



**TABAKO GAMINIŲ IR ALKOHOLIO VARTOJIMO
PREVENCIJOS IR KONTROLĖS PRIEMONIŲ
EFEKTYVUMO IR POŽIŪRIO VERTINIMAS**

Vykdytojas:
spinter tyrimai

2020 m. vasario mėn.

Vilnius

TURINYS

I. TYRIMO METODIKA	3
II. TYRIMO REZULTATAI.....	7
SANTRAUKA.....	8
2.1. ALKOHOLIS.....	10
2.2 RŪKYMAS	16
2.3. PSICHOAKTYVIŪJŲ MEDŽIAGŲ VARTOJIMAS IR DARBO APLINKA	20
III. IŠVADOS.....	23

I. TYRIMO METODIKA

Visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimų bendrovė „Spinter tyrimai“ 2020 metų vasario 18–28 dienomis atliko reprezentatyvų suaugusių Lietuvos gyventojų nuomonės tyrimą dėl psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo bei tabako gaminių ir alkoholio prevencijos priemonių efektyvumo.

1.1. Tyrimo tikslai

Surinkti ir įvertinti požiūrį į tabako gaminių ir alkoholio prevencijos priemonių efektyvumą bei suaugusiųjų Lietuvos gyventojų požiūrį į psichoaktyviųjų medžiagų vartojimą.

1.2. Tyrimo tikslinė grupė

18-74 metų amžiaus nuolatiniai Lietuvos gyventojai.

1.3. Lauko darbų techninė informacija

Tyrimo imtis:

Visos imties (<i>angl. total gross sample size</i>) skaičius	2535	100%
Įskaitinės imties (<i>angl. valid gross sample response</i>) skaičius	2350	93%
Faktiškas apklaustųjų (<i>angl. net response</i>) skaičius	1007	40%
Atsisakiusiųjų dalyvauti apklausoje skaičius	1343	53%

Atsisakymo dalyvauti priežastys:

Užimtumas
Laiko stoka
Nenoras įsileisti į namus nepažįstamą žmogų
Nenoras išreikšti savo nuomonę
Respondentas mano, kad tyrimo klausimynas per ilgas, neturės pakankamai laiko
Tinkamų sąlygų atlikti interviu nebuvimas
Respondento sveikatos problemos, nuovargis
Nemato tyrime asmeninės naudos (norėtų ką nors gauti už dalyvavimą)
Kitos priežastys

Apklausėjams iškilusios problemos:

Problema	Sprendimas
Neaiškus namo numeris	Paklausiama aplinkinių gyventojų
Kodinė laiptinės spyna	Paprašoma gyventojų įleisti į laiptinę
Neaiški individualių namų numeracija	Paklausiama aplinkinių gyventojų
Respondento namuose piktas šuo	Paprašoma šeimininko pririšti / uždaryti šunį
Respondentas neturi laiko atsakyti į klausimus	Sutariamas laikas, kada apklausėjas gali atvykti ir užduoti klausimus
Namuose nėra pilnamečių žmonių	Paklausiama vaikų, kada grįš tėvai, kada galima apsilankyti
Namuose nėra tikslinės grupės 18-74 m.	Paklausiama vyresnių nei 75 m. žmonių, ar namų ūkyje yra TG

1.4. Tyrimo atranka

Respondentai atrenkami *daugiapakopės atsitiktinės maršrutinės* atrankos metodu. Šis atrankos metodas apima 3 pakopas ir užtikrina visiems 18-74 m. amžiaus Lietuvos gyventojams vienodą galimybę patekti į apklausą ir pareikšti savo nuomonę. Sudarant atranką naudotas administracinis-teritorinis Lietuvos suskirstymas. Respondentų imtys sudarytos, remiantis Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenis.

Pirmojoje pakopoje išskiriamos trys stratos pagal gyvenvietės tipą – (1) didmiesčiai, (2) rajonų centrai ir rajoniniai miestai, (3) miesteliai ir kaimai. Kiekvienos stratos viduje yra vykdoma vietovių atranka. Šiame atrankos etape atsižvelgiama į geografinį ir gyvenamosios vietos dydžio kriterijus. Pvz., didžiųjų miestų grupei priklauso Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Panevėžys. Šie miestai visi patenka į atranką, nes atstovauja skirtingus geografinius regionus, ar skirtingo dydžio vietoves. Iš rajonų centrų ir rajoninių miestų stratos bei kaimų ir miestelių stratos atrenkami kiti atrankiniai taškai. Atrankinių taškų skaičius apskaičiuojamas pagal imties dydį ir gyventojų skaičių vietovėse. Taikoma proporcinės atrankos strategija – respondentų skaičius kiekvienoje stratoje atitinka šalies gyventojų pasiskirstymą pagal gyvenamąją vietą (pagal Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės duomenis).

Trečioji pakopa yra vykdoma pasirinktuose atrankiniuose taškuose. Paprastosios tikimybinės atrankos metodu kiekviename atrankiniame taške (mieste / kaime) yra parenkamos gatvės. Didžiuosiuose miestuose ir rajonų centruose atrenkamos gatvės iš kiekvieno mikrorajono. Respondentų skaičius kiekviename atrankiniame taške proporcingas gyventojų skaičiui toje vietovėje.

Kiekviena atrinkta gatvė sudaro namų ūkių visumą. Iš turimos namų ūkių visumos paprastosios tikimybinės atrankos metodu atrenkami namų ūkiai. Taikomas bendras principas: aplankomas kas antras namas, iš kurio pagal atsitiktinių skaičių lentelę parenkami du butai. Namų ūkyje respondentas parenkamas taikant gimtadienio taisyklę (pvz., teiraujamas, kiek namų ūkyje yra žmonių nuo 18 iki 74 metų ir kurio iš jų gimtadienis yra arčiausiai).

1.5. Tyrimo metodas

Duomenų rinkimas atliktas apklausos metodu. Apklausa atlikta tiesioginio (*angl. face-to-face*) standartizuoto interviu būdu (CAPI – *Computer assisted personal interview*), naudojant Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamento pateiktą klausimyną kurį sudaro teminiai ir socialiniai-demografiniai klausimai. Standartizuotus interviu atliko specialių apmokymų kursą išklause apklausėjai, parengti profesionaliai atlikti apklausas visoje Lietuvoje. Standartizuoti interviu atlikti respondentų namuose, apklausėjams vedant pokalbį su respondentais pagal parengtus klausimus ir atsakymus fiksuojant klausimyne.

Apklausa atlikta laikantis Europos visuomenės nuomonės ir rinkos tyrimų asociacijos (ESOMAR) kokybės standartų. Apklausėjų darbo kokybės kontrolė atlikta pakartotinai susisiekius su 10 proc. respondentų telefonu.

1.6. Duomenų analizė

Duomenų analizė buvo atliekama, naudojant SPSS/PC (12.0.1 versija) programinę įrangą. Ataskaitoje pateikiami bendrieji atsakymų pasiskirstymai (procentai) ir pasiskirstymai (faktiniai skaičiai ir procentai) pagal socialines-demografines charakteristikas (žr. Priedus).

Statistiniam patikimumui nustatyti naudotas Pearson'o χ^2 testas. Skirtumas laikytas statistiškai reikšmingu su tikimybe, lygia 95%, jei pagal šį testą atitinkamam skirtumui apskaičiuota p reikšmė yra mažesnė už 0,05.

1.7. Statistinė duomenų paklaida

Atrankiniuose kiekybiniuose tyrimuose visada išlieka statistinės paklaidos tikimybė, į kurią būtina atsižvelgti interpretuojant duomenis. Pvz.: jeigu apklausus 1007 respondentų gavome, jog 48,7 proc. apklaustųjų teigia pritariantys nuo 2018 m. sugriežtintai alkoholio politikai, tai yra 95 proc. tikimybė, kad tikroji reikšmė yra tarp 45,6 proc. ir 51,8 proc.

Įverčio tikslumas mažėja, mažėjant analizuojamų atsakymų skaičiui. Toliau pateikiama lentelė, padedanti įvertinti statistinę paklaidą.

Statistinė duomenų paklaida:

	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.	Proc.
PASISKIRSTYMAS	5	10	15	20	25	30	40	50
N	95	90	85	80	75	70	60	50
100	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.8	10
200	3.1	4.2	5.0	5.7	6.1	6.5	6.9	7.1
300	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.7	5.8
400	2.2	3.0	3.6	4.1	4.3	4.6	4.9	5.0
500	1.9	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.4	4.5
600	1.7	2.4	2.9	3.2	3.5	3.7	3.9	4.0
750	1.6	2.2	2.6	2.9	3.2	3.3	3.6	3.7
1000	1.4	1.9	2.3	2.5	2.7	2.9	3.1	3.1

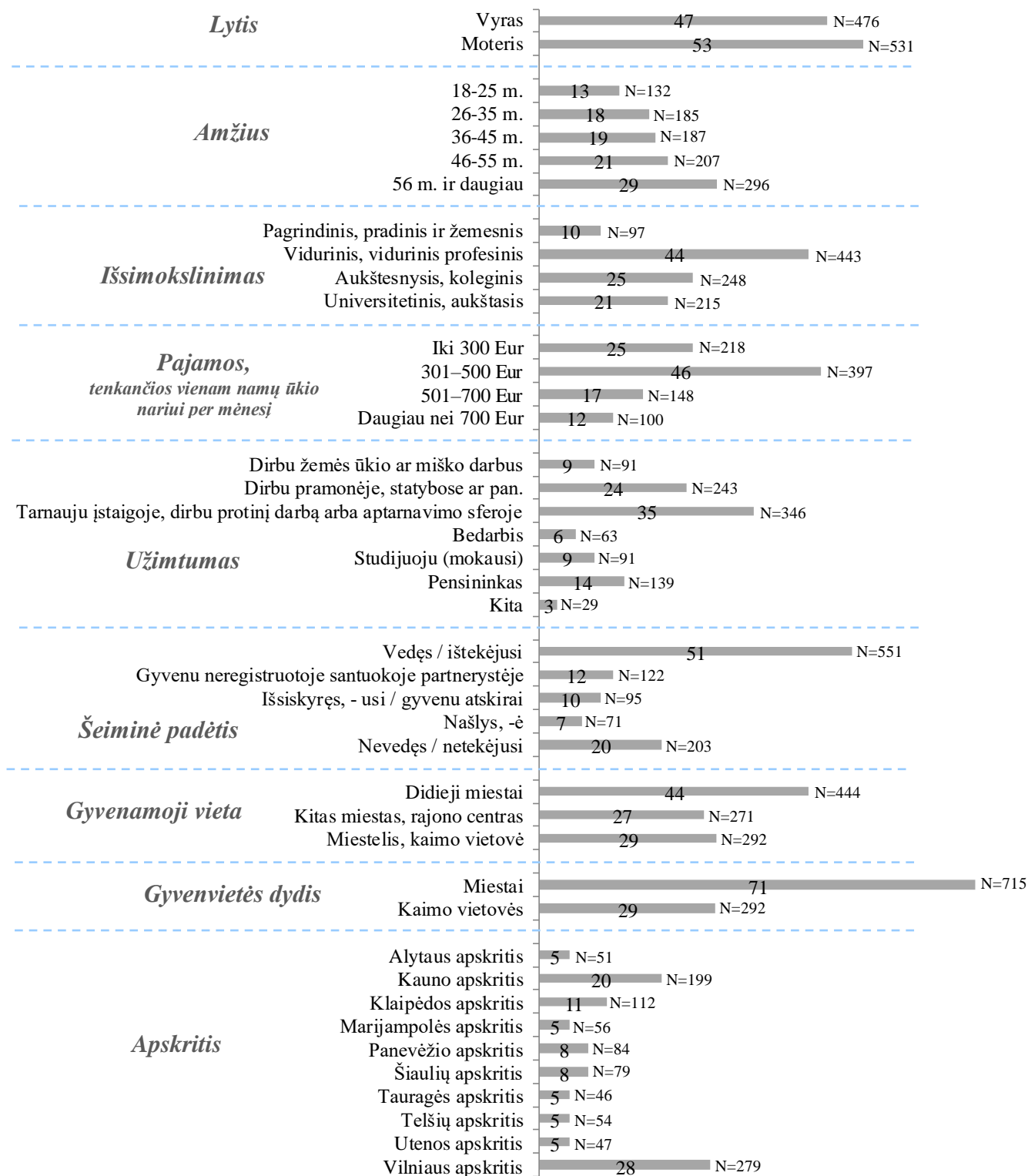
Priemonės, taikytos siekiant sumažinti neatrankines (angl. *non-sampling errors*) klaidas:

Galima neatrankinė klaida	Taikyta priemonė
Interviu atlikimo klaidos (klausimų „filtrų“, eiliškumo klaidos)	Apklausa atlikta CAPI (angl. Computer Assisted Personal Interview) metodu, t. y. naudojamas elektroninis klausimynas. Klausimynas techniškai suprogramuotas taip, kad apklausėjui nereikia pačiam sekti klausimų eiliškumo ir „filtrų“ – jie pateikiami automatiškai.
Duomenų suvedimo klaidos	Kadangi apklausa atliekama naudojant elektroninę sistemą CAPI, apklausėjo užfiksuoti respondentų atsakymai automatiškai patenka į duomenų failą.
Neaiškus interviuotojų klausimo pateikimas	Apklausa atliko profesionalūs, specialiai projektui apmokyti apklausėjai, turintys kelerių metų darbo patirtį atliekant panašaus tipo apklausas. Prieš tyrimą jie supažindinti su klausimynu ir galimomis klaidingomis klausimų interpretacijomis.
Melagingi respondentų	Siekiant išvengti melagingų atsakymų akcentuojamas atsakymų

atsakymai	anonimiškumas. Respondentai apklausiami individualiai. Apklausėjui CAPI sistemoje patvirtinus kiekvieną atliktą interviu, respondento atsakymai patenka į duomenų masyvą be galimybės identifikuoti respondento asmens tapatybę.
Statistinės analizės klaidos	Pasirinktas testas (Pearsono χ^2 testas), tinkantis neparimetriniams duomenimis su ne per dideliu patikimumo lygmeniu, kad būtų minimizuojamos tiek pirmos, tiek antros rūšies klaidų tikimybės.

Atliekant statistinę analizę atsižvelgta, kokia dalis atsakymų yra dingusi ir kokią dalį visų atsakymų tai sudaro. Esant dingusioms reikšmėms tikrinta (aprašomosios statistikos būdu), ar jos, atsiradusios bet kurioje iš grupių, nepakeistų statistinio reikšmingumo rezultatų. Šios duomenų analizės metu dingusių reikšmių kiekiai buvo maži, todėl statistinio reikšmingumo nekeitė ir dėl šios priežasties negalėjo sukelti klaidų. Atlikus visus patikrinimus reikšmės liko pasikliautinų intervalų ribose.

1.8. Respondentų socialinės-demografinės charakteristikos



II. TYRIMO REZULTATAI

SANTRAUKA

ALKOHOLIS

48 proc. apklaustų Lietuvos gyventojų pritaria nuo 2018 m. įsigaliojusiai sugriežtintai alkoholio politikai: 19 proc. visiškai pritaria, 29 proc. – labiau pritaria. Trečdalis (32 proc.) respondentų šiai politikai linkę nepritari: 21 proc. labiau nepritaria, o 11 proc. visiškai nepritaria.

Pusė (51 proc.) apklaustų Lietuvos gyventojų teigiamai vertina prekybos alkoholiu laiko sutrumpinimą. Kiek mažiau respondentų (39 proc.) šią naują vertina neigiamai.

Kiek daugiau nei du trečdaliai (67 proc.) Lietuvos gyventojų teigiamai vertina amžiaus cenzų padidinimą iki 20 m., nuo kurio leidžiama įsigyti, turėti ir vartoti alkoholį.

62 proc. apklausoje dalyvavusių respondentų yra patenkinti dėl visiško alkoholio reklamos uždraudimo nuo 2018 m. 60 proc. apklaustųjų nurodė, kad yra patenkinti alkoholio reklamos uždraudimu internete. Dauguma (73 proc.) apklausos dalyvių nurodė, kad yra patenkinti dėl alkoholio reklamos uždraudimo televizijoje.

38 proc. apklaustų Lietuvos gyventojų teigiamai vertintų jei ant alkoholinių gėrimų butelių atsirastų vaizdiniai, spalvoti įspėjimai (panašūs į vaizdus ant cigarečių pakelių) apie alkoholio žalą.

35 proc. apklaustų Lietuvos gyventojų teigia, kad sugriežtinus alkoholio prekybos reglamentavimą jų gyvenamoji aplinka (triukšmas sklindantis iš alkoholio prekybos vietų, kaimynystė, kriminogeninė situacija) pagerėjo (10 proc. – labai pagerėjo, 25 proc. – šiek tiek pagerėjo). 40 proc. teigimu – aplinka išliko nepakitusi.

Beveik pusė (49 proc.) apklausos dalyvių nurodė, jog viešai ir žiniasklaidoje demonstruojama nealkoholinių gėrimų reklama primena apie to paties gamintojo alkoholinį gėrimą.

RŪKYMAS

28 proc. apklaustųjų teigė žinantys www.nerukysiu.lt svetainę: 6 proc. žino ir lankėsi joje, 22 proc. – žino, tačiau nesilankė.

Apskritai rūkymo LTP rodiklis siekia 64 proc. LYP rodiklis lygus 34 proc., o LMP – 28 proc. Elektroninių cigarečių rūkymo LTP rodiklis lygus 26 proc. LYP rodiklis – 12 proc., LMP – 5 proc. Naujoviškų bedūmių tabako produktų (pvz. IQOS) rūkymo LTP rodiklis siekia 18 proc. LYP – 9 proc., LMP – 5 proc.

12 proc. apklaustųjų pritaria teiginiui, kad elektroninės cigaretės nepavojingos aplinkiniams. Vienas iš dešimties (10 proc.) respondentų pritaria teiginiui, kad elektroninės cigaretės padeda mesti rūkyti. Po 8 proc. apklaustųjų sutinka su teiginiais, kad elektroninės cigaretės nesukelia priklausomybės, jas rūkyti galima be paliovos ir elektroninės cigaretės nekelti pavojaus sveikatai.

8 proc. apklaustųjų elektronines cigaretes dažniausiai perka iš lietuviškų fizinių parduotuvių, 4 proc. – internetu.

Vienas iš dešimties (10 proc.) apklausos dalyvių pritaria teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai nepavojingi aplinkiniams. 8 proc. apklaustųjų pritaria teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai padeda mesti rūkyti. Po 7 proc. apklaustųjų sutinka su teiginiais, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai nesukelia priklausomybės, šiuos produktus galima rūkyti be paliovos, šie produktai nekelia pavojaus sveikatai.

PSICHOAKTYVIŲJŲ MEDŽIAGŲ VARTOJIMAS IR DARBO APLINKA

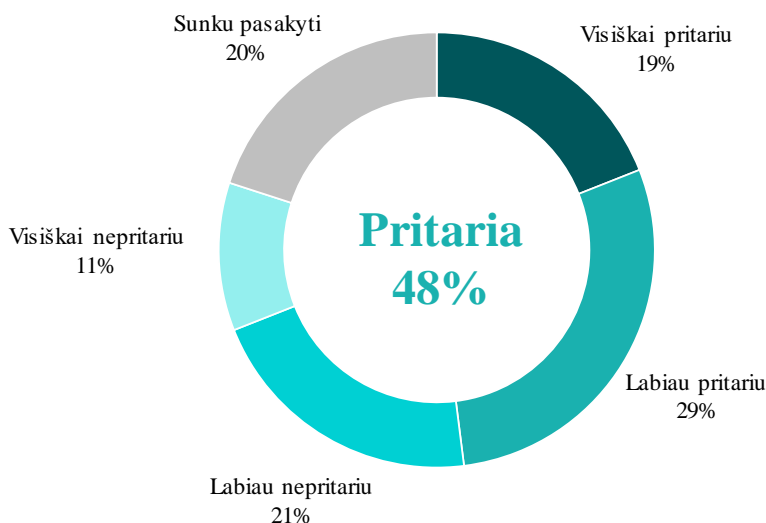
Alkoholinių gėrimų vartojimo LTP rodiklis siekia 94 proc. LYP rodiklis lygus 84 proc., LMP – 60 proc.

Psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo, siekiant sumažinti stresą, atsipalaiduoti, lengviau užmigti, LTP rodiklis siekia 46 proc. LYP rodiklis lygus 32 proc., LMP – 20 proc. Alkoholio vartojimo darbe LTP rodiklis siekia 36 proc., LYP – 13 proc., LMP – 5 proc. Rūkymo (cigarečių, cigarų, pypkės) uždaroje patalpoje darbe LTP rodiklis lygus 33 proc., LYP – 17 proc., LMP – 12 proc. Psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo, siekiant padidinti produktyvumą, darbingumą, motyvaciją atlikti užduotį ar pagerinti veiklos rezultatus, LTP rodiklis siekia 27 proc., LYP – 17 proc., LMP – 11 proc. Elektroninių cigarečių arba naujoviškų bedūmių tabako gaminių rūkymo uždaroje patalpoje darbe LTP rodiklis siekia 16 proc., LYP – 9 proc., LMP – 5 proc.

2.1. ALKOHOLIS

48 proc. apklaustų Lietuvos gyventojų pritaria nuo 2018 m. įsigaliojusiai sugriežtintai alkoholio politikai. Trečdalis (32 proc.) respondentų šiai politikai linkę nepritari (2.1.1 pav.).

2018 m. sugriežtintai alkoholio politikai statistiškai reikšmingai dažniau pritaria moterys, aukštesnio išsimokslinimo grupės atstovai, respondentai, kurie yra bent kartą gyvenime / bent kartą per paskutinius 12 mėnesių rūkę (cigaretes, cigarus, pypkes) bei tyrimo dalyviai nors kartą gyvenime vartoję alkoholinius gėrimus (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepritariama statistiškai reikšmingai dažniau išreiškė vyrai, vidurinio išsimokslinimo grupės atstovai bei kasdien rūkantys (cigaretes, cigarus, pypkę) apklaustieji (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

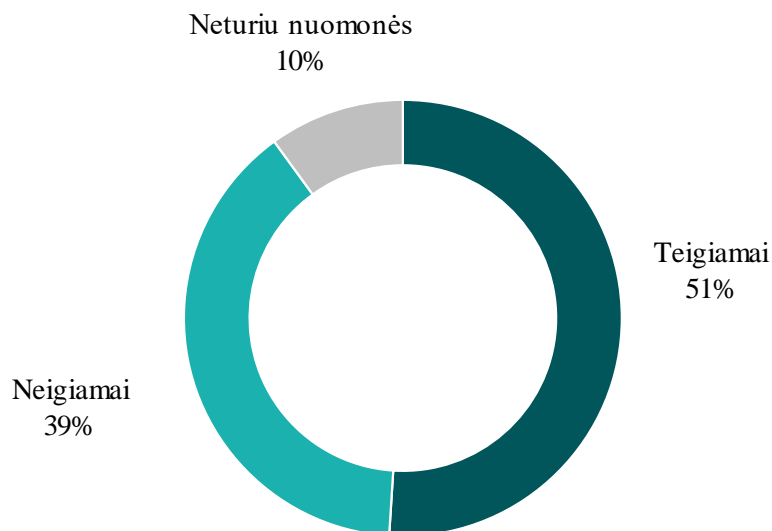


2.1.1 pav. Pritarimas nuo 2018 m. sugriežtintai alkoholio politikai (proc.; N=1007)

Pusė (51 proc.) apklaustų Lietuvos gyventojų teigiamai vertina prekybos alkoholiu laiko sutrumpinimą. Kiek mažiau respondentų (39 proc.) šią naują vertina neigiamai (2.1.2 pav.).

Prekybos alkoholiu laiko sutrumpinimą, leidžiant prekybą alkoholiu tik nuo 10 iki 20 val., statistiškai reikšmingai dažniau teigiamai vertina moterys, aukštesniojo / koleginio išsimokslinimo grupės atstovai, apklaustieji, niekada nerūkę elektroninių cigarečių bei nors kartą gyvenime / bent kartą per paskutinius 12 mėnesių vartoję alkoholinius gėrimus tyrimo dalyviai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

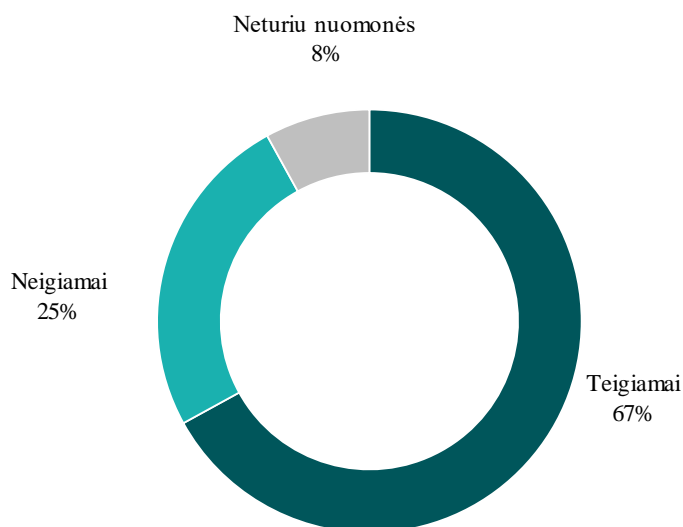
Neigiamai statistiškai reikšmingai dažniau vertina vyrai, 36-45 m. respondentai, vidurinio išsimokslinimo grupės atstovai, mažesnių miestų / rajonų centrų gyventojai bei kasdien rūkantys (cigaretes, cigarus, pypkę) apklaustieji (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.1.2 pav. Prekybos alkoholiu laiko sutrumpinimo, leidžiant prekybą alkoholiu tik nuo 10 iki 20 val. (sekmadieniais iki 15 val.), vertinimas (proc.; N=1007)

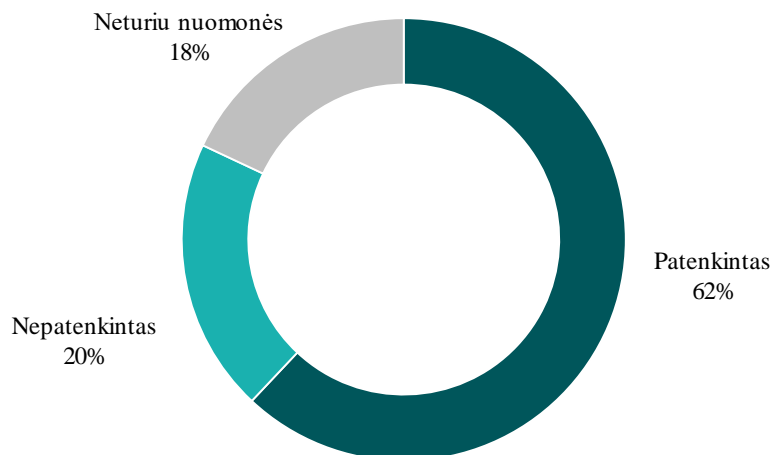
Daugiau nei du trečdaliai Lietuvos gyventojų (67 proc.) teigiamai vertina amžiaus cenzo padidinimą iki 20 m., nuo kurio leidžiama įsigyti, turėti ir vartoti alkoholį. Ketvirtadalis (25 proc.) respondentų šį pokytį vertina neigiamai (2.1.3 pav.).

Teigiamai amžiaus cenzo padidinimą iki 20 m. statistiškai reikšmingai dažniau vertina moterys, 56 m. ir vyresni respondentai, aukštesnio išsimokslinimo grupės atstovai, respondentai niekada nerūkę elektroninių cigarečių bei apskritai niekada nerūkę (cigarečių, cigarų, pypkės), apklaustieji, kurie nors kartą gyvenime / bent kartą per paskutinius 12 mėnesių vartojo alkoholinius gėrimus (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Neigiamai amžiaus cenzo padidinimą statistiškai reikšmingai dažniau vertina vyrai, 18-25 m. respondentai, žemesnio išsimokslinimo grupės atstovai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.1.3 pav. Amžiaus, nuo kurio leidžiama įsigyti, turėti ir vartoti alkoholį, padidinimo iki 20 metų vertinimas (proc.; N=1007)

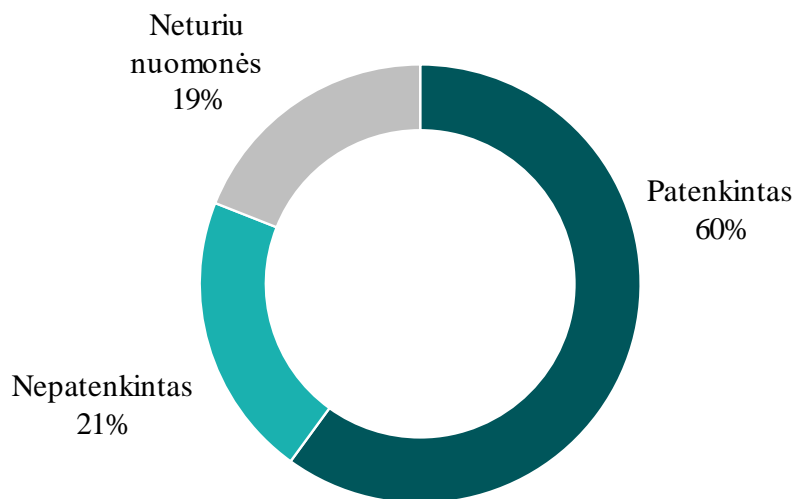
62 proc. apklausoje dalyvavusių respondentų yra patenkinti dėl visiško alkoholio reklamos uždraudimo nuo 2018 m. Penktadalis (20 proc.) apklaustųjų dėl reklamos uždraudimo yra nepatenkinti (2.1.4 pav.). Statistiškai reikšmingai dažniau alkoholio reklamos uždraudimu yra patenkintos moterys, aukštesniojo / koleginio išsimokslinimo grupės atstovai, apklaustieji niekada nerūkę elektroninių cigarečių bei apskritai niekada nerūkę (cigarečių, cigarų, pypkės) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Alkoholio reklamos uždraudimu dažniau labiau nepatenkinti vyrai, 18-25 m. respondentai, vidurinio išsimokslinimo grupės atstovai bei tyrimo dalyviai bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų rūkę / kasdien rūkantys (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.1.4 pav. Visiško alkoholio reklamos uždraudimo vertinimas (proc.; N=1007)

60 proc. apklaustų respondentų nurodė, kad yra patenkinti alkoholio reklamos uždraudimu internete. Kiek daugiau nei penktadalis (21 proc.) apklaustųjų alkoholio reklamos uždraudimu internete – nepatenkinti. 19 proc. apklausos dalyvių neturi nuomonės (2.1.5 pav.).

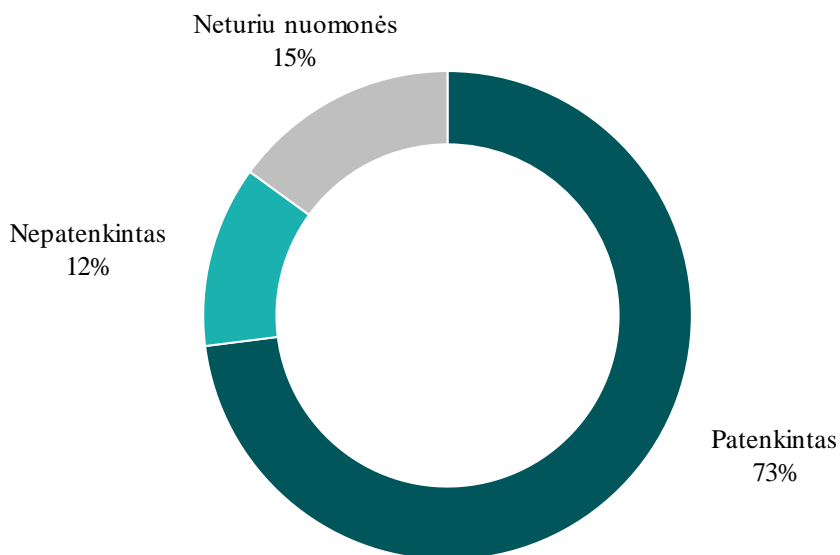
Dėl alkoholio reklamos uždraudimo internete statistiškai reikšmingai dažniau patenkintos yra moterys, 26-45 m. respondentai, aukštesnįjį / koleginių išsilavinimą įgiję apklausos dalyviai bei apklaustieji nors kartą gyvenime / bent kartą per paskutinius 12 mėnesių vartoję alkoholinius gėrimus (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepasitenkinimą dėl alkoholio reklamos draudimo internete dažniau išreiškė vyrai, žemesnio išsimokslinimo grupės atstovai ir didmiesčių gyventojai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.1.5 pav. Alkoholio reklamos uždraudimo internete vertinimas (proc.; N=1007)

Dauguma (73 proc.) apklausos dalyvių nurodė, kad yra patenkinti dėl alkoholio reklamos uždraudimo televizijoje. 12 proc. apklausos dalyvių – nepatenkinti. 15 proc. – neturi nuomonės (2.1.6 pav.).

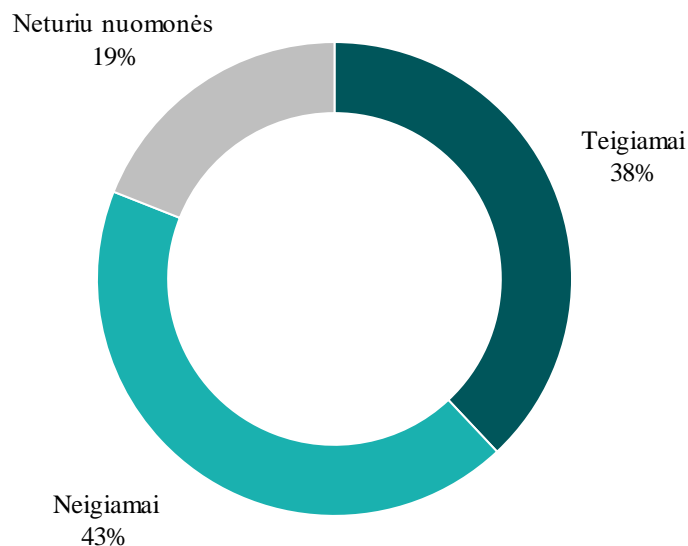
Dėl alkoholio reklamos uždraudimo televizijoje statistiškai reikšmingai dažniau yra patenkintos moterys, aukštesniojo / koleginio išsimokslinimo atstovai, kaimo vietovių gyventojai bei respondentai niekada nerūkę elektroninių cigarečių bei apskritai nerūkę (cigarečių, cigarų, pypkės) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Dėl alkoholio reklamos uždraudimo televizijoje dažniau nepatenkinti vyrai, didmiesčių gyventojai bei apklaustieji, bent kartą gyvenime / bent kartą per paskutinius 12 mėnesių rūkę naujoviškus bedūmius tabako produktus (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.1.6 pav. Alkoholio reklamos uždraudimo televizijoje vertinimas (proc.; N=1007)

38 proc. apklaustų Lietuvos gyventojų teigiamai vertintų, jei ant alkoholinių gėrimų butelių atsirastų vaizdiniai, spalvoti įspėjimai (panašūs į vaizdus ant cigarečių pakelių) apie alkoholio žalą. 43 proc. vertintų neigiamai. 19 proc. – neturi nuomonės (2.1.7 pav.).

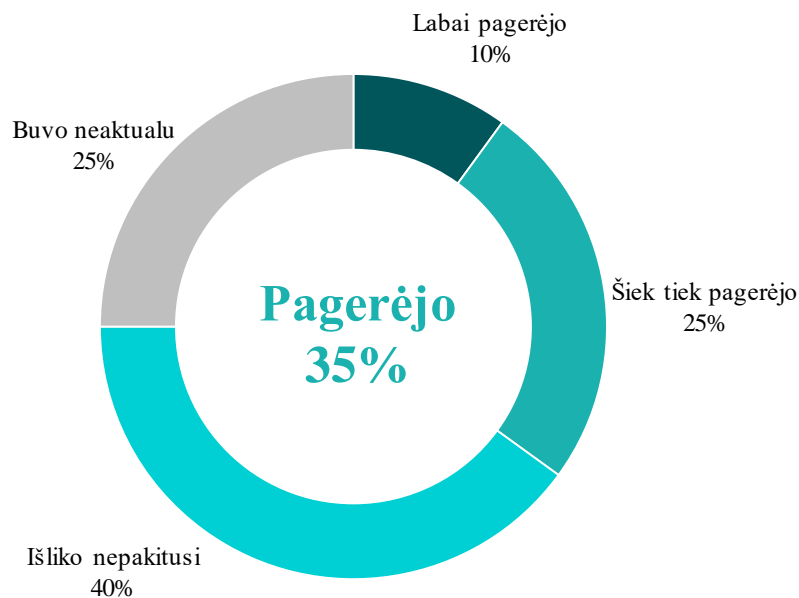
Jei ant alkoholinių gėrimų butelių būtų vaizdiniai, spalvoti įspėjimai (panašūs į vaizdus ant cigarečių pakelių) apie alkoholio žalą, tokią prevencinę priemonę statistiškai reikšmingai dažniau teigiamai vertintų moterys (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Neigiamai dažniau vertintų vyrai bei respondentai, kurie bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų vartojo / kasdien vartoja alkoholinius gėrimus (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.1.7 pav. Nuomonė dėl vaizdinių, spalvotų įspėjimų ant alkoholinių gėrimų butelių atsiradimo (proc.; N=1007)

35 proc. apklaustų Lietuvos gyventojų teigia, kad sugriežtinus alkoholio prekybos reglamentavimą jų gyvenamoji aplinka (triukšmas sklindantis iš alkoholio prekybos vietų, kaimynystė, kriminogeninė situacija) pagerėjo (10 proc. – labai pagerėjo, 25 proc. – šiek tiek pagerėjo). 40 proc. teigimu – aplinka išliko nepakitusi (2.1.8 pav.).

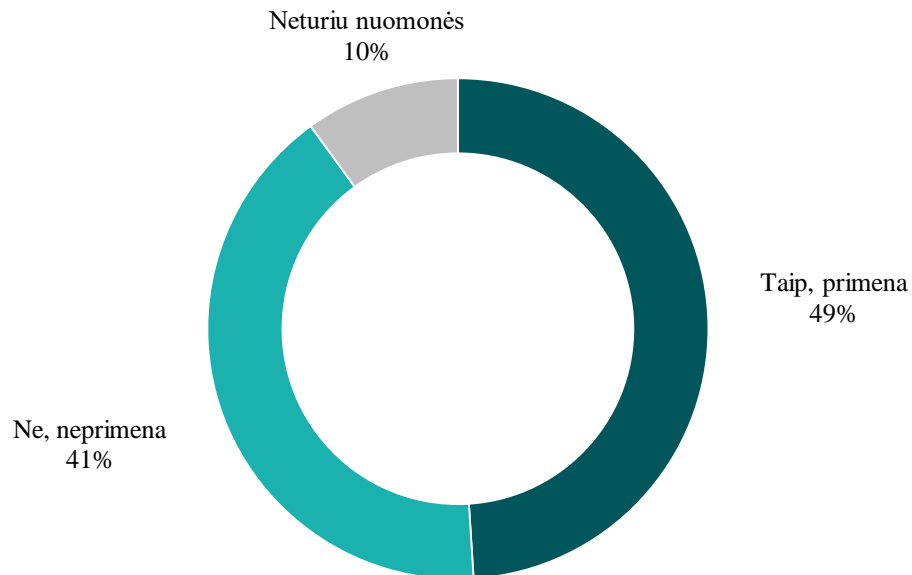
Nuomonę dėl gyvenamosios aplinkos pagerėjimo po alkoholio prekybos reglamentavimo sugriežtinimo dažniau išreiškė vyriausi (56 m. ir daugiau) respondentai bei apklaustieji, kurie nors kartą gyvenime / bent kartą per paskutinius 12 mėnesių yra vartoję alkoholinius gėrimus (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Sugriežtinus alkoholio prekybos reglamentavimą gyvenamąją aplinką statistiškai reikšmingai dažniau vertina kaip nepakitusią 36-45 m. respondentai ir aukščiausio išsimokslinimo grupės atstovai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.1.8 pav. Sugriežtinto alkoholio prekybos reglamentavimo įtaka gyvenamajai aplinkai (proc.; N=1007)

Beveik pusė (49 proc.) apklausos dalyvių nurodė, jog viešai ir žiniasklaidoje demonstruojama nealkoholinių gėrimų reklama primena apie to paties gamintojo alkoholinį gėrimą. 41 proc. apklaustųjų laikosi priešingos nuomonės (2.1.9 pav.).

36-55 m. respondentai statistiškai reikšmingai dažniau teigė, kad viešai ir žiniasklaidoje demonstruojama nealkoholinių gėrimų reklama primena apie to paties gamintojo alkoholinį gėrimą (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

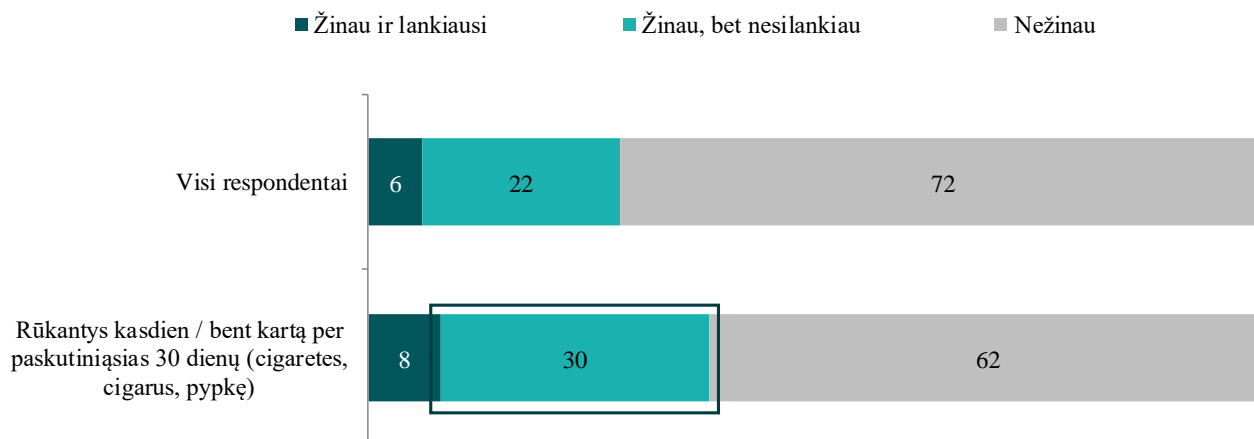


2.1.9 pav. Nealkoholinių gėrimų reklamos asociacija su to paties gamintojo alkoholiniu gėrimu (proc.; N=1007)

2.2 RŪKYMAS

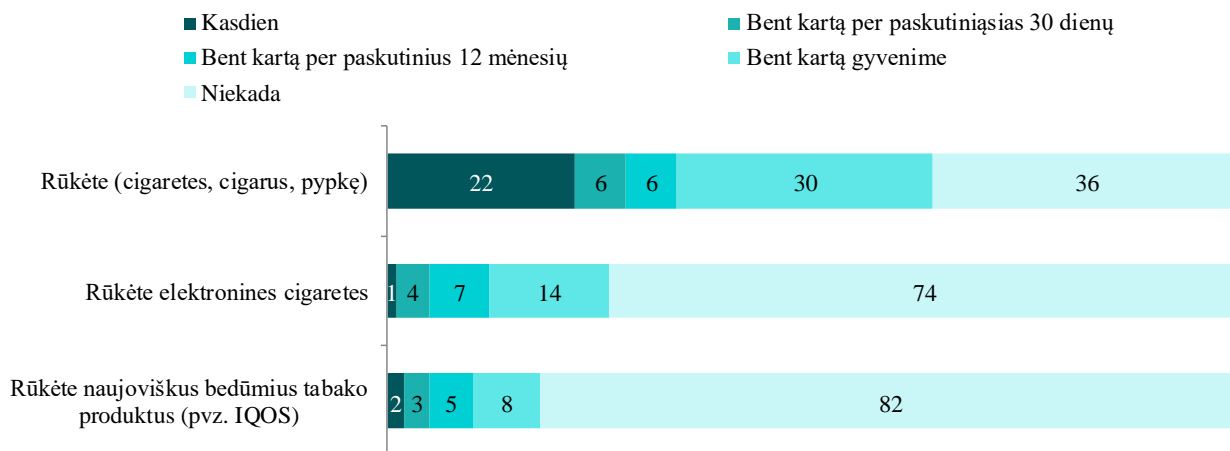
28 proc. apklaustųjų teigė žinantys www.nerukysiu.lt svetainę: 6 proc. žino ir lankėsi joje, 22 proc. – žino, tačiau nesilankė. 72 proc. tyrimo dalyvių nežino šios svetainės (2.2.1 pav.).

18-35 m. respondentai statistiškai reikšmingai dažniau teigė svetainę žinantys, bet joje nesilankantys (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.2.1 pav. Tinklalo www.nerukysiu.lt žinomumas (proc.; N(visi respondentai)=1007, N(rūkantys kasdien / bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų)=280)

64 proc. respondentų bent kartą gyvenime yra bandę rūkyti (cigaretės, cigarus, pypkę): 22 proc. rūko kasdien, po 6 proc. rūkė bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų ir bent kartą per paskutinius 12 mėnesių, 30 proc. rūkė bent kartą gyvenime. Elektroninesigaretės yra bandę rūkyti ketvirtadalis (26 proc.) apklaustųjų: 1 proc. kasdien, 4 proc. – bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų, 7 proc. – bent kartą per pastaruosius 12 mėn., 14 proc. – bent kartą gyvenime. Naujoviškus bedūmius tabako produktus (pvz. IQOS) bent kartą gyvenime yra rūkė 18 proc. apklaustųjų: 2 proc. teigia, kad rūko kasdien, 3 proc. rūkė bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų, 5 proc. bent kartą per paskutinius 12 mėn., o 8 proc. – bent kartą gyvenime (2.2.2 pav.).



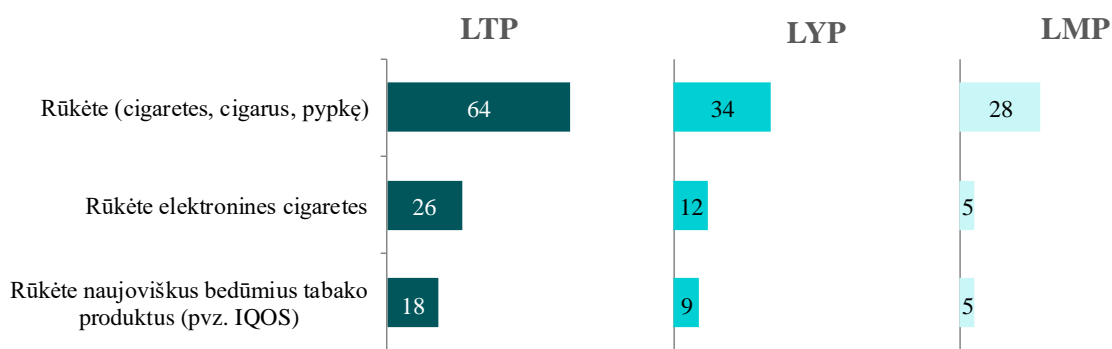
2.2.2 pav. Rūkymo dažnio vertinimas (proc.; N=1007)

Apskritai rūkymo LTP rodiklis siekia 64 proc. LYP rodiklis lygus 34 proc., o LMP – 28 proc. Elektroninių cigarečių rūkymo LTP rodiklis lygus 26 proc. LYP rodiklis – 12 proc., LMP – 5 proc. Naujoviškų bedūmių tabako produktų (pvz. IQOS) rūkymo LTP rodiklis siekia 18 proc. LYP – 9 proc., LMP – 5 proc. (2.2.2.1 pav.).

Statistiškai reikšmingai dažniau apskritai rūkė (cigaretes, cigarus, pypkę) vyrai, vidurinio išsimokslinimo respondentai ir kaimo vietovių gyventojai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Statistiškai reikšmingai elektronines cigarettes dažniau rūkė vyrai, jauniausi (18-25 m.) respondentai, vidurinio ir žemesnio išsimokslinimo atstovai bei didmiesčių gyventojai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Statistiškai reikšmingai naujoviškus bedūmius tabako produktus dažniau rūkė 18-35 m. respondentai ir didmiesčių gyventojai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.2.2.1 pav. Rūkymo dažnio vertinimas (proc.; N=1007)

12 proc. apklaustų šalies gyventojų pritaria teiginiui, kad elektroninės cigaretės nepavojingos aplinkiniams, 71 proc. mano priešingai. Vienas iš dešimties (10 proc.) respondentų pritaria teiginiui, kad elektroninės cigaretės padeda mesti rūkyti, 72 proc. – laikosi priešingos nuomonės. Po 8 proc. apklaustųjų sutinka su teiginiais, kad elektroninės cigaretės nesukelia priklausomybės, jas rūkyti galima be paliovos ir elektroninės cigaretės nekelia pavojaus sveikatai – šiems teiginiams nepritaria 74-76 proc. apklaustųjų (2.2.3 pav.).

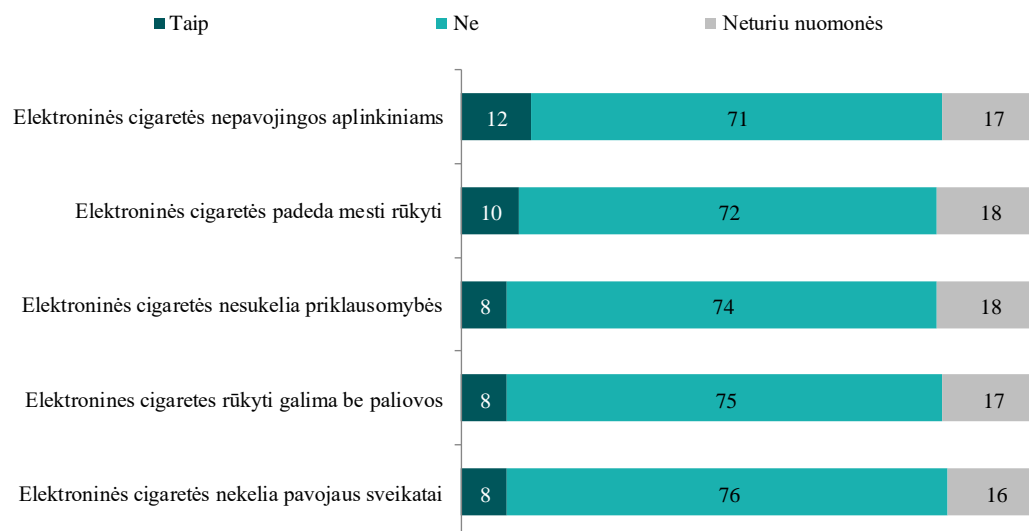
Teiginiui, kad elektroninės cigaretės nepavojingos aplinkiniams, statistiškai reikšmingai dažniau pritaria bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų rūkūsieji (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepritarimą dažniau išreiškė bent kartą gyvenime rūkūsieji (cigaretes, cigarus, pypkę) bei niekada nerūkė elektroninių cigarečių (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Teiginiui, jog elektroninės cigaretės padeda mesti rūkyti, statistiškai reikšmingai dažniau pritaria jaunesnio amžiaus (18-35 m.) respondentai bei apklaustieji, kurie bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų yra apskritai rūkė (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepritarimą dažniau išreiškė aukščiausio išsimokslinimo grupės atstovai bei apklaustieji, niekada nerūkė elektroninių cigarečių (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Teiginiui, jog elektroninės cigaretės nesukelia priklausomybės, statistiškai reikšmingai dažniau pritaria vyrai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepritarimą dažniau išreiškė aukščiausio išsimokslinimo apklaustieji bei respondentai, bent kartą gyvenime rūkė (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Teiginiui, jog elektronines cigarettes galima rūkyti be paliovos, statistiškai reikšmingai dažniau pritaria vyrai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepritarimą dažniau išreiškė moterys, 26-55 m. respondentai, aukščiausio išsimokslinimo grupės atstovai bei apklaustieji, bent kartą gyvenime rūkė (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

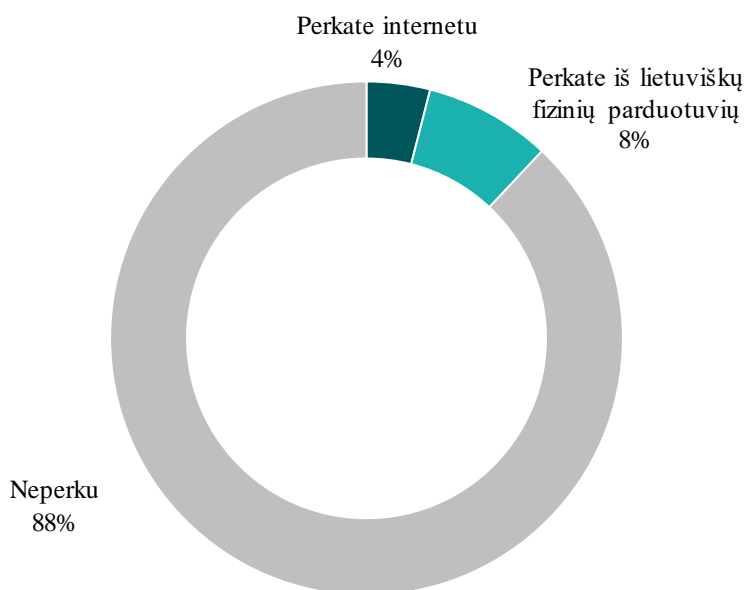
Teiginiui, kad elektroninės cigaretės nekelia pavojaus sveikatai, dažniau statistiškai reikšmingai nepritaria niekada nerūkė elektroninių cigarečių (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.2.3 pav. Elektroninių cigarečių poveikio vertinimas (proc.; N=1007)

8 proc. apklaustųjų elektronines cigaretes dažniausiai perka iš lietuviškų fizinių parduotuvių, 4 proc. – internetu (2.2.4 pav.).

Lietuviškose fizinėse parduotuvėse elektronines cigaretes statistiškai reikšmingai dažniau perka didmiesčių gyventojai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.2.4 pav. Elektroninių cigarečių įsigijimo vietos (proc.; N=1007)

10 proc. apklausos dalyvių pritaria teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai nepavojingi aplinkiniams, 68 proc. – laikosi priešingos nuomonės. 8 proc. apklaustųjų pritaria teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai padeda mesti rūkyti, 68 proc. – nepritaria. Po 7 proc. apklaustųjų sutinka su teiginiais, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai nesukelia priklausomybės, šiuos produktus galima rūkyti be paliovos, šie produktai nekelia pavojaus sveikatai. Šiems teiginiais nepritaria 70-73 proc. apklaustųjų (2.2.5 pav.).

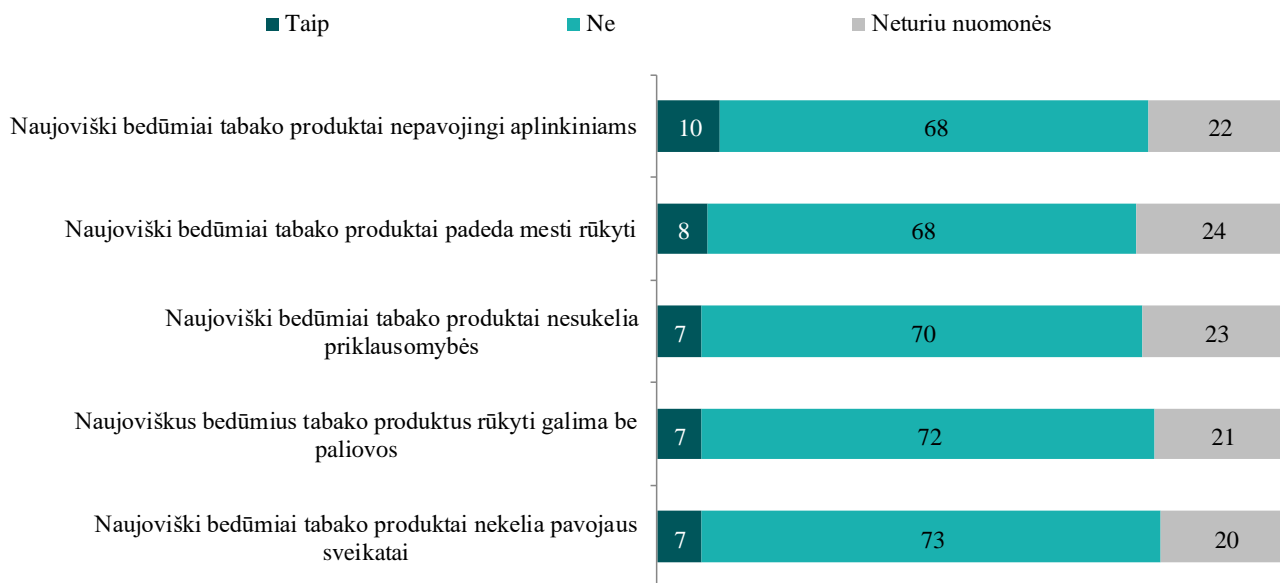
Teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai nepavojingi aplinkiniams, statistiškai reikšmingai dažniau nepritaria aukščiausio išsimokslinimo atstovai bei respondentai, bent kartą gyvenime rūkę (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai padeda mesti rūkyti, statistiškai reikšmingai dažniau pritaria respondentai, kurie bent kartą per paskutinius 12 mėnesių / bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų rūkė (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepritariamą dažniau išreiškė 26-55 m. respondentai ir aukščiausio išsimokslinimo atstovai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai nesukelia priklausomybės, statistiškai reikšmingai dažniau pritaria 18-35 m. respondentai bei apklaustieji, kurie bent kartą per paskutinius 12 mėnesių / bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų rūkė (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$). Nepritariamą dažniau išreiškė aukščiausio išsimokslinimo atstovai ir bent kartą gyvenime rūkūsieji (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Teiginiui, kad naujoviškus bedūmius tabako produktus rūkyti galima be paliovos, dažniau statistiškai reikšmingai nepritaria bent kartą gyvenime rūkūsieji (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

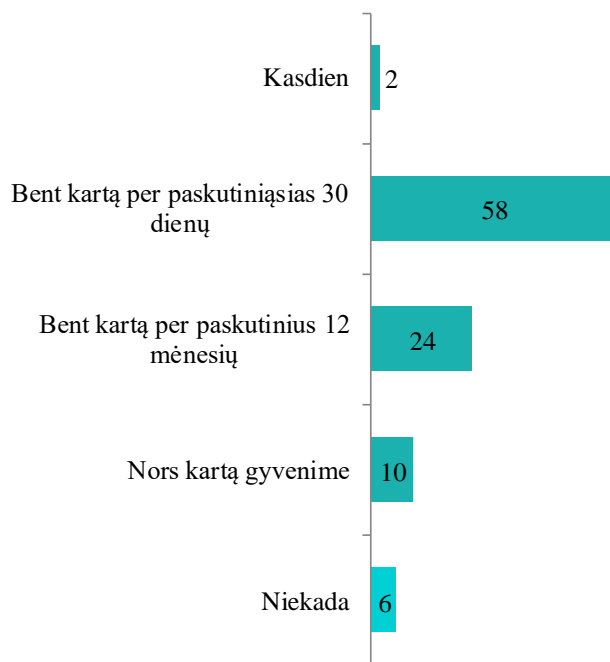
Teiginiui, kad naujoviški bedūmiai tabako produktai nekelia pavojaus sveikatai, statistiškai reikšmingai dažniau nepritaria 26-55 m. apklaustieji, aukščiausio išsimokslinimo atstovai bei respondentai, bent kartą gyvenime rūkę (cigaretes, cigarus, pypkę) (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.2.5 pav. Naujoviškų bedūmių tabako produktų poveikio vertinimas (proc.; N=1007)

2.3. PSICHOAKTYVIŪJŲ MEDŽIAGŲ VARTOJIMAS IR DARBO APLINKA

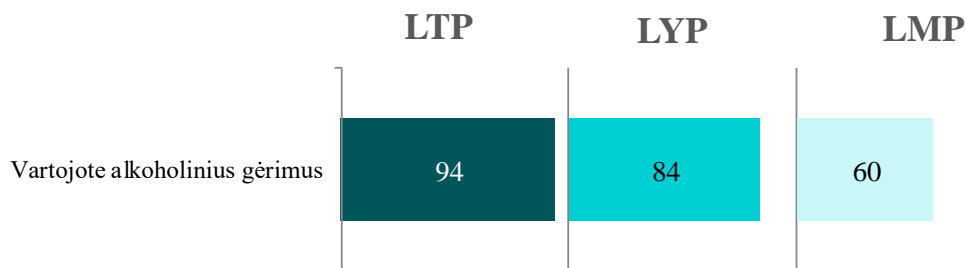
Absoliuti dauguma 94 proc. apklausos dalyvių yra vartoję alkoholinių gėrimų bent kartą gyvenime, iš kurių 2 proc. teigia, kad vartoja kasdien, 58 proc. vartojo alkoholį bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų, 24 proc. – bent kartą per paskutinius 12 mėn., 10 proc. – nors kartą gyvenime (2.3.1 pav.).



2.3.1 pav. Alkoholinių gėrimų vartojimo dažnis (proc.; N=1007)

Alkoholinių gėrimų vartojimo LTP rodiklis siekia 94 proc. LYP rodiklis lygus 84 proc., LMP – 60 proc. (2.3.1.1 pav.).

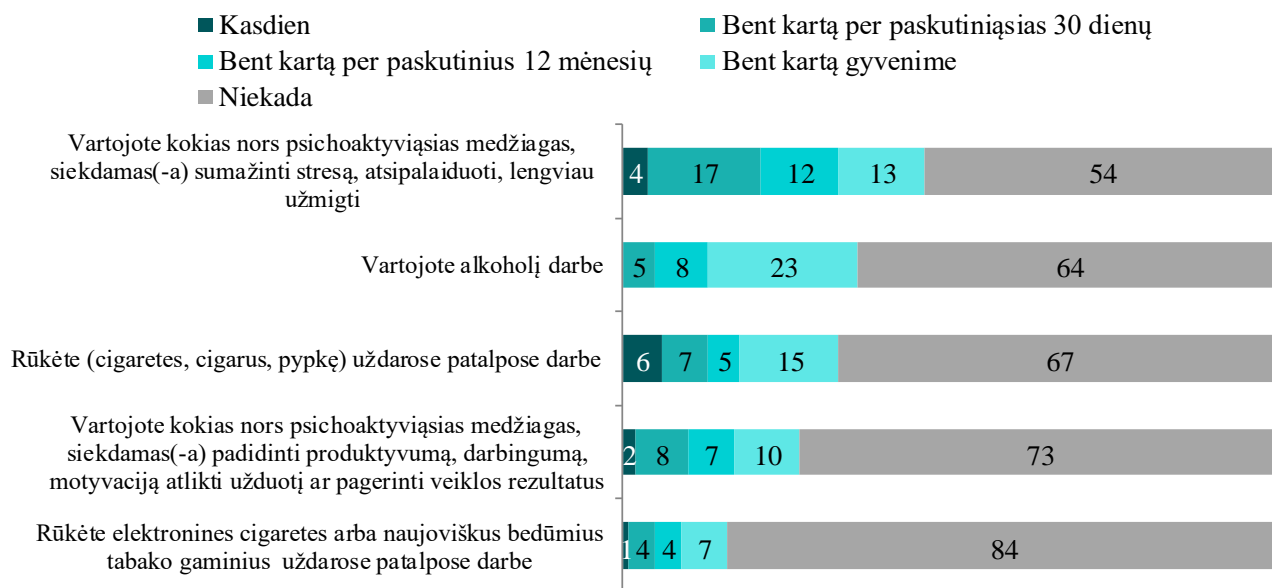
Alkoholinius gėrimus statistiškai reikšmingai dažniau teigė vartojantys vyrai, 26-55 m. respondentai ir dirbantys apklaustieji (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.3.1.1 pav. Alkoholinių gėrimų vartojimo dažnis (proc.; N=1007)

46 proc. respondentų bent kartą gyvenime yra vartoję psichoaktyviųjų medžiagų siekdami sumažinti stresą, atsipalaiduoti, lengviau užmigti: 4 proc. tai daro kasdien, 17 proc. – bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų, 12 proc. – bent kartą per paskutinius 12 mėn., 13 proc. – bent kartą gyvenime. 36 proc. apklaustųjų teigia, kad yra bent kartą vartoję alkoholį darbe: 5 proc. bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų, 8 proc. bent kartą per paskutinius 12 mėn. ir 23 proc. bent kartą gyvenime. Trečdalis (33 proc.)

apklaustųjų yra rūkė uždarose patalpose: 6 proc. – kasdien, 7 proc. – bent kartą per 30 dienų, 5 proc. – bent kartą per paskutiniuosius 12 mėn., 15 proc. – bent kartą gyvenime. 27 proc. bent kartą gyvenime yra vartoję kokias nors psichoaktyvias medžiagas, siekdami padidinti produktyvumą, darbingumą, motyvaciją atlikti užduotį ar pagerinti veiklos rezultatus. 16 proc. apklaustųjų bent kartą rūkė elektronines cigaretes arba naujoviškus bedūmius tabako gaminius uždarose patalpose darbe (2.3.2 pav.).



2.3.2 pav. Žalingų įpročių paplitimas (proc.; N=1007)

Psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo, siekiant sumažinti stresą, atsipalaiduoti, lengviau užmigti, LTP rodiklis siekia 46 proc. LYP rodiklis lygus 32 proc., LMP – 20 proc. Alkoholio vartojimo darbe LTP rodiklis siekia 36 proc., LYP – 13 proc., LMP – 5 proc. Rūkymo (cigarečių, cigarų, pypkės) uždarose patalpose darbe LTP rodiklis lygus 33 proc., LYP – 17 proc., LMP – 12 proc. Psichoaktyviųjų medžiagų vartojimo, siekiant padidinti produktyvumą, darbingumą, motyvaciją atlikti užduotį ar pagerinti veiklos rezultatus, LTP rodiklis siekia 27 proc., LYP – 17 proc., LMP – 11 proc. Elektroninių cigarečių arba naujoviškų bedūmių tabako gaminių rūkymo uždarose patalpose darbe LTP rodiklis siekia 16 proc., LYP – 9 proc., LMP – 5 proc. (2.3.2.1 pav.).

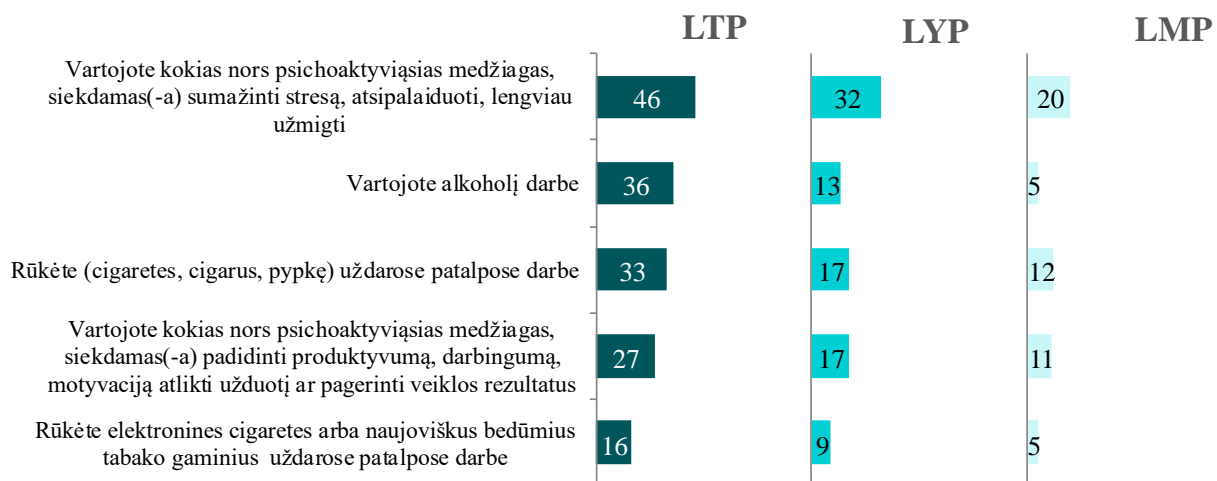
Psichoaktyvias medžiagas, siekiant sumažinti stresą, atsipalaiduoti, lengviau užmigti, statistiškai reikšmingai dažniau vartojo vyrai, aukščiausio išsimokslinimo atstovai, didžiausias pajamas turintys apklaustieji (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Alkoholį darbe statistiškai reikšmingai dažniau vartojo vyrai ir didžiausias pajamas turintys respondentai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Uždarose patalpose darbe statistiškai reikšmingai dažniau rūkė (cigaretes, cigarus, pypkę) vyrai, vidurinio ir žemesnio išsimokslinimo atstovai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Psichoaktyvias medžiagas, siekiant padidinti produktyvumą, darbingumą, motyvaciją atlikti užduotį ar pagerinti veiklos rezultatus, statistiškai reikšmingai dažniau vartojo vyrai ir vidurinio išsimokslinimo atstovai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).

Elektronines cigaretes arba naujoviškus bedūmius tabako gaminius uždarose patalpose darbe statistiškai reikšmingai dažniau rūkė vyrai ir miestų gyventojai (Pearsono χ^2 testo $p < 0,05$).



2.3.2.1 pav. Žalingų įpročių paplitimas (proc.; N=1007)

III. IŠVADOS

Tyrimo rezultatai rodo, kad beveik pusė Lietuvos gyventojų pritaria nuo 2018 m. įsigaliojusiai sugriežtintai alkoholio politikai. Itin teigiamai vertinamas amžiaus, nuo kurio leidžiama įsigyti, turėti ir vartoti alkoholį, padidinimas iki 20 metų – amžiaus cenzo padidinimui pritaria du trečdaliai šalies gyventojų. Kita vertus, prekybos alkoholiu laiko sutrumpinimą teigiamai vertina tik kas antras gyventojas (51 proc.).

Vertinant visuomenės nuomonę dėl alkoholio reklamos draudimo, apskritai pastebima, kad daugiau nei pusė (62 proc.) šalies gyventojų yra patenkinti dėl visiško alkoholio reklamos uždraudimo. Didesnio palaikymo susilaukė alkoholio reklamos uždraudimas televizijoje, nei internete (73 proc. vs. 60 proc.). Viešai ir žiniasklaidoje demonstruojamos nealkoholinių gėrimų reklamos panašumas į to paties gamintojo alkoholinį gėrimą vertinamas nevienareikšmiškai – tokiam teiginiui pritaria kas antras apklaustasis.

Rezultatų analizė pagal respondentų socio-demografines charakteristikas rodo, kad palaikymą įsigaliojusiai sugriežtintai alkoholio politikai ir jos aukščiau paminėtoms prevencinėms priemonėms statistiškai reikšmingai dažniau išreiškia moterys, aukštesnio išsimokslinimo atstovai, pasyvesni tabako / alkoholio vartotojai arba išvis nevartojantys. Nepritarimą dažniau išreiškia vyrai, vidurinio bei žemesnio išsimokslinimo apklaustieji, aktyvūs tabako vartotojai.

Svetainės www.nerūkysiu.lt žinomumas siekia 28 proc. Aktyvių tabako vartotojų (t.y. rūkančių kasdien / bent kartą per paskutiniąsias 30 dienų) grupėje svetainės žinomumas didesnis – 38 proc.

Vertinant rūkymo paplitimą, beveik du trečdaliai (64 proc.) šalies gyventojų yra nors kartą (ir dažniau) gyvenime rūkę (cigaretes, cigarus, pypkę). Elektroninių cigarečių vartojimo paplitimas santykinai mažesnis (jas išbandžiusių yra 26 proc. gyventojų). Mažiausiai išbandyti naujoviški bedūmiai tabako produktai (bent kartą bandė 18 proc. apklaustųjų).

Didžioji dalis gyventojų nepitaria teiginiams apie tariamą elektroninių cigarečių ir naujoviškų bedūmių tabako produktų pagalbą metant rūkyti ir pavojaus nekėlimą sveikatai ir aplinkiniams. Kita vertus, atsižvelgiant į respondentų socio-demografines charakteristikas, matoma, kad nepritarimą teiginiams dažniau išreiškė aukščiausio išsimokslinimo respondentai bei pasyvūs tabako vartotojai bei išvis nerūkantys elektroninių cigarečių. Pritarimą dažniau išreiškė aktyvūs tabako vartotojai, kas rodo, jog būtina didinti informuotumą apie elektroninių cigarečių ir naujoviškų bedūmių tabako produktų tikrąjį poveikį sveikatai aktyviai tabaką vartojančiųjų grupėje.