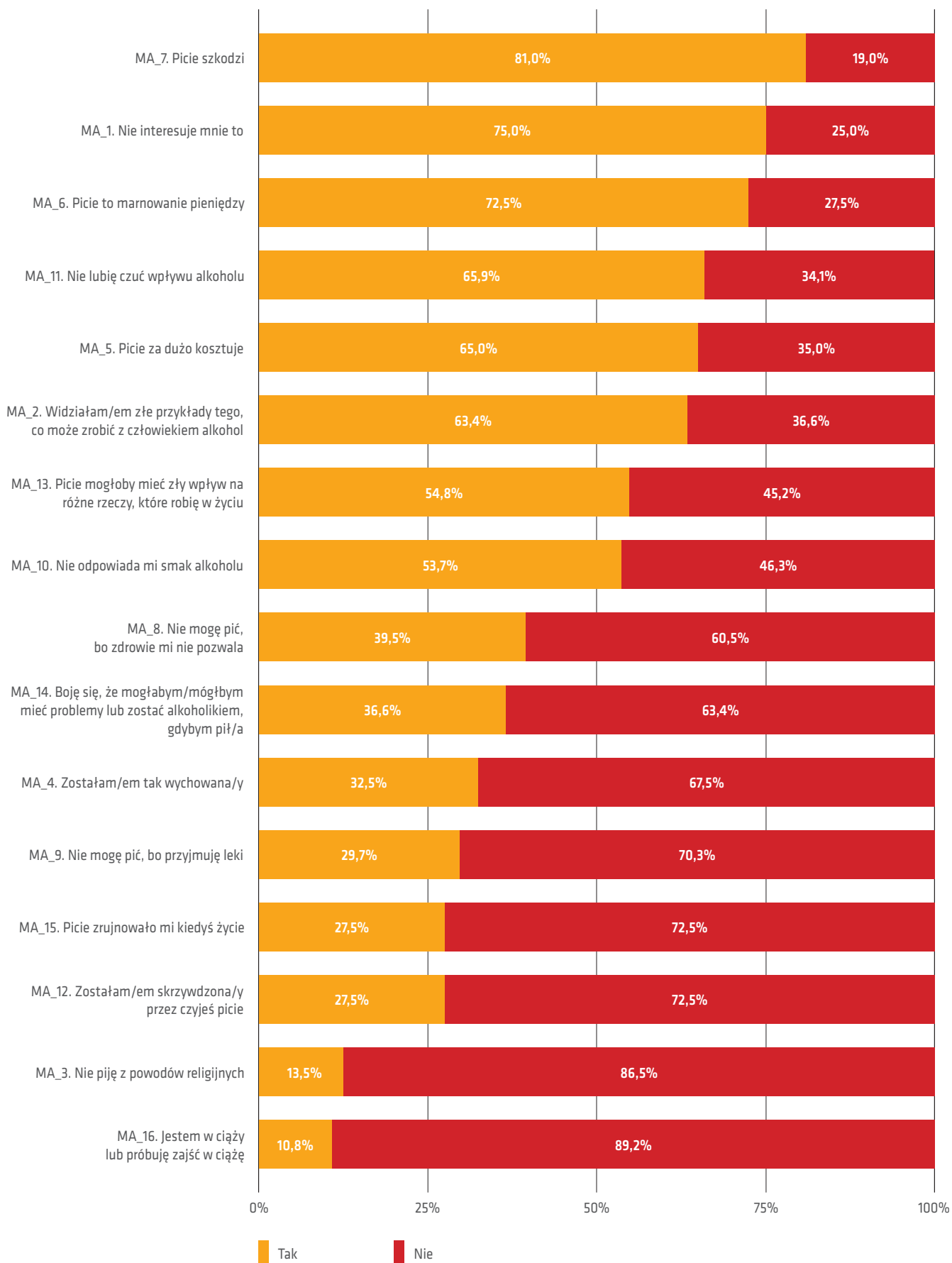
W grupie respondentów mających 65 lat i więcej największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Picie szkodzi* (wskazane jako motyw przez 92,1% respondentów), *Picie to marnowanie pieniędzy* (wskazane jako motyw przez 82,4% respondentów), *Nie mogę pić, bo przyjmuję leki* (wskazane jako motyw przez 81,6% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Picie zrujnowało mi kiedyś życie* (wskazane jako motyw przez 14,1% respondentów), *Boję się, że mogłabym/mógłbym zostać alkoholiką/alkoholikiem* (wskazane jako motyw przez 16,9% respondentów), *Nie piję z powodów religijnych* (wskazane jako motyw przez 17,1% respondentów).

Na poniższych wykresach przedstawiono rozkład odpowiedzi z kwestionariusza dotyczących motywów do zachowywania abstynencji w podziale na cztery grupy wiekowe respondentów.

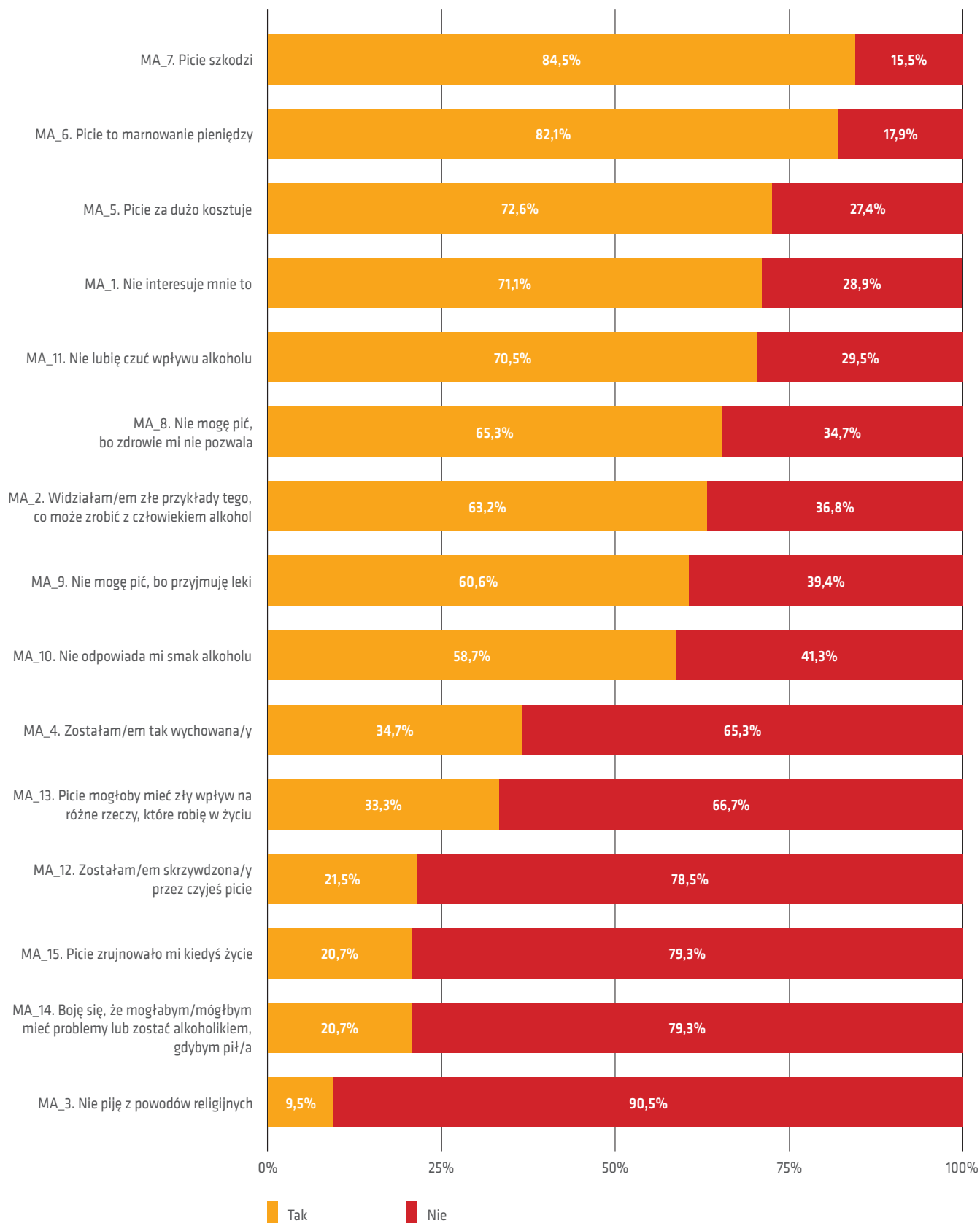
**Wykres 7-9.** Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie respondentów mających 18–34 lata.



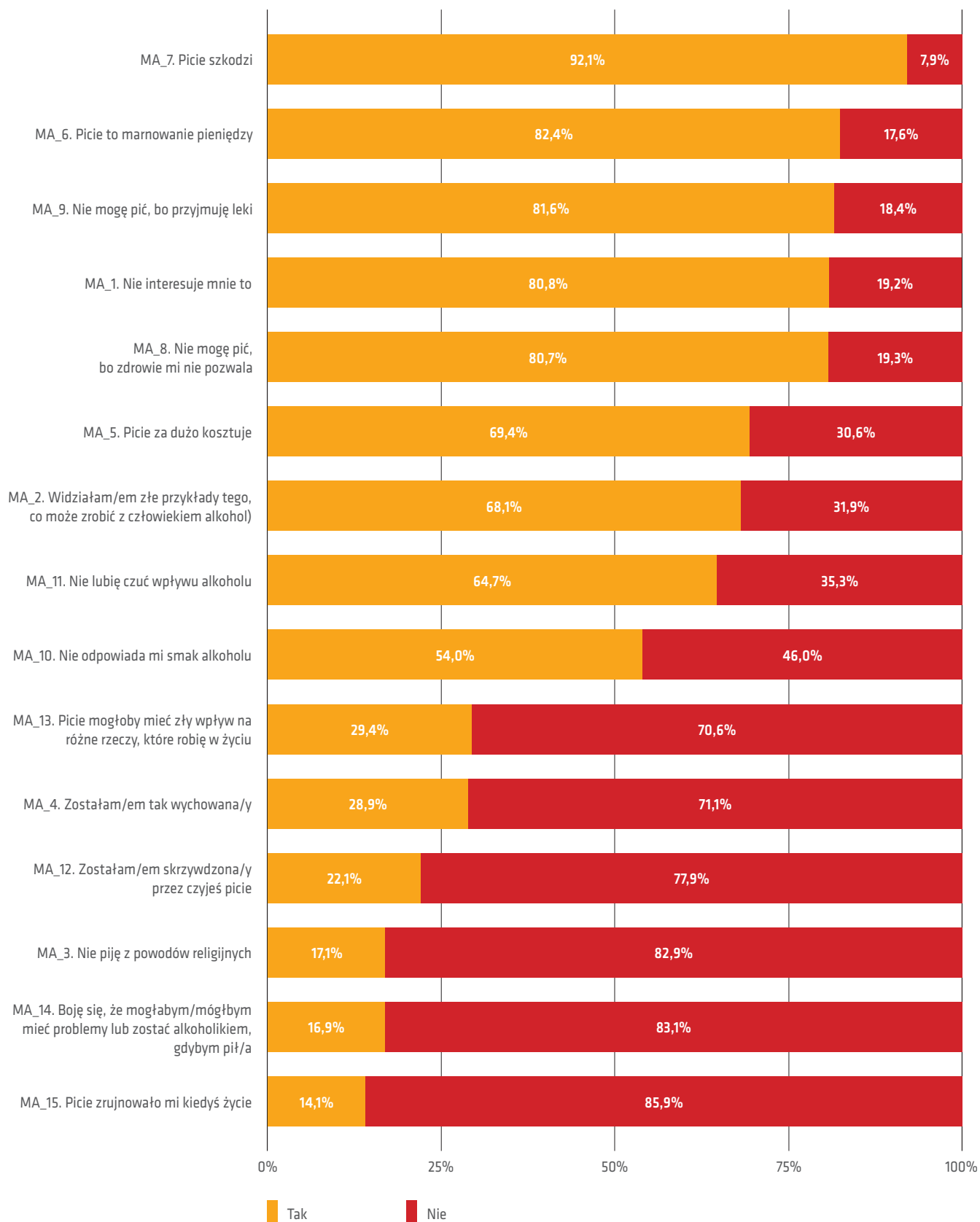
**Wykres 7-10.** Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie respondentów mających 35–49 lat.



**Wykres 7-11.** Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie respondentów mających 50–64 lata.



**Wykres 7-12.** Rozkład motywów do abstynencji grupie respondentów mających powyżej 64 lat.



W poszczególnych grupach w podziale na wiek respondentów, podobnie jak w przypadku podziału według płci, można zaobserwować dużą spójność co do motywów zachowywania abstynencji. Większość respondentów do zachowywania abstynencji motywuje przekonanie o szkodliwości picia alkoholu oraz względy finansowe.



Zgodnie z przewidywaniami, motyw zdrowotny, czyli stan zdrowia oraz przyjmowane leki, nabiera znaczenia wraz z wiekiem respondentów, co syntetycznie ujęto w tabelach poniżej.

**Tabela 7-1.** Motywy zdrowotne w grupach wiekowych.

		wiek grupy			
		18-34	35-49	50-64	65+
<b>MA_8. Nie mogę pić, bo zdrowie mi nie pozwala</b>	<b>Tak</b>	20.6%	39.5%	65.3%	80.7%
	<b>Nie</b>	79.4%	60.5%	34.7%	19.3%
<b>MA_9. Nie mogę pić, bo przyjmuję leki</b>	<b>Tak</b>	14.4%	29.7%	60.6%	81.6%
	<b>Nie</b>	85.6%	70.3%	39.4%	18.4%

Adnotacja: MA\_8:  $\chi^2=104,38$ ;  $p<0,001$ ; V Cramera=0,30; MA\_9:  $\chi^2=130,44$ ;  $p<0,001$ ; V Cramera=0,33.

## 8. Alkohol nierejestrowany (dr Sławomir Postek)

Uczestników badania zapytano kolejno o:

- ilość alkoholu nierejestrowanego zakupionego w Polsce i poza Polską w ciągu ostatniego roku, z wyszczególnieniem napojów spirytusowych, wina oraz piwa,
- ilość alkoholu pochodzącego z tych źródeł i w rozbiciu na trzy rodzaje napojów, które uczestnicy skonsumowali w ciągu ostatniego roku.

Należy zauważyć, że odpowiedzi twierdzącej na powyższe pytania udzieliło przeciętnie poniżej 5% respondentów w badaniu (w grupie konsumentów). Nabywanie i konsumpcja alkoholu nierejestrowanego, stanowią marginalną aktywność respondentów. Niezależnie od pytania, przeważająca większość respondentów wskazywała, że nie kupują i nie konsumują alkoholu pochodzącego z nierejestrowanych źródeł, czy to krajowych, czy zagranicznych.

**Tabela 8-1.** Alkohol nierejestrowany – średnia liczba litrów zakupionych i wypitych w podziale na rodzaje alkoholu.

Alkohol nabyty / wypity	Rodzaj alkoholu	N	% w grupie konsumentów alkoholu	Średnia	Odchylenie standardowe	Minimum	Maksimum
nabyty	Napoje spirytusowe (z zagranicy)	29	2%	1,97	1,29	0,70	8,00
nabyty	Napoje spirytusowe (ze źródeł krajowych)	47	3%	3,46	4,15	0,50	20,00
wypity	Napoje spirytusowe (z zagranicy)	29	2%	1,18	0,64	0,25	3,00
wypity	Napoje spirytusowe (ze źródeł krajowych)	71	4%	1,44	1,28	0,15	5,00
nabyty	Wino (z zagranicy)	5	0,3%	3,25	1,83	1,00	6,00
nabyty	Wino (ze źródeł krajowych)	29	2%	2,61	2,50	0,50	12,00
wypity	Wino (z zagranicy)	11	1%	1,81	1,77	0,30	6,00
wypity	Wino (ze źródeł krajowych)	44	3%	1,70	1,77	0,15	7,00
nabyty	Piwo (z zagranicy)	12	1%	4,19	3,12	1,00	10,00
nabyty	Piwo (ze źródeł krajowych)	4	0%	3,99	1,50	2,00	5,00
wypity	Piwo (z zagranicy)	16	1%	2,73	2,58	0,50	10,00
wypity	Piwo (ze źródeł krajowych)	5	0,3%	3,35	2,01	0,50	5,00

## 9. Opinie na temat polityki wobec alkoholu (dr Sławomir Postek)

W celu poznania opinii uczestników badania na temat polityki wobec alkoholu, poproszono ich o odniesienie się do następujących stwierdzeń na skali „zgadzam się – nie zgadzam się”.

PWA\_1. Alkohol jest towarem jak każdy inny i nie powinien podlegać żadnym szczególnym ograniczeniom. (Alkohol towar jak każdy inny)

PWA\_2. Ludzie są dostatecznie odpowiedzialni, aby uchronić się przed szkodami związanymi z własnym pićm. (Ludzie są odpowiedzialni)

PWA\_3. Władze mają obowiązek podejmować działania, które ochronią ludzi przed szkodami wynikającymi z ich własnego pićcia. (Władze mają obowiązek chronić przed szkodami)

PWA\_4. Liczba miejsc, w których sprzedaje się alkohol, powinna być utrzymywana na niskim poziomie, aby ograniczać szkody wyrządzone przez alkohol. (Niska liczba miejsc sprzedaży alkoholu)

PWA\_5. Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie, aby ograniczać spożycie alkoholu i szkody z nim związane. (Ceny alkoholu powinny być wysokie)

PWA\_6. Edukacja i informacja powinny być najważniejszą strategią na rzecz ograniczania szkód wyrządzanych przez alkohol. (Edukacja i informacja najważniejszą strategią)

PWA\_7. Reklama napojów alkoholowych powinna być zabroniona. (Zakaz reklamy alkoholu)

PWA\_8. Policja powinna mieć prawo do wrywkowego badania, czy kierowca jest trzeźwy, czy też nie, nawet bez żadnych oznak, że kierowca prowadzi pod wpływem alkoholu. (Policja powinna mieć prawo do kontroli każdego kierowcy)

PWA\_9. Na opakowaniach alkoholu powinny być umieszczane ostrzeżenia przed szkodami wyrządzanymi przez alkohol. (Ostrzeżenia na etykietach)

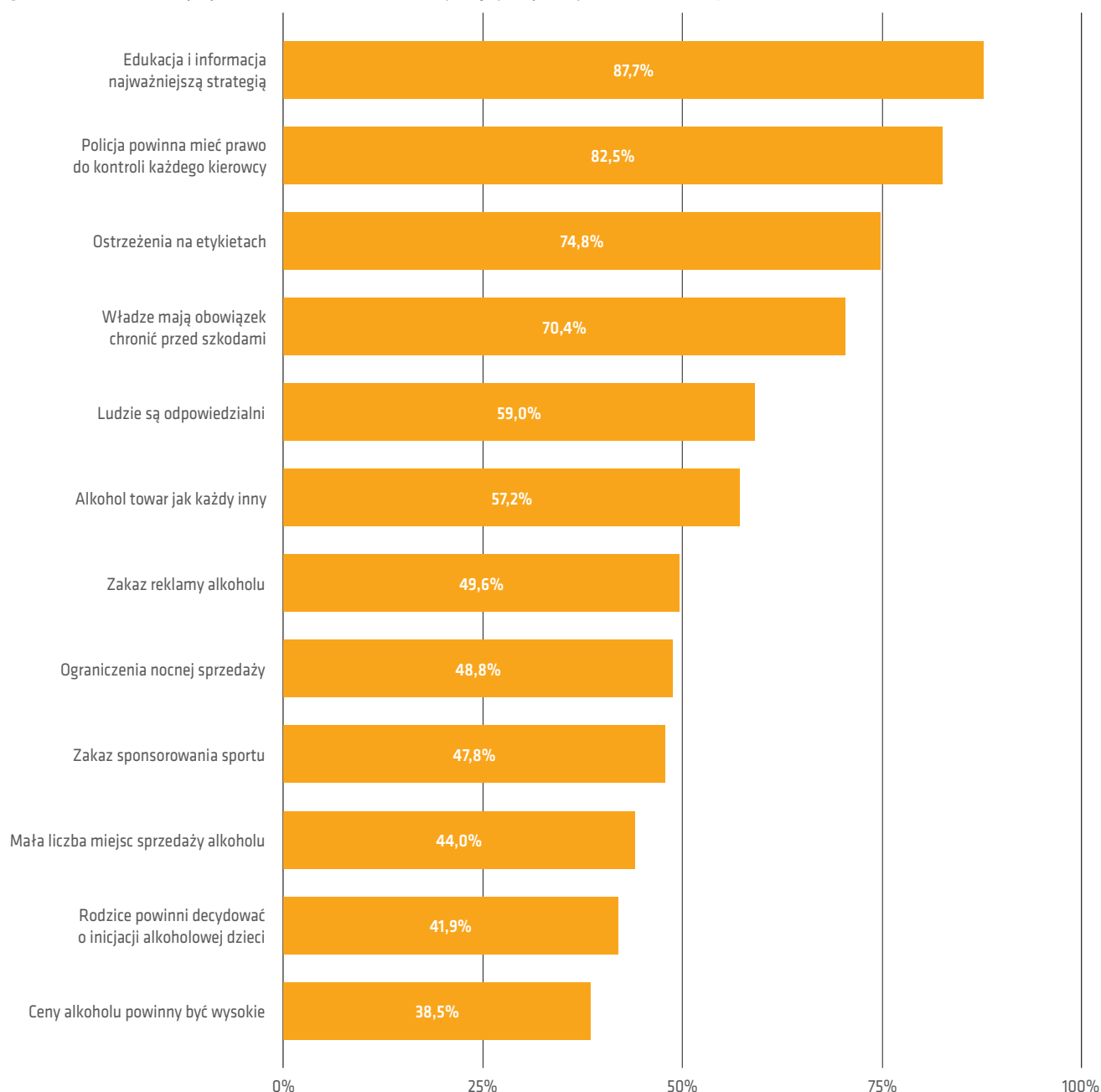
PWA\_10. Powinny istnieć ograniczenia co do nocnej sprzedaży napojów alkoholowych w sklepach. (Ograniczenia nocnej sprzedaży)

PWA\_11. Tylko rodzice, a nie władze, powinni decydować o tym, od jakiego wieku ich dziecko może już pić napoje alkoholowe. (Rodzice powinni decydować o inicjacji alkoholowej dzieci)

PWA\_12. Sponsorowanie sportowców, drużyn sportowych czy imprez sportowych przez branżę alkoholową powinno być prawnie zabronione. (Zakaz sponsorowania sportu)

Zarówno w grupie ogólnej, jak i w obydwu grupach, kobiet i mężczyzn, największym poparciem cieszyły się kolejno następujące stwierdzenia: *Edukacja i informacja powinny być najważniejszą strategią na rzecz ograniczania szkód wyrządzanych przez alkohol* (popierane przez 90,4% respondentek i 84,7% respondentów), *Policja powinna mieć prawo do wrywkowego badania, czy kierowca jest trzeźwy czy też nie, nawet bez żadnych oznak, że kierowca prowadzi pod wpływem alkoholu* (popierane przez 85,3% respondentek i 79,4% respondentów), *Na opakowaniach alkoholu powinny być umieszczane ostrzeżenia przed szkodami wyrządzanymi przez alkohol* (popierane przez 79,5% respondentek i 69,7% respondentów). Poniższy wykres pokazuje poparcie respondentów dla poszczególnych strategii wobec alkoholu:

**Wykres 9-1.** Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki. alkoholowej.

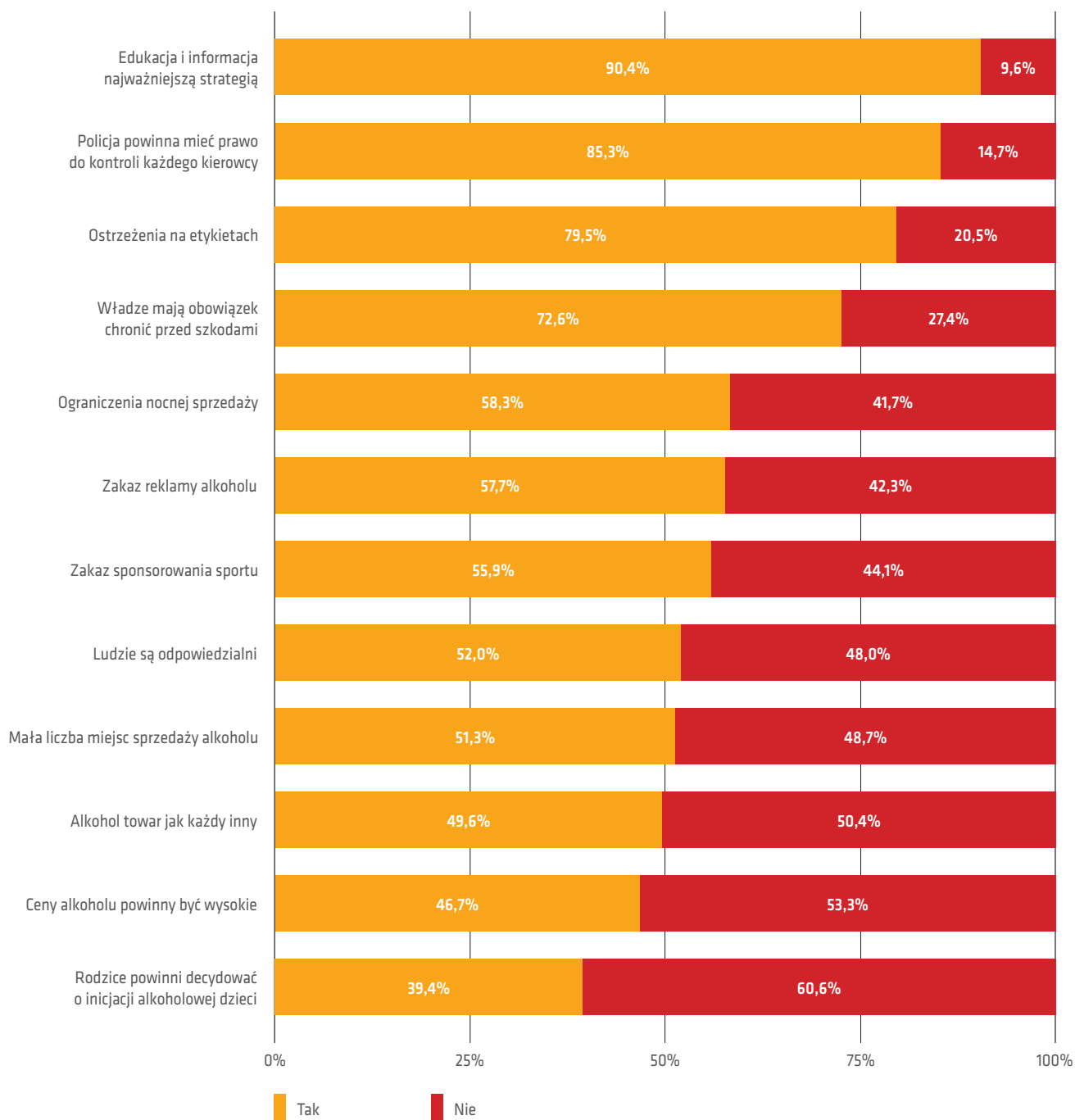


Natomiast najmniejszym poparciem cieszyły się w obydwu grupach różne stwierdzenia. Dla kobiet były to kolejno: *Tylko rodzice, a nie władze, powinni decydować o tym, od jakiego wieku ich dziecko może już pić napoje alkoholowe* (popierane przez 39,4% respondentek), *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie aby ograniczyć spożycie alkoholu i szkody z nim związane* (popierane przez 46,7% respondentek), *Alkohol jest towarem jak każdy inny i nie powinien podlegać żadnym szczególnym ograniczeniom* (popierane przez 49,6% respondentek).

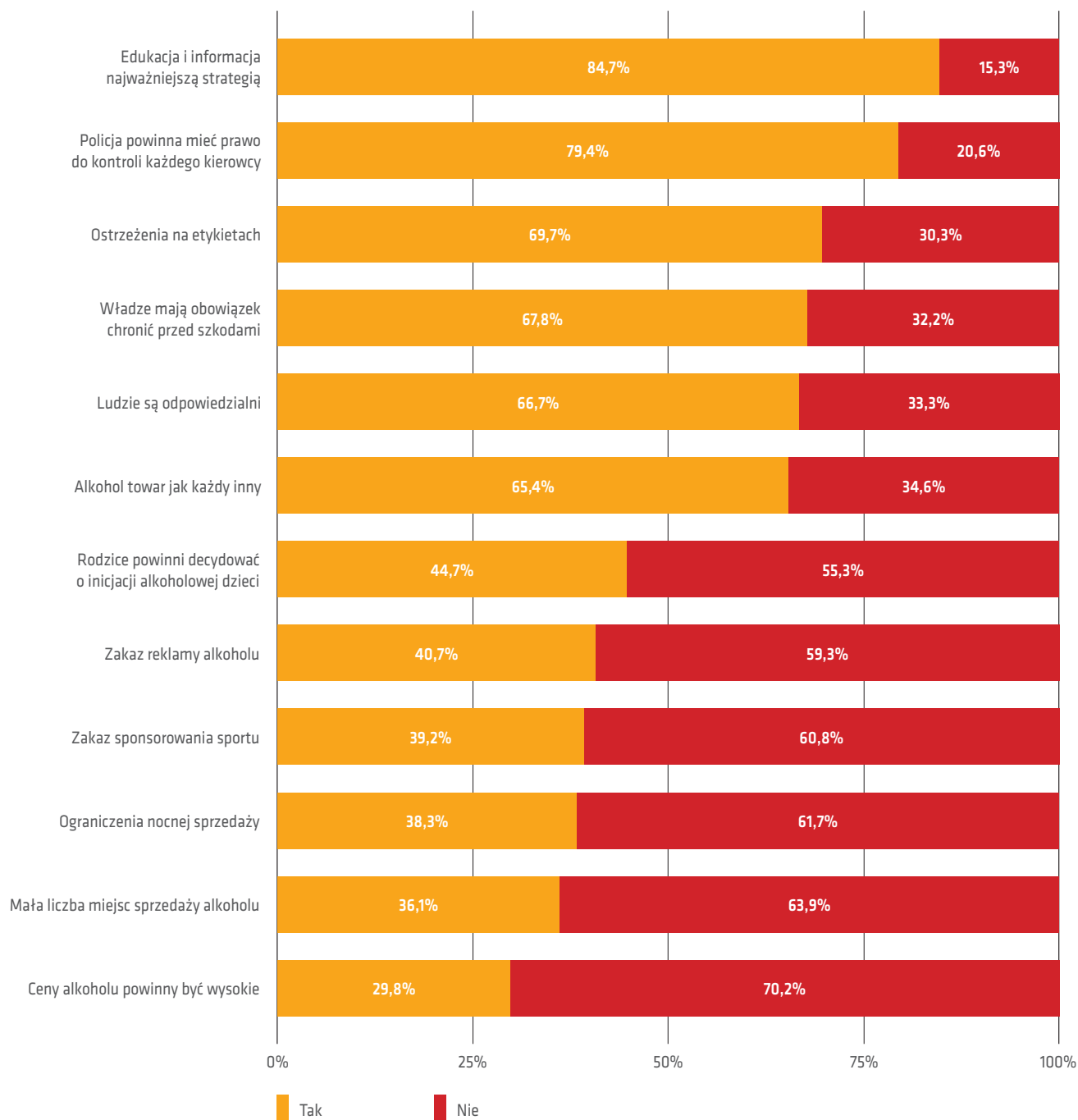
Dla mężczyzn były to kolejno: *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie, aby ograniczyć spożycie alkoholu i szkody z nim związane* (popierane przez 29,8% respondentów), *Liczba miejsc, w których sprzedaje się alkohol powinna być utrzymywana na niskim poziomie, aby ograniczyć szkody wyrządzone przez alkohol* (popierane przez 36,1% respondentów), *Powinny istnieć ograniczenia co do nocnej sprzedaży napojów alkoholowych w sklepach* (popierane przez 38,3% respondentów).

Rozkład poparcia dla wszystkich odpowiedzi dla kobiet i mężczyzn przedstawiają poniższe wykresy:

**Wykres 9-1.** Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie kobiet.



**Wykres 9-2.** Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie mężczyzn.



Kobiety i mężczyźni okazali się zasadniczo zgodni, co do najważniejszych elementów polityki alkoholowej – obie grupy najbardziej zdecydowanie opowiadają się za:

- edukacją i informacją jako najważniejszą strategią,
- prawem policji do wrywkowych kontroli kierowców,
- ostrzeżeniami umieszczanymi na opakowaniach alkoholu na temat jego szkodliwości.

Natomiast w dalszej części kwestionariusza można zauważyć pewne rozbieżności pomiędzy kobietami i mężczyznami w usytuowaniu poszczególnych stwierdzeń. W większości mają one jednak charakter pozorny. Wynika to z faktu, że mężczyźni generalnie udzielali odpowiedzi ostrożniejszych – w mniejszym stopniu zgadzali się ze stwierdzeniami kwestionariusza. Na przykład, w grupie kobiet stwierdzeniem o najmniejszym poparciu było to o przyznaniu rodzicom wyłącznego prawa do decydowania o wieku inicjacji alkoholowej ich dzieci. U mężczyzn to stwierdzenie jest dopiero na 6. pozycji, jednakże faktyczny poziom poparcia dla ingerencji rządu w wiek inicjacji alkoholowej w obydwu grupach jest bardzo podobny (39% i 44%).

Największe różnice w poziomie poparcia dla stwierdzeń pomiędzy przedstawicielami obydwu płci można dostrzec dla stwierdzeń:

- *Powinny istnieć ograniczenia co do nocnej sprzedaży napojów alkoholowych w sklepach.* Kobiety zdecydowanie bardziej niż mężczyźni popierają takie ograniczenia ( $\phi = 0,21$ )
- *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie, aby ograniczać spożycie alkoholu i szkody z nim związane.* Kobiety częściej niż mężczyźni popierają to stwierdzenie ( $\phi = 0,20$ ). Warto jednak zauważyć, że o ile mężczyźni są zdecydowanie przeciwni temu stwierdzeniu (274 głosy ZA i 685 głosów PRZECIWIW), to w grupie kobiet podział na głosy poparcia, jak i sprzeciwu rozkładają się niemalże równomiernie (odpowiednio 614 i 640 głosów ZA i PRZECIWIW).
- *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie, aby ograniczać spożycie alkoholu i szkody z nim związane.* Kobiety częściej niż mężczyźni popierają to stwierdzenie ( $\phi = 0,20$ ).

Poparcie dla poszczególnych stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej przedstawia się w różnych grupach wiekowych respondentów w następujący sposób:

W grupie respondentów mających od 18 do 34 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Edukacja i informacja powinny być najważniejszą strategią na rzecz ograniczania szkód wyrządzanych przez alkohol* (popierane przez 85,5% respondentów), *Policja powinna mieć prawo do wrywkowego badania, czy kierowca jest trzeźwy, czy też nie, nawet bez żadnych oznak, że kierowca prowadzi pod wpływem alkoholu* (popierane przez 77,7% respondentów), *Na opakowaniach alkoholu powinny być umieszczane ostrzeżenia przed szkodami wyrządzanymi przez alkohol* (popierane przez 70,9% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie, aby ograniczać spożycie alkoholu i szkody z nim związane* (popierane przez 34,1% respondentów), *Liczba miejsc, w których sprzedaje się alkohol, powinna być utrzymywana na niskim poziomie, aby ograniczać szkody wyrzadzane przez alkohol* (popierane przez 38,8% respondentów), *Tylko rodzice a nie władze, powinni decydować o tym, od jakiego wieku ich dziecko może już pić napoje alkoholowe* (popierane przez 39% respondentów).

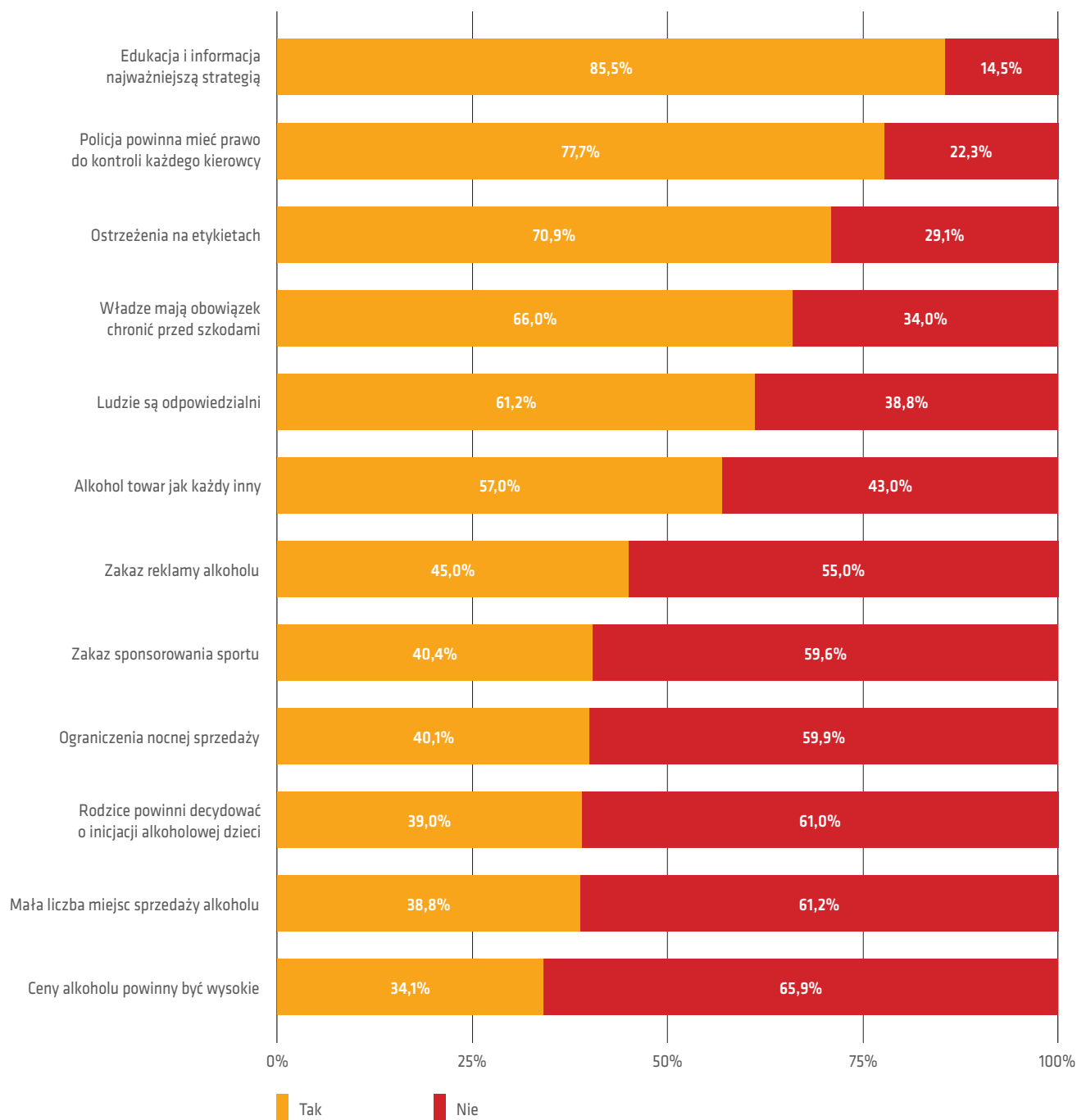
W grupie respondentów mających od 35 do 49 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Edukacja i informacja powinny być najważniejszą strategią na rzecz ograniczania szkód wyrządzanych przez alkohol* (popierane przez 85,6% respondentów), *Policja powinna mieć prawo do wrywkowego badania, czy kierowca jest trzeźwy czy też nie, nawet bez żadnych oznak, że kierowca prowadzi pod wpływem alkoholu* (popierane przez 81,8% respondentów), *Władze mają obowiązek podejmować działania, które ochronią ludzi przed szkodami wynikającymi z ich własnego picia* (popierane przez 71,0% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie aby ograniczać spożycie alkoholu i szkody z nim związane* (popierane przez 34,4% respondentów), *Liczba miejsc, w których sprzedaje się alkohol, powinna być utrzymywana na niskim poziomie, aby ograniczać szkody wyrzadzane przez alkohol* (popierane przez 41,4% respondentów), *Tylko rodzice, a nie władze, powinni decydować o tym, od jakiego wieku ich dziecko może już pić napoje alkoholowe* (popierane przez 41,7% respondentów).

W grupie respondentów mających od 50 do 64 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Edukacja i informacja powinny być najważniejszą strategią na rzecz ograniczania szkód wyrządzanych przez alkohol* (popierane przez 90,2% respondentów), *Policja powinna mieć prawo do wrywkowego badania, czy kierowca jest trzeźwy, czy też nie, nawet bez żadnych oznak, że kierowca prowadzi (pod wpływem alkoholu)* (popierane przez 85,3% respondentów), *Na opakowaniach alkoholu powinny być umieszczane ostrzeżenia przed szkodami wyrządzanymi (przez alkohol)* (popierane przez 77,4% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie aby ograniczać spożycie alkoholu i szkody z nim związane* (popierane przez 43,1% respondentów), *Tylko rodzice a nie władze, powinni decydować o tym, od jakiego wieku ich dziecko może już pić napoje alkoholowe* (popierane przez 43,6% respondentów), *Liczba miejsc, w których sprzedaje się alkohol, powinna być utrzymywana na niskim poziomie, aby ograniczać szkody wyrzadzane przez alkohol* (popierane przez 45,7% respondentów).

W grupie respondentów mających 65 lat i więcej największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Edukacja i informacja powinny być najważniejszą strategią na rzecz ograniczania szkód wyrządzanych przez alkohol* (popierane przez 91,2% respondentów), *Policja powinna mieć prawo do wrywkowego badania, czy kierowca jest trzeźwy czy też nie, nawet bez żadnych oznak, że kierowca prowadzi pod wpływem alkoholu* (popierane przez 87,7% respondentów), *Na opakowaniach alkoholu powinny być umieszczane ostrzeżenia przed szkodami wyrządzanymi przez alkohol* (popierane przez 83,4% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Tylko rodzice, a nie władze, powinni decydować o tym, od jakiego wieku ich dziecko może już pić napoje alkoholowe* (popierane przez 44,9% respondentów), *Ceny napojów alkoholowych powinny być odpowiednio wysokie aby ograniczać spożycie alkoholu i szkody z nim związane* (popierane przez 45,4% respondentów), *Alkohol jest towarem jak każdy inny i nie powinien podlegać żadnym szczególnym ograniczeniom* (popierane przez 53,9% respondentów).

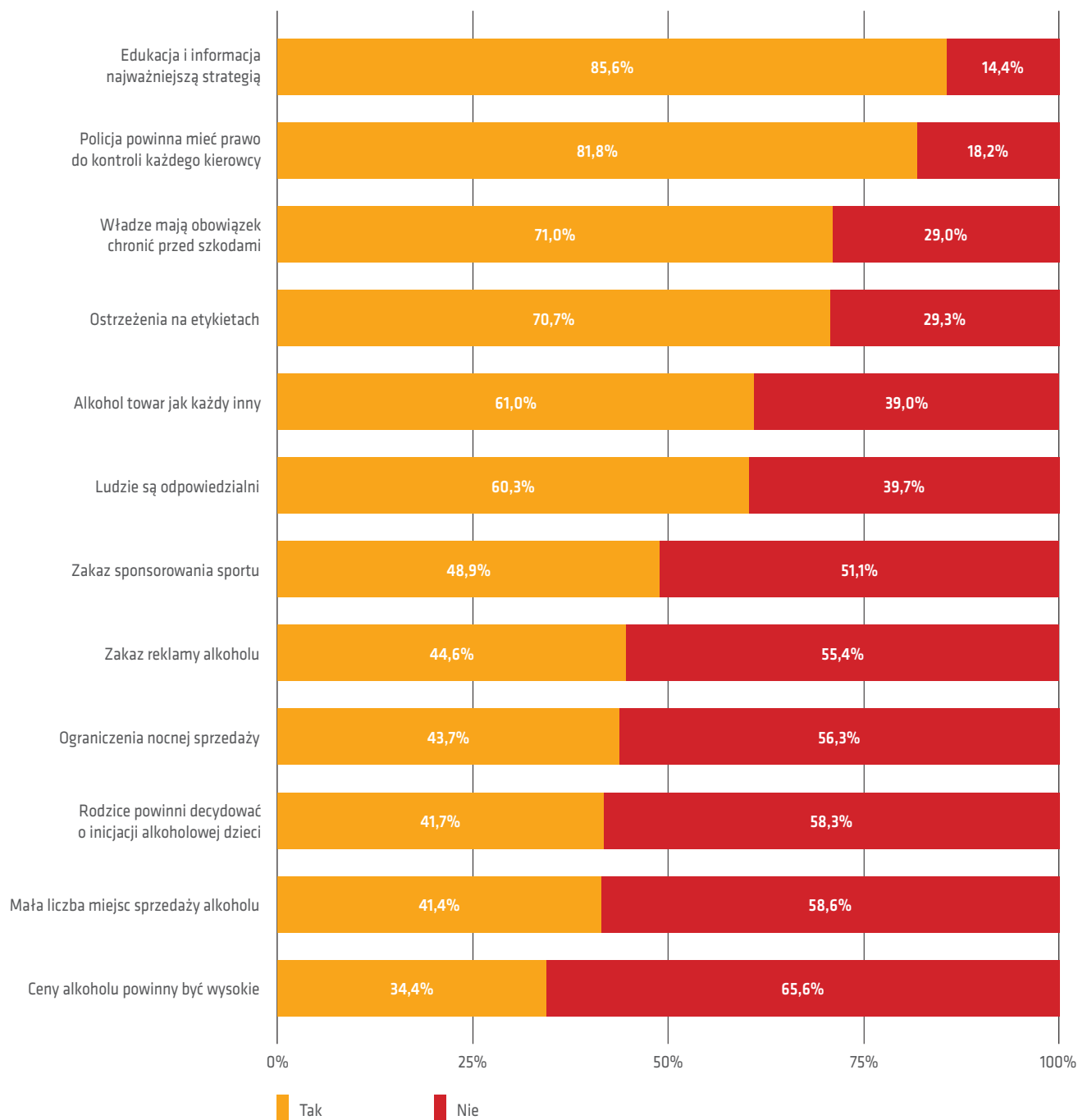
Na poniższych wykresach przedstawiono rozkład poparcia dla wszystkich stwierdzeń kwestionariusza w podziale na cztery grupy wiekowe respondentów.

**Wykres 9-3.** Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku 18–34 lata.

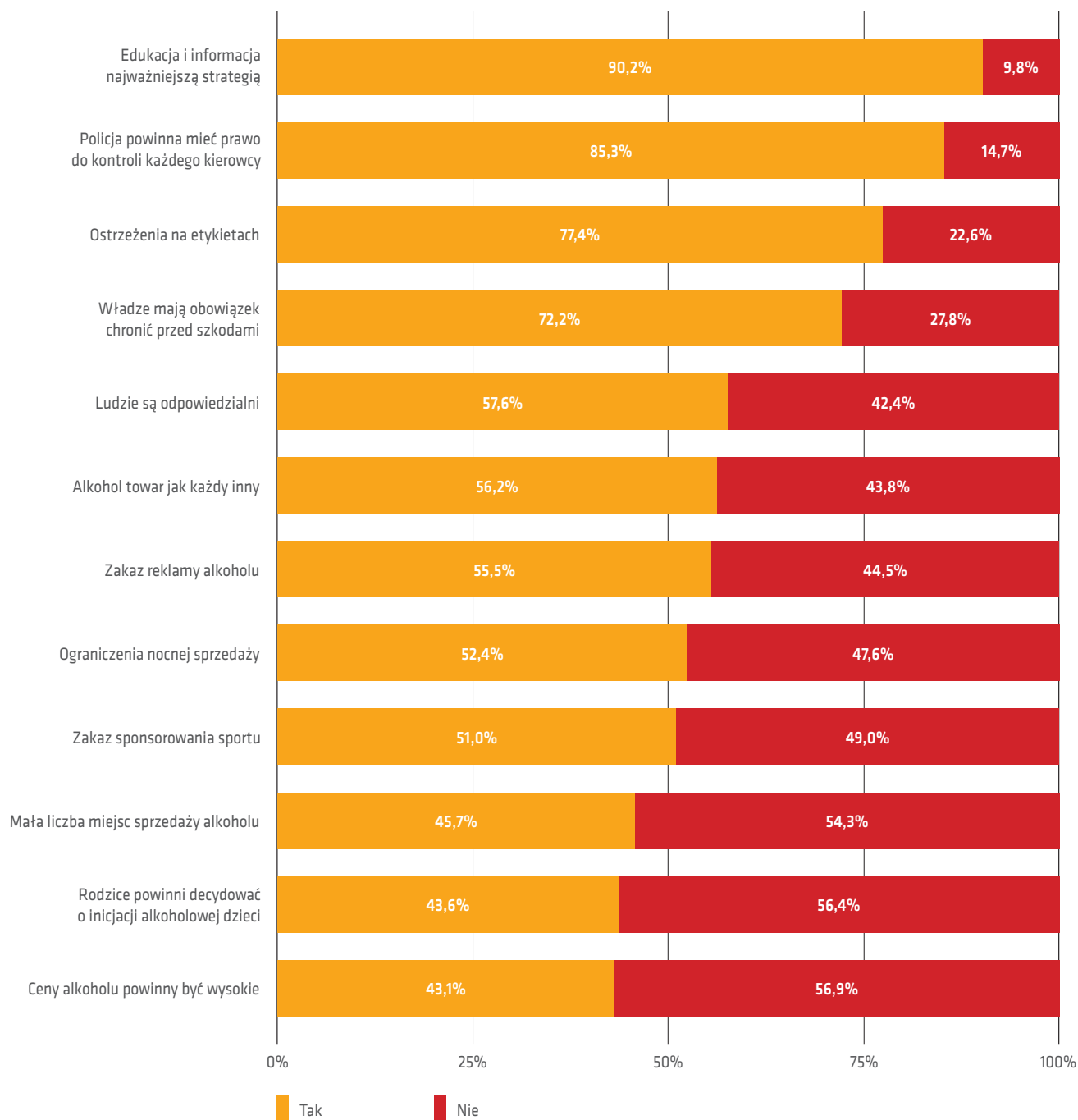


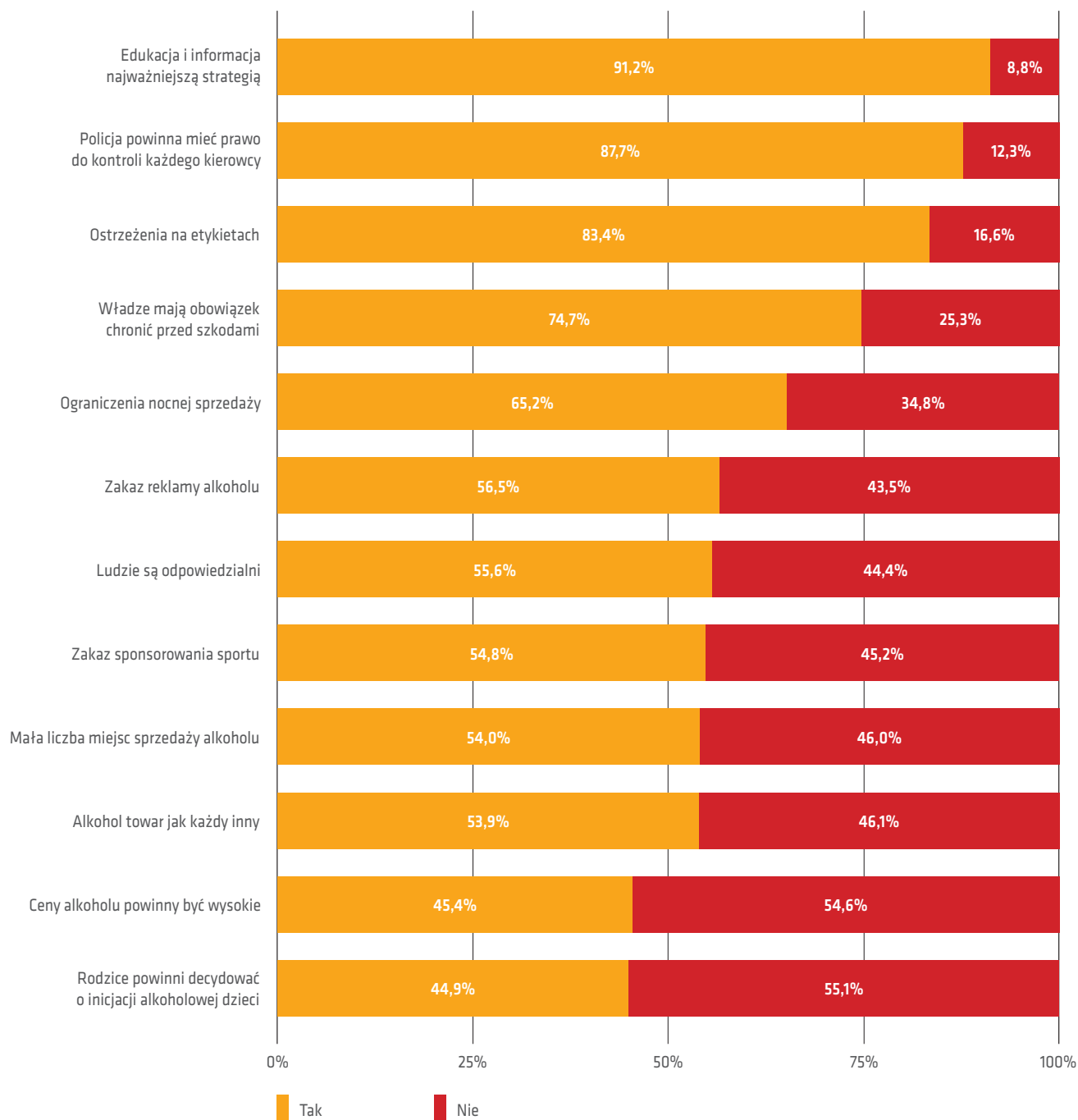


**Wykres 9-4.** Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku 35–49 lat.



**Wykres 9-5.** Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku 50–64 lata.



**Wykres 9-6.** Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku powyżej 65 lat.


We wszystkich grupach wiekowych występuje duża spójność co do oceny możliwych działań. Cztery stwierdzenia, z którymi uczestnicy badania zgadzali się w najwyższym stopniu, są we wszystkich grupach takie same i popierane przez podobne odsetki uczestników badania. Te stwierdzenia to:

- Edukacja i informacja powinny być najważniejszą strategią na rzecz ograniczania szkód wyrządzanych przez alkohol.
- Policja powinna mieć prawo do wrywkowego badania, czy kierowca jest trzeźwy czy też nie, nawet bez żadnych oznak, że kierowca prowadzi pod wpływem alkoholu.
- Na opakowaniach alkoholu powinny być umieszczane ostrzeżenia przed szkodami wyrządzanymi przez alkohol.
- Władze mają obowiązek podejmować działania, które ochronią ludzi przed szkodami wynikającymi z ich własnego picia.

To samo można powiedzieć o działaniach, które cieszą się relatywnie najmniejszym poparciem – trudno dostrzec różnice pomiędzy grupami wiekowymi co do najmniej popieranych stwierdzeń.

Oznacza to, że zarówno ze względu na płeć, jak i na kohortę wiekową, uczestnicy badania byli zasadniczo zgodni co do priorytetów i możliwości działania.

## 10. Szkody związane z pićem alkoholu przez inne osoby (dr Sławomir Postek)

Częstotliwość szkód ponoszonych przez respondentów w związku z konsumpcją alkoholu przez inne osoby, a także relacji respondentów z tymi osobami została oceniona poprzez odnośnienie się przez respondentów do następujących wydarzeń.

### Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy...

PIO\_1\_0. ...ktoś pod wpływem alkoholu obudził Pana/Panią w nocy?

PIO\_2\_0. ... ktoś pod wpływem alkoholu obraził Pana/Panią słownie, tj. wyzywał lub obraził w inny sposób?

PIO\_3\_0. ... ktoś pod wpływem alkoholu naruszył Pana/Pani nietykalność cielesną?

PIO\_4\_0. ... ktoś pod wpływem alkoholu wciągnął Pana/Panią do poważnej kłótni?

PIO\_5\_0. ...był/a Pana/Pani pasażerem kierowcy, który prowadził pod wpływem alkoholu?

PIO\_6\_0. ...uczestniczył/a Pana/Pani w wypadku drogowym spowodowanym przez kogoś pod wpływem alkoholu?

PIO\_7\_0. ...spowodował, że nie czuła się Pana/Pani bezpiecznie w miejscach publicznych, w tym w środkach transportu publicznego?

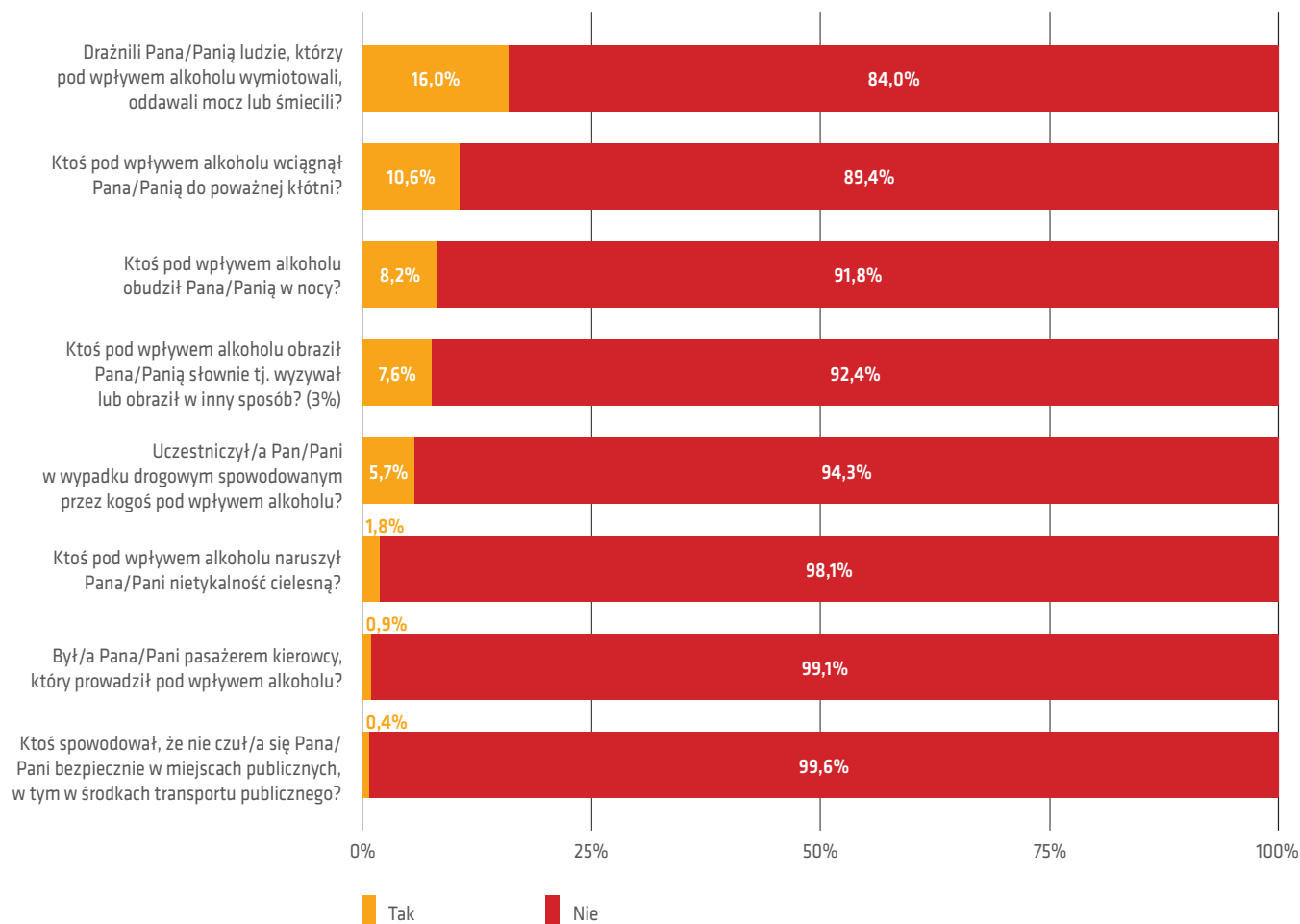
PIO\_8\_0. ...drażnili Pana/Panią ludzie, którzy pod wpływem alkoholu wymiotowali, oddawali mocz lub śmiecili?

W wypadku zaznaczenia odpowiedzi TAK, respondentów proszono o wybranie, kto był sprawcą raportowanego wydarzenia (lub wydarzeń)

- A Ktoś, z kim Pan/Pani mieszka
- B Ktoś, kogo Pan/Pani zna (ale z nim nie mieszka)
- C Ktoś, kogo Pani nie zna
- D I taki, i taki

Ze względu na fakt, że wydarzenia niosące za sobą szkody dotyczą niewielkiego odsetka respondentów, na kolejnych wykresach, w podziale na płeć i grupy wiekowe, **przedstawiono jedynie, jakiego odsetka wśród respondentów, których dotknęły te szkodliwe wydarzenia (a nie odsetka wszystkich respondentów), dotyczą odpowiedzi wskazujące sprawców (od 0,45% do 15,8%).**

Na poniższym wykresie przedstawiono proporcję respondentów, których dotknęły szkody związane z pićem alkoholu przez inne osoby do odsetka respondentów, których takie szkody nie dotknęły.

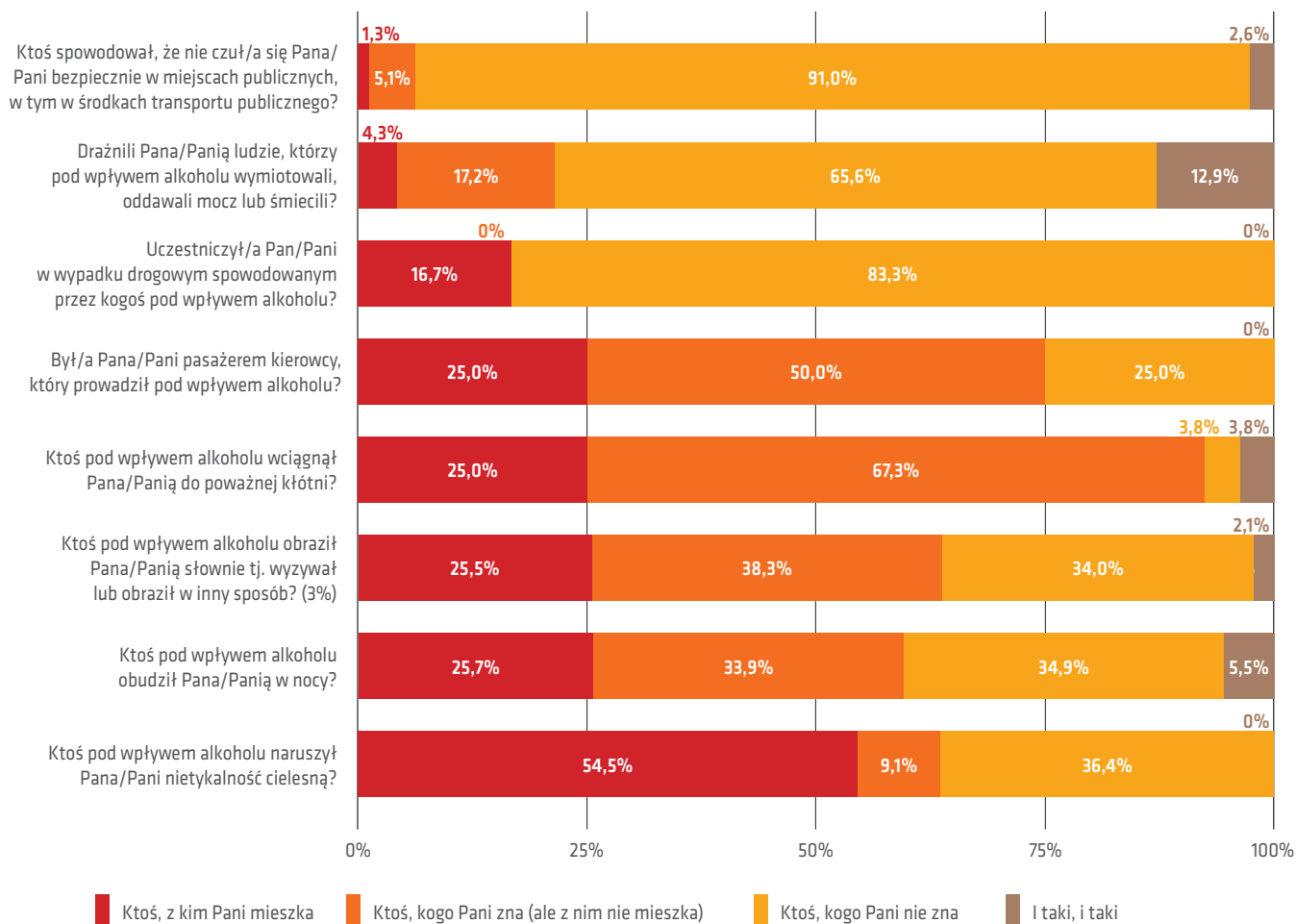
**Wykres 10-1.** Fakt doświadczenia szkód związanych z piciem alkoholu przez inne osoby, w zależności od rodzaju szkody.


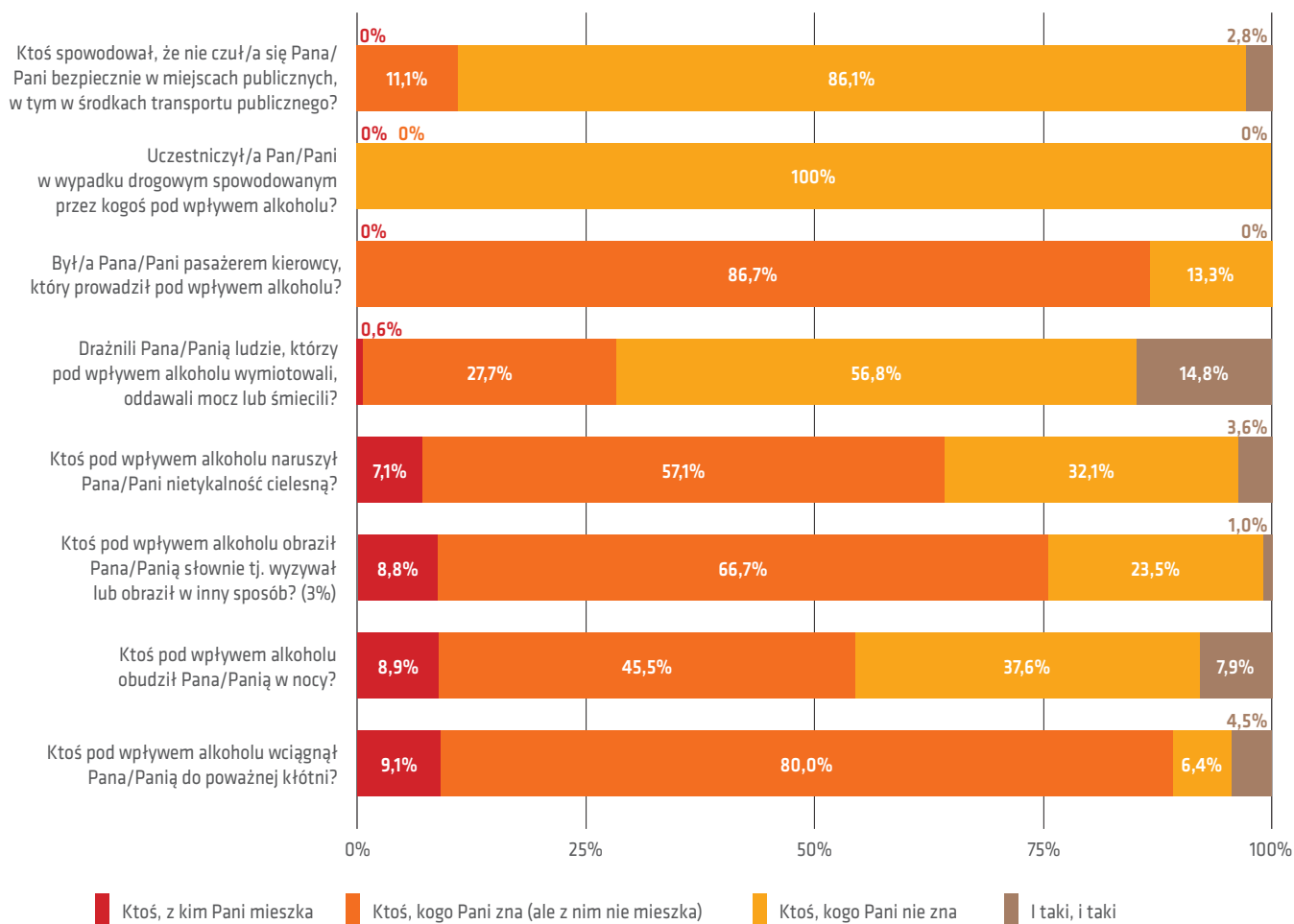
W grupie kobiet najczęściej raportowano następujące szkody związane z piciem alkoholu przez inne osoby, w odniesieniu do grup sprawców: Osoby, z którymi respondentki mieszkają były najczęściej sprawcami naruszenia nietykalności osobistej (54,5%), Osoby, które respondentki znają, ale z nimi nie mieszkają były najczęściej sprawcami wciągnięcia do poważnej kłótni (67,3%), Osoby, których respondentki nie znają, były najczęściej sprawcami braku poczucia bezpieczeństwa w przestrzeni publicznej (91%).

W grupie mężczyzn najczęściej raportowano następujące szkody związane z piciem alkoholu przez inne osoby, w odniesieniu do grup sprawców: Osoby, z którymi respondenci mieszkają były najczęściej sprawcami wciągnięcia do poważnej kłótni (9,1%), Osoby, które respondenci znają, ale z nimi nie mieszkają, były najczęściej kierowcami pod wpływem alkoholu, z którymi podróżowali respondenci (86,7%). Te osoby były także często sprawcami wciągnięcia do poważnej kłótni (80%), Osoby, których respondenci nie znają, były najczęściej sprawcami wypadków drogowych pod wpływem alkoholu, w których uczestniczyli respondenci (91%).

Na poniższych wykresach przedstawiono odpowiednie odsetki odpowiedzi dla kobiet i mężczyzn w odniesieniu do wszystkich rodzajów szkód związanych z pićm alkoholu przez inne osoby.

**Wykres 10-2. Sprawcy szkód związanych z pićm alkoholu w stosunku do kobiet.**



**Wykres 10-3. Sprawcy szkód związanych z pićm alkoholu w stosunku do mężczyzn.**


W odniesieniu do szkód związanych z pićm alkoholu przez osoby z otoczenia respondentów, w podziale na grupy wiekowe respondentów, najczęściej raportowano następujące szkody.

W grupie respondentów mających od 18 do 34 lat (którzy stanowią 31,8% całej badanej próby) najczęściej raportowano następujące szkody związane z pićm alkoholu przez inne osoby, w odniesieniu do grup sprawców: Osoby, z którymi respondenci mieszkają były najczęściej sprawcami wciągnięcia do poważnej kłótni (23,3%), Osoby, które respondenci znają, ale z nimi nie mieszkają były najczęściej sprawcami naruszenia nietykalności cielesnej (89,1%). Te osoby były także często sprawcami zachowań niepożądanych, takich jak wymiotowanie czy śmiecenie (87,5%), Osoby, których respondenci nie znają, były najczęściej sprawcami wypadków drogowych pod wpływem alkoholu (93,5%).

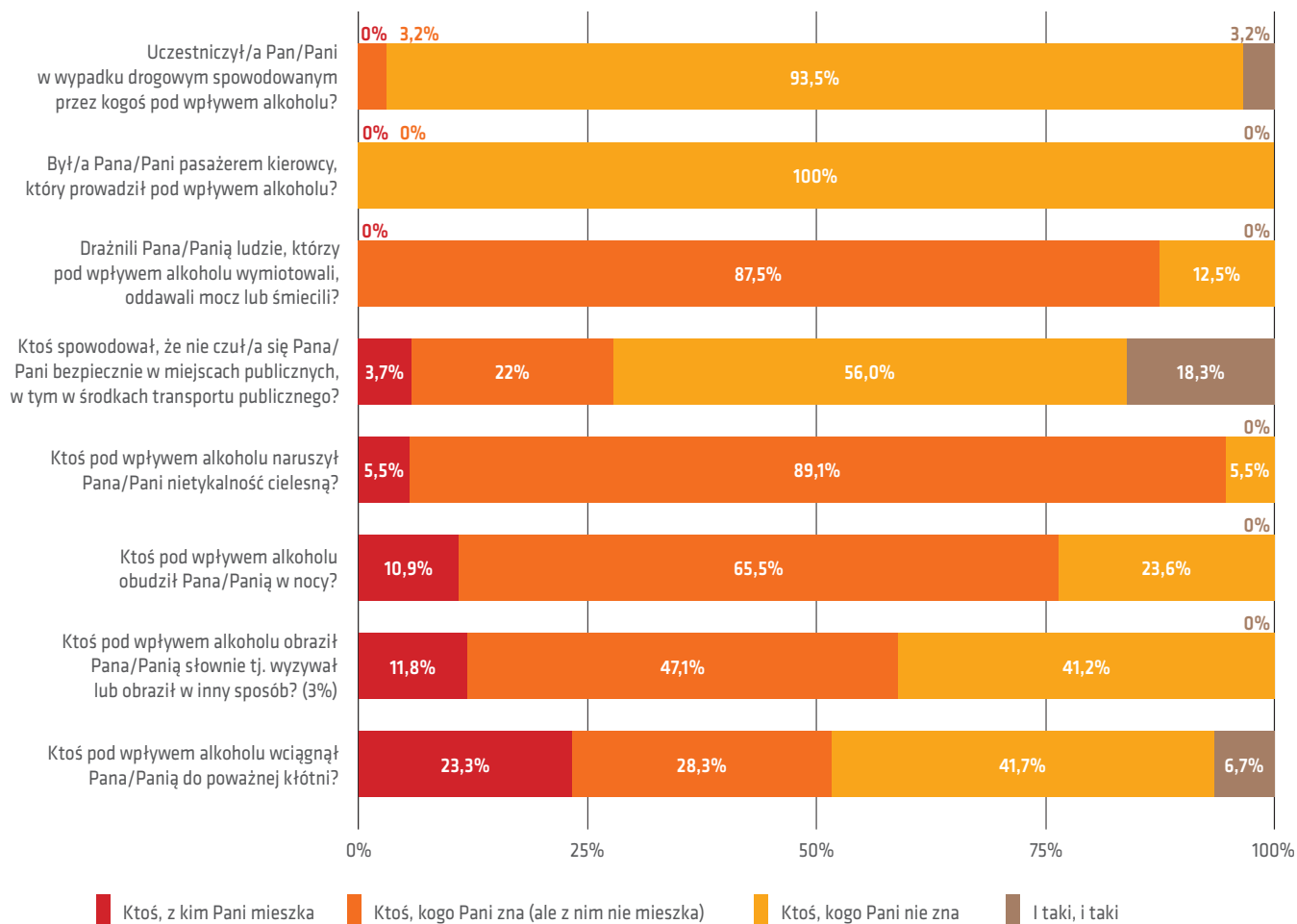
W grupie respondentów mających od 35 do 49 lat (którzy stanowią 24,9% całej badanej próby) najczęściej raportowano następujące szkody związane z pićm alkoholu przez inne osoby, w odniesieniu do grup sprawców: Osoby, z którymi respondenci mieszkają były najczęściej kierowcami pod wpływem alkoholu, z którymi podróżowali respondenci (50%), Osoby, które respondenci znają, ale z nimi nie mieszkają były najczęściej sprawcami naruszenia nietykalności osobistej respondentów (66,7%), Osoby, których respondenci nie znają, były najczęściej sprawcami wypadków drogowych pod wpływem alkoholu (86,5%).

W grupie respondentów mających od 50 do 64 lat (którzy stanowią 23,5% całej badanej próby) najczęściej raportowano następujące szkody związane z pićm alkoholu przez inne osoby, w odniesieniu do grup sprawców: Osoby, z którymi respondenci mieszkają były najczęściej sprawcami naruszenia godności respondentów poprzez słowne obrażenie lub zwyzywanie (37,5%), Osoby, które respondenci znają, ale z nimi nie mieszkają były najczęściej sprawcami naruszenia nietykalności cielesnej (73,8%), Osoby, których respondenci nie znają, były najczęściej sprawcami wypadków drogowych pod wpływem alkoholu (91,7%).

W grupie respondentów mających 65 lat i więcej lat (którzy stanowią 19,8% całej badanej próby) najczęściej raportowano następujące szkody związane z pićm alkoholu przez inne osoby, w odniesieniu do grup sprawców: Osoby, z którymi respondenci mieszkają były najczęściej sprawcami naruszenia godności respondentów poprzez słowne obrażenie lub zwyzywanie (25%), Osoby, które respondenci znają, ale z nimi nie mieszkają były najczęściej sprawcami naruszenia nietykalności cielesnej (63,2%), Osoby, których respondenci nie znają, były najczęściej sprawcami wypadków drogowych pod wpływem alkoholu (95%).

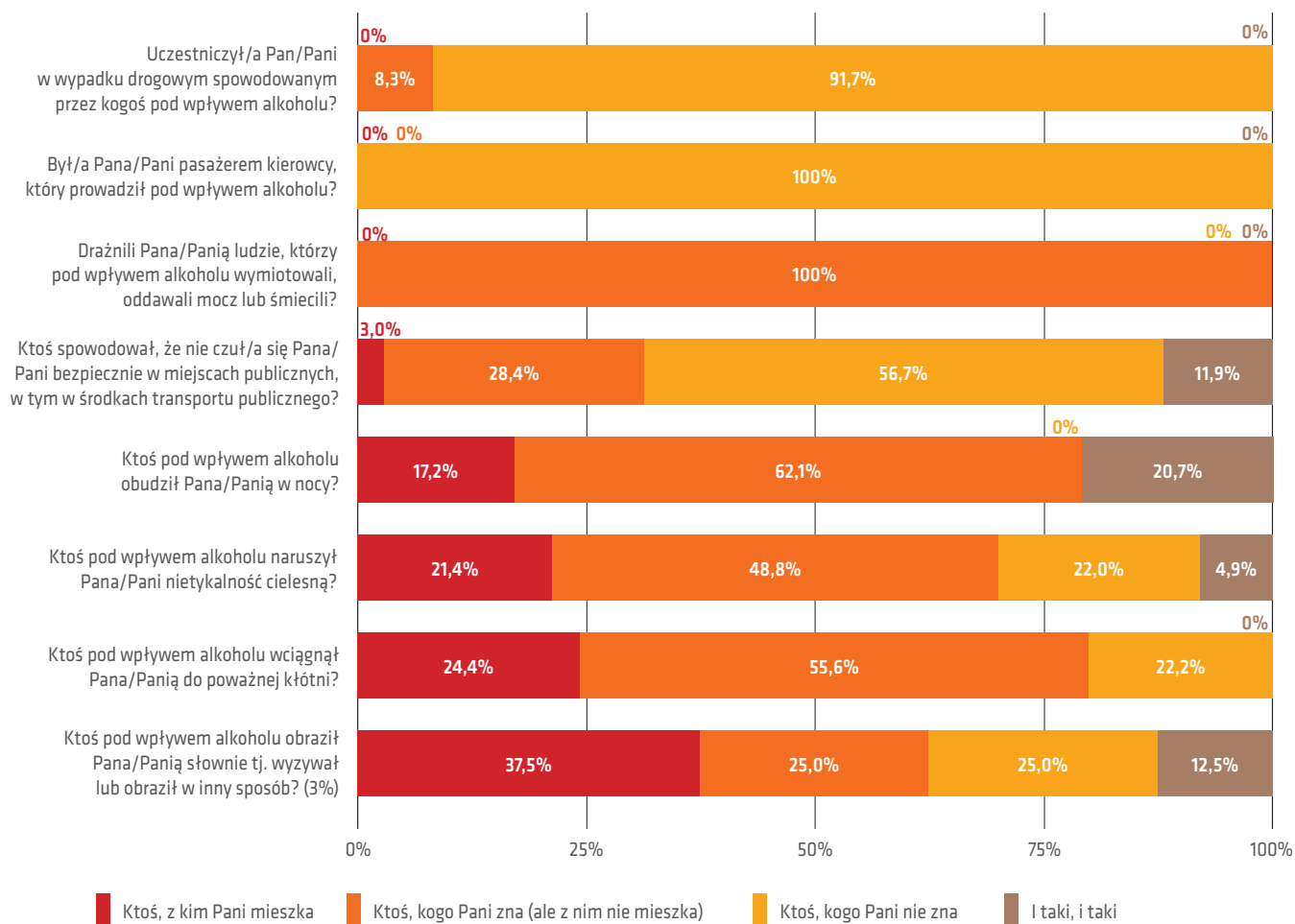
Na poniższych wykresach przedstawiono odpowiednie odsetki odpowiedzi dla poszczególnych grup wiekowych w odniesieniu do wszystkich rodzajów szkód związanych z piciem alkoholu przez inne osoby.

**Wykres 10-4. Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do respondentów w wieku 18–34 lata.**

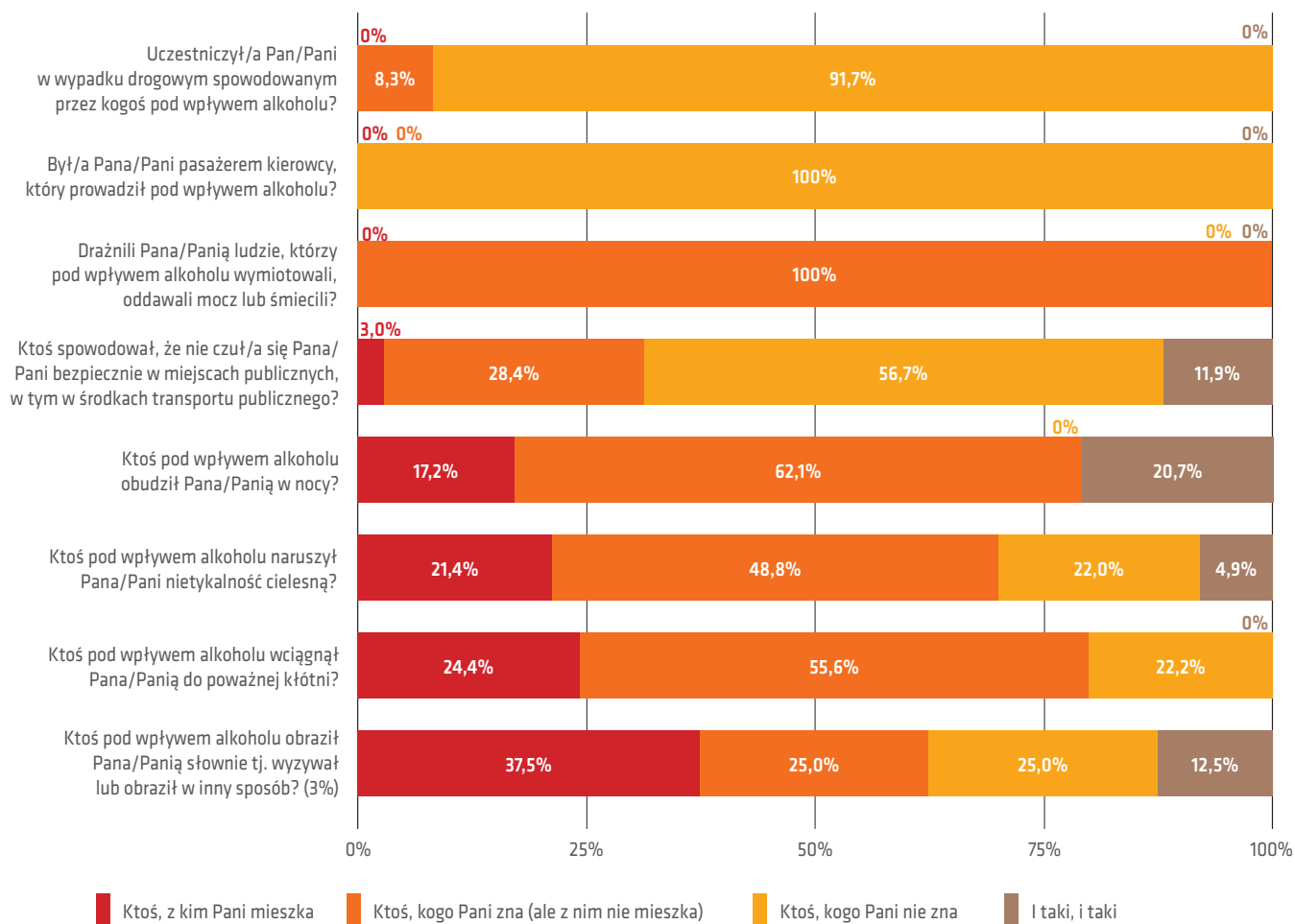




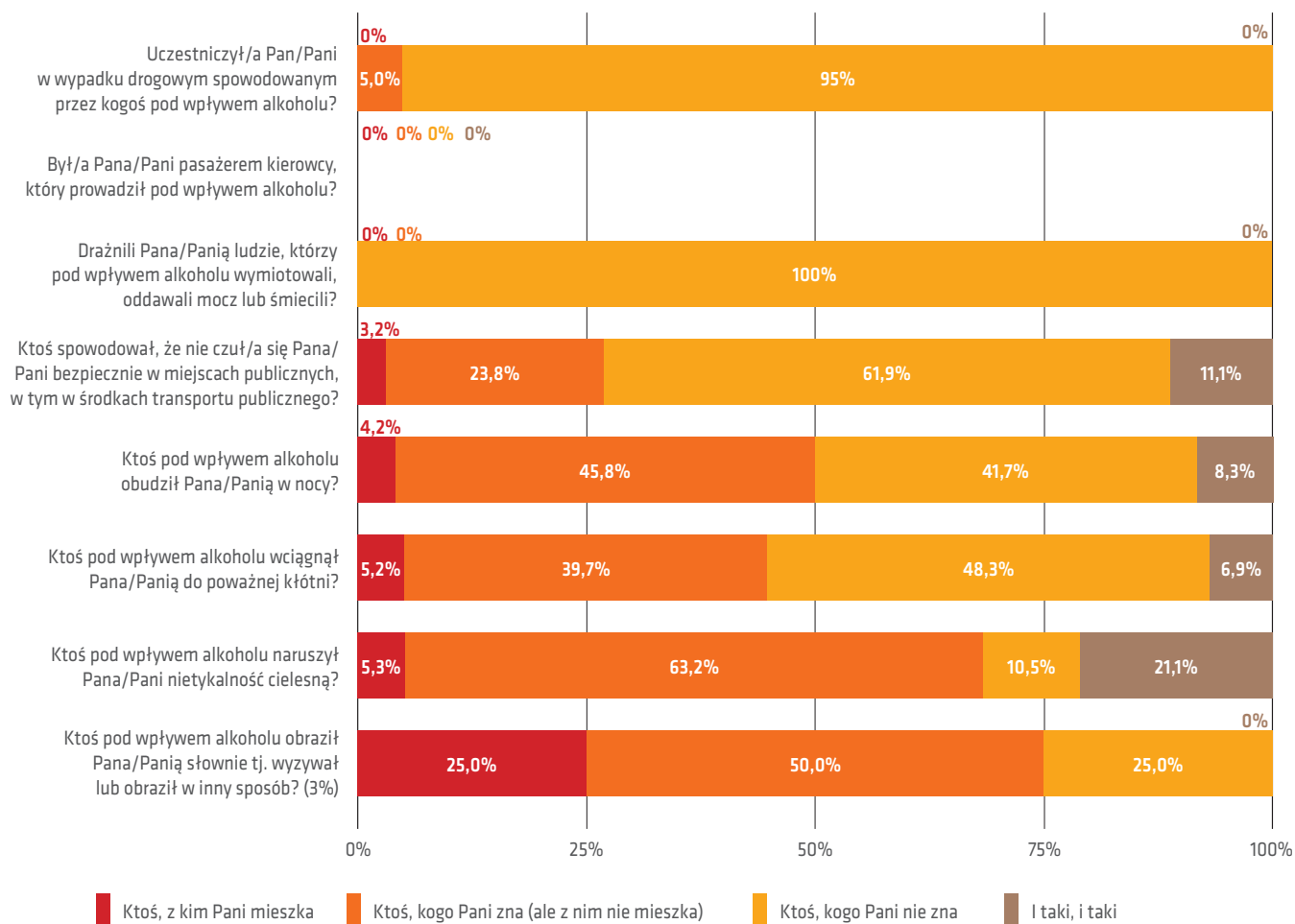
**Wykres 10-5.** Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do respondentów w wieku 35–49 lat.



**Wykres 10-6. Sprawcy szkód związanych z pićm alkoholu w stosunku do respondentów w wieku 50–64 lata.**



**Wykres 10-7.** Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do respondentów w wieku powyżej 65 lat.



## 11. Opinie na temat alkoholu (dr Sławomir Postek)

W celu poznania opinii na temat związku picia alkoholu ze zdrowiem wśród respondentów, poproszono ich o ustosunkowanie się do następujących stwierdzeń.

MFA1\_1. Alkohol jest dobry na rozrzedzenie krwi.

MFA1\_2. Alkohol jest dobry dla serca i układu krążenia.

MFA1\_3. Piwo, mimo że zawiera alkohol, to w tak małych ilościach, że nie wpływa negatywnie na zdrowie.

MFA1\_4. Alkohol pomaga w uspokojeniu nerwów.

MFA1\_5. Po spożyciu alkoholu wystarczy się przespać, by być na tyle trzeźwym, aby móc prowadzić samochód.

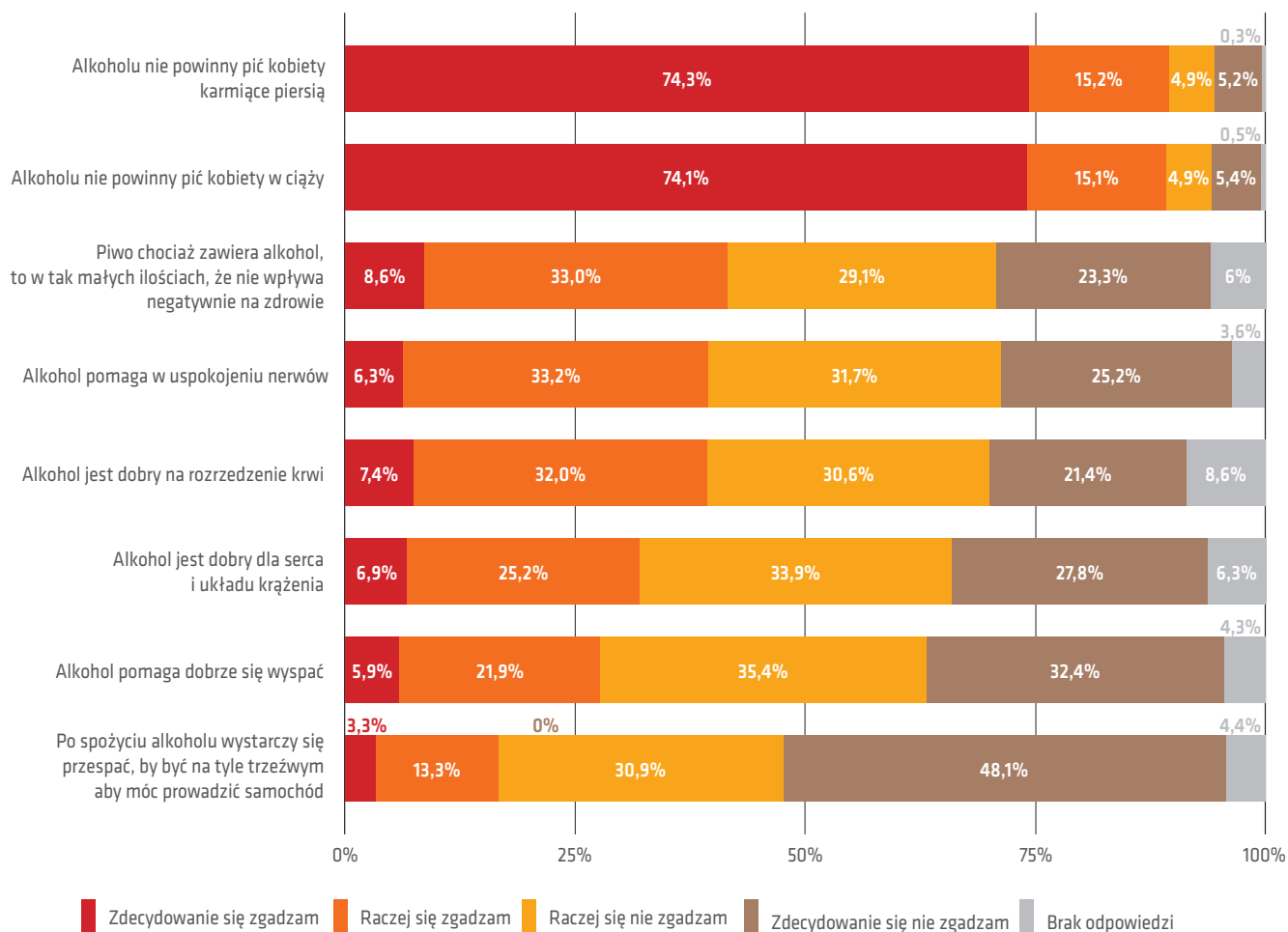
MFA1\_6. Alkohol pomaga dobrze się wyspać.

MFA1\_7. Alkohol nie powinny pić kobiety w ciąży.

MFA1\_8. Alkohol nie powinny pić kobiety karmiące piersią.

Niemal 90% respondentów zgadzało się z opinią, że alkoholu nie powinny pić ani kobiety w ciąży ani karmiące piersią. W przypadku pozostałych stwierdzeń, które mają charakter mitów na temat alkoholu, respondenci byli bardziej podzieleni. Niemal połowa respondentów zgadzała się z opiniami na temat zdrowotnego oddziaływania alkoholu (kojenie nerwów 57%, rozrzedzenie krwi – 52%), niemal 1/3 wierzyła, że alkohol jest dobry dla serca i układu krążenia, a częściej niż co czwarty respondent traktował alkohol jako dobry środek nasenny. Najmniej zwolenników miał mit, że alkohol szybciej wietrzeje podczas snu, więc wystarczy się przespać, aby być na tyle trzeźwym, by móc prowadzić samochód. Ważnym z punktu widzenia edukacji zdrowotnej jest też wynik dotyczący postrzegania piwa – ponad 41% respondentów uważało, że piwo zawiera na tyle mało alkoholu, że nie ma ono negatywnego wpływu na zdrowie.

**Wykres 11-1.** Opinie respondentów na temat wpływu picia alkoholu na zdrowie.



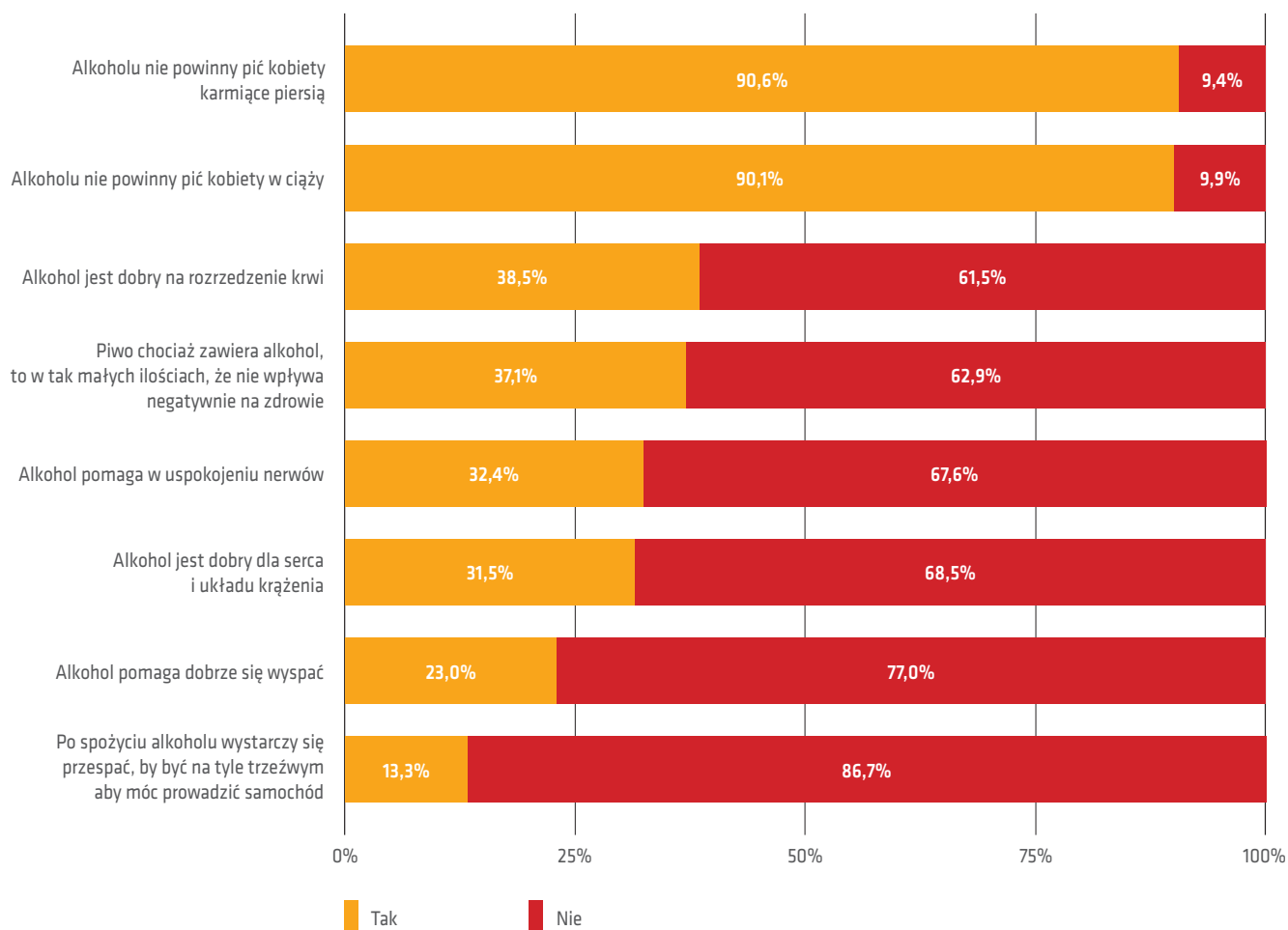
W odniesieniu do płci respondentów, odpowiedzi kształtowały się następująco:

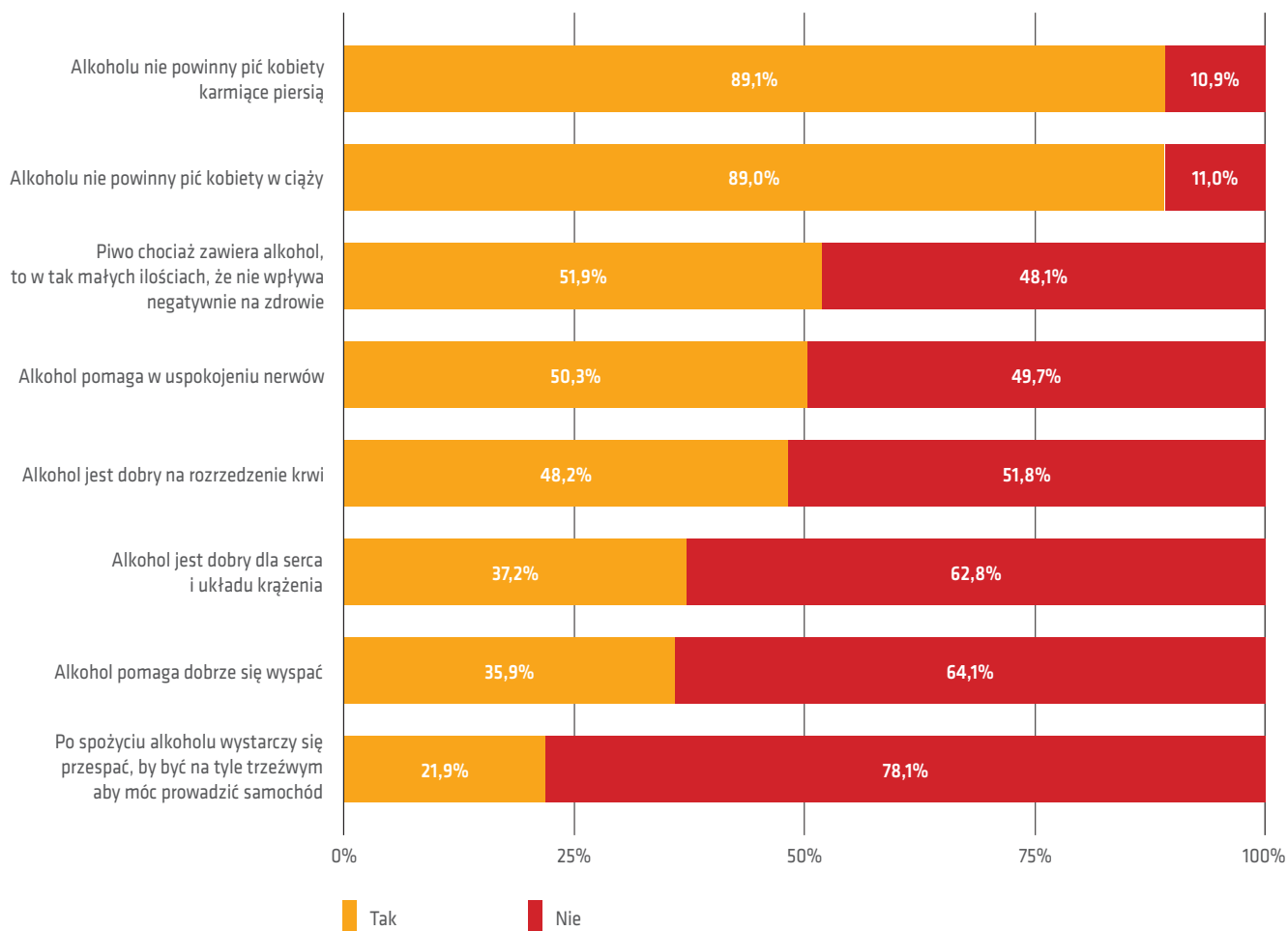
W grupie kobiet największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Alkoholu nie powinny pić kobiety karmiące piersią* (popierane przez 90,6% respondentów), *Alkoholu nie powinny pić kobiety w ciąży* (popierane przez 90,1% respondentów), *Alkohol jest dobry na rozrzedzenie krwi* (popierane przez 38,5% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po spożyciu alkoholu wystarczy się przespać by być na tyle trzeźwym aby móc prowadzić samochód* (popierane przez 13,3% respondentów), *Alkohol pomaga dobrze się wyspać* (popierane przez 23% respondentów), *Alkohol jest dobry dla serca i układu krążenia* (popierane przez 31,5% respondentów).

W grupie mężczyzn największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Alkoholu nie powinny pić kobiety w ciąży* (popierane przez 89,1% respondentów), *Alkoholu nie powinny pić kobiety karmiące piersią* (popierane przez 89% respondentów), *Piwo, mimo że zawiera alkohol, to w tak małych ilościach że nie wpływa negatywnie na zdrowie* (popierane przez 51,9% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po spożyciu alkoholu wystarczy się przespać, by być na tyle trzeźwym, aby móc prowadzić samochód* (popierane przez 21,9% respondentów), *Alkohol pomaga dobrze się wyspać* (popierane przez 35,9% respondentów), *Alkohol jest dobry dla serca i układu krążenia* (popierane przez 37,2% respondentów).

Na poniższych wykresach przedstawiono rozkład opinii respondentów w odniesieniu do każdego ze stwierdzeń w podziale na płeć.

**Wykres 11-2. Opinie na temat alkoholu w grupie kobiet.**



**Wykres 11-3. Opinie na temat alkoholu w grupie mężczyzn.**


Zarówno kobiety, jak i mężczyźni w przeważającej większości uważają, że kobiety w okresie ciąży i karmienia piersią nie powinny spożywać alkoholu. Natomiast w pozostałych przypadkach mężczyźni są bardziej liberalni w swoich opiniach na temat alkoholu i „łagodniej” oceniają jego szkodliwość niż kobiety. Mężczyźni zgadzają się przeciętnie o 10 punktów procentowych częściej niż kobiety ze stwierdzeniami wskazującymi na brak wiedzy o działaniu alkoholu.

W odniesieniu do wieku respondentów, odpowiedzi kształtowały się następująco:

W grupie respondentów mających od 18 do 34 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Alkoholu nie powinny pić kobiety w ciąży* (popierane przez 86,9% respondentów), *Alkoholu nie powinny pić kobiety karmiące piersią* (popierane przez 86,7% respondentów), *Piwo, mimo że zawiera alkohol, to w tak małych ilościach, że nie wpływa to negatywnie na zdrowie* (popierane przez 42,4% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po spożyciu alkoholu wystarczy się przespać, by być na tyle trzeźwym, aby móc prowadzić samochód* (popierane przez 18,9% respondentów), *Alkohol pomaga dobrze się wyspać* (popierane przez 27,5% respondentów), *Alkohol jest dobry dla serca i układu krążenia* (popierane przez 30,9% respondentów).

W grupie respondentów mających od 35 do 49 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Alkoholu nie powinny pić kobiety karmiące piersią* (popierane przez 91,1% respondentów), *Alkoholu nie powinny pić kobiety w ciąży* (popierane przez 90,5% respondentów), *Piwo chociaż zawiera alkohol, to w tak małych ilościach, że nie wpływa negatywnie na zdrowie* (popierane przez 48,6% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po spożyciu alkoholu wystarczy się przespać, by być na tyle trzeźwym aby móc prowadzić samochód* (popierane przez 20,1% respondentów), *Alkohol pomaga dobrze się wyspać* (popierane przez 32,4% respondentów), *Alkohol jest dobry dla serca i układu krążenia* (popierane przez 35,3% respondentów).

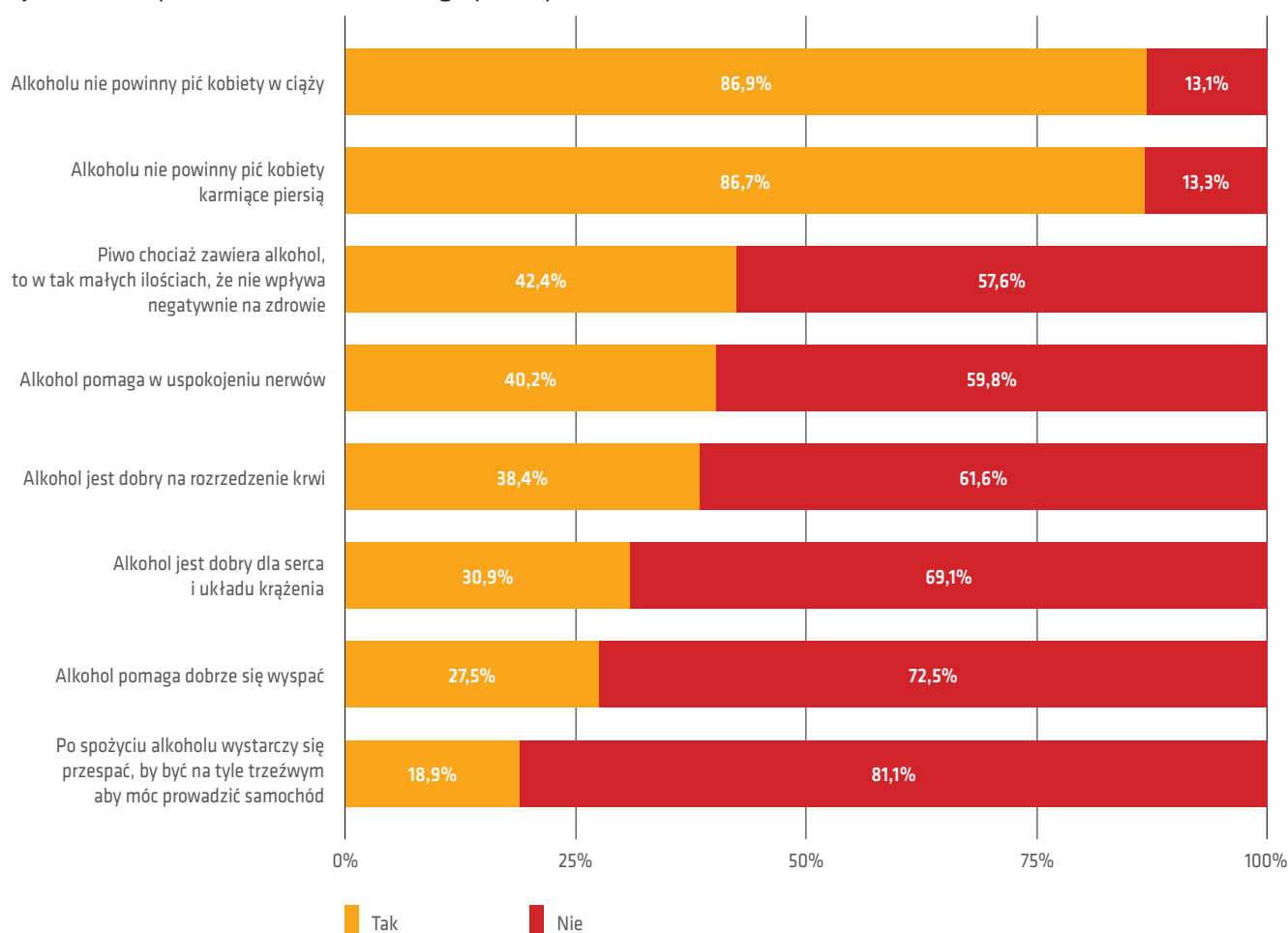
W grupie respondentów mających od 50 do 64 lat największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Alkoholu nie powinny pić kobiety w ciąży* (popierane przez 89,8% respondentów), *Alkoholu nie powinny pić kobiety karmiące piersią* (popierane przez 89,6% respondentów), *Alkohol jest dobry na rozrzedzenie krwi* (popierane przez 42,2% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po spożyciu alkoholu wystarczy się przespać, by być na tyle trzeźwym aby*

móc prowadzić samochód (popierane przez 13,5% respondentów), *Alkohol pomaga dobrze się wyspać* (popierane przez 26,7% respondentów), *Alkohol jest dobry dla serca i układu krążenia* (popierane przez 30,5% respondentów).

W grupie respondentów mających 65 lat i więcej największym poparciem cieszyły się następujące stwierdzenia: *Alkoholu nie powinny pić kobiety karmiące piersią* (popierane przez 93,7% respondentów), *Alkoholu nie powinny pić kobiety w ciąży* (popierane przez 92,7% respondentów), *Alkohol jest dobry na rozrzedzenie krwi* (popierane przez 49,5% respondentów). W tej grupie najmniejszym poparciem cieszyły się stwierdzenia: *Po spożyciu alkoholu wystarczy się przespać, by być na tyle trzeźwym aby móc prowadzić samochód* (popierane przez 16,1% respondentów), *Alkohol pomaga dobrze się wyspać* (popierane przez 30,6% respondentów), *Alkohol pomaga w uspokojeniu nerwów* (popierane przez 35% respondentów).

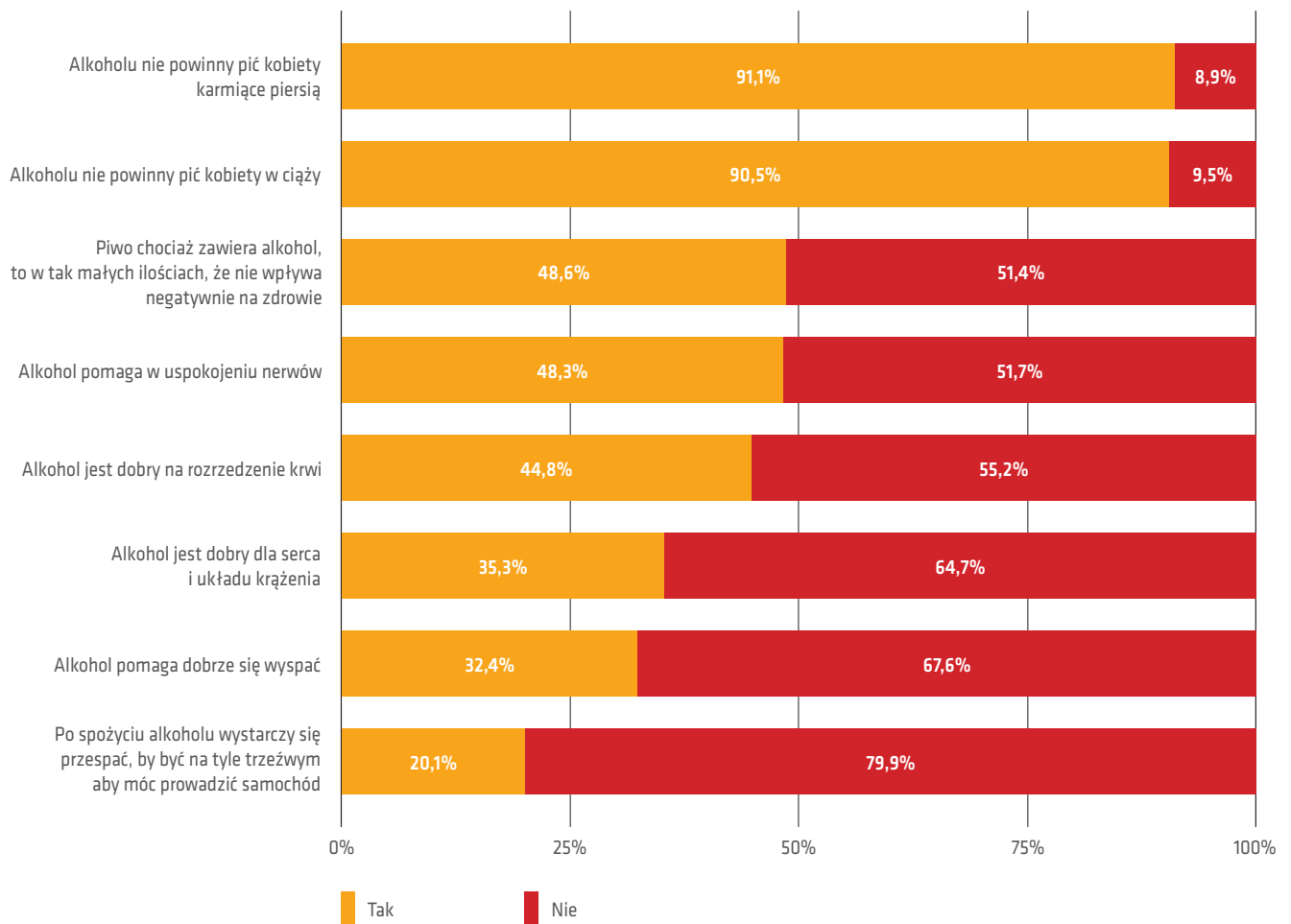
Na poniższych wykresach przedstawiono rozkład opinii respondentów w odniesieniu do każdego ze stwierdzeń w podziale na kohorty wiekowe.

**Wykres 11-4.** Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku 18–34 lata.

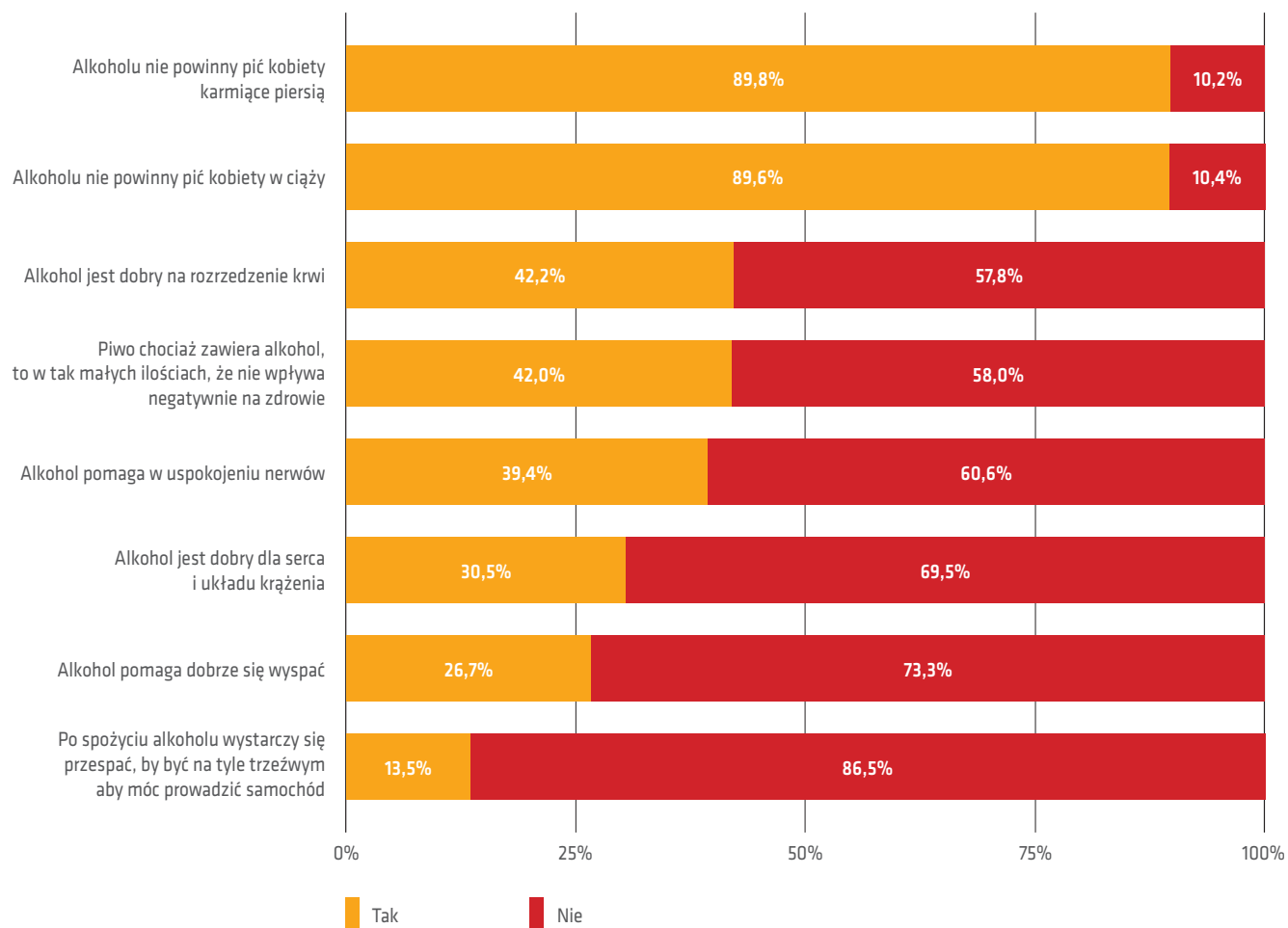




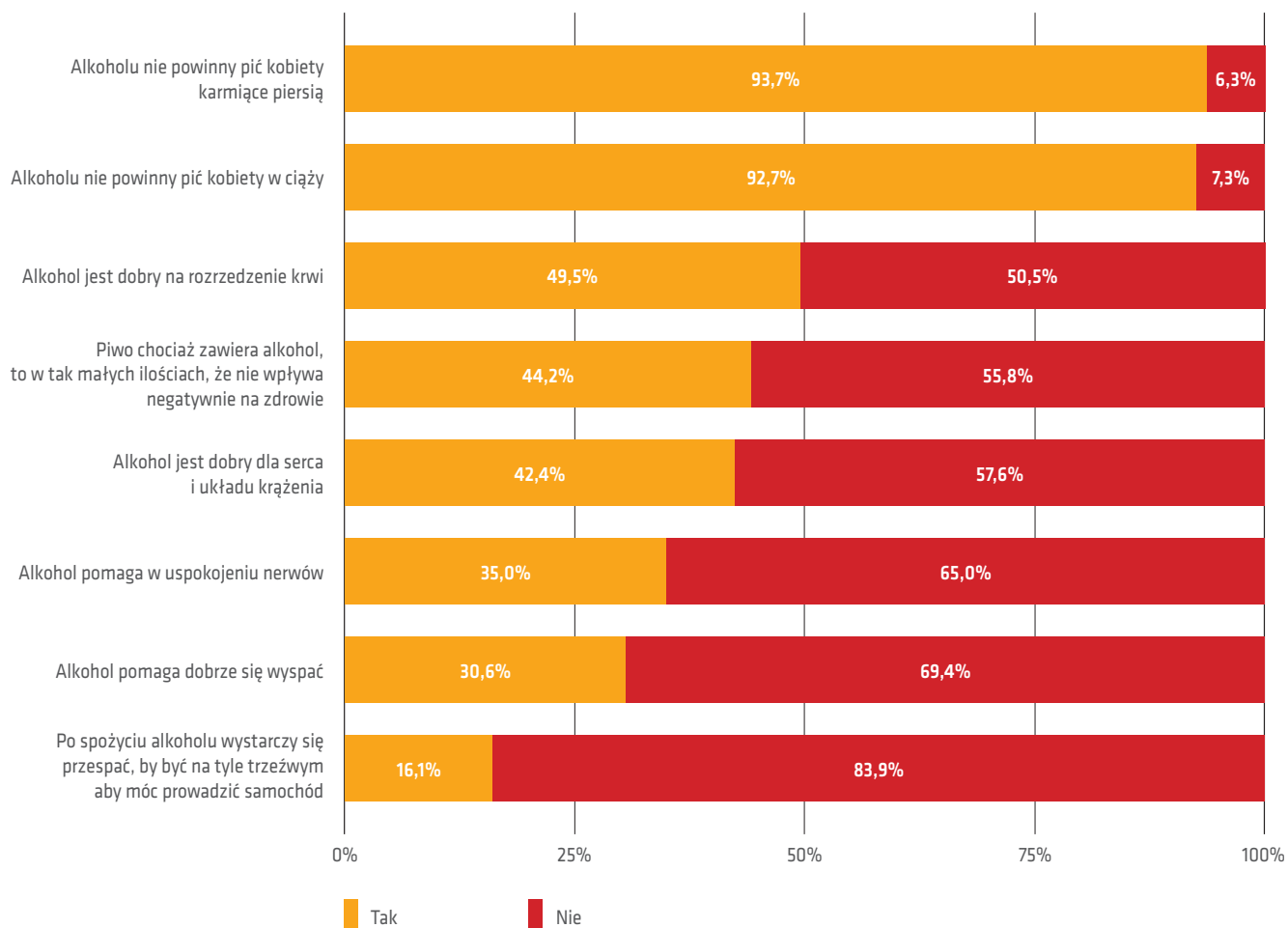
**Wykres 11-5.** Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku 35–49 lat.



**Wykres 11-6** Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku 50-64 lata.



**Wykres 11-7.** Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku powyżej 65 lat.



W każdej grupie wiekowej najbardziej stanowcze opinie wyrażali respondenci w stosunku do stwierdzeń dotyczących ciąży i karmienia piersią. Zastanawiające jest jednak, że relatywnie więcej stwierdzeń dopuszczających konsumpcję alkoholu przez kobiety w ciąży i karmiące piersią było w grupie najmłodszych respondentów – między 18 a 34 rokiem, czyli w grupie, w której statystycznie najwięcej jest kobiet w ciąży.

Niepokojący wynik daje się również zaobserwować w odniesieniu do stwierdzenia o dobroczynnym działaniu alkoholu na serce i układ krążenia – mniej więcej 1/3 respondentów zgadza się z tym stwierdzeniem, przy czym największa grupa, ponad 40%, jest w wieku 65 lat i wyższym. Podobną prawidłowość zauważamy dla stwierdzenia o rozrzedzaniu krwi przez alkohol – zgadza się z nim ponad 40% wszystkich respondentów.

## 12. Alkohol w małych opakowaniach (dr Sławomir Postek)

W celu poznania wielkości konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach, poproszono respondentów o ustosunkowanie się do poniższych stwierdzeń

Jak często w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzało się Pani/Panu konsumować:

PMO\_1. ...wyroby spirytusowe (tzn. wódkę, whisky, koniak itp.) w opakowaniach nie większych niż 300 ml?

PMO\_3. ...wino w opakowaniach nie większych niż 300 ml?

PMO\_5. ...piwo w opakowaniach nie większych niż 300 ml?

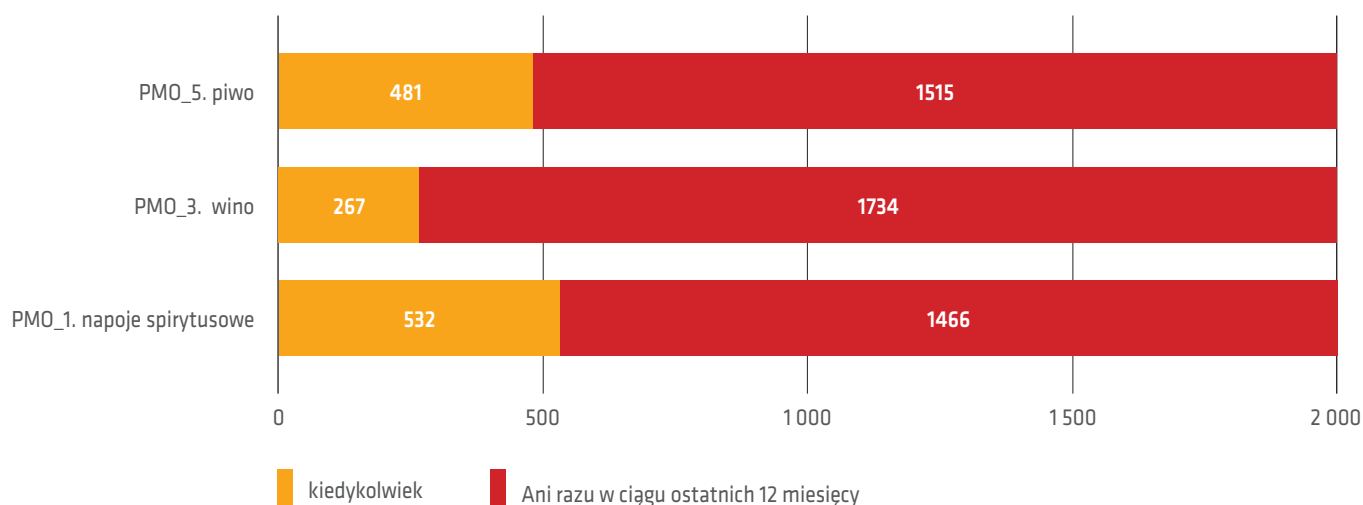
Respondenci określali częstotliwość konsumpcji na następującej skali:

- Codziennie lub prawie codziennie
- Co najmniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)
- Co najmniej raz na miesiąc (1-3 dni w miesiącu)
- Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)
- Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy

Do zakupu alkoholu w małych opakowaniach przynajmniej co trzeci badany (36,4%). Najczęściej respondenci kupowali jeden rodzaj alkoholu (16,6% respondentów), natomiast najrzadziej wszystkie trzy rodzaje (7,9%).

Niezależnie od przyjętego podziału respondentów (wg płci lub wg wieku) liczba odpowiedzi „ani razu....” jest wielokrotnie wyższa niż liczba sumaryczna wszystkich pozostałych opcji. Stosunek respondentów, którzy potwierdzali konsumpcję alkoholu w małych opakowaniach poszczególnych jego rodzajów do osób, które nie raportowały takiej konsumpcji przedstawiono na poniższym wykresie.

**Wykres 12-1.** Konsumpcja alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu.



Z tego względu przedstawianie tych danych w podziale na kategorie częstotliwości na wykresach byłoby bezcelowe – wykresy byłyby nieczytelne. W związku z tym na wykresach pokazujących odpowiedzi w podziale na płeć i grupy wiekowe respondentów przedstawiono każdorazowo TYLKO dane odnoszące się do respondentów, którzy zaznaczyli, że w ciągu ostatniego roku zakupili jakiś alkohol w małym opakowaniu. Przy każdym stwierdzeniu w każdej z grup zaznaczono, jakiego odsetka respondentów dotyczy wykres, tzn. jaki odsetek respondentów w ogóle kupował odpowiednio: napoje spirytusowe, wino i piwo w małych opakowaniach.

W podziale na płeć respondentów raportowane kupowanie alkoholu w małych opakowaniach przedstawiało się następująco:

W grupie kobiet, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakupiły alkohol w małych opakowaniach, raportowano następujące odsetki częstotliwości zakupów w odniesieniu do rodzajów alkoholu. Piwo zakupiło w ostatnim roku 19% ankietowanych kobiet. Spośród tej grupy 9,7% kobiet kupiło je od 1 do 11 razy, 6,8% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (2,5% wszystkich ankietowanych kobiet) kupowała je częściej.

Wyroby spirytusowe zakupiło w ostatnim roku 16% ankietowanych kobiet. Spośród tej grupy 10,2% kobiet kupiło je od 1 do 11 razy, 4,6% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (1,2% wszystkich ankietowanych kobiet) kupowała je częściej.

Wino zakupiło w ostatnim roku 16% ankietowanych kobiet. Spośród tej grupy 8,7% kobiet kupiło je od 1 do 11 razy, 5,4% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (1,9% wszystkich ankietowanych kobiet) kupowała je częściej.

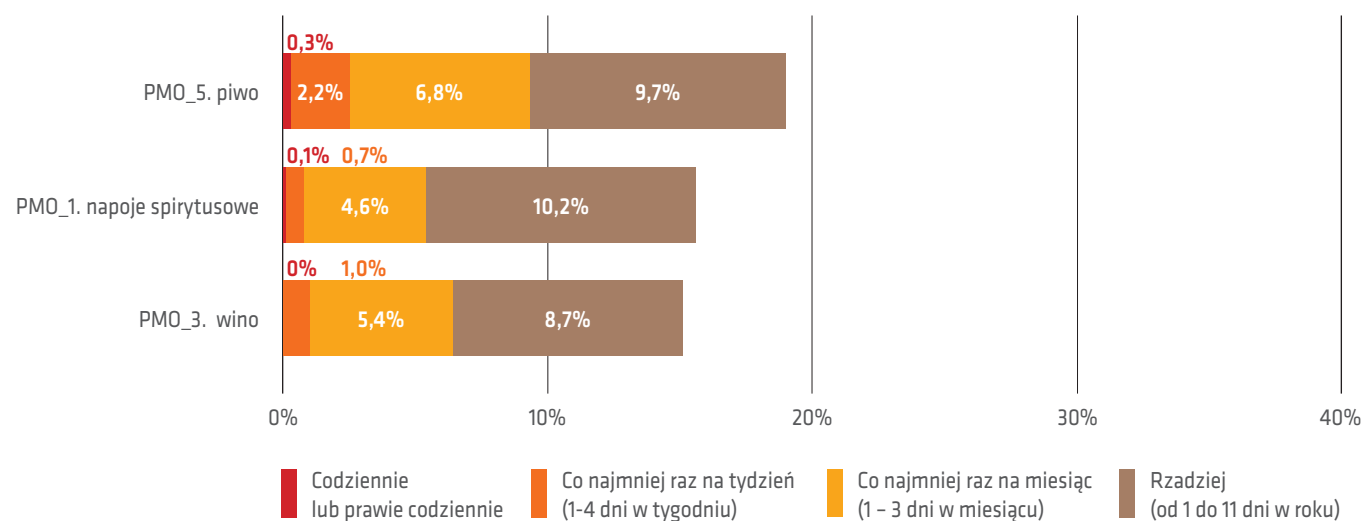
W grupie mężczyzn, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakupili alkohol w małych opakowaniach raportowano następujące odsetki częstotliwości zakupów w odniesieniu do rodzajów alkoholu. Piwo zakupiło w ostatnim roku 30% ankietowanych mężczyzn. Spośród tej grupy 6,6% mężczyzn kupiło je od 1 do 11 razy, 9,6% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, 10% kupowało je kilka razy w tygodniu, zaś pozostała grupa (3,8% wszystkich ankietowanych mężczyzn) kupowało je częściej.

Wyroby spirytusowe zakupiło w ostatnim roku 41% ankietowanych mężczyzn. Spośród tej grupy 18,8% mężczyzn kupiło je od 1 do 11 razy, 15,3% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (6,9% wszystkich ankietowanych mężczyzn) kupowała je częściej.

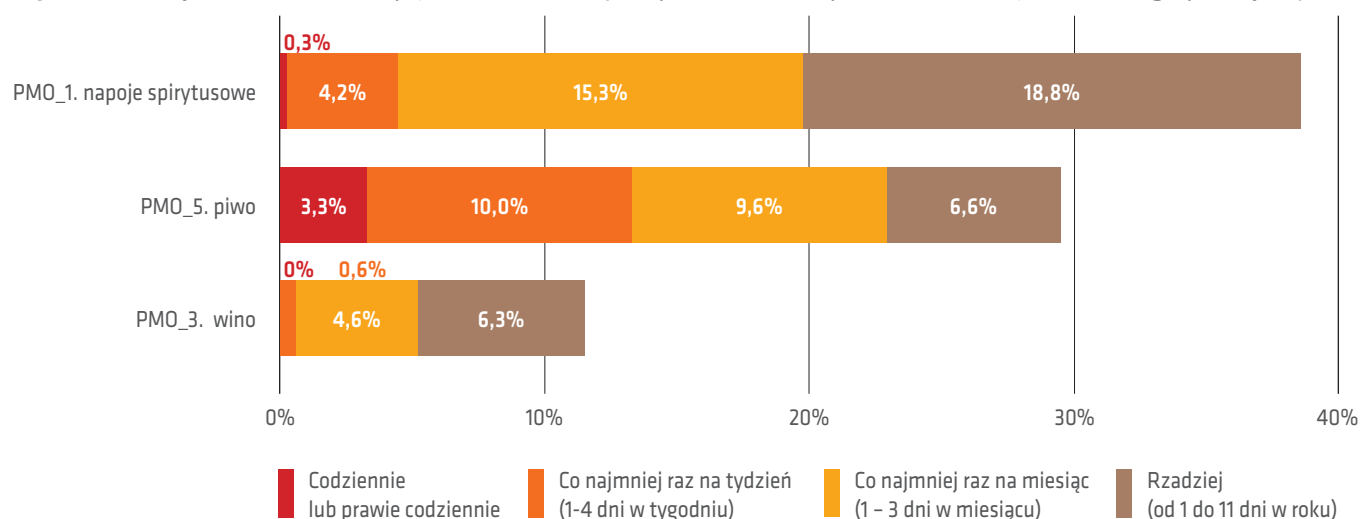
Wino zakupiło w ostatnim roku 12% ankietowanych mężczyzn. Spośród tej grupy 6,3% mężczyzn kupiło je od 1 do 11 razy, 4,6% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (1,1% wszystkich ankietowanych mężczyzn) kupowała je częściej.

Poniższe wykresy przedstawiają częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na płeć.

**Wykres 12-2.** Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaj alkoholu w grupie kobiet.



**Wykres 12-3** Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaj alkoholu w grupie mężczyzn.



W podziale na kohorty wiekowe respondentów, raportowane kupowanie alkoholu w małych opakowaniach przedstawiało się następująco:

W grupie respondentów w wieku 18–34 lata, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakupili alkohol w małych opakowaniach raportowano następujące odsetki częstotliwości zakupów w odniesieniu do rodzajów alkoholu. Piwo zakupiło w ostatnim roku 28% ankietowanych w wieku 18–34 lata. Spośród tej grupy 8,6% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 11,1% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, 7,5% kupowało je kilka razy w tygodniu, zaś pozostała grupa (0,8% wszystkich ankietowanych w wieku 18–34 lata) kupowała je częściej.

Wyroby spirytusowe zakupiło w ostatnim roku 26% ankietowanych w wieku 18–34 lata. Spośród tej grupy 12,3% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 11,9% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (1,8% wszystkich ankietowanych w wieku 18–34 lata) kupowała je częściej. Wino zakupiło w ostatnim roku 17% ankietowanych w wieku 18–34 lata. Spośród tej grupy 9,3% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 6,3% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (1,4% wszystkich ankietowanych w wieku 18–34 lata) kupowała je częściej.

W grupie respondentów w wieku 35–49 lat, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakupili alkohol w małych opakowaniach raportowano następujące odsetki częstotliwości zakupów w odniesieniu do rodzajów alkoholu. Piwo zakupiło w ostatnim roku 23% ankietowanych w wieku 35–49 lat. Spośród tej grupy 11,9% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 11,7% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (0,4% wszystkich ankietowanych w wieku 35–49 lat) kupowała je częściej.

Wyroby spirytusowe zakupiło w ostatnim roku 35% ankietowanych w wieku 35–49 lat. Spośród tej grupy 19,3% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 12% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (3,7% wszystkich ankietowanych w wieku 35–49 lat) kupowała je częściej.

Wino zakupiło w ostatnim roku 16% ankietowanych w wieku 35–49 lat. Spośród tej grupy 8% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 7% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (1% wszystkich ankietowanych w wieku 35–49 lat) kupowała je częściej.

W grupie respondentów w wieku 49–64 lat którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakupili alkohol w małych opakowaniach raportowano następujące odsetki częstotliwości zakupów w odniesieniu do rodzajów alkoholu. Piwo zakupiło w ostatnim roku 21% ankietowanych w wieku 49–64 lata. Spośród tej grupy 6,6% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 4,9% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, 7,5% kupowało je kilka razy w tygodniu, zaś pozostała grupa (2% wszystkich ankietowanych w wieku 49–64 lata) kupowała je częściej.

Wyroby spirytusowe zakupiło w ostatnim roku 27% ankietowanych w wieku 49–64 lat. Spośród tej grupy 15,7% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 7,4% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (3,9% wszystkich ankietowanych w wieku 49–64 lata) kupowała je częściej.

Wino zakupiło w ostatnim roku 13% ankietowanych w wieku 49–64 lat. Spośród tej grupy 8,7% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 3,4% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (0,9% wszystkich ankietowanych w wieku 49–64 lata) kupowała je częściej.

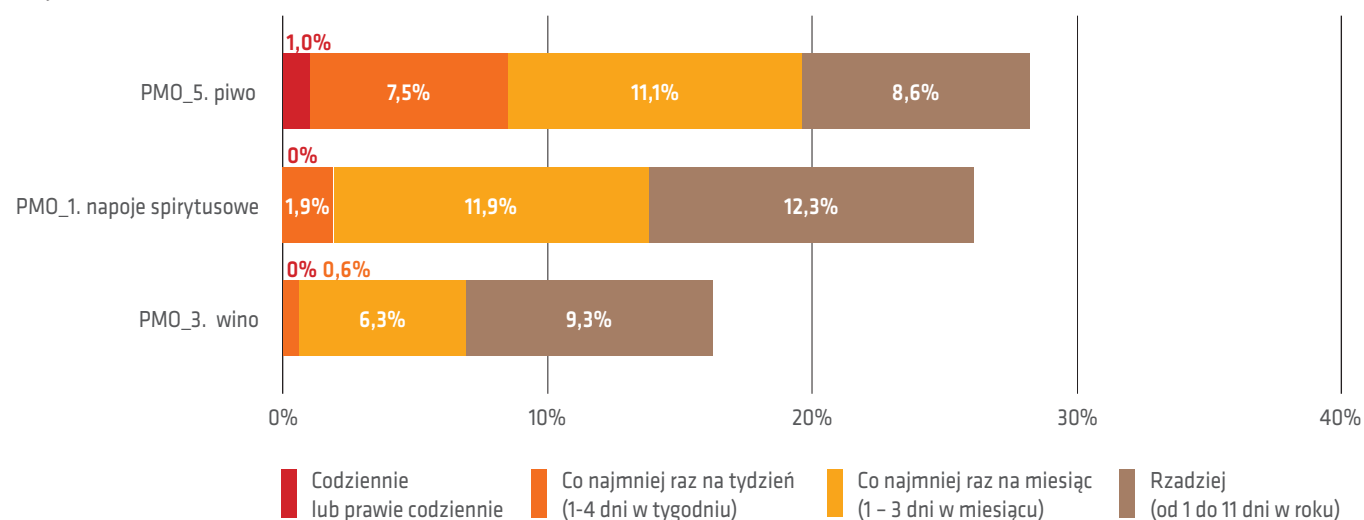
W grupie respondentów w wieku powyżej 64 lat, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zakupili alkohol w małych opakowaniach raportowano następujące odsetki częstotliwości zakupów w odniesieniu do rodzajów alkoholu. Piwo zakupiło w ostatnim roku 11% ankietowanych w wieku powyżej 64 lat. Spośród tej grupy 4,6% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 2,8% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (3,6% wszystkich ankietowanych w wieku powyżej 64 lat) kupowała je częściej. W tej ostatniej grupie 2% respondentów w wieku powyżej 64 lat raportowało, że kupują piwo codziennie lub prawie codziennie. We wszystkich grupach respondentów (ze względu na wiek i płeć) jest to jedyny taki wynik dla codziennego lub prawie codziennego kupowania alkoholu w małych opakowaniach.

Wyroby spirytusowe zakupiło w ostatnim roku 18% ankietowanych w wieku powyżej 64 lat. Spośród tej grupy 9,6% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 6,3% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (2,1% wszystkich ankietowanych w wieku powyżej 64 lat) kupowała je częściej.

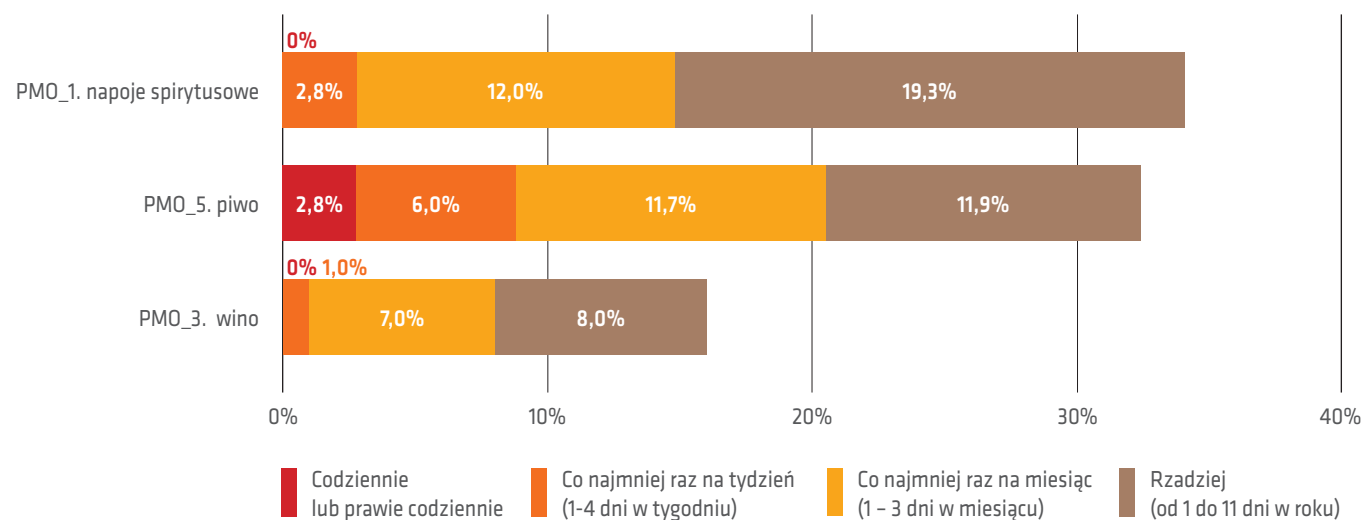
Wino zakupiło w ostatnim roku 6% ankietowanych w wieku powyżej 64 lat. Spośród tej grupy 3% respondentów kupiło je od 1 do 11 razy, 2,7% kupowało je od 1 do 3 razy w miesiącu, zaś pozostała grupa (0,3% wszystkich ankietowanych w wieku powyżej 64 lat) kupowała je częściej.

Poniższe wykresy przedstawiają częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na wiek.

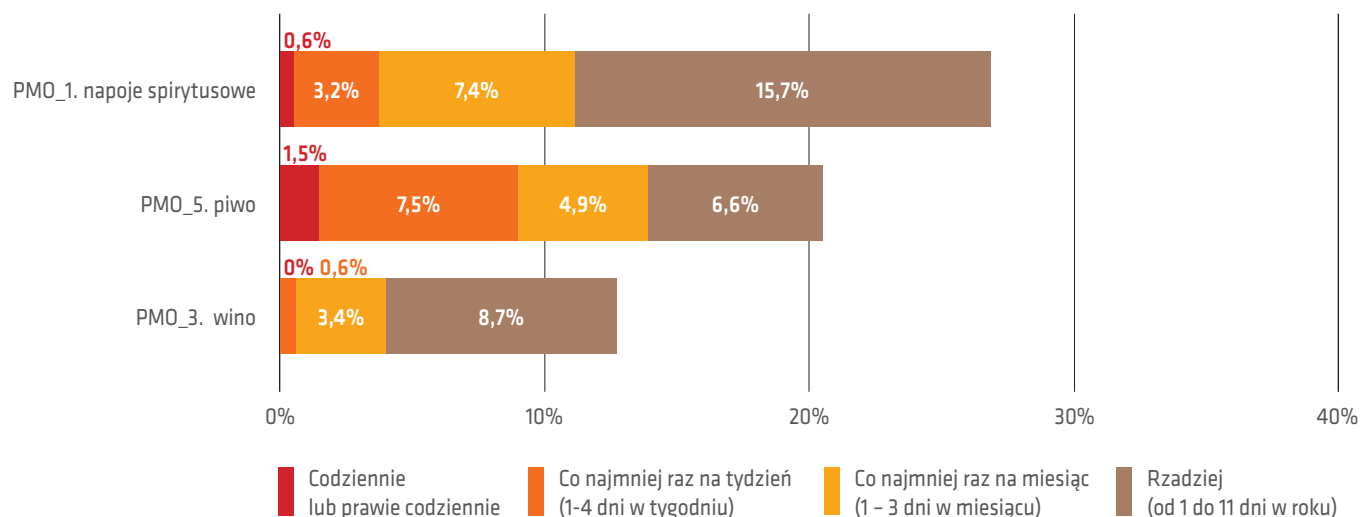
**Wykres 12-3.** Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku 18–34 lata.



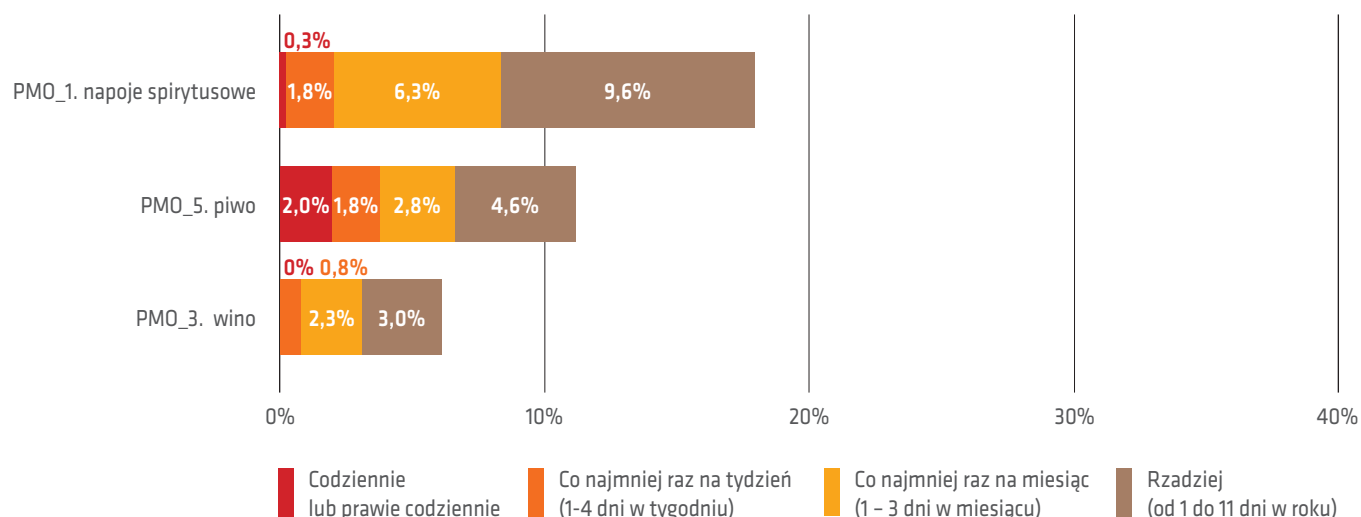
**Wykres 12-4.** Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku 35–49 lat.



**Wykres 12-5.** Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku 50–64 lata.



**Wykres 12-6.** Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku powyżej 65 lat.



Wino okazało się być alkoholem, które był najrzadziej kupowany w małych opakowaniach, natomiast różnica w częstotliwości kupowania piwa i napojów spirytusowych w małych opakowaniach jest na tyle mała, że można uznać, iż obydwa te rodzaje napojów alkoholowych kupowane są tak samo często.

Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach jest związana z płcią w sposób istotny statystycznie w przypadku napojów spirytusowych i piwa (siły efektu phi ok. 0,2–0,3, zatem duże). Kobiety kupują takie rodzaje alkoholu zauważalnie rzadziej niż mężczyźni. Natomiast w przypadku wina nie widać takiej zależności – przedstawiciele obydwu płci kupują go po tyle samo, relatywnie najrzadziej.

W odniesieniu do grup wiekowych można zauważyć związek z przynależnością do danej grupy wiekowej i częstotliwością konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach dla każdego rodzaju alkoholu. Związki te mają charakter istotny statystycznie, jednakże są trochę słabsze niż w przypadku płci (siły efektu V-Kramera wynoszą między 0,09 a 0,2 dla różnych grup wiekowych i typów alkoholi). Stosunkowo najczęściej alkohole w małych opakowaniach kupują przedstawiciele najmłodszej grupy respondentów (18–35 lat), i ten efekt utrzymuje się niezależnie od rodzaju alkoholu.

Warto zauważyć, że relatywnie najczęstszą odpowiedzią określającą częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach było „1 do 11 dni w roku”, czyli odpowiedź określająca najmniejszą badaną częstotliwość.



## 13. Picie alkoholu a ciąża (Marta Zin-Sędek)

W badaniu uwzględniono także blok pytań dotyczących rozpowszechnienia problemu picia alkoholu przez kobiety będące w ciąży oraz zaangażowania środowiska medycznego (lekarzy) w informowanie kobiet na temat szkodliwego wpływu alkoholu na rozwój dziecka od momentu jego poczęcia.

W próbie znalazło się 70,4% kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży (N=733). Największy odsetek kobiet będących kiedykolwiek w ciąży był w sposób oczywisty w najstarszej grupie wiekowej, najmniejszy – w najmłodszej (p=0,000, V Cramera = .397). Kolejne wyniki dotyczą tylko grupy kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży.

Do picia alkoholu w czasie ciąży przyznało się 7,1% badanych kobiet będących kiedykolwiek w ciąży (N=51). Odsetek ten jest niższy w porównaniu z badaniami zlecanymi przez PARPA w 2008 r.<sup>9</sup> (12,1%) oraz w 2005 r. (16,5%). Jest natomiast wyższy, niż w badaniach sondażowych zrealizowanych na zlecenie Głównego Inspektoratu Sanitarnego w 2017 r.<sup>10</sup>, gdy do spożywania alkoholu w czasie ciąży przyznało się 4,8% badanych. Z kolei w badaniu zrealizowanym przez Instytut Medycyny Wsi im. Witolda Chodźki w 2013 r. picie alkoholu zadeklarowało 10,1% ciężarnych kobiet<sup>11</sup>.

Picie alkoholu w czasie ciąży nie różniło się w grupie badanych kobiet ze względu na ich wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie czy zaangażowanie religijne. Ponadto te zmienne socjodemograficzne nie miały wpływu na częstotliwość czy rodzaj wypijanego alkoholu.

Wśród kobiet, które zadeklarowały picie alkoholu w czasie ciąży, 46,6% (N=24) przyznało, że piło alkohol więcej niż raz w tym okresie, natomiast jedna respondentka przyznała, że piła w czasie ciąży przynajmniej raz w miesiącu. Ponadto jednorazowy incydent picia w czasie ciąży zadeklarowało 42,5% kobiet (N=22). Natomiast 8,8% kobiet (N=5) nie potrafiło sobie przypomnieć, jak często piło alkohol w czasie ciąży.

Niemal połowa kobiet spożywających alkohol w czasie ciąży zadeklarowała picie wina (49,3%, N=25), w następnej kolejności wódki (29,4%, N=15), natomiast najrzadziej wskazywanym alkoholem było piwo (21,1%, N=11).

5 kobiet zadeklarowało, że w czasie ciąży wypity jednorazowo co najmniej 4 porcje standardowe alkoholu (stanowiło to 9,8% kobiet pijących alkohol w czasie ciąży), natomiast 17 kobiet (33,3% pijących w czasie ciąży) nie mogło sobie przypomnieć, czy taka sytuacja miała miejsce.

**Tabela 13-1.** Liczba i odsetek kobiet, które były w ciąży (w podziale na wiek).

Bycie kiedykolwiek w ciąży		18–34	35–49	50–64	65+	Ogółem
Tak	N	134	185	216	198	733
	%	43,2%	75,5%	85,0%	85,3%	70,4%
Nie	N	176	60	38	34	308
	%	56,8%	24,5%	15,0%	14,7%	29,6%

P=0.0000, V Cramera = .397.

<sup>9</sup> PARPA (2008), Wzory konsumpcji alkoholu w Polsce 2008, [http://www.parpa.pl/download/wyniki%20badania%20wzory%20konsumpcji%202008\\_%202%20metody\\_poprMFdoc.pdf](http://www.parpa.pl/download/wyniki%20badania%20wzory%20konsumpcji%202008_%202%20metody_poprMFdoc.pdf)

<sup>10</sup> Główny Inspektor Sanitarny (2017) Raport Zachowania zdrowotne kobiet w ciąży, <https://gis.gov.pl/wp-content/uploads/2018/04>

<sup>11</sup> Instytut Medycyny Wsi im. Witolda Chodźki (2013) Zachowania zdrowotne kobiet w ciąży <http://ciazabezalkoholu.pl/images/file/RozpowszechnianieFASD/Zachowania.pdf>

**Tabela 13-2.** Częstotliwość spożywania alkoholu w czasie ciąży (odsetek kobiet deklarujących picie alkoholu w trakcie ciąży).

Częstotliwość spożywania alkoholu w czasie ciąży	N	%
Raz w okresie całej ciąży	22	42,5
Kilka razy w okresie całej ciąży	24	46,6
Raz w miesiącu	1	2,0
Nie pamiętam	5	8,8
Ogółem	52	100,0

**Tabela 13-3.** Rodzaj spożywanego alkoholu w czasie ciąży (odsetek kobiet deklarujących picie alkoholu w trakcie ciąży).

Rodzaj spożywanego alkoholu w czasie ciąży	N	%
Napoje spirytusowe tzn. wódka, koniak, whisky itp.)	15	29,4
Wino (gronowe, owocowe, domowe)	26	49,3
Piwo	11	21,2
Ogółem	52	100,0

**Tabela 13-4.** Wypijanie w czasie ciąży więcej niż 4 porcje standardowe przy jednej okazji (odsetek kobiet deklarujących picie alkoholu w trakcie ciąży).

Wypijanie przy jednej okazji więcej niż 4 porcje standardowe	N	%
Tak	5	10,0
Nie	30	57,3
Nie pamiętam	17	32,6
Ogółem	52	100,0

W badaniu respondentki częściej przyznawały, że lekarz/ginekolog w czasie wizyt nie poruszał tematu alkoholu (40,6%, N=297), niż że ten temat pojawiał się w trakcie wizyt lekarskich (34,9%, N=255). Co czwarta kobieta nie pamiętała, czy temat alkoholu pojawiał się podczas wizyt (24,6%, N=180). W przypadku zmiennych, takich jak wielkość miejscowości oraz zaangażowanie religijne różnice były nieistotne statystycznie.

Co trzecia kobieta przyznała (33,3%), że lekarz zalecał im niespożywanie alkoholu w czasie ciąży (N=244). Nieco mniej (26,7%) kobiet wskazało, że lekarz zalecał im abstynencję w czasie karmienia piersią (N=196). Nieistotne statystycznie okazały się różnice w przypadku tych deklaracji w podziale ze względu na wielkość miejscowości, rodzaj wykształcenia czy zaangażowanie religijne, natomiast istotne różnice zanotowano w podziale ze względu na wiek kobiet – najwyższy odsetek deklaracji zarówno w przypadku poruszania tematu alkoholu ( $p=0,000$ ,  $V$  Cramera = .219), jak i zalecania abstynencji w czasie ciąży ( $p=0,000$ ,  $V$  Cramera = .294) i karmienia piersią ( $p=0,000$ ,  $V$  Cramera = .206) odnotowano w grupie najmłodszych kobiet, najniższy zaś w grupie najstarszych kobiet.

**Tabela 13-5.** Rozpowszechnienie rozmowy w czasie wizyt lekarskich na temat alkoholu w podziale na wiek respondentek (odsetek kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży).

Poruszanie tematu alkoholu podczas wizyt lekarskich		Wiek				Ogółem
		18-34	35-49	50-64	65+	
Tak	N	73	83	56	43	255
	%	54,9%	44,9%	26,0%	21,7%	34,9%
Nie	N	51	67	96	83	297
	%	38,3%	36,2%	44,7%	41,9%	40,6%
Nie pamiętam	N	9	35	63	72	179
	%	6,8%	18,9%	29,3%	36,4%	24,5%

P=0.000, V Cramera = 0.219

**Tabela 13-6.** Rozpowszechnienie zalecania przez lekarza/ginekologa niespożywania alkoholu w czasie ciąży (odsetek kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży).

Czy lekarz/ginekolog zalecał niespożywanie alkoholu w czasie ciąży?		Wiek				Ogółem
		18-34	35-49	50-64	65+	
Tak	N	73	81	51	39	244
	%	54,5%	43,8%	23,6%	19,7%	33,3%
Nie	N	0	3	3	3	9
	%	0,0%	1,6%	1,4%	1,5%	1,2%
Nie pamiętam	N	9	34	66	73	182
	%	6,7%	18,4%	30,6%	36,9%	24,8%

P=0.000, V Cramera = 0.294

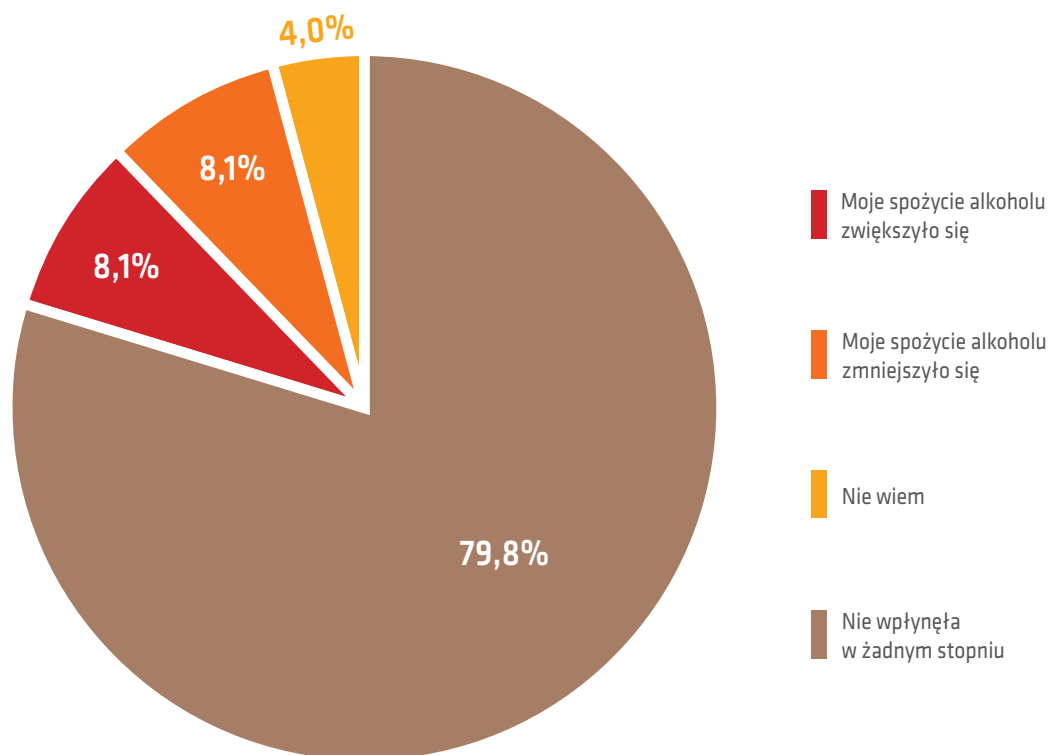
**Tabela 13-7.** Rozpowszechnienie zalecania przez lekarza/ginekologa niespożywania alkoholu w czasie karmienia piersią (odsetek kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży).

Czy lekarz/ginekolog zalecał niespożywanie alkoholu w czasie karmienia piersią?		Wiek				Ogółem
		18-34	35-49	50-64	65+	
Tak	N	58	57	45	36	196
	%	70,7%	47,9%	37,2%	31,3%	44,9%
Nie	N	3	4	4	2	13
	%	3,7%	3,4%	3,3%	1,7%	3,0%
Nie pamiętam	N	21	58	72	77	228
	%	25,6%	48,7%	59,5%	67,0%	52,2%

## 14. Picie alkoholu a pandemia COVID-19 (Marta Zin-Sędek)

W związku z informacjami medialnymi, że pandemia COVID-19 wpłynęła znacząco na zwiększenie ilości wypijanego alkoholu, zadano respondentom pytanie, w jakim stopniu pandemia koronawirusa wpłynęła na ich obecne spożycie alkoholu. Zdecydowana większość konsumentów alkoholu stwierdziła, że pandemia nie zmieniła ich dotychczasowego wzorca spożywania alkoholu (79,4%), 8,1% osób zadeklarowało, że w czasie pandemii piją więcej, i taki sam odsetek konsumentów stwierdził, że w trakcie pandemii pije mniej alkoholu.

**Wykres 14-1.** Rozkład odpowiedzi konsumentów alkoholu na pytanie „W jakim stopniu pandemia koronawirusa wpłynęła na obecne spożycie alkoholu?”



Różnice istotne statystycznie ( $p > 0,000$ ) zaobserwowano w przypadku kobiet i mężczyzn – co dziesiąty mężczyzna i co dwudziesta kobieta w czasie pandemii piła więcej alkoholu.

Najwyższe odsetki osób deklarujących zwiększenie picia alkoholu ( $p > 0,000$ ) zanotowano wśród mieszkańców największych miast (19%), a najniższe wśród mieszkańców wsi (6,8%). Istotne statystycznie różnice ( $p > 0,002$ ) dotyczą również wykształcenia – najwyższy odsetek osób pijących więcej alkoholu dotyczył osób z wykształceniem zawodowym (11,4%), a najniższy – osób z wyższym wykształceniem (5,5%). Najwyższe odsetki konsumentów, którzy pili więcej w czasie pandemii zanotowano w grupie osób w wieku 35–49 lat (9,9%), a najniższe wśród najstarszych uczestników badania powyżej 64. roku życia (5,8%). Najwyższe wskaźniki siły związku pomiędzy picciem alkoholu w czasie pandemii a zmiennymi socjodemograficznymi wyrażone za pomocą współczynnika  $V$  Cramera odnotowano w przypadku zmiennych płeć (0,122) oraz wielkość miejscowości (0,105).

Analizie poddano także różnice w picciu alkoholu w dobie pandemii ze względu na ilość wypijanego alkoholu w ciągu roku. Różnice okazały się istotne statystycznie ( $p > 0,000$ ) – osoby pijące najmniej najrzadziej deklarowały zwiększenie picia alkoholu w tym czasie (1,6%), natomiast najczęściej zwiększenie picia zgłaszały osoby pijące najwięcej (24,3%).

## 15. Wnioski

(Marta Zin-Sędek, dr Magdalena Rowicka, dr Sławomir Postek)

Alkohol jest powszechnie konsumowanym napojem – ponad 80% respondentów piło w ciągu 12 miesięcy przed badaniem przynajmniej jeden rodzaj alkoholu.

Wśród uczestników badania 382 osoby (19,2%) przyznało, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie piły żadnego napoju alkoholowego. Wielkość tej grupy jest nieco wyższa niż w badaniu RARHA, w której, przypomnijmy, badana populacja ograniczała się do osób w wieku 18–64 lata (13,6%). Najwyższy odsetek abstynentów jest w grupie osób w wieku 65 lat i więcej (38,3%), co wydaje się tłumaczyć nieco wyższy odsetek abstynentów w tym badaniu. Rozpowszechnienie abstynencji jest znacznie wyższe wśród kobiet (26,5%) niż mężczyzn (12,6%).

Pod względem częstości picia (dni picia) konsumenci alkoholu piją go średnio przez 73 dni, czyli ponad 2 miesiące w roku. Przy czym najczęściej piją piwo (61 dni w roku) i zdecydowanie rzadziej wino czy napoje spirytusowe (14 dni w roku). Ze względu na różnicę badanej populacji (18+ vs 18–64 lata) bardzo ostrożnie należy podejść do porównania częstości picia alkoholu z wynikami RARHA, gdzie średnia liczba dni w roku, kiedy spożywany był alkohol, wyniosła ok. 80. Można jednak przyjąć, że różnica jest na tyle duża, że nie można jej wytłumaczyć jedynie rozszerzeniem badanej populacji. W 2020 roku respondenci rzadziej sięgali po alkohol. Może to być związane z ograniczeniami wynikającymi z pandemii COVID-19, chociaż warto zaznaczyć, że 80% respondentów zadeklarowało, że ich sposób picia w czasie pandemii się nie zmienił.

Mężczyźni piją alkohol niemal trzykrotnie częściej niż kobiety (średnia 106 dni versus 37 dni), przy czym różnica ta jest głównie związana z częstszym pić piwa przez mężczyzn (średnio 98 dni w roku dla mężczyzn i 21 dni w roku dla kobiet) i ponad dwukrotnie częstszym pić napojów spirytusowych (20 dni) niż w przypadku kobiet (9 dni). Natomiast jeśli chodzi o wino, to kobiety piją je niemal dwukrotnie częściej niż mężczyźni (18 dni vs 10 dni).

Codziennie lub prawie codziennie alkohol pije niespełna 8% konsumentów. Niemal co trzeci konsument pije alkohol co najmniej raz na tydzień, 3 na 10 – co najmniej raz na miesiąc i kolejnych 3 na 10 – rzadziej. Picie codzienne jest wskaźnikiem ryzykownego wzoru picia.

Do przynajmniej jednego symptomu ryzykownego picia, mierzonego narzędziem przesiewowym RAPS (*Rapid Alcohol Problems Screen*), przyznało się 14,2% osób. Mężczyźni doświadczali ich częściej niż kobiety – odpowiednio 22,3% i 6,8%. W porównaniu z badaniem RARHA widać zmniejszenie się odsetka osób, które spełniają kryteria picia ryzykownego – z 18,6% do 14,2%.

Trzy z czterech wymiarów ryzykownego picia są rozpowszechnione w ogólnej populacji na poziomie 10%–13%, natomiast najrzadziej występuje picie od rana – na poziomie 7% w ogólnej populacji. W grupie kobiet wszystkie wymiary picia ryzykownego są rozpowszechnione w mniejszym stopniu niż wśród mężczyzn – w grupie kobiet niespełna 2% przyznaje, że zdarzyło się w ciągu ostatnich 12 miesięcy, aby wypiły alkohol tuż po wstaniu z łóżka, podczas gdy w grupie mężczyzn jest to niemal 11%. Rozpowszechnienie każdego z wymiarów ryzykownego picia w grupie mężczyzn wynosi od 11% do 18%, podczas gdy u kobiet – od 1,6% do 7%. Najczęstszym wymiarem ryzykownego picia u kobiet jest poczucie winy, a u mężczyzn – utrata pamięci.

W obydwu grupach, kobiet i mężczyzn, zauważalna jest zgodność kolejności najważniejszych motywów do picia, choć te motywy nie są wskazywane jako wyjątkowo częste (na poziomie 20–30%). Najważniejsze motywy związane są z presją społeczną (picie podczas uroczystości oraz chęć dopasowania się) oraz z przyjemnością odczuwaną w wyniku picia alkoholu (nastrój i uczucie towarzyszące picciu). Warto jednak zauważyć, że przedstawiciele obu płci nie piją po to, aby się upić ani ucieczkowo – aby zapomnieć. Picie jest związane w dużo większym stopniu z zachowaniami i rytuałami społecznymi.

Zwraca uwagę fakt, że w grupie najstarszych uczestników badania (65+ lat) motyw „właściwej diety” dotyczy niemal dwukrotnie większego odsetka respondentów niż w pozostałych grupach wiekowych. Zapewne przekonania tej grupy wiekowej mogą wynikać z racjonalizowania własnej konsumpcji alkoholu, ale także z zakorzenionych przekonań.

Do najrzadziej wskazywanych okoliczności picia należą: picie na zewnątrz (czyli w parkach, na ulicach), samemu/samej, w pubie, barze (zarówno dla ogółu próby, jak i w podziale na płeć).

Nabywanie i konsumpcja alkoholu nierejestrowanego należą do marginalnej aktywności respondentów – odpowiedzi twierdzącej udzieliło w badaniu przeciętnie ok. 5% respondentów. Niezależnie od pytania, przeważająca większość respondentów wskazywała, że nie kupują i nie konsumują alkoholu pochodzącego z nierejestrowanych źródeł, czy to krajowych, czy zagranicznych. Wskazane deklaracje są znacznie niższe w porównaniu z wynikami badania RARHA<sup>12</sup>, jednak ze względu na różnice metodologiczne związane ze zmianą sposobu pytania o tę kwestię, nie uprawniają do tego typu porównań.

Kolejnym obszarem poruszonym w badaniach było poparcie dla różnych polityk wobec alkoholu. Społeczne poparcie dla określonych form działania może ułatwiać, a negatywne nastawienie opinii publicznej może zdecydowanie utrudniać wprowadzanie w życie zmian w polityce alkoholowej.

Respondenci zdecydowanie opowiadają się za: edukacją i informacją (popierane przez 90,4% respondentek i 84,7% respondentów), prawem policji do wyrywkowego badania trzeźwości kierowcy (popierane przez 85,3% respondentek i 79,4% respondentów) oraz za ostrzeżeniami na opakowaniach alkoholu przed szkodami spowodowanymi jego spożywaniem (popierane przez 79,5% respondentek i 69,7% respondentów). Stosunkowo najniższym poparciem cieszyły się stwierdzenia dotyczące ograniczenia dostępności ekonomicznej i fizycznej alkoholu: wysokich cen alkoholu, ograniczenia liczby miejsc oraz godzin jego sprzedaży. Warto zwrócić uwagę na to, że niskie poparcie zyskało również stwierdzenie, że tylko rodzice, a nie władze, powinni decydować o tym, od jakiego wieku ich dziecko może już pić napoje alkoholowe. Może to wynikać ze wspierania odpowiedzialności państwa za politykę dostępności alkoholu, przynajmniej w zakresie dotyczącym nieletnich. Może również wiązać się z pewną bezradnością rodziców wobec inicjacji alkoholowej ich dzieci.

Wyniki te są porównywalne z badaniami RARHA, gdzie również te trzy rozwiązania były wskazywane najczęściej nie tylko w Polsce, ale wśród respondentów ze wszystkich krajów biorących udział w projekcie. Badania RARHA pokazały również, że polskie społeczeństwo cechuje dość duży poziom poparcia dla liberalnych polityk, tzn. ograniczonego zaangażowania państwa w rozwiązywanie problemów alkoholowych i niską akceptację dla strategii ograniczania dostępności alkoholu i jego reklamy<sup>13</sup>. Podobne postawy widać także w obecnym badaniu, warto jednak podkreślić, że w porównaniu z 2015 r. zwiększyło się nieco poparcie dla polityki ograniczania dostępności fizycznej alkoholu.

W badaniu zapytano również o poparcie dla powszechnych opinii i mitów wobec zdrowotnego oddziaływania alkoholu na organizm. Badanie pokazało, że mężczyźni mniej stanowczo wypowiadają swoje osądy o alkoholu, za wyjątkiem stwierdzeń dotyczących spożywania alkoholu przez kobiety w okresie ciąży i macierzyństwa, co do których respondenci najczęściej wypowiadali się stanowczo negatywnie w obydwu grupach. Natomiast ze stwierdzeniami wskazującymi na brak wiedzy o działaniu alkoholu mężczyźni zgadzają się przeciętnie o 10 punktów procentowych częściej niż kobiety, co stanowi różnicę widoczną w codziennej obserwacji – mężczyźni „łagodniej” oceniają alkohol niż kobiety.

Obecnie jednym z częściej pojawiających się w dyskursie publicznym problemów jest picie alkoholu w małych opakowaniach, tzw. małpki, które stały się symbolem łatwo dostępnego i prostego do ukrycia alkoholu. W badaniu sprawdzono rozpowszechnienie tej formy spożywania alkoholu. Do zakupu alkoholu w małych opakowaniach przyznaje się co trzeci badany (36,4%). Najczęściej kupowany był jeden rodzaj alkoholu (16,6% respondentów), najrzadziej wszystkie trzy rodzaje (7,9%). Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach jest związana z płcią w sposób istotny statystycznie w przypadku napojów spirytusowych i piwa (siły efektu phi ok. 0,2–0,3, zatem duże). Kobiety kupują takie rodzaje alkoholu zdecydowanie rzadziej niż mężczyźni. Natomiast nie widać takiego związku w przypadku wina – przedstawiciele obu płci kupują go w takich samych ilościach, relatywnie najrzadziej.

W odniesieniu do grup wiekowych można zauważyć związek z przynależnością do danej grupy wiekowej i częstotliwością konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach dla każdego rodzaju alkoholu. Stosunkowo najczęściej alkohole w małych opakowaniach kupują przedstawiciele najmłodszej grupy respondentów (18–35 lat), i ten efekt utrzymuje się niezależnie od rodzaju alkoholu.

Kolejnym zagadnieniem, o który zapytano respondentów, jest problem picia alkoholu przez kobiety w czasie ciąży. W badaniu sprawdzono, na ile rozpowszechniony jest ten problem, a także jak wielu lekarzy, w szczególności ginekologów, poruszało ten temat, jak również kwestię picia alkoholu w okresie karmienia piersią, podczas rozmów z pacjentkami.

Do picia alkoholu w czasie ciąży przyznało się 7,1% badanych kobiet będących kiedykolwiek w ciąży. Odsetek ten jest niższy w zestawieniu z wynikami badań zleconych przez PARPA w 2008 r. (12,1%) oraz w 2005 r. (16,5%). Jest natomiast wyższy niż

<sup>12</sup> Moskalewicz, J., Room, R., & Thom, B. (Red.). (2016). Comparative monitoring of alcohol epidemiology across the EU. Baseline assessment and suggestions for future action. Synthesis report. (I). Warszawa: Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych. <http://www.rarha.eu/NewsEvents/LatestNews/Pages/details.aspx?itemId=36>

<sup>13</sup> Kakulicz-Kozaryn, K., Man-Sędek, M. (2017). *Polityka alkoholowa w Polsce na tle innych krajów europejskich*, w: „Świat Problemów” nr9/.

w badaniach sondażowych zrealizowanych na zlecenie Głównego Inspektoratu Sanitarnego w 2017 r.<sup>14</sup>, gdy do spożywania alkoholu w czasie ciąży przyznało się 4,8% badanych.

Częściej kobiety wskazywały, że lekarz/ginekolog w czasie wizyt nie poruszał tematu alkoholu (40,6%), niż że ten temat pojawiał się w trakcie wizyt lekarskich (34,9%). Co czwarta kobieta nie pamiętała, czy temat alkoholu był poruszany podczas wizyty (24,6%).

Co trzecia kobieta przyznała (33,3%), że lekarz zalecał im niespożywanie alkoholu w czasie ciąży (N=244). Nieco mniej (26,7%) kobiet wskazało, że lekarz zalecał im abstynencję w czasie karmienia piersią (N=196)

---

<sup>14</sup> Główny Inspektor Sanitarny (2017) <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjox5TSkbryAhU-atqQKHYYWDDJQQFnoECAIQAAQ&url=https%3A%2F%2Fgis.gov.pl%2Fwp-content%2Fuploads%2F2018%2F04%2FZachowania-zdrowotne-kobiet-w-ci%25C4%2585%25C5%25BCy-alkohol-i-papierosy.-Raport-2017-1.pdf&usg=AOvVaw2m3ngvlwX8lwgKCCGoZWsp3>





## 16. Aneks - tabele

**Tabela 16-1.** Rozpowszechnienie abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość abstynencji (% badanych).

Zmienne socjodemograficzne	konsumenci alkoholu		abstynenci 12 miesięcy		abstynenci całe życie		P	V Cramera
	N	%	N	%	N	%		
<b>ogółem</b>	1611	80,8%	302	15,2%	80	4,0%		
<b>płeć</b>							0,000	0,122
<b>kobieta</b>	648	84,00%	37	4,8	58	7,50%		
<b>mężczyzna</b>	630	76,10%	92	11,10%	71	8,60%		
<b>wiek</b>							0,000	0,293
<b>18-34</b>	423	79,50%	47	8,8%	40	7,5%		
<b>35-49</b>	338	74,40%	45	9,9%	47	10,4%		
<b>50-64</b>	313	84,10%	24	6,5%	23	6,2%		
<b>65+</b>	205	84,70%	14	5,8%	18	7,4%		
<b>stan cywilny</b>							0,000	0,301
<b>panna/kawaler</b>	379	84,4%	32	7,1%	38	8,5%		
<b>zamężna/żonaty</b>	943	85,2%	137	12,4%	27	2,4%		
<b>wdowa/wdowiec</b>	124	58,8%	92	39,1%	19	8,1%		
<b>rozwidziony(a)/w trakcie separacji</b>	125	80,6%	26	16,8%	4	2,6%		
<b>wykształcenie</b>							0,000	0,192
<b>gimnazjalne i poniżej</b>	80	59,7%	47	35,1%	7	5,2%		
<b>zasadnicze zawodowe</b>	467	78,4%	108	18,1%	21	3,5%		
<b>średnie</b>	694	86,2%	75	9,3%	36	4,5%		
<b>wyższe</b>	341	80,8%	57	13,5%	24	5,7%		
<b>wielkość miejscowości</b>							0,008	0,102
<b>wieś lub gospodarstwo rolne</b>	696	81,5%	125	14,6%	33	3,9%		
<b>małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)</b>	372	76,5%	93	19,1%	21	4,3%		
<b>duże miasto (powyżej 1 000 000 mieszkańców)</b>	100	90,1%	7	6,3%	4	3,6%		
<b>stosunek do religii</b>							0,000	0,153
<b>osoba wierząca i praktykująca</b>	738	75,2%	181	18,4%	63	6,4%		
<b>osoba wierząca, ale nie praktykująca</b>	654	86,2%	82	10,8%	23	3,0%		
<b>osoba niewierząca i niepraktykująca</b>	118	82,5%	22	15,4%	3	2,1%		

**Tabela 16-2.** Okoliczności picia w podziale na płeć w grupie konsumentów alkoholu.

			Codziennie lub prawie codziennie	Co naj- mniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	Co naj- mniej raz na miesiąc (1-3 dni w miesiącu)	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	Ogółem
<b>do posiłku</b>	Mężczyzna	N	24	97	209	224	241	795
		%	3,0%	12,2%	26,3%	28,2%	30,3%	100,0%
	Kobieta	N	5	53	137	275	268	738
		%	0,7%	7,2%	18,6%	37,3%	36,3%	100,0%
	Ogółem	N	29	150	346	499	509	1533
		%	1,9%	9,8%	22,6%	32,6%	33,2%	100,0%
<b>u siebie w domu</b>	Mężczyzna	N	80	255	273	169	46	823
		%	9,7%	31,0%	33,2%	20,5%	5,6%	100,0%
	Kobieta	N	11	114	219	326	73	743
		%	1,5%	15,3%	29,5%	43,9%	9,8%	100,0%
	Ogółem	N	91	369	492	495	119	1566
		%	5,8%	23,6%	31,4%	31,6%	7,6%	100,0%
<b>u kogoś w domu</b>	Mężczyzna	N	5	74	313	346	71	809
		%	0,6%	9,1%	38,7%	42,8%	8,8%	100,0%
	Kobieta	N	0	28	189	432	100	749
		%	0,0%	3,7%	25,2%	57,7%	13,4%	100,0%
	Ogółem	N	5	102	502	778	171	1558
		%	0,3%	6,5%	32,2%	49,9%	11,0%	100,0%
<b>w pubie, barze, klubie, restauracji itp.</b>	Mężczyzna	N	4	49	154	302	307	816
		%	0,5%	6,0%	18,9%	37,0%	37,6%	100,0%
	Kobieta	N	0	16	81	251	401	749
		%	0,0%	2,1%	10,8%	33,5%	53,5%	100,0%
	Ogółem	N	4	65	235	553	708	1565
		%	0,3%	4,2%	15,0%	35,3%	45,2%	100,0%
<b>na zewnątrz, czyli w parkach, na ulicy itp.</b>	Mężczyzna	N	10	29	87	178	512	816
		%	1,2%	3,6%	10,7%	21,8%	62,7%	100,0%
	Kobieta	N	0	7	25	87	631	750
		%	0,0%	0,9%	3,3%	11,6%	84,1%	100,0%
	Ogółem	N	10	36	112	265	1143	1566
		%	0,6%	2,3%	7,2%	16,9%	73,0%	100,0%

			Codziennie lub prawie codziennie	Co naj- mniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	Co naj- mniej raz na miesiąc (1-3 dni w miesiącu)	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	Ogółem
<b>z członkami rodziny (włączając w to Pana partnera/ partnerkę)</b>	Mężczyzna	N	10	125	299	276	99	809
		%	1,2%	15,5%	37,0%	34,1%	12,2%	100,0%
	Kobieta	N	4	93	208	366	70	741
		%	0,5%	12,6%	28,1%	49,4%	9,4%	100,0%
	Ogółem	N	14	218	507	642	169	1550
	%	0,9%	14,1%	32,7%	41,4%	10,9%	100,0%	
<b>z przyjaciółmi, kolegami, znajomymi</b>	Mężczyzna	N	26	161	327	241	52	807
		%	3,2%	20,0%	40,5%	29,9%	6,4%	100,0%
	Kobieta	N	1	50	213	379	98	741
		%	0,1%	6,7%	28,7%	51,1%	13,2%	100,0%
	Ogółem	N	27	211	540	620	150	1548
	%	1,7%	13,6%	34,9%	40,1%	9,7%	100,0%	
<b>sam/a</b>	Mężczyzna	N	63	152	124	142	303	784
		%	8,0%	19,4%	15,8%	18,1%	38,6%	100,0%
	Kobieta	N	8	46	47	104	501	706
		%	1,1%	6,5%	6,7%	14,7%	71,0%	100,0%
	Ogółem	N	71	198	171	246	804	1490
	%	4,8%	13,3%	11,5%	16,5%	54,0%	100,0%	

**Tabela 16-3.** Okoliczności picia w podziale na wiek w grupie konsumentów alkoholu.

			Codziennie lub prawie codziennie	Co naj- mniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	Co naj- mniej raz na miesiąc (1- 3 dni w miesiącu)	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	Ogółem
<b>do posiłku</b>	18-34	N	8	50	105	180	173	516
		%	1,6%	9,7%	20,3%	34,9%	33,5%	100,0%
	35-49	N	6	42	121	143	117	429
		%	1,4%	9,8%	28,2%	33,3%	27,3%	100,0%
	50-64	N	29	150	346	499	509	1533
		%	1,9%	9,8%	22,6%	32,6%	33,2%	100,0%
	64+	N	9	37	76	104	132	358
		%	2,5%	10,3%	21,2%	29,1%	36,9%	100,0%
	ogółem	N	6	22	44	72	87	231
	%	2,6%	9,5%	19,0%	31,2%	37,7%	100,0%	
<b>u siebie w domu</b>	18-34	N	16	132	168	175	32	523
		%	3,1%	25,2%	32,1%	33,5%	6,1%	100,0%
	35-49	N	29	113	164	106	32	444
		%	6,5%	25,5%	36,9%	23,9%	7,2%	100,0%
	50-64	N	27	82	110	116	26	361
		%	7,5%	22,7%	30,5%	32,1%	7,2%	100,0%
	64+	N	19	41	49	97	28	234
		%	8,1%	17,5%	20,9%	41,5%	12,0%	100,0%
	ogółem	N	91	368	491	494	118	1562
	%	5,8%	23,6%	31,4%	31,6%	7,6%	100,0%	
<b>u kogoś w domu</b>	18-34	N	1	33	209	251	25	519
		%	0,2%	6,4%	40,3%	48,4%	4,8%	100,0%
	35-49	N	2	27	165	219	29	442
		%	0,5%	6,1%	37,3%	49,5%	6,6%	100,0%
	50-64	N	1	29	87	198	46	361
		%	0,3%	8,0%	24,1%	54,8%	12,7%	100,0%
	64+	N	2	13	41	110	71	237
		%	0,8%	5,5%	17,3%	46,4%	30,0%	100,0%
ogółem	N	6	102	502	778	171	1559	
	%	0,4%	6,5%	32,2%	49,9%	11,0%	100,0%	

			Codziennie lub prawie codziennie	Co naj- mniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	Co naj- mniej raz na miesiąc (1- 3 dni w miesiącu)	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	Ogółem
<b>w pubie, ba- rze, klubie, restauracji itp.</b>	18-34	N	3	35	118	226	140	522
		%	0,6%	6,7%	22,6%	43,3%	26,8%	100,0%
	35-49	N	1	17	61	191	175	445
		%	0,2%	3,8%	13,7%	42,9%	39,3%	100,0%
	50-64	N	0	10	31	102	219	362
		%	0,0%	2,8%	8,6%	28,2%	60,5%	100,0%
	64+	N	0	3	25	33	174	235
		%	0,0%	1,3%	10,6%	14,0%	74,0%	100,0%
	ogółem	N	4	65	235	552	708	1564
	%	0,3%	4,2%	15,0%	35,3%	45,3%	100,0%	
<b>na zewnątrz, czyli w par- kach, na ulicy itp.</b>	18-34	N	1	12	48	135	325	521
		%	0,2%	2,3%	9,2%	25,9%	62,4%	100,0%
	35-49	N	3	7	28	73	331	442
		%	0,7%	1,6%	6,3%	16,5%	74,9%	100,0%
	50-64	N	6	9	24	40	285	364
		%	1,6%	2,5%	6,6%	11,0%	78,3%	100,0%
	64+	N	0	7	11	16	202	236
		%	0,0%	3,0%	4,7%	6,8%	85,6%	100,0%
	ogółem	N	10	35	111	264	1143	1563
	%	0,6%	2,2%	7,1%	16,9%	73,1%	100,0%	
<b>z członka- mi rodzi- ny (włącza- jąc w to Pana partnera/ partnerkę)</b>	18-34	N	6	87	163	218	46	520
		%	1,2%	16,7%	31,3%	41,9%	8,8%	100,0%
	35-49	N	5	71	182	151	32	441
		%	1,1%	16,1%	41,3%	34,2%	7,3%	100,0%
	50-64	N	2	41	113	151	50	357
		%	0,6%	11,5%	31,7%	42,3%	14,0%	100,0%
	64+	N	1	19	48	122	42	232
		%	0,4%	8,2%	20,7%	52,6%	18,1%	100,0%
	ogółem	N	14	218	506	642	170	1550
	%	0,9%	14,1%	32,6%	41,4%	11,0%	100,0%	

			Codziennie lub prawie codziennie	Co naj- mniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	Co naj- mniej raz na miesiąc (1- 3 dni w miesiącu)	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	Ogółem
<b>z przyjaciół- mi, kolegami, znajomymi</b>	18-34	N	1	94	218	191	14	518
		%	0,2%	18,1%	42,1%	36,9%	2,7%	100,0%
	35-49	N	10	67	158	179	32	446
		%	2,2%	15,0%	35,4%	40,1%	7,2%	100,0%
	50-64	N	11	37	115	146	44	353
		%	3,1%	10,5%	32,6%	41,4%	12,5%	100,0%
	64+	N	5	14	49	105	59	232
		%	2,2%	6,0%	21,1%	45,3%	25,4%	100,0%
	ogółem	N	27	212	540	621	149	1549
	%	1,7%	13,7%	34,9%	40,1%	9,6%	100,0%	
<b>sam/a</b>	18-34	N	12	62	59	92	265	490
		%	2,4%	12,7%	12,0%	18,8%	54,1%	100,0%
	35-49	N	21	59	59	71	220	430
		%	4,9%	13,7%	13,7%	16,5%	51,2%	100,0%
	50-64	N	22	56	33	50	183	344
		%	6,4%	16,3%	9,6%	14,5%	53,2%	100,0%
	64+	N	15	22	20	34	135	226
		%	6,6%	9,7%	8,8%	15,0%	59,7%	100,0%
	ogółem	N	70	199	171	247	803	1490
	%	4,7%	13,4%	11,5%	16,6%	53,9%	100,0%	

Tabela 16-4. Procentowy rozkład odpowiedzi dla każdego ze stwierdzeń w kwestionariuszu motywacji do picia, w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania.

		SD_1. Płeć respondenta				Wiek grupy							
		Mężczyzna		Kobieta		18-34		35-49		50-64		65+	
		Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie
MP_1.	Rzadko	468	57,5%	556	76,7%	327	63,3%	290	65,9%	243	69,7%	164	70,5%
	Czasami	125	15,4%	67	9,3%	75	14,5%	48	11,0%	43	12,2%	26	11,3%
	Często	220	27,1%	102	14,0%	115	22,2%	101	23,1%	63	18,1%	42	18,2%
MP_2.	Rzadko	416	50,5%	522	68,8%	279	53,1%	256	56,7%	237	65,0%	166	68,9%
	Czasami	158	19,2%	104	13,6%	111	21,0%	68	15,0%	49	13,3%	35	14,3%
	Często	249	30,3%	134	17,6%	136	25,9%	127	28,3%	79	21,7%	40	16,8%
MP_3.	Rzadko	361	44,2%	484	64,1%	249	47,4%	222	49,5%	221	61,5%	152	64,1%
	Czasami	157	19,3%	94	12,5%	102	19,4%	78	17,3%	44	12,2%	27	11,6%
	Często	299	36,6%	177	23,4%	174	33,1%	149	33,2%	94	26,2%	57	24,3%
MP_4.	Rzadko	671	84,1%	685	92,7%	439	86,3%	387	88,2%	316	89,8%	214	90,1%
	Czasami	65	8,1%	30	4,1%	38	7,6%	30	6,9%	17	4,8%	10	4,0%
	Często	62	7,8%	24	3,2%	31	6,2%	22	4,9%	19	5,4%	14	5,8%
MP_5.	Rzadko	556	68,2%	605	81,3%	386	73,4%	312	70,8%	276	77,1%	187	79,6%
	Czasami	125	15,4%	48	6,4%	70	13,4%	56	12,8%	29	8,0%	18	7,6%
	Często	134	16,4%	91	12,3%	69	13,2%	72	16,4%	53	14,8%	30	12,7%
MP_6.	Rzadko	612	75,3%	610	82,2%	406	76,8%	341	77,0%	284	80,4%	191	83,1%
	Czasami	83	10,2%	58	7,8%	53	9,9%	43	9,8%	29	8,3%	16	6,9%
	Często	117	14,5%	74	10,0%	70	13,2%	59	13,2%	40	11,3%	23	9,9%
MP_7.	Rzadko	627	76,3%	628	83,9%	435	82,0%	337	76,2%	287	79,2%	197	83,7%
	Czasami	89	10,8%	69	9,2%	52	9,8%	46	10,4%	42	11,6%	18	7,5%
	Często	105	12,8%	51	6,9%	43	8,2%	59	13,4%	33	9,2%	21	8,8%
MP_8.	Rzadko	646	80,2%	631	84,4%	435	84,0%	370	83,9%	302	84,2%	170	72,3%
	Czasami	66	8,2%	51	6,8%	38	7,3%	43	9,7%	21	5,8%	15	6,6%
	Często	94	11,6%	66	8,8%	45	8,7%	28	6,4%	36	10,1%	50	21,1%
MP_9.	Rzadko	678	83,2%	659	88,9%	448	85,4%	369	83,9%	311	87,0%	210	89,2%
	Czasami	65	7,9%	47	6,4%	41	7,8%	34	7,7%	22	6,2%	15	6,2%
	Często	72	8,9%	35	4,8%	36	6,8%	37	8,4%	24	6,8%	11	4,6%
MP_10.	Rzadko	707	88,6%	668	89,6%	458	89,5%	400	90,5%	323	90,5%	194	83,4%
	Czasami	34	4,2%	34	4,6%	24	4,6%	22	4,9%	13	3,6%	9	4,1%
	Często	57	7,1%	44	5,9%	30	5,9%	20	4,6%	21	5,9%	29	12,6%
	Nie	nd	nd	215	88,2%	69	77,5%	33	88,3%	nd	nd	nd	nd

**Tabela 16-5.** Procentowy rozkład odpowiedzi dla każdego ze stwierdzeń w kwestionariuszu motywacji do abstynencji, w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania.

		SD_1. Płeć respondenta				Wiek_grupy							
		Mężczyzna		Kobieta		18-34		35-49		50-64		65+	
		Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie	Liczebność	% z N w kolumnie
MA_1.	Tak	68	62,4%	215	82,7%	71	75,5%	30	75,9%	64	71,1%	118	81,1%
	Nie	41	37,6%	45	17,3%	23	24,5%	10	24,1%	26	28,9%	28	18,9%
MA_2.	Tak	69	59,7%	174	67,1%	61	62,8%	26	63,8%	60	62,7%	96	68,0%
	Nie	46	40,3%	85	32,9%	36	37,2%	15	36,2%	35	37,3%	45	32,0%
MA_3.	Tak	15	12,9%	34	13,3%	11	11,6%	5	13,2%	9	9,0%	24	17,0%
	Nie	99	87,1%	219	86,7%	84	88,4%	32	86,8%	86	91,0%	116	83,0%
MA_4.	Tak	32	26,8%	99	38,1%	41	44,0%	13	33,2%	33	34,5%	43	28,9%
	Nie	87	73,2%	160	61,9%	53	56,0%	27	66,8%	62	65,5%	106	71,1%
MA_5.	Tak	67	59,2%	180	69,1%	53	54,9%	26	65,1%	69	72,8%	100	69,4%
	Nie	46	40,8%	81	30,9%	43	45,1%	14	34,9%	26	27,2%	44	30,6%
MA_6.	Tak	81	68,9%	216	82,2%	67	70,4%	29	71,7%	78	81,7%	122	82,5%
	Nie	36	31,1%	47	17,8%	28	29,6%	11	28,3%	17	18,3%	26	17,5%
MA_7.	Tak	93	78,5%	240	88,6%	77	78,6%	34	80,5%	82	84,6%	140	92,1%
	Nie	25	21,5%	31	11,4%	21	21,4%	8	19,5%	15	15,4%	12	7,9%
MA_8.	Tak	67	58,2%	147	56,4%	20	20,6%	15	39,2%	62	64,8%	117	80,8%
	Nie	48	41,8%	113	43,6%	77	79,4%	23	60,8%	33	35,2%	28	19,2%
MA_9.	Tak	61	54,0%	140	53,6%	14	14,2%	11	29,3%	57	60,4%	120	81,8%
	Nie	52	46,0%	121	46,4%	83	85,8%	26	70,7%	37	39,6%	27	18,2%
MA_10.	Tak	43	39,3%	159	63,3%	51	57,5%	22	53,7%	54	58,5%	74	54,1%
	Nie	66	60,7%	92	36,7%	38	42,5%	19	46,3%	38	41,5%	63	45,9%
MA_11.	Tak	60	54,3%	181	72,9%	62	67,7%	27	66,4%	62	70,5%	90	64,9%
	Nie	51	45,7%	67	27,1%	30	32,3%	14	33,6%	26	29,5%	49	35,1%
MA_12.	Tak	25	21,7%	62	24,3%	25	26,0%	11	27,6%	20	21,1%	31	22,2%
	Nie	90	78,3%	194	75,7%	72	74,0%	29	72,4%	73	78,9%	109	77,8%
MA_13.	Tak	45	38,7%	95	38,4%	47	50,0%	23	54,5%	31	33,5%	40	29,1%
	Nie	72	61,3%	152	61,6%	47	50,0%	19	45,5%	62	66,5%	96	70,9%
MA_14.	Tak	34	29,3%	49	19,7%	25	27,5%	15	36,4%	19	21,0%	24	16,7%
	Nie	81	70,7%	202	80,3%	67	72,5%	26	63,6%	73	79,0%	118	83,3%
MA_15.	Tak	30	26,5%	32	12,7%	12	12,5%	11	28,0%	19	21,0%	20	14,2%
	Nie	84	73,5%	224	87,3%	84	87,5%	29	72,0%	73	79,0%	122	85,8%
MA_16.	Tak	nd	nd	29	11,8%	20	22,5%	4	11,7%	nd	nd	nd	nd
	Nie	nd	nd	215	88,2%	69	77,5%	33	88,3%	nd	nd	nd	nd



**Tabela 16-6.** Ocena polityki wobec alkoholu – procentowy rozkład odpowiedzi „TAK” i „NIE” dla każdego ze stwierdzeń, w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania.

	Liczeb- ność	% z N w kolum- nie	Płeć respondenta						Wiek respondenta							
			Mężczyzna			Kobieta			18-34		35-49		50-64		65+	
			Liczeb- ność	% z N w kolum- nie	Liczeb- ność	% z N w kolum- nie	Liczeb- ność	% z N w kolum- nie	Liczeb- ność	% z N w kolum- nie	Liczeb- ność	% z N w kolum- nie	Liczeb- ność	% z N w kolum- nie	Liczeb- ność	% z N w kolum- nie
PWA_1.	TAK	1105	57,2%	611	65,4%	495	49,6%	352	57,0%	299	61,0%	255	56,2%	199	53,9%	
	NIE	826	42,8%	323	34,6%	503	50,4%	266	43,0%	191	39,0%	199	43,8%	170	46,1%	
PWA_2.	TAK	1146	59,0%	621	66,8%	525	51,9%	384	61,2%	288	60,3%	262	57,6%	212	55,7%	
	NIE	795	41,0%	310	33,2%	485	48,1%	243	38,8%	190	39,7%	193	42,4%	169	44,3%	
PWA_3.	TAK	1347	70,4%	612	67,9%	735	72,6%	410	66,0%	335	71,0%	324	72,2%	278	74,8%	
	NIE	567	29,6%	290	32,1%	277	27,4%	211	34,0%	137	29,0%	125	27,8%	94	25,2%	
PWA_4.	TAK	839	44,0%	331	36,1%	508	51,3%	242	38,8%	196	41,4%	203	45,7%	198	54,0%	
	NIE	1069	56,0%	586	63,9%	482	48,7%	382	61,2%	277	58,6%	241	54,3%	169	46,0%	
PWA_5.	TAK	735	38,5%	276	29,8%	459	46,7%	208	34,1%	163	34,4%	195	43,1%	168	45,5%	
	NIE	1172	61,5%	649	70,2%	523	53,3%	402	65,9%	311	65,6%	257	56,9%	202	54,5%	
PWA_6.	TAK	1702	87,7%	780	84,7%	921	90,4%	532	85,5%	415	85,5%	413	90,1%	342	91,1%	
	NIE	239	12,3%	141	15,3%	98	9,6%	90	14,5%	70	14,5%	45	9,9%	33	8,9%	
PWA_7.	TAK	930	49,6%	362	40,7%	568	57,7%	270	45,0%	208	44,7%	243	55,5%	208	56,5%	
	NIE	944	50,4%	527	59,3%	417	42,3%	330	55,0%	258	55,3%	195	44,5%	160	43,5%	
PWA_8.	TAK	1615	82,5%	739	79,4%	875	85,3%	483	77,7%	400	81,8%	390	85,4%	341	87,7%	
	NIE	343	17,5%	192	20,6%	151	14,7%	139	22,3%	89	18,2%	67	14,6%	48	12,3%	
PWA_9.	TAK	1453	74,8%	644	69,7%	809	79,5%	438	70,8%	342	70,7%	357	77,5%	316	83,5%	
	NIE	488	25,2%	280	30,3%	208	20,5%	180	29,2%	142	29,3%	104	22,5%	63	16,5%	
PWA_10.	TAK	936	48,8%	351	38,3%	585	58,3%	248	40,1%	208	43,6%	236	52,5%	244	65,3%	
	NIE	983	51,2%	565	61,7%	418	41,7%	371	59,9%	268	56,4%	214	47,5%	130	34,7%	
PWA_11.	TAK	768	41,9%	389	44,7%	379	39,4%	227	39,0%	189	41,7%	191	43,6%	160	45,0%	
	NIE	1062	58,1%	481	55,3%	582	60,6%	355	61,0%	264	58,3%	247	56,4%	196	55,0%	
PWA_12.	TAK	869	47,8%	347	39,2%	522	55,9%	240	40,3%	222	48,9%	219	51,1%	187	55,0%	
	NIE	950	52,2%	538	60,8%	412	44,1%	354	59,7%	232	51,1%	210	48,9%	154	45,0%	

**Tabela 16-7.** Alkohol nierejestrowany – ilościowy rozkład odpowiedzi w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania.

		SD_1. Płeć respondententa		Wiek grupy			
		Mężczyzna	Kobieta	18-34	35-49	50-64	65+
		Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność
<b>AN_1a Liczba litrów nabytego alkoholu: napoje spirytusowe (z zagranicy)</b>	0	32	24	16	18	13	10
	od 0 do 3 litrów	20	2	11	6	3	2
	od 3 do 5 itrów	3	3	1	2	2	0
	powyżej 5 litrów	1	1	0	1	1	0
<b>AN_1a Liczba litrów nabytego alkoholu: napoje spirytusowe (ze źródeł krajowych)</b>	0	28	10	20	8	8	3
	od 0 do 3 litrów	16	13	4	12	9	4
	od 3 do 5 itrów	3	4	1	4	1	2
	powyżej 5 litrów	9	1	3	3	2	2
<b>AN_1b Liczba litrów wypitego alkoholu: napoje spirytusowe (z zagranicy)</b>	0	46	24	16	21	19	15
	od 0 do 3 litrów	25	3	13	8	5	2
	od 3 do 5 itrów	1	1	1	0	1	0
	powyżej 5 litrów	0	0	0	0	0	0
<b>AN_1b Liczba litrów wypitego alkoholu: napoje spirytusowe (ze źródeł krajowych)</b>	0	17	12	11	10	5	2
	od 0 do 3 litrów	46	13	15	18	15	11
	od 3 do 5 itrów	7	2	3	1	4	1
	powyżej 5 litrów	2	2	1	0	1	3
<b>AN_2a Liczba litrów nabytego alkoholu: wino (z zagranicy)</b>	0	31	22	20	18	11	4
	od 0 do 3 litrów	0	2	0	1	1	0
	od 3 do 5 itrów	2	0	2	0	0	0
	powyżej 5 litrów	0	1	1	0	0	0
<b>AN_2a Liczba litrów nabytego alkoholu: wino (ze źródeł krajowych)</b>	0	22	7	10	10	7	2
	od 0 do 3 litrów	3	14	7	8	3	0
	od 3 do 5 itrów	4	1	4	1	0	1
	powyżej 5 litrów	4	3	3	0	3	1
<b>AN_2b Liczba litrów wypitego alkoholu: wino (z zagranicy)</b>	0	32	24	20	19	13	5
	od 0 do 3 litrów	6	2	6	2	1	0
	od 3 do 5 itrów	2	0	2	0	0	0
	powyżej 5 litrów	0	1	1	0	0	0
<b>AN_2b Liczba litrów wypitego alkoholu: wino (ze źródeł krajowych)</b>	0	19	5	4	12	5	2
	od 0 do 3 litrów	13	21	20	6	7	2
	od 3 do 5 itrów	2	1	0	3	1	0
	powyżej 5 litrów	6	1	5	0	1	1

		SD_1. Płeć respondententa		Wiek grupy			
		Mężczyzna	Kobieta	18-34	35-49	50-64	65+
		Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność
<b>AN_3a Liczba litrów nabytego alkoholu: piwo (z zagranicy)</b>	0	28	12	16	12	9	2
	od 0 do 3 litrów	1	3	1	1	3	0
	od 3 do 5 itrów	4	0	2	2	0	0
	powyżej 5 litrów	2	1	1	1	1	0
<b>AN_3a Liczba litrów nabytego alkoholu: piwo (ze źródeł krajowych)</b>	0	31	16	17	16	11	2
	od 0 do 3 litrów	1	0	0	0	1	0
	od 3 do 5 itrów	1	0	1	0	0	0
	powyżej 5 litrów	2	0	2	0	0	0
<b>AN_3b Liczba litrów wypitego alkoholu: piwo (z zagranicy)</b>	0	23	11	12	11	8	2
	od 0 do 3 litrów	7	2	5	1	3	1
	od 3 do 5 itrów	5	0	2	3	0	0
	powyżej 5 litrów	1	1	1	1	0	0
<b>AN_3b Liczba litrów wypitego alkoholu: piwo (ze źródeł krajowych)</b>	0	31	14	17	16	9	3
	od 0 do 3 litrów	2	0	0	0	2	0
	od 3 do 5 itrów	1	0	1	0	0	0
	powyżej 5 litrów	2	0	2	0	0	0

Tabela 16-8. Szkody powodowane przez innych – rozkład odpowiedzi uczestników badania w podziale na płeć i grupy wiekowe.

	SD_1. Płeć respondententa				Wiek grupy								
	Mężczyzna		Kobieta		18-34		35-49		50-64		65+		
	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	
<b>PIO_1_0.</b>	NIE	858	89,4%	932	89,5%	576	90,6%	445	89,2%	429	91,4%	339	85,6%
	A	9	1,0%	28	2,7%	14	2,2%	10	2,1%	10	2,1%	3	0,8%
	B	46	4,8%	37	3,6%	17	2,7%	24	4,9%	20	4,2%	23	5,7%
	C	38	3,9%	38	3,6%	25	3,9%	14	2,8%	9	1,8%	28	7,0%
	D	8	0,8%	6	0,6%	4	0,6%	5	0,9%	2	0,4%	4	1,0%
<b>PIO_2_0.</b>	NIE	858	89,4%	992	95,5%	579	91,3%	458	91,8%	441	93,9%	372	93,9%
	A	9	0,9%	12	1,2%	6	1,0%	9	1,7%	5	1,0%	1	0,3%
	B	68	7,1%	18	1,7%	36	5,7%	21	4,2%	18	3,7%	11	2,8%
	C	24	2,5%	16	1,5%	13	2,0%	11	2,3%	6	1,3%	10	2,5%
	D	1	0,1%	1	0,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,5%
<b>PIO_3_0.</b>	NIE	932	97,1%	1030	99,0%	619	97,2%	490	98,3%	462	98,3%	392	98,9%
	A	2	0,3%	6	0,6%	2	0,4%	2	0,4%	3	0,6%	1	0,3%
	B	16	1,6%	1	0,1%	8	1,2%	5	1,0%	2	0,5%	2	0,4%
	C	9	0,9%	4	0,3%	7	1,1%	2	0,4%	2	0,4%	1	0,3%
	D	1	0,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,2%	0	0,0%
<b>PIO_4_0.</b>	NIE	849	88,5%	988	94,9%	581	91,3%	451	90,6%	428	91,1%	377	95,2%
	A	10	1,0%	13	1,3%	3	0,5%	10	1,9%	9	1,9%	1	0,3%
	B	88	9,2%	35	3,3%	49	7,7%	32	6,3%	31	6,6%	12	2,9%
	C	7	0,8%	2	0,2%	3	0,5%	4	0,8%	0	0,0%	2	0,6%
	D	5	0,6%	2	0,2%	0	0,0%	2	0,4%	2	0,4%	4	1,0%

	SD_1. Płeć respondententa						Wiek_grupy							
	Mężczyzna			Kobieta			18-34		35-49		50-64		65+	
	Liczebność	% z N	Liczebność w kolum- nie	Liczebność	% z N	Liczebność w kolum- nie	Liczebność	% z N	Liczebność	% z N	Liczebność	% z N	Liczebność	% z N
<b>PIO_5_0.</b>	NIE	944	98,4%	1038	99,7%	628	98,8%	493	99,0%	466	99,2%	395	99,7%	
	A	0	0,0%	1	0,1%	0	0,0%	1	0,1%	0	0,0%	0	0,0%	
	B	13	1,4%	2	0,2%	7	1,1%	3	0,7%	4	0,8%	1	0,3%	
	C	2	0,2%	1	0,1%	1	0,2%	1	0,2%	0	0,0%	0	0,0%	
	D	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
<b>PIO_6_0.</b>	NIE	956	99,7%	1035	99,4%	631	99,2%	497	99,7%	467	99,5%	396	100,0%	
	A	0	0,0%	1	0,1%	0	0,0%	1	0,1%	0	0,0%	0	0,0%	
	B	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
	C	3	0,3%	5	0,5%	5	0,8%	1	0,1%	2	0,5%	0	0,0%	
	D	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
<b>PIO_7_0.</b>	NIE	923	96,3%	964	92,6%	605	95,0%	462	92,7%	444	94,6%	376	94,9%	
	A	0	0,0%	1	0,1%	0	0,0%	1	0,1%	0	0,0%	0	0,0%	
	B	4	0,4%	4	0,3%	1	0,2%	3	0,6%	2	0,5%	1	0,2%	
	C	31	3,3%	71	6,8%	29	4,6%	32	6,3%	22	4,8%	19	4,9%	
	D	1	0,1%	2	0,2%	1	0,2%	1	0,2%	0	0,1%	0	0,0%	
<b>PIO_8_0.</b>	NIE	805	83,9%	878	84,3%	527	82,9%	420	84,3%	402	85,7%	333	84,0%	
	A	1	0,1%	7	0,7%	4	0,6%	1	0,1%	2	0,3%	2	0,6%	
	B	43	4,4%	28	2,7%	24	3,7%	13	2,6%	19	4,0%	15	3,7%	
	C	88	9,1%	107	10,3%	61	9,6%	57	11,3%	38	8,2%	39	9,8%	
	D	23	2,4%	21	2,0%	20	3,2%	8	1,6%	8	1,8%	7	1,9%	

Tabela 16-9. Opinie na temat alkoholu – rozkład odpowiedzi uczestników badania w podziale na płeć i grupy wiekowe.

	SD_1. Płeć respondenta						wiek_grupy							
	Mężczyzna			Kobieta			18-34		35-49		50-64		65+	
	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie	Liczebność	% z N w kolum- nie
<b>MFA1_1.</b>	TAK	418	48,2%	370	38,6%	222	38,4%	199	44,8%	182	42,3%	185	49,5%	
	NIE	449	51,8%	590	61,4%	356	61,6%	245	55,2%	249	57,7%	189	50,5%	
<b>MFA1_2.</b>	TAK	332	37,2%	309	31,5%	181	30,9%	162	35,3%	137	30,6%	161	42,3%	
	NIE	560	62,8%	673	68,5%	405	69,1%	297	64,7%	312	69,4%	219	57,7%	
<b>MFA1_3.</b>	TAK	470	51,9%	361	37,1%	255	42,4%	228	48,6%	189	42,0%	159	44,2%	
	NIE	435	48,1%	613	62,9%	346	57,6%	241	51,4%	261	58,0%	201	55,8%	
<b>MFA1_4.</b>	TAK	466	50,3%	324	32,3%	250	40,2%	228	48,3%	178	39,4%	134	35,1%	
	NIE	461	49,7%	677	67,7%	372	59,8%	244	51,7%	274	60,6%	249	64,9%	
<b>MFA1_5.</b>	TAK	198	21,9%	134	13,3%	115	18,9%	95	20,1%	61	13,5%	61	16,1%	
	NIE	706	78,1%	874	86,7%	494	81,1%	378	79,9%	391	86,5%	318	83,9%	
<b>MFA1_6.</b>	TAK	329	35,9%	229	22,9%	168	27,5%	151	32,4%	121	26,7%	117	30,7%	
	NIE	588	64,1%	768	77,1%	444	72,5%	315	67,6%	333	73,3%	265	69,3%	
<b>MFA1_7.</b>	TAK	848	89,1%	936	90,1%	549	86,9%	447	90,5%	421	89,7%	366	92,7%	
	NIE	104	10,9%	103	9,9%	83	13,1%	47	9,5%	48	10,3%	29	7,3%	
<b>MFA1_8.</b>	TAK	848	89,0%	943	90,6%	548	86,8%	453	91,2%	420	89,5%	370	93,6%	
	NIE	105	11,0%	98	9,4%	84	13,2%	44	8,8%	49	10,5%	25	6,4%	

**Tabela 16-10.** Alkohol w małych opakowaniach – liczebność respondentów dokonujących zakupów, z podziałem na płeć i grupy wiekowe

		SD_1. Płeć respondententa		wiek_grupy			
		Mężczyzna	Kobieta	18-34	35-49	50-64	65+
		Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność	Liczebność
<b>PMO_1.</b>	Codziennie lub prawie codziennie	3	1	0	0	3	1
	Co najmniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	40	7	12	14	15	7
	Co najmniej raz na miesiąc (1-3 dni w miesiącu)	147	48	76	60	35	25
	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	180	106	78	96	74	38
	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	588	878	470	328	343	326
<b>PMO_3.</b>	Codziennie lub prawie codziennie	0	0	0	0	0	0
	Co najmniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	6	10	4	5	3	3
	Co najmniej raz na miesiąc (1-3 dni w miesiącu)	44	56	40	35	16	9
	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	60	91	59	40	41	12
	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	849	885	533	418	409	373
<b>PMO_5.</b>	Codziennie lub prawie codziennie	32	3	5	14	7	8
	Co najmniej raz na tydzień (1-4 dni w tygodniu)	96	23	48	30	35	7
	Co najmniej raz na miesiąc (1-3 dni w miesiącu)	92	71	71	58	23	11
	Rzadziej (od 1 do 11 dni w roku)	63	101	55	59	31	18
	Ani razu w ciągu ostatnich 12 miesięcy	676	843	458	336	373	351

**Tabela 16-11.** Rozpowszechnienie picia alkoholu przez kobiety w ciąży (odsetek kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży)

zmienne socjodemograficzne	piła w ciąży		nie piła w ciąży		P	V Cramera
	N	%	N	%		
<b>ogółem</b>	51	7,0%	681	93,0%		
<b>wiek</b>					0.502	0.206
<b>18-34</b>	9	6,7%	125	93,3%		
<b>35-49</b>	11	5,9%	174	94,1%		
<b>50-64</b>	16	7,4%	200	92,6%		
<b>65+</b>	15	7,6%	182	92,4%		
<b>stan cywilny</b>					0.413	0.063
<b>panna/kawaler</b>	2	6,9%	27	93,1%		
<b>zamężna/żonaty</b>	28	6,0%	441	94,0%		
<b>wdowa/wdowiec</b>	13	8,4%	142	91,6%		
<b>rozwiedziony(a)/w trakcie separacji</b>	8	10,8%	66	89,2%		
<b>wykształcenie</b>					0.256	0.075
<b>gimnazjalne i poniżej</b>	3	5,2%	55	94,8%		
<b>zasadnicze zawodowe</b>	19	9,3%	185	90,7%		
<b>średnie</b>	21	7,1%	276	92,9%		
<b>wyższe</b>	7	4,2%	160	95,8%		
<b>wielkość miejscowości</b>					0.101	0.103
<b>wieś lub gospodarstwo rolne</b>	22	7,2%	285	92,8%		
<b>małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)</b>	12	6,7%	168	93,3%		
<b>średniej wielkości mia- sto (50 000-250 000 mieszkańców)</b>	13	11,3%	102	88,7%		
<b>duże miasto (250 000-1 000 000 mieszkańców)</b>	4	5,3%	72	94,7%		
<b>duże miasto (po- wyżej 1 000 000 mieszkańców)</b>	0	0,0%	54	100,0%		
<b>Stosunek do religii</b>					0.333	0.069
<b>osoba wierząca i praktykująca</b>	29	5,9%	460	94,1%		
<b>osoba wierząca, ale nie praktykująca</b>	18	9,0%	181	91,0%		
<b>osoba niewierząca i praktykująca</b>	0	0,0%	4	100,0%		
<b>osoba niewierząca i niepraktykująca</b>	3	12,0%	22	88,0%		



zmienne socjodemograficzne	piła w ciąży		nie piła w ciąży		P	V Cramera
	N	%	N	%		
<b>status zawodowy</b>					0.945	0.049
pracownik fizyczny	11	7,5%	135	92,5%		
pracownik umysłowy	17	7,9%	197	92,1%		
wolny zawód (w tym przedsiębiorca)	2	4,7%	41	95,3%		
student/studentka, uczeń/uczennica	1	7,1%	13	92,9%		
osoba bezrobotna lub czasowo niepracująca	17	6,7%	238	93,3%		
emeryt/emerytka lub rencista/rencistka	2	4,8%	40	95,2%		
osoba prowadząca gospodarstwo domowe, zajmującą się domem, dziećmi itp.	0	0,0%	8	100,0%		

**Tabela 16-12.** Rozkład odpowiedzi na pytanie „W jakim stopniu pandemia koronawirusa wpłynęła na picie alkoholu?”

Zmienne socjodemograficzne	Nie wpłynęła w żadnym stopniu		Moje spożycie alkoholu zwiększyło się		Moje spożycie alkoholu zmniejszyło się		Nie wiem		P	V Cramera
	N	%	N	%	N	%	N	%		
<b>ogółem</b>	1278	79,4%	129	8,1%	129	8,1%	63	3,9%		
<b>płeć</b>									0	0,122
kobieta	648	84,0%	37	4,8%	58	7,5%	28	3,6%		
mężczyzna	630	76,1%	92	11,1%	71	8,6%	35	4,2%		
<b>wiek</b>									0,036	0,061
18-34	423	79,5%	47	8,8%	40	7,5%	22	4,1%		
35-49	338	74,4%	45	9,9%	47	10,4%	24	5,3%		
50-64	313	84,1%	24	6,5%	23	6,2%	12	3,2%		
65+	205	84,7%	14	5,8%	18	7,4%	5	3,1%		
<b>stan cywilny</b>									0,232	0,05
panna/kawaler	294	76,8%	36	9,4%	37	9,7%	16	4,2%		
zamężna/żonaty	755	79,9%	77	8,1%	74	7,8%	39	4,1%		
wdowa/wdowiec	112	88,9%	3	2,4%	7	5,6%	4	3,2%		
rozwidziony(a)/w trakcie separacji	101	79,5%	13	10,2%	10	7,9%	3	2,4%		
<b>wykształcenie</b>									0,002	0,074
gimnazjalne i poniżej	72	86,7%	8	9,6%	0	0,0%	3	3,6%		
zasadnicze zawodowe	356	75,4%	54	11,4%	37	7,8%	25	5,3%		
średnie	568	82,0%	47	6,8%	54	7,8%	24	3,5%		
wyższe	277	80,5%	19	5,5%	37	10,8%	11	3,2%		
<b>wielkość miejscowości</b>									0	0,105
wieś lub gospodarstwo rolne	601	85,6%	48	6,8%	36	5,1%	17	2,4%		
małe miasto (poniżej 50 000 mieszkańców)	301	80,5%	26	7,0%	32	8,6%	15	4,0%		
średniej wielkości miasto (50 000-250 000 mieszkańców)	194	73,5%	19	7,2%	33	12,5%	18	6,8%		
duże miasto (250 000-1 000 000 mieszkańców)	117	73,6%	17	10,7%	18	11,3%	7	4,4%		
duże miasto (powyżej 1 000 000 mieszkańców)	66	66,0%	19	19,0%	9	9,0%	6	6,0%		
<b>ilość wypijanego w ciągu roku alkoholu</b>									0	0,165
do 1,2l	516	89,6%	9	1,6%	34	5,9%	17	3,0%		
powyżej 1,2 do 6l	465	78,5%	41	6,9%	60	10,1%	26	4,4%		
powyżej 6l do 12l	172	69,6%	35	14,2%	26	10,5%	14	5,7%		
powyżej 12l	125	67,6%	45	24,3%	10	5,4%	5	2,7%		



## 17. Spis wykresów

<b>Wykres 1-1.</b> Wielkość spożycia napojów alkoholowych w latach 1990–2019.....	5
<b>Wykres 3-1.</b> Rozpowszechnienie konsumpcji alkoholu oraz abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość okresu abstynencji (% badanych) w podziale na płeć.....	10
<b>Wykres 3-2.</b> Rozpowszechnienie konsumpcji alkoholu oraz abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość okresu abstynencji (% badanych) w podziale na wiek.....	10
<b>Wykres 3-3.</b> Rozpowszechnienie konsumpcji alkoholu oraz abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość okresu abstynencji (% badanych) w podziale na stan cywilny.....	11
<b>Wykres 5-6.</b> Okoliczności picia w grupie konsumentów alkoholu.....	1
<b>Wykres 6-1.</b> Symptomy ryzykownego picia w grupie kobiet i mężczyzn (konsumentów alkoholu).....	25
<b>Wykres 6-2.</b> Symptomy ryzykownego picia w grupach wiekowych konsumentów alkoholu.....	25
<b>Wykres 7-1.</b> Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie kobiet.....	27
<b>Wykres 7-2.</b> Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie mężczyzn.....	28
<b>Wykres 7-3.</b> Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających 18–34 lata.....	29
<b>Wykres 7-4.</b> Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających 35–49 lat.....	30
<b>Wykres 7-5.</b> Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających 50–64 lata.....	31
<b>Wykres 7-6.</b> Rozkład motywów do picia alkoholu w grupie respondentów mających powyżej 64 lat.....	32
<b>Wykres 7-7.</b> Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie kobiet.....	34
<b>Wykres 7-8.</b> Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie mężczyzn.....	35
<b>Wykres 7-9.</b> Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie respondentów mających 18–34 lata.....	37
<b>Wykres 7-10.</b> Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie respondentów mających 35–49 lat.....	38
<b>Wykres 7-11.</b> Rozkład motywów do zachowywania abstynencji w grupie respondentów mających 50–64 lata.....	39
<b>Wykres 7-12.</b> Rozkład motywów do abstynencji grupie respondentów mających powyżej 64 lat.....	40
<b>Wykres 9-1.</b> Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej.....	44
<b>Wykres 9-1.</b> Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie kobiet.....	45
<b>Wykres 9-2.</b> Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie mężczyzn.....	46
<b>Wykres 9-3.</b> Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku 18–34 lata.....	48
<b>Wykres 9-4.</b> Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku 35–49 lat.....	49
<b>Wykres 9-5.</b> Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku 50–64 lata.....	50

<b>Wykres 9-6.</b> Rozkład poparcia dla stwierdzeń dotyczących polityki alkoholowej w grupie respondentów w wieku powyżej 65 lat. ....	51
<b>Wykres 10-1.</b> Fakt doświadczenia szkód związanych z piciem alkoholu przez inne osoby, w zależności od rodzaju szkody. ....	53
<b>Wykres 10-2.</b> Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do kobiet. ....	4
<b>Wykres 10-3.</b> Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do mężczyzn. ....	55
<b>Wykres 10-4.</b> Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do respondentów w wieku 18–34 lata. ....	56
<b>Wykres 10-5.</b> Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do respondentów w wieku 35–49 lat. ....	57
<b>Wykres 10-6.</b> Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do respondentów w wieku 50–64 lata. ....	58
<b>Wykres 10-7.</b> Sprawcy szkód związanych z piciem alkoholu w stosunku do respondentów w wieku powyżej 65 lat. ....	59
<b>Wykres 11-1.</b> Opinie respondentów na temat wpływu picia alkoholu na zdrowie. ....	61
<b>Wykres 11-2.</b> Opinie na temat alkoholu w grupie kobiet. ....	62
<b>Wykres 11-3.</b> Opinie na temat alkoholu w grupie mężczyzn. ....	63
<b>Wykres 11-4.</b> Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku 18–34 lata. ....	64
<b>Wykres 11-5.</b> Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku 35–49 lat. ....	65
<b>Wykres 11-6.</b> Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku 50–64 lata. ....	66
<b>Wykres 11-7.</b> Opinie na temat alkoholu w grupie respondentów w wieku powyżej 65 lat. ....	67
<b>Wykres 12-1.</b> Konsumpcja alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu. ....	68
<b>Wykres 12-2.</b> Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaj alkoholu w grupie kobiet. ....	69
<b>Wykres 12-3.</b> Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaj alkoholu w grupie mężczyzn. ....	70
<b>Wykres 12-3.</b> Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku 18–34 lata. ....	71
<b>Wykres 12-4.</b> Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku 35–49 lat. ....	71
<b>Wykres 12-5.</b> Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku 50–64 lata. ....	72
<b>Wykres 12-6.</b> Częstotliwość konsumpcji alkoholu w małych opakowaniach w podziale na rodzaje alkoholu w grupie respondentów w wieku powyżej 65 lat. ....	72
<b>Wykres 14-1.</b> Rozkład odpowiedzi konsumentów alkoholu na pytanie „W jakim stopniu pandemia koronawirusa wpłynęła na obecne spożycie alkoholu?” ....	76

## 18. Spis tabel

<b>Tabela 2-4-1</b> Rozkład zmiennych socjodemograficznych w grupie uczestników badania.....	8
<b>Tabela 4-1.</b> Średnia liczba dni picia alkoholu (w grupie konsumentów N=1611)6.....	12
<b>Tabela 4-2.</b> Średnia liczba dni picia alkoholu (w grupie konsumentów poszczególnych rodzajów alkoholu)6.....	12
<b>Tabela 4-3.</b> Częstość picia (wartości przeliczone) piwa, wina, napojów spirytusowych i alkoholu ogólnie w grupie konsumentów (N=1611).....	13
<b>Tabela 4-4.</b> Deklarowana częstość picia w grupie konsumentów alkoholu ogólnie (N=1611).....	14
<b>Tabela 4-5.</b> Średnia liczba dni picia w podziale na płeć (wśród konsumentów alkoholu).....	14
<b>Tabela 4-6.</b> Średnia liczba dni picia w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania cz. 1.....	15
<b>Tabela 4-7.</b> Średnia liczba dni picia w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania cz. 2.....	15
<b>Tabela 4-8.</b> Średnia liczba dni picia w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania cz. 3.....	15
<b>Tabela 4-9.</b> Średnia liczba dni picia w podziale na grupy wiekowe cz. 1.....	15
<b>Tabela 4-10.</b> Średnia liczba dni picia w podziale na grupy wiekowe cz. 2.....	16
<b>Tabela 4-11.</b> Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów poszczególnych rodzajów alkoholu (w ciągu roku).....	16
<b>Tabela 4-12.</b> Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu (N=1611) (w ciągu roku). ....	16
<b>Tabela 4-13.</b> Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu w podziale na płeć (w ciągu roku). ....	17
<b>Tabela 4-14.</b> Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu w podziale na wielkość miejscowości zamieszkania (N=1611).....	17
<b>Tabela 4-15.</b> Średnia ilość czystego alkoholu wypijanego w piwie, winie i napojach spirytusowych w grupie konsumentów alkoholu w podziale na grupy wiekowe.....	18
<b>Tabela 4-16.</b> Roczne spożycie czystego alkoholu w podziale na płeć w grupie konsumentów alkoholu (w ml).....	19
<b>Tabela 4-17.</b> Roczne spożycie czystego alkoholu w podziale na grupy wiekowe w grupie konsumentów alkoholu.....	19
<b>Tabela 4-18.</b> Konsumenti napojów alkoholowych wg poziomu rocznego spożycia w przeliczeniu na stuprocentowy alkohol.....	19
<b>Tabela 4-19.</b> Konsumenti napojów alkoholowych wg poziomu rocznego spożycia w przeliczeniu na stuprocentowy alkohol – w podziale na płeć.....	20
<b>Tabela 4-20.</b> Konsumenti napojów alkoholowych wg poziomu rocznego spożycia w przeliczeniu na stuprocentowy alkohol – w podziale na wiek.....	20
<b>Tabela 6-1.</b> Picie ryzykowne w podziale na płeć u konsumentów alkoholu.....	23
<b>Tabela 6-2.</b> Ryzykowne picie wśród konsumentów alkoholu – częstość picia, w podziale na płeć.....	24
<b>Tabela 6-3.</b> Ryzykowne picie wśród konsumentów alkoholu w podziale na wiek (odpowiedzi tak).....	24

<b>Tabela 7-1.</b> Motywy zdrowotne w grupach wiekowych. ....	41
<b>Tabela 8-1.</b> Alkohol nierejestrowany – średnia liczba litrów zakupionych i wypitych w podziale na rodzaje alkoholu.....	42
<b>Tabela 13-1.</b> Liczba i odsetek kobiet, które były w ciąży (w podziale na wiek).....	73
<b>Tabela 13-2.</b> Częstotliwość spożywania alkoholu w czasie ciąży (odsetek kobiet deklarujących picie alkoholu w trakcie ciąży).....	74
<b>Tabela 13-3.</b> Rodzaj spożywanego alkoholu w czasie ciąży (odsetek kobiet deklarujących picie alkoholu w trakcie ciąży). ....	74
<b>Tabela 13-4.</b> Wypijanie w czasie ciąży więcej niż 4 porcje standardowe przy jednej okazji (odsetek kobiet deklarujących picie alkoholu w trakcie ciąży).....	74
<b>Tabela 13-5.</b> Rozpowszechnienie rozmowy w czasie wizyt lekarskich na temat alkoholu w podziale na wiek respondentek (odsetek kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży). ....	75
<b>Tabela 13-6.</b> Rozpowszechnienie zalecania przez lekarza/ginekologa niespożywania alkoholu w czasie ciąży (odsetek kobiet, z którymi lekarze poruszali temat alkoholu w czasie ciąży).....	75
<b>Tabela 13-7.</b> Rozpowszechnienie zalecania przez lekarza/ginekologa niespożywania alkoholu w czasie karmienia piersią (odsetek kobiet, z którymi lekarze poruszali temat alkoholu w czasie ciąży).....	75
<b>Tabela 16-1.</b> Rozpowszechnienie abstynencji z uwzględnieniem podziału na długość abstynencji (% badanych). ....	81
<b>Tabela 16-2.</b> Okoliczności picia w podziale na płeć w grupie konsumentów alkoholu. ....	82
<b>Tabela 16-3.</b> Okoliczności picia w podziale na wiek w grupie konsumentów alkoholu.....	84
<b>Tabela 16-5.</b> Procentowy rozkład odpowiedzi dla każdego ze stwierdzeń w kwestionariuszu motywacji do abstynencji, w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania. ....	88
<b>Tabela 16-6.</b> Ocena polityki wobec alkoholu – procentowy rozkład odpowiedzi „TAK” i „NIE” dla każdego ze stwierdzeń, w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania.....	89
<b>Tabela 16-7.</b> Alkohol nierejestrowany – ilościowy rozkład odpowiedzi w podziale na płeć oraz na grupy wiekowe uczestników badania. ....	90
<b>Tabela 16-8.</b> Szkody powodowane przez innych – rozkład odpowiedzi uczestników badania w podziale na płeć i grupy wiekowe. ....	92
<b>Tabela 16-9.</b> Opinie na temat alkoholu – rozkład odpowiedzi uczestników badania w podziale na płeć i grupy wiekowe.....	94
<b>Tabela 16-10.</b> Alkohol w małych opakowaniach – liczebność respondentów dokonujących zakupów, z podziałem na płeć i grupy wiekowe ....	95
<b>Tabela 16-11.</b> Rozpowszechnienie picia alkoholu przez kobiety w ciąży (odsetek kobiet, które kiedykolwiek były w ciąży).....	96
<b>Tabela 16-12.</b> Rozkład odpowiedzi na pytanie „W jakim stopniu pandemia koronawirusa wpłynęła na picie alkoholu?” .....	98

