

STUDIU KAP. CUNOȘTINȚE, ATITUDINI ȘI PRACTICI PRIVIND CONSUMUL DE ALCOOL FAZA I - IV

iunie 2017



ABSTRACT

Raportul studiului privind cunoștințele, atitudinile și practicele de consum al alcoolului evaluează în dinamică nivelul cunoștințelor, atitudinilor și practicilor privind obiceiurile legate de consumul de alcool în rândul populației Republicii Moldova, comparând datele cu studiile anterioare din anii 2012, 2014, și 2015. Studiul KAP privind consumul de alcool a fost efectuat pe un eșantion de 1031 respondenți cu vârste cuprinse între 16-55 de ani. Datele au fost colectate în perioada 28 mai 2017 - 28 iunie 2017. Principalele obiective ale studiului: (i) evaluarea practicilor de consum a produselor alcoolice; (ii) determinarea nivelului de cunoștințe și percepere a impactului negativ al consumului de alcool asupra sănătății; (iii) măsurarea, în dinamică, a gradului de predispunere a consumatorilor de alcool să reducă nivelul de consum. Înțelegerea nivelului de cunoștințe, atitudinilor și practicilor privind consumul de alcool ne permite de a planifica și a elabora acțiuni de prevenire și promovare a sănătății eficiente și ajustate la necesitățile grupelor de populație studiate.

CUVINTE CHEIE

KNOWLEDGE, ATTITUDES, PRACTICES
ALCOHOL CONSUMPTION
DRINKING HABITS
REPUBLIC OF MOLDOVA

Întrebările privind publicațiile Biroului Regional pentru Europa al OMS pot fi expediate la următoarea adresă:

Publications
WHO Regional Office for Europe
UN City, Marmorvej 51
DK-2100 Copenhagen Ø, Denmark

Ca opțiune alternativă, completați formularul on-line pentru documentare, informații despre sănătate sau pentru permisiunea de citare sau traducere, pe care îl găsiți pe pagina web a Biroului Regional (<http://www.euro.who.int/pubrequest>).

© Organizația Mondială a Sănătății 2018

Toate drepturile sunt rezervate. Biroul Regional pentru Europa al Organizației Mondiale a Sănătății salută solicitările de a permite reproducerea sau traducerea publicațiilor sale, parțial sau complet.

Denumirile utilizate și prezentarea materialului în această publicație nu implică exprimarea opiniei Organizației Mondiale a Sănătății referitor la statutul juridic al unei țări, teritoriu, oraș sau regiuni sau ale autorităților acestora, sau cu privire la delimitarea frontierelor sau hotarelor. Liniile punctate de pe hărți reprezintă estimativ liniile de frontieră în privința cărora încă nu s-a ajuns la un acord deplin.

Menționarea anumitor companii sau a produselor anumitor producători nu implică aprobarea sau recomandarea acestora de către Organizația Mondială a Sănătății ca preferința altor produse de aceeași natură ce nu sunt menționate expres. Cu excepția erorilor și omiterilor, denumirile produselor patentate sunt distinse cu litere majuscule inițiale.

Organizația Mondială a Sănătății a întreprins toate precauțiile rezonabile pentru a verifica informația ce se conține în această publicație. Totuși, materialul publicat este distribuit fără o garanție expresă sau implicită. Responsabilitatea pentru interpretarea și utilizarea materialului o poartă cititorul. În nici un caz, Organizația Mondială a Sănătății nu va fi responsabilă de daunele ce reies din utilizarea acestui material. Viziunile exprimate de autori, redactori sau grupuri de experți nu reprezintă neapărat deciziile sau politicile declarate ale Organizației Mondiale a Sănătății.

Cuprins:

SUMAR EXECUTIV	8
INTRODUCERE.....	12
i.1 Scopul și obiectivele studiului	12
i.2 Metodologia aplicată.....	12
i.2.1 Intervievarea populației. Planul de eșantionare	12
i.2.2 Chestionarul.....	13
i.2.3 Cercetarea - pilot	13
i.2.4 Intervievarea și calitatea datelor	13
i.2.5 Analiza datelor.....	13
i.3 Caracteristica eșantionului	13
CAPITOLUL I: PRACTICELE DE CONSUM A PRODUSELOR ALCOOLICE. REDUCEREA CONSUMULUI DE ALCOOL	16
CAPITOLUL II: CUNOȘTINȚE ȘI ATITUDINI REFERITOARE LA CONSUMUL NOCIV DE ALCOOL.....	34
CAPITOLUL III: PROFILUL SOCIO – DEMOGRAFIC AL CONSUMATORULUI DE ALCOOL.....	40
CAPITOLUL IV: ANALIZĂ MULTIVARIATĂ.....	44
CONCLUZII	48
ANEXA 1: CUNOȘTINȚE. ATITUDINI. PRACTICI ÎN RÂNDUL POPULAȚIEI CU VÂRSTA 18 – 69 DE ANI....	50

Figuri:

Figura 1: Ați consumat vreodată băuturi alcoolice (un pahar, nu doar un pic pentru degustație), %	16
Figura 2: Ce fel de băuturi alcoolice mai des consumați?, %	17
Figura 3: Pe parcursul ultimei săptămâni, Dvs. ați consumat alcool?, %	17
Figura 4: Pe parcursul ultimelor 7 zile, câte băuturi standard ați consumat în fiecare zi?, %	17
Figura 5: Pe parcursul ultimelor 7 zile, ați consumat alcool produs în condiții de casă, alcool adus de peste hotare/ dintr-o altă țară, alcool care nu este destinat pentru a fi băut sau alt alcool cumpărat/ primit neoficial?, %.....	17
Figura 6: În medie, câte porții standard de următoarele tipuri de alcool ați consumat pe parcursul ultimelor 7 zile?, %	18
Figura 7: Ați consumat băuturi alcoolice pe parcursul ultimei luni?, %	18
Figura 8: Cât de des consumați o asemenea cantitate? De câte ori pe lună?, %	19
Figura 9: Cât de des consumați o asemenea cantitate? De câte ori pe lună?, %	20
Figura 10: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, care a fost cel mai mare număr de porții standard de băuturi pe care le-ați consumat la o singură ocazie, numărând porțiile de toate tipurile de băuturi alcoolice împreună?, %	20
Figura 11: Pe parcursul lunii precedente (ultimelor 30 de zile) de câte ori ați consumat 5 sau mai multe porții (băuturi standard) la o singură ocazie?, %.....	21
Figura 12: Pe parcursul ultimului an, cât de des ați consumat cel puțin o băutură alcoolică standard?, %.....	21
Figura 13: Pe parcursul ultimului an, câte porții de băuturi alcoolice consumați de obicei pe parcursul unei zile obișnuite în care consumați alcool?, %.....	21
Figura 14: Pe parcursul ultimului an, cât de des consumați 5 sau mai multe porții la o ocazie ?, %	22
Figura 15: Cât de des vi s-a întâmplat în ultimul an să nu vă puteți opri din consumul de băuturi alcoolice, odată ce ați început a consuma?, %	22
Figura 16: Cât de des pe parcursul ultimului an nu ați fost în stare să faceți ceea ce vi s-a cerut din motiv că ați consumat băuturi alcoolice?, %.....	23
Figura 17: Cât de des pe parcursul ultimului an ați avut nevoie de un pahar de alcool dimineața pentru a putea începe ziua după un consum excesiv de alcool din ziua precedentă?, %	23
Figura 18: Cât de des pe parcursul ultimului an v-ați simțit vinovat sau ați avut remușcări după ce ați băut?, %	23
Figura 19: Cât de des pe parcursul ultimului an nu ați fost în stare să vă amintiți ce s-a întâmplat noaptea precedentă din motiv că ați consumat băuturi alcoolice?, %.....	24
Figura 20: Dvs. sau altcineva a fost rănit ca urmare a consumului Dvs. de alcool?, %	24
Figura 21: S-a întâmplat ca o rudă, un prieten, doctorul sau un asistent medical să fie îngrijorat de consumul dvs. de alcool sugerându-vă să consumați mai puțin?, %	24
Figura 22: În comparație cu 30 de zile în urmă, consumați mai mult, mai puțin sau aceeași cantitate de băuturi alcoolice? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %	25
Figura 23: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, cât de des ...? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %	25
Figura 24: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, ați încercat să reduceți cantitatea de alcool consumată?, %	26
Figura 25: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, a încercat cineva din gospodăria Dvs. să vă convingă să reduceți cantitatea de alcool consumată? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %.....	26
Figura 26: Care dintre următoarele afirmații cel mai bine descrie părerea Dvs. referitor la consumul de alcool? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %	27
Figura 27: Care este probabilitatea ca Dvs. să reduceți consumul de alcool? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %	28
Figura 28: În timpul ultimei vizite la doctor/ revizie medicală, ați fost întrebat (/ă) despre consumul Dvs. de băuturi alcoolice?, %	28

Figura 29: Pe parcursul ultimului an, ați întâlnit/văzut vreo publicitate sau informație despre alcool și dauna lui asupra sănătății?, %	29
Figura 30: Pe parcursul ultimului an ați întâlnit/văzut vreo publicitate sau informație despre alcool și dauna lui asupra sănătății?, %	29
Figura 31: Dvs. credeți că această publicitate v-a motivat într-o oarecare măsură să reduceți din consumul de alcool?, %	29
Figura 32: Pe parcursul ultimului an (12 luni) ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) și/ori alte elemente promoționale (reduceri de prețuri, oferte etc.) despre alcool?, %	30
Figura 33: Pe parcursul ultimului an (12 luni), cât de des ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) despre alcool?, %	30
Figura 34: Când ultima dată ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) despre alcool?, %	30
Figura 35: Când ultima dată ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) despre alcool?, %	31
Figura 36: Luând în calcul prețul pentru o porție standard de băuturi alcoolice, cât de ușor ar fi să obțineți ... dacă ați dori acest lucru?, %	32
Figura 37: Sunteți pentru sau împotriva ca alcoolul să fie vândut doar în unități sau magazine specializate?, %	32
Figura 38: O să vă citesc câteva afirmații despre consumul de alcool. Indicați în ce măsură sunteți sau nu de acord cu fiecare afirmație., %	34
Figura 39: Din cele ce cunoașteți, băuturile alcoolice pot cauza...?, %.....	35
Figura 40: Cât de îngrijorat (/ă) sunteți de efectul consumului de băuturi alcoolice asupra sănătății dvs. în viitor? %	35
Figura 41: Cum considerați, este adevărată sau nu afirmația: "Consumul de alcool în timpul sarcinii poate duce la dizabilități grave la copil"?, %	36
Figura 42: Cum considerați, este adevărat sau nu că: "Efectele determinate de consumul de alcool în timpul sarcinii asupra copilului dispar odată cu creșterea lui"?, %	36
Figura 43: Dvs. ați întâlnit vreo informație despre efectele consumului de alcool asupra copilului în timpul sarcinii?, %.....	37
Figura 44: Cu referire la efectele alcoolului asupra fătului, cum considerați, cât de sigur ar fi consumul următoarelor cantități de băuturi alcoolice?, %	37
Figura 45: Situația privind consumul de alcool, pe sexe	50
Figura 46: Distribuția consumatorilor actuali de alcool pe sexe și medii de rezidență	51
Figura 47: Frecvența consumului de alcool în ultimele 12 luni, pe sexe și grupuri de vârstă	51
Figura 48: Numărul mediu de băuturi standard la o ocazie de băut printre consumatorii actuali de alcool în ultimele 30 de zile pe sexe și grupuri de vârstă	51
Figura 49: Consumul a cinci și mai multe băuturi la o singură ocazie cel puțin o dată pe parcursul ultimelor 30 de zile printre populația totală	52
Figura 50: Consumul de alcool pe parcursul ultimelor 7 zile, pe tipuri și sexe	53

Tabele:

Tabelul i.1: Eșantion consumatori, %	14
Tabel 1: La ce vârstă ați consumat primul pahar de băutură alcoolică?, ani	16
Tabel 2: Pe parcursul ultimei luni, în zilele când consumați băuturi alcoolice, câte porții consumați, în medie, (pe zi)?, porții	18
Tabel 3: Profilul socio-demografic al unui consumator de alcool în plan comparativ cu cel al unui non consumator de alcool, %	40
Tabel 4: Rezultatele regresiei logistice despre efectul expunerii la informația din campanie anti-alcool asupra atitudinilor	44
Tabel 5: Rezultatele regresiei logistice despre efectul expunerii la informația din campanie anti-alcool asupra cunoștințelor	45
Tabelul 6: Distribuția consumatorilor actuali de alcool pe sexe și grupuri de vârstă	50
Tabelul 7: Numărul mediu de băuturi standard la o ocazie de băut printre consumatorii actuali de alcool (ultimele 30 de zile), pe sexe și medii de rezidență	52
Tabelul 8: Consumul alcoolului neînregistrat, pe sexe și medii de rezidență	52

SUMAR EXECUTIV

Acest studiu a fost realizat cu susținerea Biroului Regional OMS pentru Europa și a Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale în cadrul proiectului „Suport pentru consolidarea guvernării și dialogului de politici în sectorul sănătății”, finanțat de Agenția Elvețiană pentru Dezvoltare și Cooperare. Opiniile exprimate în această publicație nu reflectă neapărat punctul de vedere, deciziile sau politicile Organizației Mondiale a Sănătății, a Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale și Agenției Elvețiene pentru Dezvoltare și Cooperare.

Raportul prezintă date colectate în urma studiului efectuat pe un eșantion de 1531 de respondenți din mediul rural și urban, pe teritoriul Republicii Moldova, în perioada mai - iunie 2017. Datele au fost colectate prin metoda CAPI față în față, folosind metoda de eșantionare probabilistică cu pas mecanic. Raportul prezintă rezultatele - cheie ale acestui studiu.

SUMAR EXECUTIV

Acest raport prezintă date colectate pe un eșantion probabilistic stratificat multistadial de 1531 de respondenți cu vârstele cuprinse între 16 și 69 de ani, din mediile urbane și rurale din Republica Moldova, în perioada mai – iunie 2017. Datele au fost colectate prin metoda CAPI față în față, folosind metoda de eșantionare probabilistică pe pas. Raportul prezintă rezultatele – cheie ale acestui studiu și este divizat în două părți. Prima parte (capitolele I – IV) reprezintă datele comparative cu studiile anterioare privind Cunoștințele, Atitudinile și Practicile privind consumul de alcool (din anii 2012, 2014, 2015) pe un eșantion de 1031 respondenți cu vârste cuprinse între 16 - 55 de ani. În a doua parte (Anexa I) sunt prezentate datele privind consumul de alcool distribuite după vârstă și sex în similaritate cu studiu STEPS. Pentru această analiză din eșantion au fost selectate persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 – 69 de ani.

Profilul respondenților pentru grupa de vârstă 16 - 55 de ani este prezentat în tabelul i.1.

Obiceiuri legate de consumul de alcool

- În comparație cu studiul din anul 2015, cota persoanelor care au consumat vreodată o băutură alcoolică (o porție deplină, nu doar o înghițitură) a crescut cu 5 p.p., constituind 93%.
- Vârsta medie la care s-a consumat prima porție deplină de băutură alcoolică, conform rezultatelor sondajului din 2017, este de 17 ani, în comparație cu 16 ani – care a fost vârsta medie în 2015.
- În ceea ce privește preferințele de consum, vinul rămâne cea mai consumată băutură alcoolică (56%, ceea ce este cu 13 p.p. mai puțin decât în 2015), pe locul doi se află berea, cu 30% (+11 p.p. față de perioada precedentă). Băuturile tari reprezintă băutura alcoolică de bază pentru 9% dintre consumatori.
- Cota persoanelor care au consumat băuturi alcoolice de orice tip în decursul ultimei luni a scăzut față de anul 2015 cu 2 p.p., constituind 67%.
- A scăzut numărul mediu de porții consumate la o ocazie în decursul ultimei luni, de la 2,4 - în 2015 la 2,2 - în 2017.
- Pe parcursul ultimului an, crește ponderea celor care consumă alcool mai des decât o dată pe lună și constituie 41% în 2017, față de 38% în 2015. Majoritatea consumatorilor (4/5) la o ocazie beau nu mai mult de 1 - 2 porții (76%), încă o cincime consumă la o ocazie 3 - 4 porții.
- În studiul actual descrește cota persoanelor care nu s-au putut opri din consumul de alcool odată ce au început să consume (de la 18% - în 2015 la 12% - în 2017).
- A crescut cota a celor consumatori care, din cauza consumului de alcool, nu au reușit să facă ceva ce se aștepta de la ei în mod normal (de la 19% - în 2015 la 23% - în 2017).
- În comparație cu 2015, descrește (cu 2 p.p.) cota persoanelor care în ultimul an au simțit necesitatea de a bea dimineața pentru a-și reveni după o sesiune de consum exagerat de alcool.
- Față de cercetarea din 2015, a crescut rata persoanelor care, în decursul ultimului an, nu s-au confruntat cu situația de a nu-și aminti ce s-a întâmplat noaptea precedentă din cauză că au consumat băuturi alcoolice (de la 79% la 83%).
- Rata persoanelor care au declarat că altcineva a fost accidentat în urma consumului lor de alcool a crescut cu 3 p.p. în comparație cu studiul precedent.
- 68% dintre consumatorii de alcool au menționat că ei consumă aceeași cantitate de alcool ca și 30 de zile în urmă.
- Un respondent din cinci a încercat pe parcursul ultimelor 30 de zile să reducă din cantitatea de alcool. În comparație cu studiul precedent, ponderea acestora este în creștere cu 2 p.p.

Cunoștințe și atitudini referitoare la consumul excesiv de alcool

- Atât în 2017, cât și în 2015, ponderea persoanelor care nu sunt de acord cu afirmația „Consumul de alcool nu poate fi foarte dăunător: mulți oameni consumă băuturi alcoolice toată viața și trăiesc până la bătrânețe” constituie 25%.
- 91% din tot eșantionul cunosc despre faptul că alcoolul poate cauza probleme grave de sănătate, pondere care s-a diminuat cu 2 p.p., în comparație cu anul 2015.
- La moment, fiecare al patrulea consumator de alcool este de acord cu afirmația: „Sănătatea mea s-ar îmbunătăți dacă aș reduce cantitatea de alcool consumată”, similar și pentru afirmația: „Persoanele la care țin mult consideră că ar trebui să reduc cantitatea de alcool consumată”.

- În comparație cu cercetarea precedentă, cota consumatorilor îngrijorați de faptul că alcoolul va dăuna sănătății lor în viitor a scăzut cu 1 p.p și constituie 14%.
- Marea majoritate a respondenților s-a dovedit a fi informată despre faptul că, în cazul în care femeia consumă alcool în timpul sarcinii, aceasta poate conduce la dezabilități grave la copii. Totodată, ponderea acestora crește de la 90% - în 2015 până la 93% - în 2017.
- 71% dintre respondenți au văzut vreo publicitate sau informație despre alcool și dauna lui asupra sănătății pe parcursul ultimului an. Pentru majoritatea (89%), televizorul a fost sursa de vizualizare a publicității.

INTRODURRE

INTRODUCERE

i.1 Scopul și obiectivele studiului

Scopul primar al studiului este de a determina nivelul cunoștințelor, atitudinilor și practicilor cu privire la obiceiurile legate de consumul de alcool în rândul populației Republicii Moldova.

Principalele obiective ale studiului sunt:

- Evaluarea practicilor de consum a produselor alcoolice;
- Determinarea nivelului de cunoștințe și percepere a impactului negativ al consumului de alcool asupra sănătății;
- Măsurarea, în dinamică, a gradului de predispunere a consumatorilor de alcool să reducă nivelul de consum.

i.2 Metodologia aplicată

Această cercetare a fost realizată conform metodologiei studiilor KAP, în cadrul căreia sunt analizate cunoștințe, atitudini și practici. Abordarea menționată ne oferă un diagnostic al nivelului de cunoștințe al populației – referitor la înțelegerea subiectului discutat (daunele produse de consumul de alcool); atitudinii – referitor la empatia populației atât pentru un fenomen sau subiect, cât și pentru ideile preconcepute despre acestea; practicilor – referitoare la modul în care populația își demonstrează atitudinile și cunoștințele prin acțiunile întreprinse. Înțelegerea nivelului KAP permite inițierea procesului de conștientizare a problemei într-un mod mai eficient, conform programului de ajustare la necesitățile comunității.

Această abordare și-a demonstrat eficiența teoretică și metodologică în cercetări similare.

i.2.1 Intervievarea populației. Planul de eșantionare

În cadrul studiului au fost intervievați 1531 de respondenți cu vârsta cuprinsă între 16 – 69 de ani, pe întreg teritoriul republicii, cu excepția Transnistriei. Acest număr de interviuri asigură o marjă de eroare de $\pm 2\%$, la un nivel de încredere de 95%. Datele au fost colectate în perioada 28.05.2017 – 28.06.2017.

Sursa datelor pentru eșantionare: Biroul National de Statistică al Republicii Moldova.

Caracteristica eșantionului aplicat: Eșantionare probabilistică cu pas. Fără aplicarea cotelor.

La primul nivel, raioanele republicii au fost combinate pe grupuri și din cadrul acestor grupuri au fost extrase aleatoriu localitățile în care s-au efectuat interviurile, astfel fiind oferită șansa tuturor localităților să participe la sondaj. Mai mult ca atât, numărul interviurilor efectuate în fiecare grup a depins de numărul de locuitori și numărul de localități (după dimensiune).

A fost aplicată randomizarea pe 3 niveluri, luând în considerare grupul de raioane, gospodăriile și respondenții:

1. Localitate – selectată aleatoriu pentru fiecare nivel după cum este descris mai sus și utilizând un tabel de numere aleatorii;
2. Gospodăria - Selecția gospodăriei s-a făcut ținând cont de punctul de pornire și pasul mecanic;

Descrierea pasului mecanic în orașe:

S-au întocmit liste cu denumirea străzilor și, în mod aleatoriu, s-au ales străzile. Pentru realizarea interviurilor, s-a determinat din oficiu numărul de chestionare necesare de completat pe diferite străzi. Ajungând la blocul în care vor începe realizarea chestionarele, operatorul alege primul apartament locatarul căruia va participa la sondaj. Pentru a afla apartamentul de la care să înceapă interviuarea, operatorul numără apartamentele din bloc, după care verifică în tabel de cifre aliate numărul apartamentului de la care trebuie să înceapă. Această procedură se efectuează doar pentru a determina primul apartament. În continuare, se aplică regula "+3" (de exemplu; dacă primul respondent dintr-un anumit bloc locuiește în apartamentul cu numărul 50, atunci următorul respondent trebuie să fie locatarul apartamentului cu numărul 53, conform regulii "+3").

Descrierea pasului mecanic în sate și orașe mai mici:

În localitățile mici, punctul de start pentru echipele de operatori este clădirea unei instituții publice: primărie, biserică, școală, oficiul poștal. Primul interviu este realizat în prima gospodărie din stânga punctului de start (clădirea primăriei, școlii etc). În continuare, se aplică regula "+3", adică, pentru a realiza următorul interviu, operatorul selectează a treia casă de la prima gospodărie care a participat la studiu.

3. Persoană/respondent – la selectarea respondentului a fost aplicată metoda ultimei zile de naștere. Fiecare respondent a expus lista membrilor domiciliului și vârsta acestora. De asemenea, respondentul a numit data de naștere a membrilor domiciliului care au vârste cuprinse între 16-69 de ani. După aceea, operatorul a invitat să participe la studiu persoana din listă, care și-a sărbătorit ziua de naștere cel mai recent. Dacă persoana respectivă nu era disponibilă la moment, operatorul a revenit cel mult de două ori la același domiciliu pentru a realiza chestionarul. Dacă persoana care și-a sărbătorit ultima ziua de naștere era plecată peste hotare, chestionarul s-a realizat cu următoarea persoană din listă, care și-a sărbătorit cel mai recent ziua de naștere.

i.2.2 Chestionarul

Chestionarul utilizat este caracterizat ca unul complex, care include atât întrebări închise, cât și deschise. Chestionarul a fost asigurat de către client, adaptat și testat de către echipa de cercetare Magenta Consulting, în strânsă colaborare cu beneficiarul, în corespundere cu obiectivele cercetării.

Chestionarul a fost tradus în limbile română și rusă, interviul fiind realizat în limba solicitată de respondent.

i.2.3 Cercetarea - pilot

Cercetarea - pilot are ca scop validarea chestionarelor. Astfel, chestionarul a fost pre-testat pe un eșantion de 10 persoane din mediul rural și urban, 7 – în limba română și 3 – în limba rusă.

i.2.4 Intervievarea și calitatea datelor

Interviurile au fost realizate de către echipa de operatori *Magenta Consulting*, echipă care a participat în numeroase proiecte similare. La începutul proiectului, echipa de operatori a fost informată despre subiectul studiului, obiectivele acestuia și metoda de analiză a datelor. Pentru a asigura calitatea datelor, 40% din chestionare au fost verificate la telefon. Întrebările adresate în timpul verificării au fost selectate în mod aleatoriu din chestionare.

i.2.5 Analiza datelor

Interpretarea datelor a fost efectuată cu ajutorul programului specializat – SPSS 18, cu interpretare statistică descriptivă și multicriterială.

i.3 Caracteristica eșantionului

Interviurile au fost efectuate față în față, de către o echipă de operatori, în baza chestionarelor structurate. Toți operatorii au fost instruiți pentru acest proiect, iar chestionarele au fost pre-testate. Interviurile au avut loc la domiciliu. Segmentarea eșantionului în funcție de mediul de reședință (rural/urban), regiunea republicii (nord/centru/sud), vârstă și sex s-a efectuat în conformitate cu datele de la Biroul de Statistică Națională. Alte caracteristici ale eșantionului nu au fost determinate.

Prezentul raport înglobează date comparabile cu două studii – KAP (capitolul I – IV) și STEPS (capitolul anexe).

Pentru analiza KAP (Cunoștințe, Atitudini și Practici) comparabilă cu studiile anterioare KAP (capitolul I – IV), din eșantion au fost selectate pentru analiză persoanele cu vârsta cuprinsă între 16 – 55 de ani (acesta fiind intervalul de vârstă utilizat în studiile anterioare KAP). Profilul respondenților este prezentat în tabelul i.1 de mai jos.

Pentru analiza comparativă cu rezultatele studiului STEPS (capitolul anexe), au fost analizate aceleași subiecte, însă pe intervalul de vârstă utilizat în studiile anterioare STEPS. Pentru această analiză, din eșantion au fost selectate persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 – 69 de ani. Profilul respondenților și analiza datelor au fost incluse în Capitolul Anexe al prezentului raport.

Tabelul i.1: Eșantion consumatori, %

2017		N	Nonconsumator	Consumator	Total
Total		1031	21	79	100
Sex	Masculin	568	13	42	100
	Feminin	463	7	37	
Vârsta	16-19 ani	91	3	6	100
	20-24 ani	137	3	10	
	25-29 ani	148	2	12	
	30-34 ani	144	3	11	
	35-44 ani	239	5	19	
	45-55 ani	271	6	21	
Studii	Fără studii/ Studii medii incomplete	8	0	1	100
	Secundare	494	11	37	
	Superioare	525	9	42	
	NR	4	0	0	
Starea civilă	Celibatar(ă)	680	14	52	100
	Căsătorit(ă)/ În concubinaj	243	5	19	
	Alta	102	2	7	
	NR	6	0	1	
Mediu	Urban	453	9	35	100
	Rural	578	12	44	
Regiune	Nord	276	5	22	100
	Centru	518	12	39	
	Sud	238	5	18	

CAPITOLUL I:

PRACTICELE DE

CONSUM A

PRODUSELOR

ALCOOLICE.

REDUCEREA

CONSUMULUI DE

ALCOOL

Prezentul capitol conține informații despre practicile de consum a produselor alcoolice și reducerea consumului de alcool.

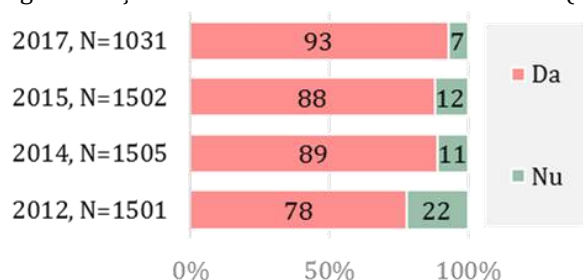
CAPITOLUL I: PRACTICELE DE CONSUM A PRODUSELOR ALCOOLICE. REDUCEREA CONSUMULUI DE ALCOOL

Prezentul capitol conține informații despre practicele de consum a produselor alcoolice și reducerea consumului de alcool, în comparație cu studiile din anii 2012, 2014 și 2015.

În prezent, 93% dintre populația cu vârsta cuprinsă între 16-55 de ani au indicat că au consumat vreodată un produs alcoolic, ceea ce reprezintă o creștere a ponderii consumatorilor cu 5 p.p., comparativ cu anul precedent. (93% - în 2017, comparativ cu 89% - în 2015).

Prevalența consumului de băuturi alcoolice este mai mare în rândul bărbaților. Astfel, bărbații, în proporție de 97% sau cu 7 p.p. mai mulți decât femeile, au menționat că au consumat vreodată o băutură alcoolică (nu doar un pic pentru degustație). Analizând obișnuința de consum al alcoolului pe regiuni, se observă o pondere mai mare de consumatori printre respondenții din nord și sud (97%). În centru cota respondenților care au consumat alcool este cu 7 p.p. mai mică și constituie 90%.

Figura 1: Ați consumat vreodată băuturi alcoolice (un pahar, nu doar un pic pentru degustație), %



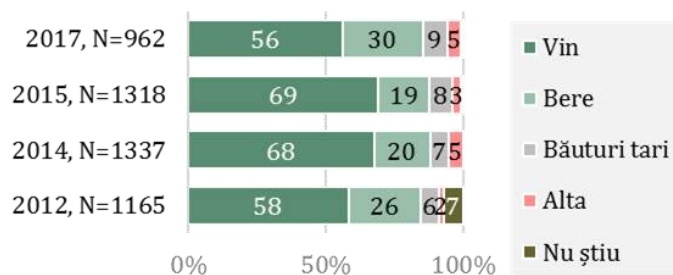
În general, în 2017, la fel ca și în 2012, respondenții au afirmat că, în medie, au consumat pentru prima oară o porție deplină de alcool la vârsta de 17 ani. Femeile au consumat primul pahar de băutură mai târziu, comparativ cu bărbații. Astfel, dacă bărbații au menționat că au consumat alcool pentru prima dată la vârsta de 16 ani, atunci femeile – la vârsta de 18 ani. În 2015 și 2014, respondenții în mediu au indicat că au consumat primul pahar de alcool la 16 și, respectiv, la 18 ani.

Tabel 1: La ce vârstă ați consumat primul pahar de băutură alcoolică?, ani

	2012		2014		2015		2017	
	Nr. de respondenți	Valoarea medie	Nr. de respondenți	Valoarea medie	Nr. de respondenți	Valoarea medie	Nr. de respondenți	Valoarea medie
Vârsta	1165	17	1322	18	1318	16	855	17

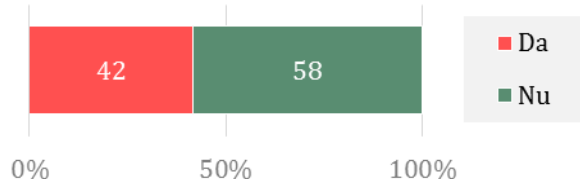
Cei mai mulți dintre respondenții care au consumat vreodată alcool au menționat că ei consumă cel mai des vin (56%). Ponderea acestora scade cu 13 p.p., comparativ cu rezultatele studiului precedent și cu 2 p.p., comparativ cu 2012. De asemenea, 30% dintre participanții la studiu consumă cel mai des Bere, 9% - Băuturi tari și 5% - Alte băuturi. Femeile, dar și respondenții cu vârsta de 36 – 55 de ani consumă mai des vin, în timp ce o pondere mai mare a bărbaților și respondenților cu vârsta de 16 – 35 de ani consumă mai des bere. În nord se consumă vin de către o pondere mai mică de locuitori, în comparație cu cei din regiunile sud și centru, dar, totodată, ponderea celor care consumă băuturi alcoolice tari este mai mare cu 9 p.p. în nord decât în restul regiunilor.

Figura 2: Ce fel de băuturi alcoolice mai des consumați?, %



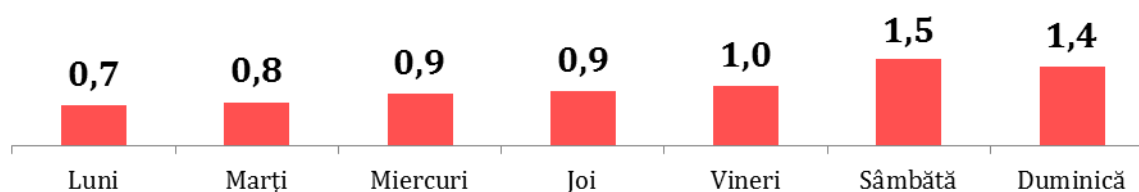
Pe parcursul ultimei săptămâni, au consumat alcool mai puțin de jumătate dintre respondenți (42%).

Figura 3: Pe parcursul ultimei săptămâni, Dvs. ați consumat alcool?, %



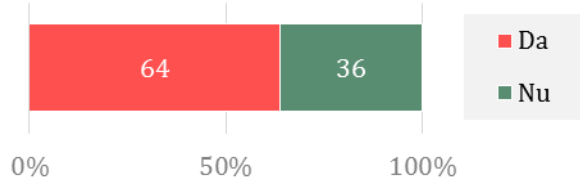
Cel mai mare volum de băutură alcoolică este consumat în weekend (1.5 porții consumate în medie sâmbătă și 1.4 porții – duminică).

Figura 4: Pe parcursul ultimelor 7 zile, câte băuturi standard ați consumat în fiecare zi?, %



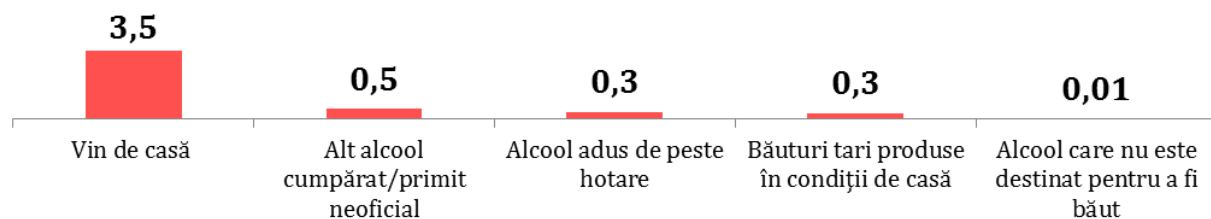
Dintre acei respondenți care au consumat alcool în ultima săptămână, 64% au întrebuințat alcool produs în condiții de casă/ adus de peste hotare/ dintr-o altă țară/ primit neoficial.

Figura 5: Pe parcursul ultimelor 7 zile, ați consumat alcool produs în condiții de casă, alcool adus de peste hotare/ dintr-o altă țară, alcool cumpărat/ primit neoficial?, %



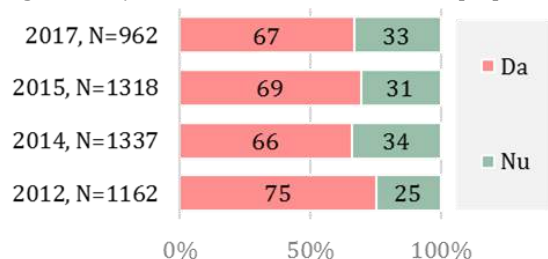
Cel mai mult s-a consumat vinul de casă - pe parcursul ultimelor 7 zile s-au băut 3.5 porții.

Figura 6: În medie, câte porții standard de următoarele tipuri de alcool ați consumat pe parcursul ultimelor 7 zile?, %



În contextul de creștere a ponderii respondenților care au consumat vreodată băuturi alcoolice, rata celor care au întrebuințat alcool în ultima lună scade cu 2 p.p. și constituie 67%. În 2014, în ultima lună, au consumat alcool 66% dintre respondenți, iar în 2012 – 75%. Ponderea bărbaților care au consumat alcool în ultima lună este mai mare decât cea a femeilor cu 21 p.p. Astfel, 78% dintre bărbați au recunoscut că au consumat alcool în ultima lună, în timp ce ponderea femeilor a constituit 57%.

Figura 7: Ați consumat băuturi alcoolice pe parcursul ultimei luni?, %



Pe parcursul ultimei luni, respondenții au indicat că au consumat aproximativ 2,2 porții de alcool în zilele în care au băut alcool. În medie, în 2014, se consuma un număr egal de porții. În 2015, și, respectiv, în 2012, numărul porțiilor consumate era mai mare – 2.4 și 3 porții. Totodată, trebuie menționat faptul că bărbații consumă la o ocazie un număr mai mare de porții decât femeile. În medie, aceștia beau 2.8 porții de alcool, iar femeile - 1.6 porții. Cantitatea de alcool consumată la o ocazie nu variază mult în funcție de vârsta respondentului, mediul sau regiunea în care își are rezidența.

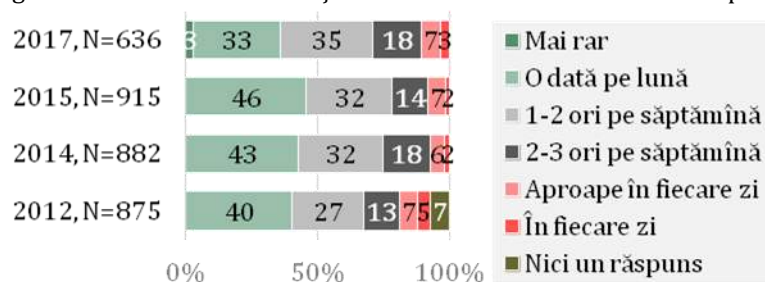
Tabel 2: Pe parcursul ultimei luni, în zilele când consumați băuturi alcoolice, câte porții consumați, în medie, (pe zi)?, porții

	2012		2014		2015		2017	
	N	Valoarea medie	N	Valoarea medie	N	Valoarea medie	N	Valoarea medie
Porții	837	3,0	882	2,2	911	2,4	636	2,2

Majoritatea (71%) celor care a consumat alcool pe parcursul ultimei luni a băut cu o frecvență de 1-2 ori pe săptămână și mai rar (3% - mai rar de o dată pe lună, 35% - 1-2 ori pe săptămână, 33% - o dată pe lună). Comparativ cu situația din anul 2015, în 2017, a crescut frecvența consumului de alcool (Fig. 8). Ponderea celor care au consumat produse alcoolice cu o frecvență de 1 – 3 ori pe săptămână a crescut de la 46% până la 53%. Toate aceste creșteri s-au realizat din contul reducerii respondenților cu un consum de o dată pe lună și mai rar (de la 46% până la 36%). Cota celor care au consumat alcool aproape în fiecare zi a rămas nemodificată, în comparație cu 2015, constituind 7%.

Pornind de la numărul mediu de băuturi alcoolice consumate la o ocazie de către femei și bărbați, deducem că femeile consumă mai puțin alcool, în comparație cu bărbații. Mai mult decât atât, femeile au menționat că ele consumă o asemenea cantitate mai rar decât bărbații. Astfel, în mediu, femeile consumă 1.6 porții de alcool o dată pe lună, iar bărbații - 2.8 porții, cu frecvența 1 – 2 ori pe săptămână.

Figura 8: Cât de des consumați o asemenea cantitate? De câte ori pe lună?, %



Pentru a putea vedea numărul porțiilor consumate în funcție de frecvența de consum, a fost efectuat următorul cross-tab (Figura 9).

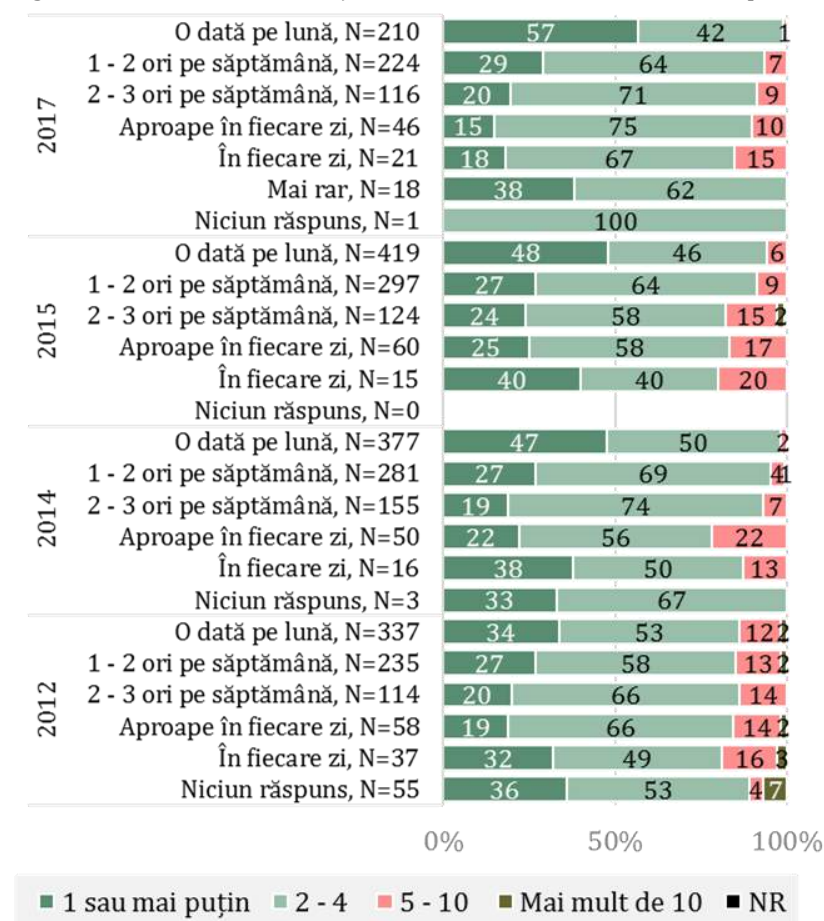
Dintre acele persoane care consumă alcool o dată pe lună, 57% întrebuițează o porție sau mai puțin, iar 42% - de la 2 până la 4 porții. Comparativ cu anul 2015, ponderea respondenților care consumă o porție sau mai puțin o dată pe lună a crescut cu 9 p.p.

În rândul persoanelor care consumă alcool o dată sau de 2 ori pe săptămână, majoritatea (64%) are obiceiul consumului de 2-4 porții și se află la același nivel față de 2015. Cota respondenților care consumă 5-10 porții este în descreștere în anul 2017 (de la 9% - în 2015 până la 7% - în 2017), dar este mai mare decât cea din 2014 (4%).

Respondenții cu obiceiuri de consum mai frecvent (2-3 ori pe săptămână) obișnuiesc să servească, în proporție de 71%, 2-4 porții la o ocazie.

În cazul consumatorilor care beau zilnic, rata celor care consumă o porție sau mai puțin scade de la 40% - în 2015 la 18% - în 2017. Totodată, crește ponderea celor care consumă de la 2 la 4 porții per ocazie cu 27% față de studiul precedent.

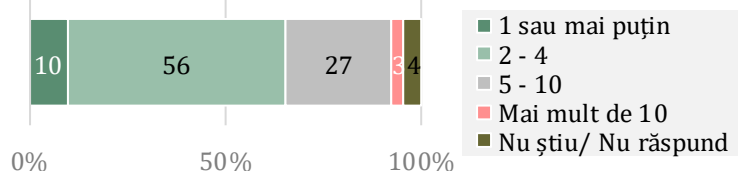
Figura 9: Cât de des consumați o asemenea cantitate? De câte ori pe lună?, %



În medie, respondenții au indicat că cel mai mare număr de porții de alcool consumate în ultima lună la o singură ocazie a constituit 4.4 porții. Mai mult de jumătate dintre respondenți (56%) a specificat un număr de 2 - 4 porții de alcool consumate (Fig. 10). Ponderea respondenților care a consumat 5 - 10 porții a fost de 27%.

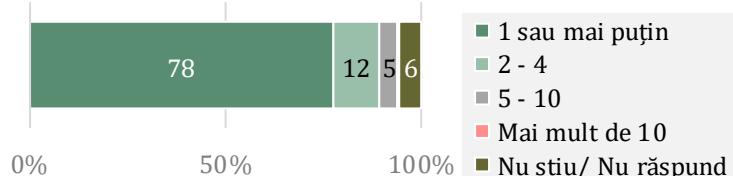
Majoritatea femeilor (88%) au indicat că consumă 1 - 4 porții de băuturi alcoolice la o ocazie. În medie, numărul porțiilor consumate de către femei constituie 3 porții. Numărul mediu de porții consumate de către bărbați, însă, este de 6 porții. Câte 42% dintre bărbați au menționat că au consumat 2 - 4 porții și, respectiv, 5 - 10 porții de alcool la o singură ocazie.

Figura 10: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, care a fost cel mai mare număr de porții standard de băuturi pe care le-ați consumat la o singură ocazie, numărând porțiile de toate tipurile de băuturi alcoolice împreună?, %



Cei mai mulți dintre respondenți (78%) au consumat 5 sau mai multe porții de alcool o singură dată pe parcursul lunii precedente, în timp ce 12% - de 2 - 4 ori pe parcursul ultimelor 30 de zile (Fig.11). Alte 5% au indicat că au consumat această cantitate de 5 - 10 ori pe parcursul ultimei luni. Atât bărbații, cât și femeile au menționat într-o proporție mai mare că nu au consumat 5 sau mai multe porții de alcool pe parcursul ultimelor 30 de zile (94% dintre femei și 64% dintre bărbați). Cu toate acestea, ponderea bărbaților care a consumat mai mult de 5 porții de alcool la o singură ocazie cu o frecvență de 2 - 4 ori în ultima lună este cu 16 p.p. mai mare decât cea a femeilor.

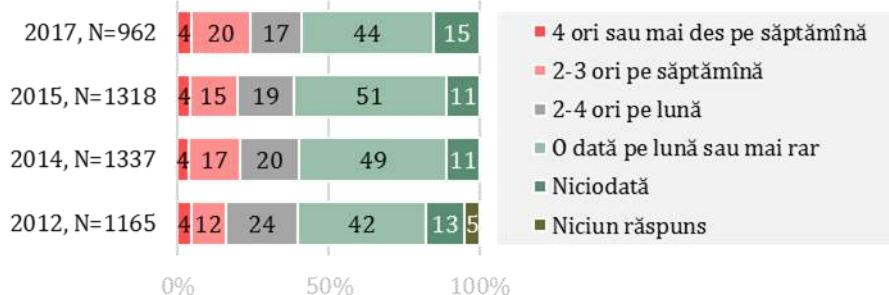
Figura 11: Pe parcursul lunii precedente (ultimelor 30 de zile) de câte ori ați consumat 5 sau mai multe porții (băuturi standard) la o singură ocazie?, %



În ceea ce privește consumul de alcool din ultimul an, 15% dintre respondenți au menționat că nu au consumat nici o porție de băuturi alcoolice (Fig. 12). În comparație cu 2015 și 2014, în 2017, ponderea respondenților care nu au consumat alcool în ultimul an crește cu 4 p.p., iar în comparație cu 2012 – cu 2 p.p.. Totodată, se înregistrează o creștere cu 5 p.p. a ratei respondenților care, pe parcursul ultimului an, au consumat cel puțin o băutură cu o frecvență de 2-3 ori pe săptămână (de la 15% - în 2015 la 20% - în 2017).

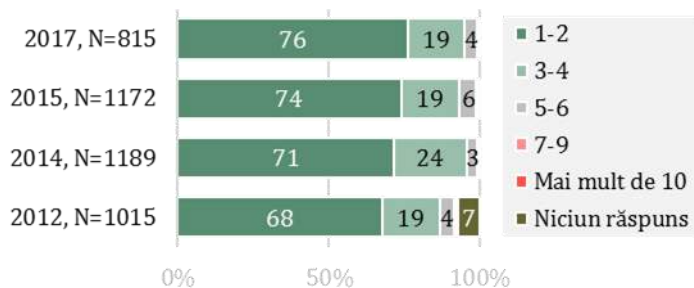
57% dintre respondenții de sex feminin au răspuns că pe parcursul ultimului an, o dată pe lună sau chiar mai rar au consumat cel puțin o băutură alcoolică standard. Spre deosebire de femei, bărbații au specificat că au consumat mai frecvent o băutură alcoolică standard. Astfel, 56% dintre respondenții de sex masculin au consumat cel puțin o băutură alcoolică standard de 2 ori pe lună și mai des, iar 30% o dată pe lună sau mai rar.

Figura 12: Pe parcursul ultimului an, cât de des ați consumat cel puțin o băutură alcoolică standard?, %



Similar cu rezultatele studiilor precedente, pe parcursul ultimului an, cei mai mulți dintre respondenți consumatori de alcool (76%) obișnuiau să bea 1-2 porții de alcool într-o zi obișnuită de consum (Fig. 13). Numărul porțiilor consumate diferă în funcție de sexul respondenților. Astfel, marea majoritate (91%) a femeilor consumă 1 – 2 porții de alcool pe parcursul unei zile obișnuite în care consumă alcool. Între timp, bărbații, în proporție de 60%, au indicat că ei consumă o cantitate similară, iar fiecare al treilea bărbat consumă o cantitate de 3 – 4 porții într-o zi în care consumă alcool.

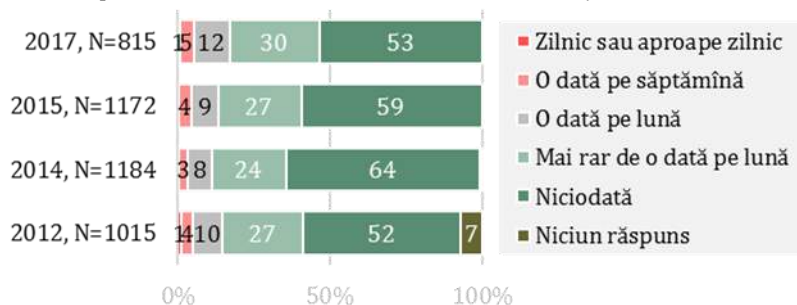
Figura 13: Pe parcursul ultimului an, câte porții de băuturi alcoolice consumați de obicei pe parcursul unei zile obișnuite în care consumați alcool?, %



Mai mult de jumătate din numărul respondenților (53%) care au consumat alcool pe parcursul ultimului an, nu au consumat 5 sau mai multe porții la o ocazie (Fig. 14). Cota acestora s-a micșorat cu 6 p.p., comparativ cu anul 2015. Totodată, 30% au consumat această cantitate mai rar decât o dată pe lună, 12% - o dată pe lună, iar 5% - o dată pe săptămână.

3 din 4 femei niciodată nu consumă mai mult de 5 porții de alcool la o ocazie (petrecere, întâlnire etc.). Ponderea bărbaților care nu consumă alcool în cantitate mai mare de 5 porții la o ocazie este mai mică decât cea a femeilor cu 46 p.p. Cei mai mulți dintre bărbați (42%) beau 5 sau mai multe porții de alcool mai rar de o dată pe lună. Diferențe de consum avem și în cazul segmentării respondenților în funcție de regiunea de trai. În sud este concentrat un număr mai mare de respondenți care obișnuiesc să consume mai mult de 5 porții la o ocazie, dat fiind faptul că 43% niciodată nu consumă mai mult. În timp ce în nord și centru, cota acelor care nu consumă este de 57% și, respectiv, 56%.

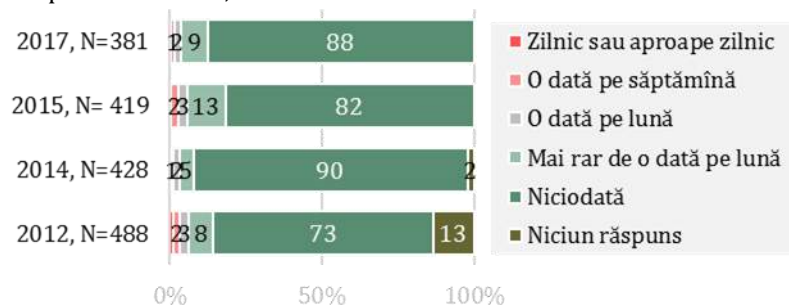
Figura 14: Pe parcursul ultimului an, cât de des consumați 5 sau mai multe porții la o ocazie ?, %



Dintre persoanele care au consumat 5 și mai multe porții de băutură la o singură ocazie, cota celor care-și pierd controlul consumului s-a redus de la 18% - în 2015 la 12% - în 2017. Concomitent, cota celor care-și mențin controlul după o cantitate semnificativă consumată a crescut până la 88% - în 2017 de la 82% - în 2015.

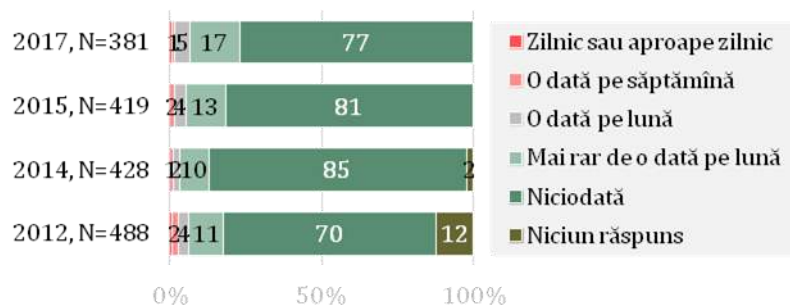
Marea majoritate a femeilor (96%), dar și a bărbaților (91%) nu a avut situații în care nu s-au putut opri din a consuma alcool odată ce au început a bea (Fig. 15).

Figura 15: Cât de des vi s-a întâmplat în ultimul an să nu vă puteți opri din consumul de băuturi alcoolice, odată ce ați început a consuma?, %



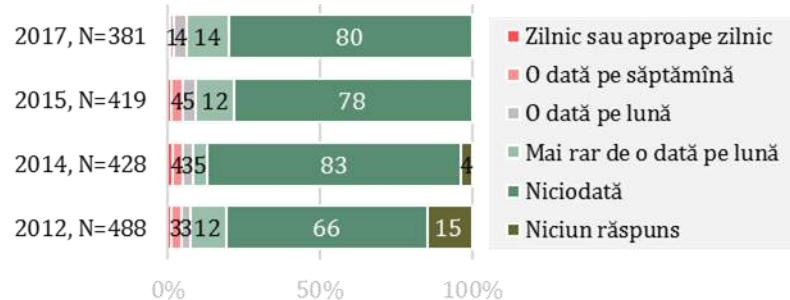
În 2017, crește cota celor care nu-și îndeplinesc responsabilitățile obișnuite/zilnice din cauza consumului de alcool și constituie 23%, față de 19% - în 2015, 13% - în 2014 și 17% - în 2012 (Fig.16). Bărbații, respondenții din mediul rural, dar și cei din sud s-au confruntat cu consecințe similare ale consumului de alcool într-o proporție mai mare.

Figura 16: Cât de des pe parcursul ultimului an nu ați fost în stare să faceți ceea ce vi s-a cerut din motiv că ați consumat băuturi alcoolice?, %



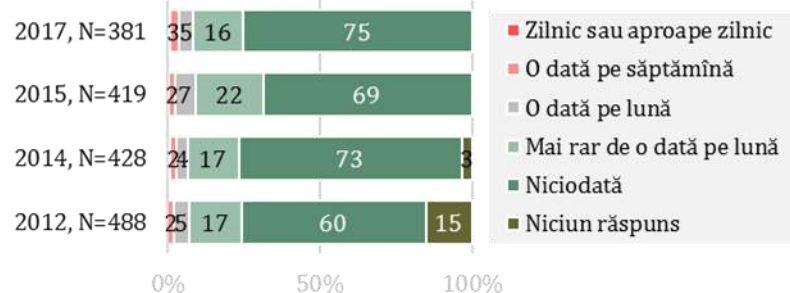
5% dintre respondenții care au avut cazuri de consum mai mare de 5 porții de alcool la o singură ocazie pe parcursul ultimului an, cel puțin o dată pe lună, au simțit necesitatea de a bea alcool dimineața pentru a-și reveni după o sesiune de consum exagerat de alcool (Fig.17). Cota acestora era dublă în 2015. A crescut rata celor care mai rar de o dată pe lună au avut o asemenea necesitate (de la 12% - în 2014 la 14% - în 2015) din contul celor care nu au avut o asemenea stare niciodată.

Figura 17: Cât de des pe parcursul ultimului an ați avut nevoie de un pahar de alcool dimineața pentru a putea începe ziua după un consum excesiv de alcool din ziua precedentă?, %



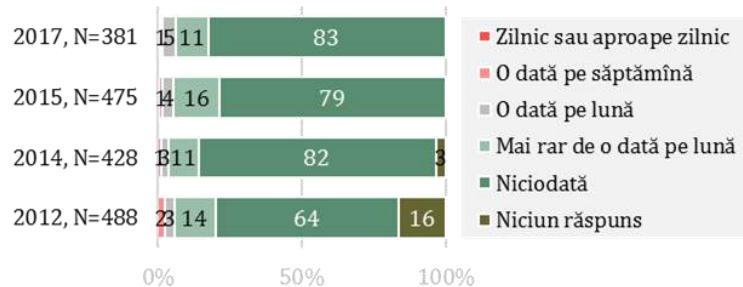
1 respondent din 4 a avut mustrări de conștiință după o sesiune exagerată de consum al alcoolului. Astfel, ponderea acestora scade de la 31% - în 2015 la 25% - în 2017 (Fig. 18).

Figura 18: Cât de des pe parcursul ultimului an v-ați simțit vinovat sau ați avut remușcări după ce ați băut?, %



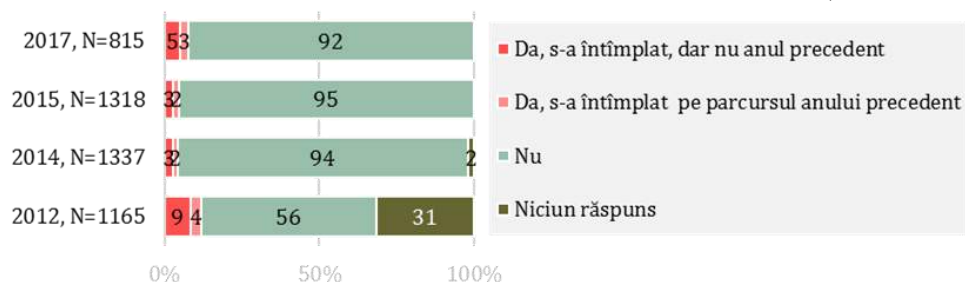
Cota celor care nu au reușit să-și amintească evenimentele din noaptea precedentă din cauza consumului exagerat de alcool (5 porții și mai mult) s-a micșorat de la 21% (2015) la 17% (2017), dar este mai mare comparativ cu 2014 (15%) (Fig. 19). Dintre aceștia, rata celor care au avut asemenea situație mai des de o dată pe lună a rămas aproximativ aceeași (6% - în 2017, față de 5% - în 2015 și 2012 și 4% - în 2014).

Figura 19: Cât de des pe parcursul ultimului an nu ați fost în stare să vă amintiți ce s-a întâmplat noaptea precedentă din motiv că ați consumat băuturi alcoolice?, %



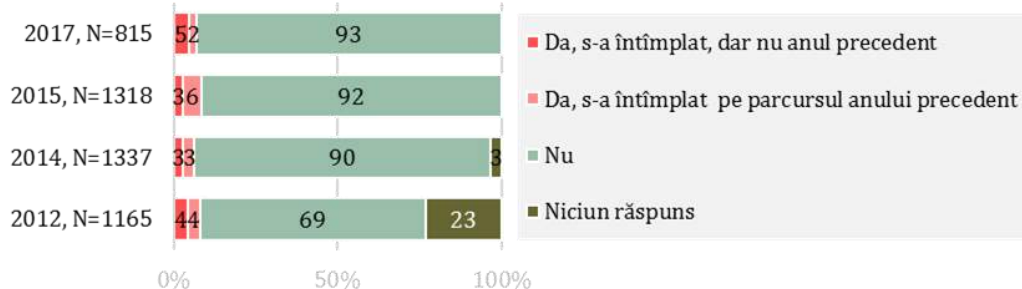
Cota persoanelor care au afirmat că li s-a întâmplat ca în urma consumului lor de alcool să fie accidentat cineva crește, în comparație cu anul 2015 cu 3 p.p., și constituie 8% (Fig. 20).

Figura 20: Dvs. sau altcineva a fost rănit ca urmare a consumului Dvs. de alcool?, %



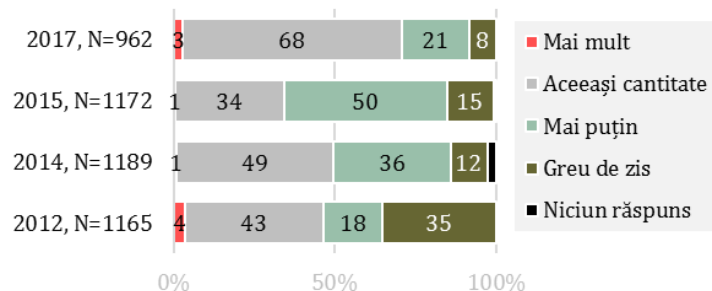
7% dintre respondenți au menționat că li s-a întâmplat ca o rudă, un prieten, doctorul sau un asistent medical să fie îngrijorat de consumul său de alcool, sugerându-le să consume mai puțin (Fig. 21). În anul 2015, această pondere a constituit 9%, în 2014 - 6%, iar în 2012 - 8%.

Figura 21: S-a întâmplat ca o rudă, un prieten, doctorul sau un asistent medical să fie îngrijorat de consumul dvs. de alcool sugerându-vă să consumați mai puțin?, %



Întrebați despre cât consumă acum față de 30 de zile în urmă, 68% din respondenții care consumă alcool au specificat că consumă aceeași cantitate (față de 34% înregistrați în 2015) (Fig. 22). Deși majoritatea bărbaților (63%) și femeilor (72%) au estimat că întrebuințează aceeași cantitate ca și 30 de zile în urmă, ponderea bărbaților care a menționat că consumă mai puțin este cu 4 p.p. mai mare decât cea a femeilor.

Figura 22: În comparație cu 30 de zile în urmă, consumați mai mult, mai puțin sau aceeași cantitate de băuturi alcoolice? (întrebarea pentru consumatori de alcool), %

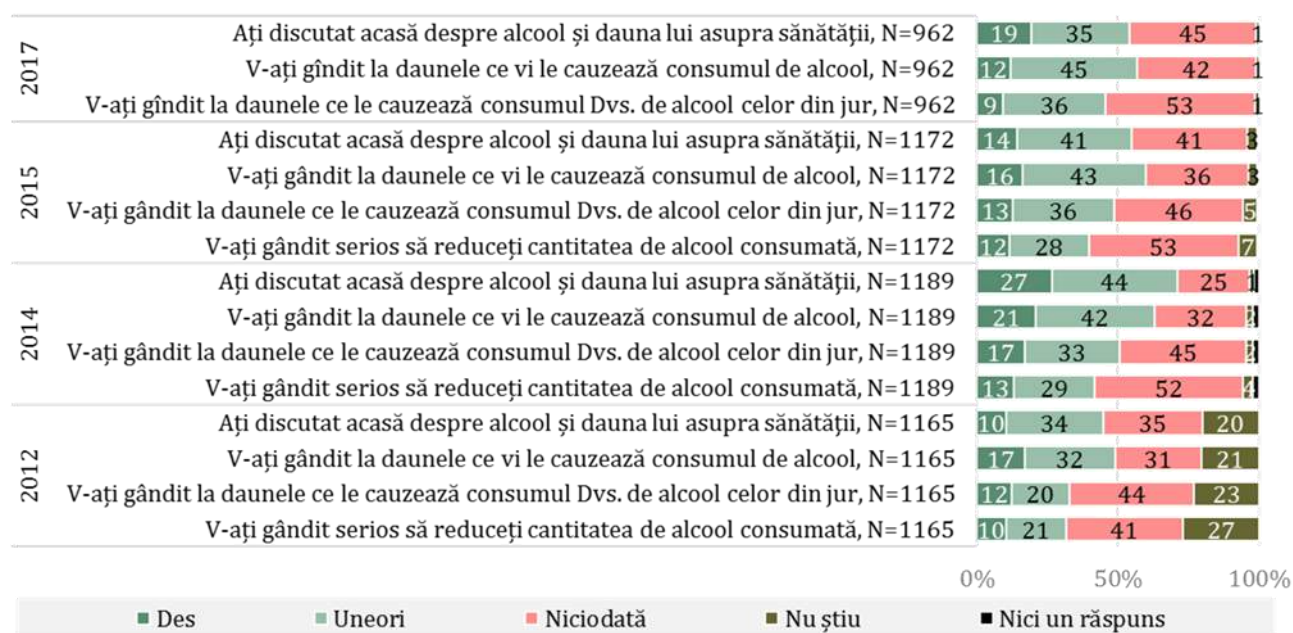


În comparație cu anul 2015, în 2017, crește cu 5 p.p. ponderea celor care au discutat acasă *des* despre daunele ce le cauzează consumul de alcool celor din jur (Fig. 23). Totodată, scade rata celor care au vorbit despre daunele consumului de alcool *uneori* (de la 41% - în 2015 la 35% - în 2017).

Ponderea respondenților care s-au gândit la consecințele nocive ale alcoolului asupra propriului organism scade (Fig. 23). Astfel, în 2015, s-au gândit la daunele ce le sunt cauzate de consumul de alcool 59% dintre consumatori, iar în 2017, ponderea acestora constituia 57%.

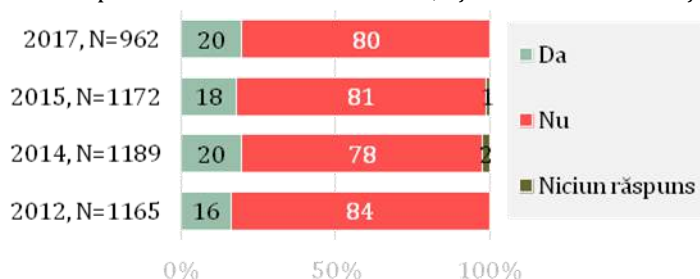
9% din respondenții consumatori de alcool și-au pus deseori problema daunelor provocate de ei celor din jur (Fig. 23). Această cotă este cu 4 p.p. sub nivelul cotei înregistrate în 2015. Conștientizarea daunelor provocate celor din jur i-a determinat pe 36% să se gândească uneori la asta, atât în 2017, cât și în 2015.

Figura 23: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, cât de des ...? (întrebarea pentru consumatori de alcool), %



În 2017, la fel ca și în 2014, 20% dintre consumatori de alcool au încercat pe parcursul ultimelor 30 de zile să reducă din consumul de alcool (Fig. 24). În anul 2015, ponderea acestora a constituit 18%, iar în 2012 - 16%. În 2017, fiecare al patrulea respondent de sex masculin a încercat să reducă consumul de alcool, în timp ce 15% dintre femei au avut aceeași tentativă. În funcție de mediul de trai al respondenților, se observă că respondenții din mediul urban au avut intenția de a reduce consumul de alcool într-o proporție mai mare (24%) decât cei din mediul rural (16%).

Figura 24: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, ați încercat să reduceți cantitatea de alcool consumată?, %



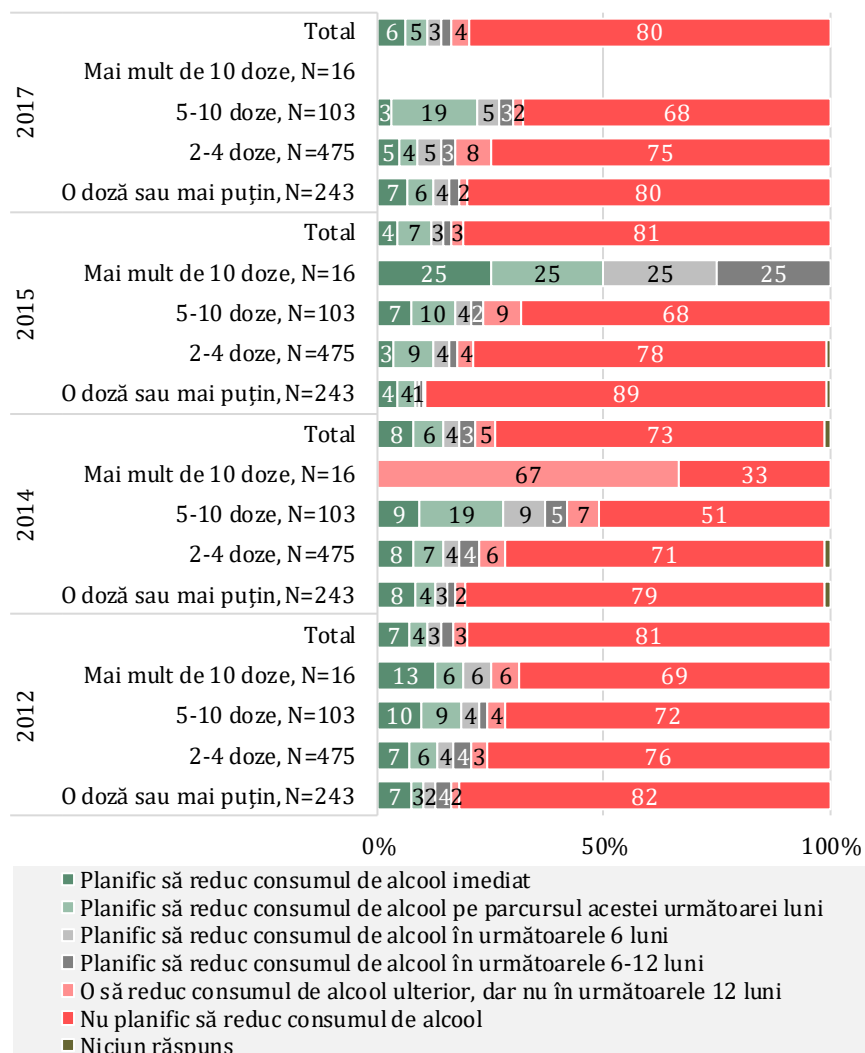
12% dintre consumatorii de alcool au relatat că, pe parcursul ultimelor 30 zile, cineva din familie a încercat să îi convingă să reducă din cantitatea de alcool consumată (Fig. 25). Ponderea acestora s-a mărit, în comparație cu anii 2015 și 2014, cu 3 p.p.. Familia bărbaților a avut tentativa de a-i convinge să reducă din consumul de alcool într-o proporție mai mare decât cea a femeilor. Astfel, în cazul a 19% dintre bărbați și a 6% dintre femei, familia a încercat să influențeze volumul de consum. Mai puțină implicare din partea familiei au simțit respondenții din nord și cei cu vârsta de 16 – 25 de ani.

Figura 25: Pe parcursul ultimelor 30 de zile, a încercat cineva din gospodăria Dvs. să vă convingă să reduceți cantitatea de alcool consumată? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %



În ceea ce privește planurile de a reduce consumul de alcool, în general, ponderea respondenților care nu planifică să reducă consumul scade cu 1 p.p., în comparație cu 2015, și constituie 80%.

Figura 26: Care dintre următoarele afirmații cel mai bine descrie părerea Dvs. referitor la consumul de alcool? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %

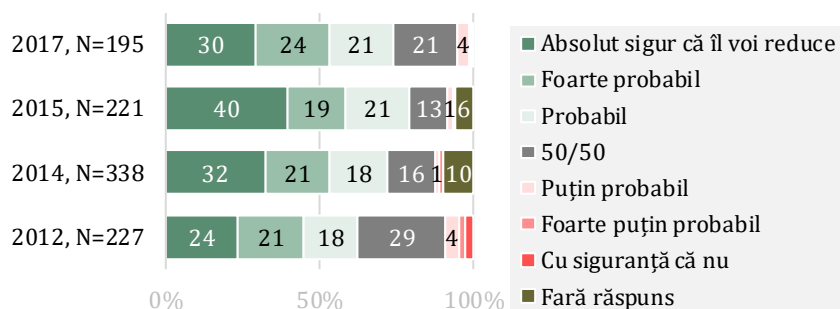


30% dintre consumatorii de alcool care planifică să reducă din consum sunt *absolut siguri că vor reduce* pentru totdeauna consumul de alcool, 24% - *foarte probabil îl vor reduce* și câte 21% - *probabil îl vor reduce* și 50/50 (Fig. 27). Suma ponderilor respondenților care sunt *absolut siguri* și *foarte probabil* să reducă din consumul de alcool este cu 5 p.p. mai mică, în comparație cu răspunsurile respondenților din 2015 (54%, în comparație cu 59%).

Mai puțin siguri de reușită în intenția de a reduce cantitatea de alcool consumată sunt respondenții de sex masculin și cei din nordul și sudul Republicii Moldova. Astfel, 72% bărbați, 70% respondenți din nord și 71% din sud au afirmat că este probabil¹ să reducă din consumul de alcool. În contrast, ponderea femeilor și respondenților din centru care au afirmat același lucru este de 77%.

¹ Indicator integrat ce a însumat cota respondenților care au afirmat absolut sigur că îl voi reduce, foarte probabil și probabil vor reduce consumul de alcool

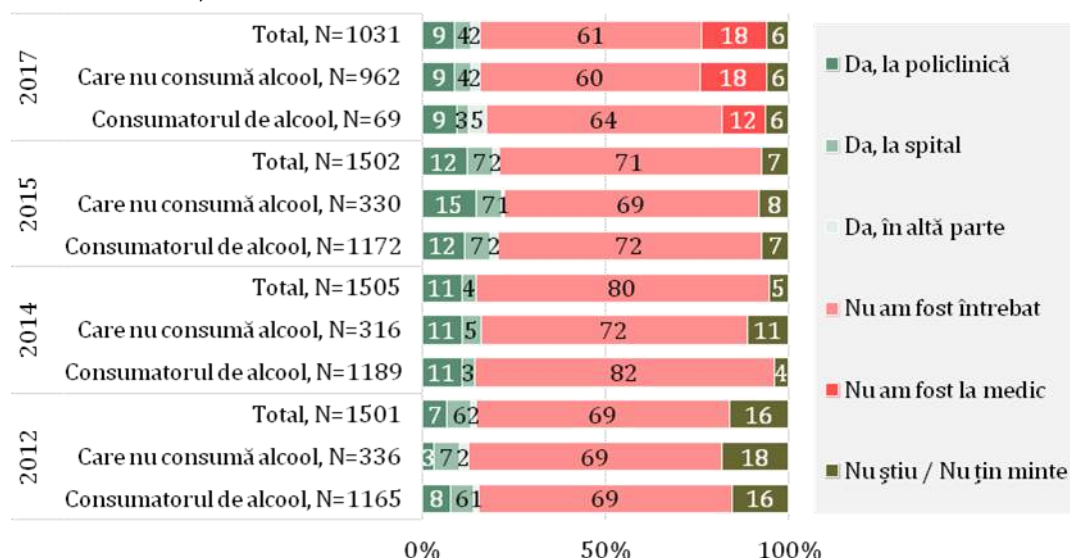
Figura 27: Care este probabilitatea ca Dvs. să reduceți consumul de alcool? (întrebarea pentru consumatorii de alcool), %



15% dintre toți respondenții au fost întrebați în decursul celei mai recente programări la medic/ control medical despre obiceiul de a consuma alcool (Fig. 28). Ponderile nu se deosebesc semnificativ în cazul consumatorilor de alcool față de cei care nu consumă alcool, dar scad cu 5 p.p. în comparație cu 2015.

Despre consumul de alcool au fost întrebați în timpul celei mai recente programări la medic o pondere mai mare a consumatorilor de alcool din regiunea de sud (20%), respondenții cu un venit mai mic de 5700 MDL (20%) și cei cu vârsta de 46 – 55 de ani (35%).

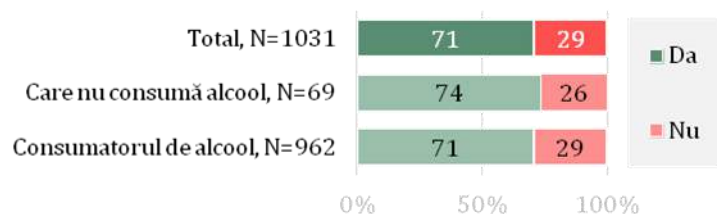
Figura 28: În timpul ultimei vizite la doctor/ revizie medicală, ați fost întrebat (/ă) despre consumul Dvs. de băuturi alcoolice?, %



Este de remarcat faptul că majoritatea respondenților a întâlnit/ văzut vreo publicitate sau informație despre dauna consumului de alcool asupra sănătății (71%) (Fig. 29). Pondere a persoanelor care au observat publicitatea sau informația despre alcool și dauna lui asupra sănătății pe parcursul ultimului an este mai mare în rândurile celor care nu consumă alcool, comparativ cu cei care consumă băuturi alcoolice (74%, comparativ cu 71%).

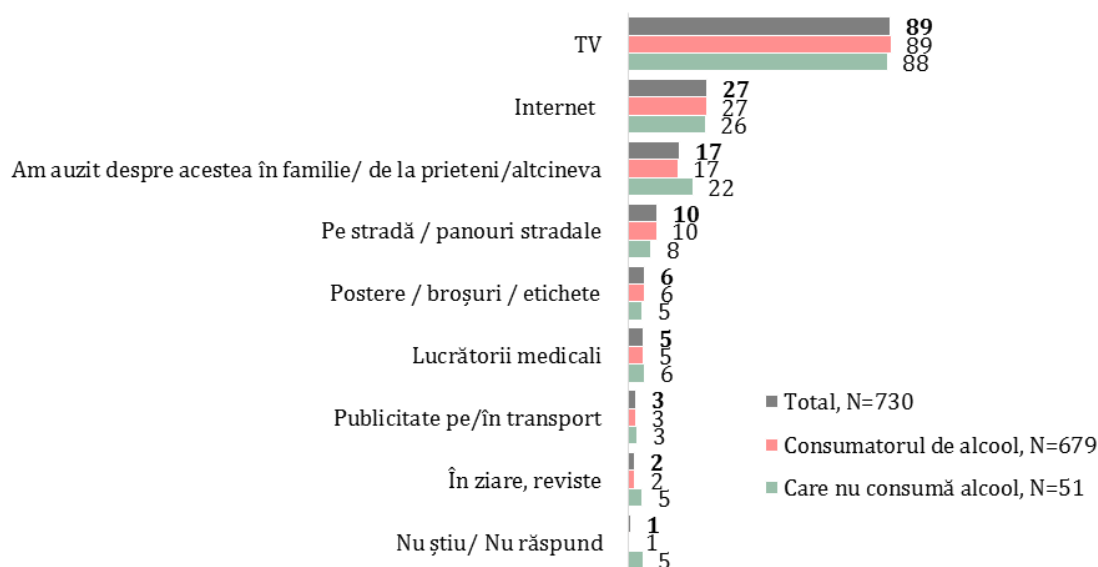
O pondere egală de bărbați și femei au fost expuși unui mesaj informativ despre dauna consumului de alcool asupra sănătății. Totodată, putem observa o pondere mai mare a respondenților din mediul urban, regiunile nord și sud (câte 73% pentru fiecare segment de respondenți) care au văzut o publicitate cu un mesaj similar.

Figura 29: Pe parcursul ultimului an, ați întâlnit/văzut vreo publicitate sau informație despre alcool și dauna lui asupra sănătății?, %



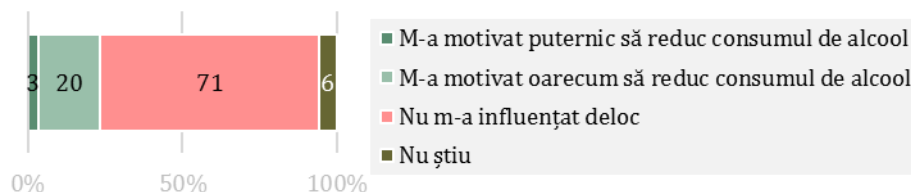
Televizorul este sursa de informare primordială cu privire la campaniile anti-alcool (Fig. 30) atât pentru consumatori, cât și pentru non-consumatori de alcool (89% și, respectiv, 88%).

Figura 30: Pe parcursul ultimului an ați întâlnit/văzut vreo publicitate sau informație despre alcool și dauna lui asupra sănătății?, %



Cei mai mulți dintre consumatorii de alcool care au văzut vreo informație sau publicitate despre alcool în ultimul an nu s-au simțit motivați să reducă din consumul de alcool (71%), iar 23% au afirmat că publicitatea i-a motivat să reducă din consumul de alcool (Fig. 31). Cel mai puternic influențați de publicitate au fost bărbații. 26% dintre aceștia, în comparație cu 20% dintre femei, au fost motivați² să reducă din consumul de alcool. Același impact l-a avut publicitatea în rândul respondenților de 16 – 25 de ani. În urma expunerii la spotul publicitar, 27% dintre tinerii de 26-35 de ani s-au simțit motivați să reducă din consumul de alcool.

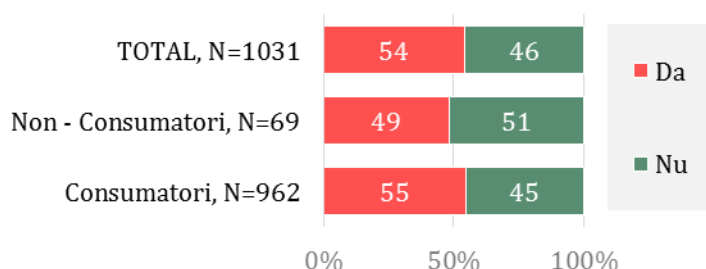
Figura 31: Dvs. credeți că această publicitate v-a motivat într-o oarecare măsură să reduceți din consumul de alcool?, %



² Indicator integrat ce include ponderea respondenților care au fost motivați puternic să reducă din consumul de alcool și au fost motivați într-o oarecare măsură să reducă din consumul de alcool.

Din totalul respondenților, 54% au văzut publicitate sau alte elemente promoționale pentru alcool. În rândul consumatorilor de alcool, cota celor ce au văzut publicitate despre alcool este cu 6 p.p. mai mare decât cea a non consumatorilor de alcool (Fig. 32).

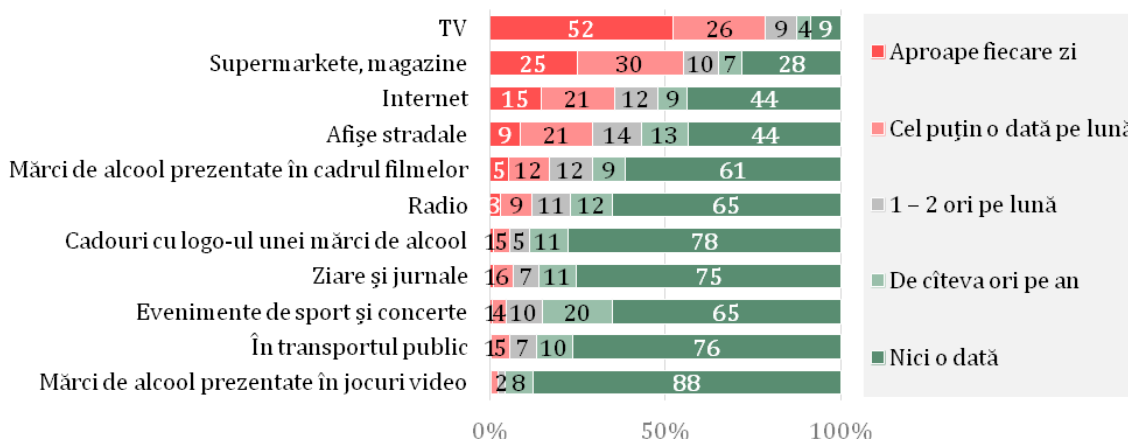
Figura 32: Pe parcursul ultimului an (12 luni) ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) și/ori alte elemente promoționale (reduceri de prețuri, oferte etc.) despre alcool?, %



Fiecare al doilea respondent a văzut publicitatea pentru băuturile alcoolice la TV cu o frecvență de *aproape în fiecare zi*, iar fiecare al patrulea, cu aceeași frecvență – în supermarketuri și magazine (Fig. 33). Cel mai puțin a fost observată o publicitate a mărcilor de alcool în jocuri. Astfel, 88% dintre respondenți au afirmat că nu au observat vreo marcă de alcool în jocurile video.

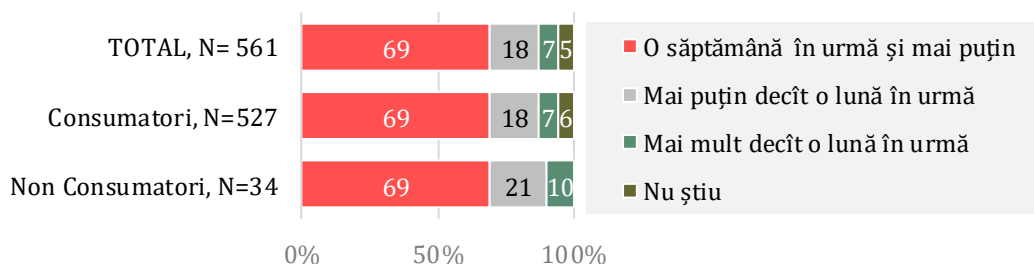
La evenimentele de sport și concerte au observat publicitate pentru băuturile alcoolice 35% dintre respondenți: 4% - cel puțin o dată pe lună; 10% - 1 sau 2 ori pe lună, iar 20% - de câteva ori pe an.

Figura 33: Pe parcursul ultimului an (12 luni), cât de des ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) despre alcool?, %



Cei mai mulți dintre respondenți (69%), indiferent de statutul acestora, consumatori sau non – consumatori, au văzut o publicitate sau un element promoțional cel mult o săptămână în urmă (Fig. 34). 18% și, respectiv, 7% au văzut mai puțin decât o lună în urmă și mai mult decât o lună în urmă. O săptămână în urmă și mai puțin, au văzut o publicitate despre alcool un număr mai mare a respondenților din nord (73%). În sud și centru cota respondenților care a văzut publicitatea despre alcool este de 69% și, respectiv, 67%.

Figura 34: Când ultima dată ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) despre alcool?, %

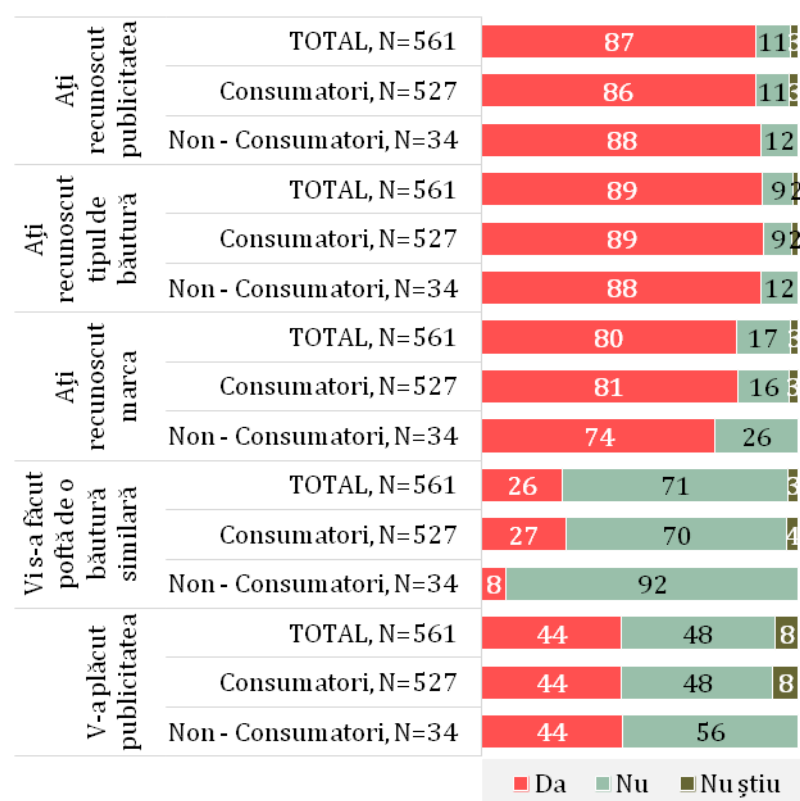


Cei mai mulți dintre respondenții care au văzut vreun spot publicitar pentru băuturi alcoolice au recunoscut publicitatea (87%), tipul de băutură (89%) și marca (80%) (Fig. 35). Cota consumatorilor și non-consumatorilor care au recunoscut marca și tipul de băutură este aproximativ similară. În ceea ce privește recunoașterea mărcii, non-consumatorii, într-o măsură mai mică, au recunoscut marca, în comparație cu consumatorii (74% dintre non-consumatori și 81% dintre consumatori).

Stimularea dorinței de a consuma băutura promovată a fost recunoscută de către 26% dintre respondenții care au văzut publicitate pentru alcool (Fig. 35). În rândul non-consumatorilor, această pondere este mai mică, constituind 8%.

O cotă de 44% dintre respondenți, atât non-consumatori, cât și consumatori, au afirmat că le-a plăcut publicitatea văzută.

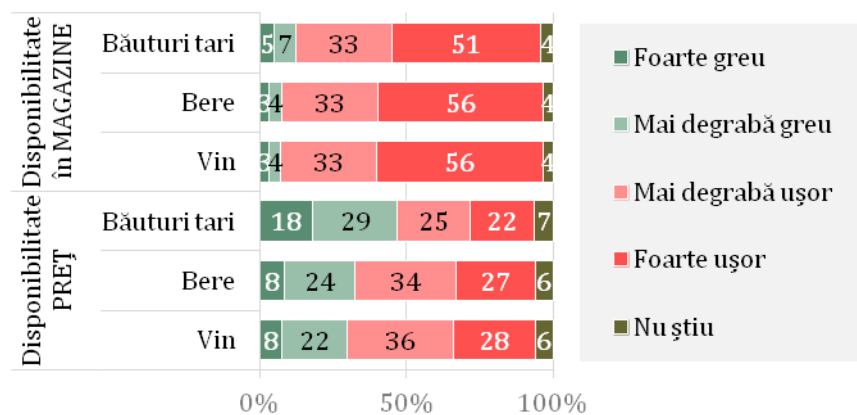
Figura 35: Când ultima dată ați văzut sau ați auzit publicitate (reclamă) despre alcool?, %



Din punct de vedere al accesibilității după preț, respondenții consideră că, dacă ar vrea, le-ar fi mai simplu să obțină vin și bere decât băuturi tari (Fig. 36). Astfel, 64% și, respectiv, 61% dintre respondenți au afirmat că le-ar fi foarte ușor sau mai degrabă ușor să obțină vin și bere, în timp ce despre băuturile tari au o părere similară 47% dintre respondenți.

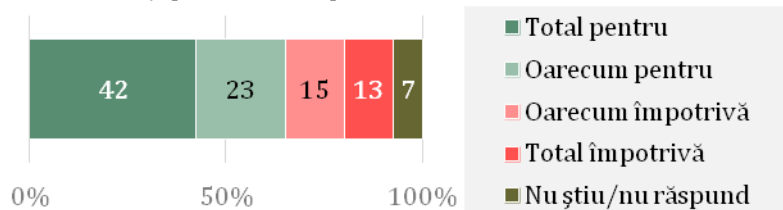
În ceea ce privește disponibilitatea în magazine, respondenții cred băuturile alcoolice mai accesibile decât din punct de vedere al prețului. Astfel, câte 89% dintre respondenți cred vinul și berea sunt foarte ușor sau mai degrabă ușor de găsit în magazine, iar băuturile tari - cu 5 p.p. mai puțin.

Figura 36: Luând în calcul prețul pentru o porție standard de băuturi alcoolice, cât de ușor ar fi să obțineți ... dacă ați dori acest lucru?, %



3 din 4 respondenți susțin comercializarea alcoolului doar în unități sau magazine specializate, iar 28% - sunt împotrivă (Fig. 37). O pondere mai mare de femei sunt de acord cu comercializarea băuturilor alcoolice doar în magazinele specializate. Astfel, 70% dintre femei ar susține inițiativa, în timp de bărbații susțin ideea în proporție de 59%.

Figura 37: Sunteți pentru sau împotrivă ca alcoolul să fie vândut doar în unități sau magazine specializate?, %



CAPITOLUL II:

CUNOȘTINȚE ȘI

ATITUDINI PRIVIND

CONSUMUL NOCIV DE

ALCOOL

Al doilea capitol conține informații despre cunoștințele și atitudinile moldovenilor cu referire la consumul nociv de alcool.

CAPITOLUL II: CUNOȘTINȚE ȘI ATITUDINI REFERITOARE LA CONSUMUL NOCIV DE ALCOOL

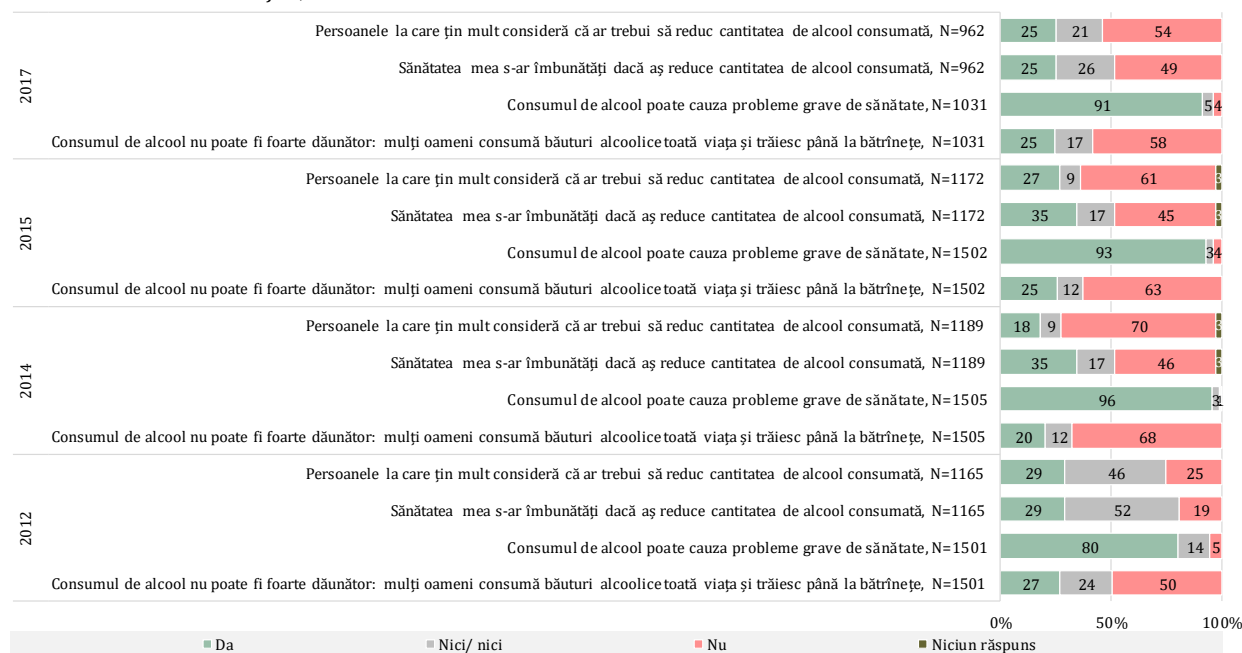
Prezentul capitol conține informații despre cunoștințele și atitudinile moldovenilor cu referire la consumul nociv de alcool. Este efectuată analiza în dinamică a atitudinilor și cunoștințelor din anul 2017, față de anii 2015, 2014 și 2012.

Atât în 2017, cât și în 2015, ponderea persoanelor care nu este de acord cu afirmația *"Consumul de alcool nu poate fi foarte dăunător: mulți oameni consumă băuturi alcoolice toată viața și trăiesc până la bătrânețe"* constituie 75% (Fig. 38). Această opinie este împărtășită de o pondere mai mare de bărbați, locuitori din regiunea de sud și respondenți cu vârsta de 16 – 25 și 46 – 55 de ani.

91% din tot eșantionul cunosc despre faptul că *"alcoolul poate cauza probleme grave de sănătate"*, pondere care s-a diminuat cu 2 p.p., în comparație cu anul 2015 (Fig. 38). Impactul negativ al consumului de alcool asupra sănătății este conștientizat de o pondere mai mare a locuitorilor din mediul rural – 94%, în comparație cu 88% dintre locuitorii din orașe. Totodată, se înregistrează diferențe privind conștientizarea impactului negativ al consumului de alcool asupra sănătății în funcție de regiunea de trai și venitul respondenților. Astfel, ponderi mai mari se înregistrează în nord și printre respondenții cu un venit mai mic de 3800 MDL.

La moment, fiecare al patrulea consumator de alcool este de acord cu afirmația *"Sănătatea mea s-ar îmbunătăți dacă aș reduce cantitatea de alcool consumată"* (Fig. 38). O pondere similară este de acord cu afirmația *"Persoanele la care țin mult consideră că ar trebui să reduc din cantitatea de alcool consumată"*. Fiecare al treilea bărbat a manifestat acord cu fiecare dintre aceste 2 afirmații.

Figura 38: O să vă citesc câteva afirmații despre consumul de alcool. Indicați în ce măsură sunteți sau nu de acord cu fiecare afirmație., %



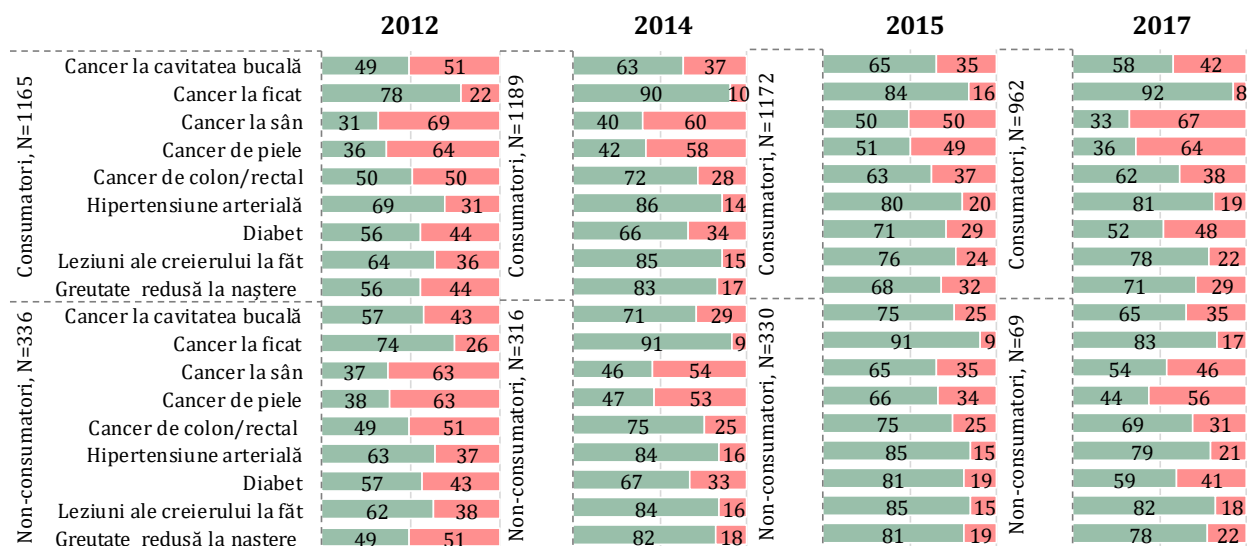
***Pentru a obține răspuns totalizat "da", au fost unite categoriile de răspuns "total de acord" și "de acord", iar pentru a obține răspuns "nu", au fost unite răspunsurile "complet nu de acord" și "nu de acord".**

Pentru afirmațiile „persoanele la care țin mult consideră că ar trebui să reduc din cantitatea de alcool consumată” și „sănătatea mea s-ar îmbunătăți dacă aș reduce cantitatea de alcool consumată” au răspuns doar consumatorii de alcool, iar pentru celelalte 2 afirmații – toți respondenții.

Cu referire la maladiile ce le poate provoca alcoolul, în 2017, respondenții au manifestat un nivel mai scăzut de cunoaștere a bolilor și leziunilor cauzate de consumul alcoolului, în comparație cu 2015 (Fig. 39). Totuși, atât consumatorii de alcool, cât și non-consumatorii au menționat într-o măsură mai mare că alcoolul poate cauza *cancer la ficat, hipertensiune arterială, leziuni ale creierului la făt, retard mintal, greutate redusă la naștere și diabet*.

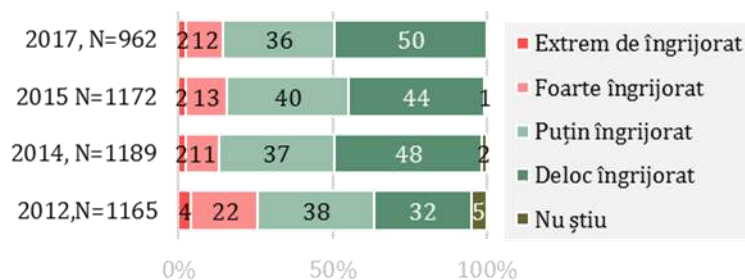
Pentru fiecare dintre maladii, ponderea femeilor care au afirmat că ele cunosc a fost mai mare decât a bărbaților.

Figura 39: Din cele ce cunoașteți, băuturile alcoolice pot cauza...?, %



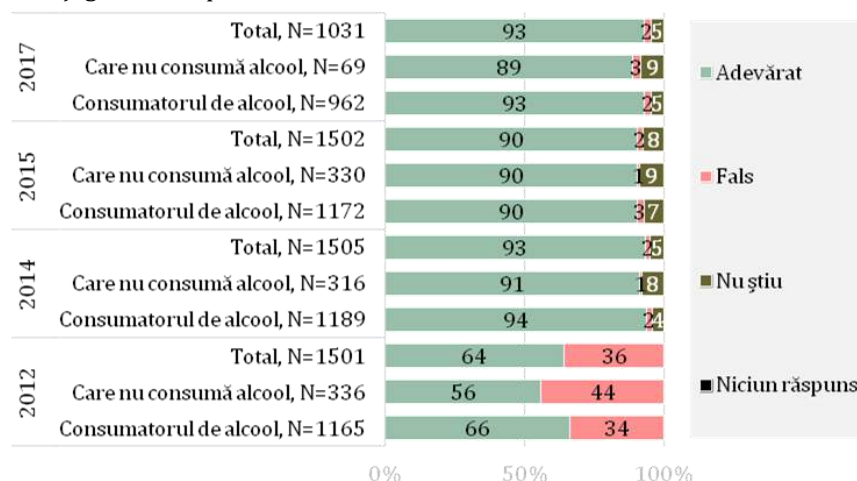
În 2017, jumătate dintre respondenți au afirmat că nu sunt deloc îngrijorați de efectul consumului de băuturi alcoolice asupra sănătății acestora în viitor, iar 36% - puțin îngrijorați (Fig. 40). Cota respondenților îngrijorați scade cu 1 p.p., în comparație cu 2015, și constituie 14%. Un număr mai mare de respondenți din sud (21%), dar și cu vârsta de 46 – 55 de ani (16%) sunt îngrijorați de efectele alcoolului.

Figura 40: Cât de îngrijorat (/ă) sunteți de efectul consumului de băuturi alcoolice asupra sănătății dvs. în viitor? %



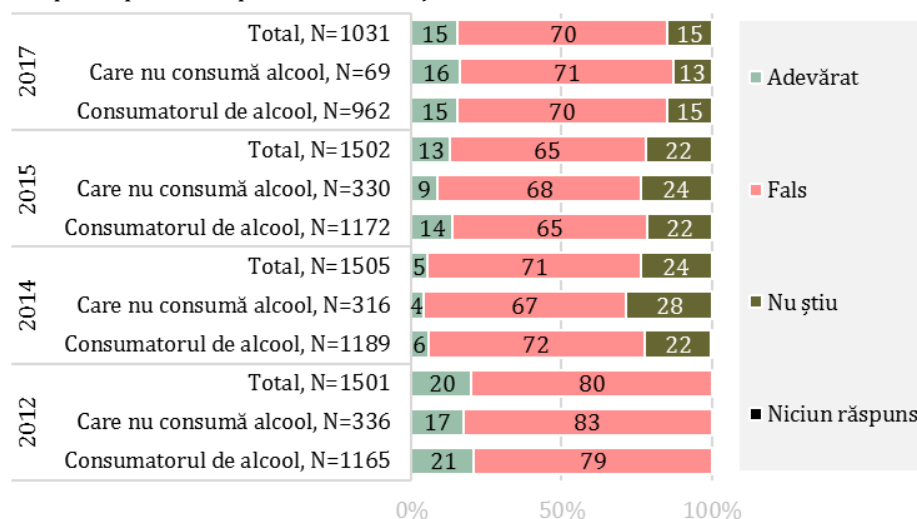
Afirmația conform căreia consumul de alcool în timpul sarcinii poate conduce la dizabilități grave la copii este considerată adevărată de marea majoritate a respondenților (93%). În funcție de statutul respondentului, consumator, non-consumator de băuturi alcoolice, se observă că o pondere mai mare a consumatorilor de alcool sunt de acord cu această afirmație (93% - în rândul consumatorilor și 89% - în rândul non-consumatorilor). Totodată, o cotă mai mare dintre femei (96%), respondenți cu vârsta cuprinsă între 46 – 55 de ani (96%), dar și cei cu venituri mai mici de 3800 MDL (95%) cunosc despre probabilitatea dezvoltării dizabilităților la copii, dacă în timpul sarcinii se consumă alcool.

Figura 41: Cum considerați, este adevărată sau nu afirmația: "Consumul de alcool în timpul sarcinii poate duce la dizabilități grave la copil"?, %



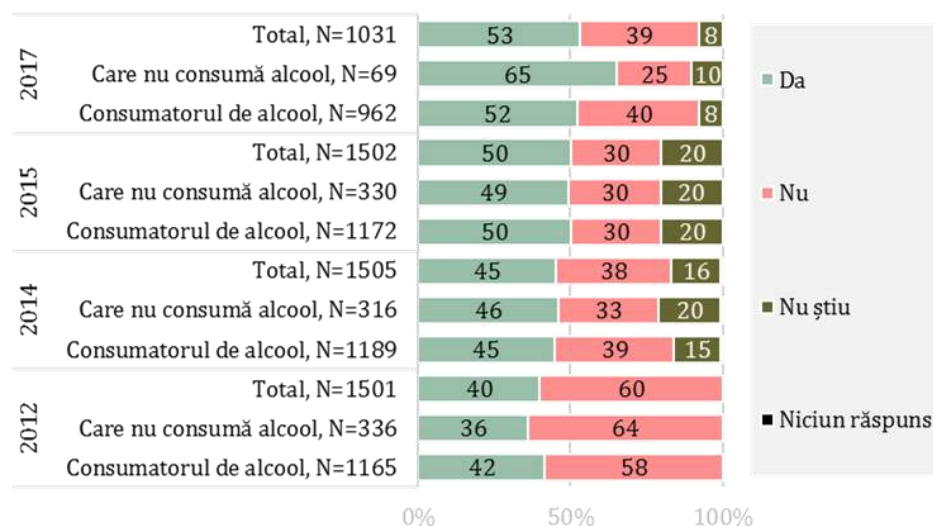
În 2017, 15% din respondenți consideră adevărat faptul că efectele determinate de consumul de alcool în timpul sarcinii asupra copilului dispar odată cu creșterea lui. De același lucru sunt convingeți și 1 din 5 locuitori din mediul urban.

Figura 42: Cum considerați, este adevărat sau nu că: "Efectele determinate de consumul de alcool în timpul sarcinii asupra copilului dispar odată cu creșterea lui"?, %



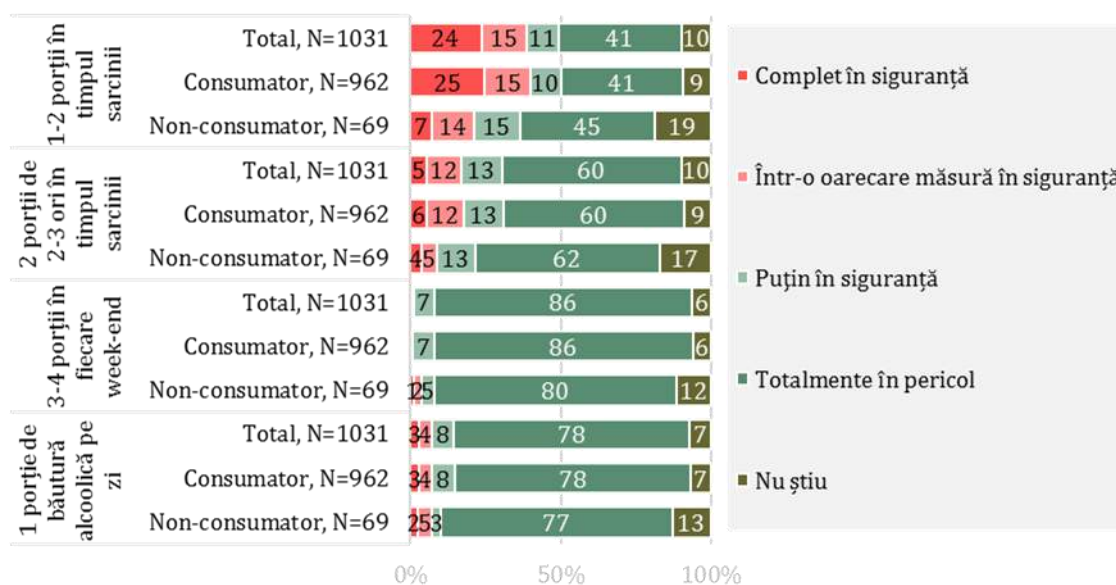
53% dintre moldoveni au afirmat că au întâlnit vreo informație despre efectele consumului de alcool asupra copilului în timpul sarcinii, ceea ce constituie o creștere cu 3 p.p., în comparație cu anul 2015. Femeile, respondenții din mediul urban, dar și cei cu vârsta de 26 – 45 de ani au fost expuși unui mesaj informativ despre dauna consumului de alcool în timpul sarcinii într-o proporție mai mare.

Figura 43: Dvs. ați întâlnit vreo informație despre efectele consumului de alcool asupra copilului în timpul sarcinii?, %



Referitor la efectele alcoolului asupra fătului, 24% din totalul populației consideră complet în siguranță consumul cantității de 1-2 porții de alcool în timpul sarcinii. Odată cu creșterea frecvenței de consum, scade ponderea celor care consideră sigur consumul de alcool și crește procentajul respondenților care consideră consumul de alcool în timpul sarcinii ca fiind unul totalmente periculos. Totodată, non-consumatorii de alcool cred, într-o măsură mai mare, că consumul alcoolului în timpul sarcinii este periculos, în comparație cu consumatorii, indiferent de cantitatea și frecvența consumului.

Figura 44: Cu referire la efectele alcoolului asupra fătului, cum considerați, cât de sigur ar fi consumul următoarelor cantități de băuturi alcoolice?, %



CAPITOLUL III:

PROFILUL SOCIO-

DEMOGRAFIC AL

CONSUMATORULUI

DE ALCOOL

CAPITOLUL III: PROFILUL SOCIO - DEMOGRAFIC AL CONSUMATORULUI DE ALCOOL

Acest capitol include date despre profilul consumatorului de alcool și non-consumatorului, în comparație cu profilul total al populației. În general, 73% dintre respondenți privesc televizorul zilnic, 8% - de 4-6 ori pe săptămână și 8% - de 2-3 ori pe săptămână. Obişnuințele consumatorilor și non-consumatorilor nu variază semnificativ, în comparație cu total eşantion. 31% dintre moldoveni menționează că ascultă radioul zilnic și 9% - de 4-6 ori pe săptămână. Citirea ziarelor sau revistelor are loc mai rar decât privirea televizorului și ascultarea radioului. Majoritatea respondenților le răsfoiește o dată pe săptămână și mai rar decât o dată pe săptămână. 71% dintre respondenți utilizează internetul zilnic. Cinematograful este vizitat atât de consumatorii, cât și de non-consumatorii de alcool mai rar decât o dată pe lună.

Tabel 3: Profilul socio-demografic al unui consumator de alcool în plan comparativ cu cel al unui non consumator de alcool, %

		Consumator, N=962	Non- consumator, N=69	TOTAL, N=1031
Privirea televizorului	Zilnic	73	71	73
	4-6 ori pe săptămână	8	10	8
	2-3 ori pe săptămână	9	5	8
	0 dată pe săptămână	2	2	2
	De 2 ori pe lună	1	0	1
	0 dată pe lună	1	0	1
	0 dată la 2-3 luni	1	1	1
	0 dată la 6 luni	0	0	0
	Mai rar	3	4	3
	Nu privesc TV	3	7	4
	Nu țin minte	0	0	0
Ascultarea radioului	Zilnic	32	15	31
	4-6 ori pe săptămână	9	8	9
	2-3 ori pe săptămână	8	10	8
	0 dată pe săptămână	4	4	4
	De 2 ori pe lună	2	8	3
	0 dată pe lună	2	9	2
	0 dată la 2-3 luni	1	2	1
	0 dată la 6 luni	1	2	1
	Mai rar	12	15	12
	Nu ascult radio	27	25	27
	Nu țin minte	2	3	2
Citiți reviste/ziare	În fiecare zi	2	4	2
	4-6 ori pe săptămână	2	3	2
	2-3 ori pe săptămână	6	8	6
	0 dată pe săptămână	10	12	10
	De 2 ori pe lună	3	4	3
	0 dată pe lună	5	2	5
	0 dată la 2-3 luni	3	9	3
	0 dată la 6 luni	2	2	2
	Mai rar	17	19	17
	Niciodată	47	36	47
	Nu țin minte	3	0	3

		Consumator, N=962	Non- consumator, N=69	TOTAL, N=1031
Utilizați internetul	În fiecare zi	71	71	71
	4-6 ori pe săptămână	5	4	5
	2-3 ori pe săptămână	4	4	4
	0 dată pe săptămână	1	1	1
	De 2 ori pe lună	0	0	0
	0 dată pe lună	1	1	1
	0 dată la 2-3 luni	0	0	0
	0 dată la 6 luni	1	0	1
	Mai rar	3	2	3
	Niciodată	14	17	14
	Nu țin minte	1	0	1
Mergeți la cinematograf	În fiecare zi	0	0	0
	4-6 ori pe săptămână	0	0	0
	2-3 ori pe săptămână	0	0	0
	0 dată pe săptămână	0	0	0
	De 2 ori pe lună	1	2	1
	0 dată pe lună	4	7	4
	0 dată la 2-3 luni	4	6	4
	0 dată la 6 luni	4	9	4
	Mai rar	14	14	14
	Niciodată	62	53	62
	Nu țin minte	10	9	10
Copii în familie	Nu	46	46	46
	Da	54	54	54

CAPITOLUL IV:

ANALIZĂ

MULTIVARIATĂ

CAPITOLUL IV: ANALIZĂ MULTIVARIATĂ

Pentru a identifica influența accesului la publicitatea/informația cu privire la cunoștințele consumatorilor de alcool și ale celor care nu beau referitor la efectele negative ale etanolului asupra sănătății, a fost realizată o analiză de regresie logistică. Acele criterii care sunt marcate cu verde au intrat într-un model ce au o semnificație statistică. Acele celule care sunt marcate cu verde reprezintă faptul dacă persoana a fost sau nu expusă la informația din campanie și dacă, într-adevăr, expunerea influențează asupra nivelului de cunoștințe sau asupra atitudinii sale față de aspecte legate de consumul alcoolului menționate în tabel.

Tabel 4: Rezultatele regresiei logistice despre efectul expunerii la informația din campanie anti-alcool asupra atitudinilor

Atitudini		Consumatorii de alcool				Atitudini		Non-consumatori de alcool			
		p	Odds Ratio	Limita de jos	Limita de sus			p	Odds Ratio	Limita de jos	Limita de sus
1	Băuturile alcoolice pot cauza cancer la cavitatea bucală, faringe, laringe, esofag, Chi-pătrat=45.715, Sig.=0.000					1	Chi-pătrat=11.711, Sig.=0.230				
	Regresia logistică	0.844	1.046	0.666	1.644		Regresia logistică	0.595	1.807	0.203	16.053
2	Băuturile alcoolice pot cauza cancer la ficat, Chi-pătrat=29.303, Sig.=0.004					2	Chi-pătrat=18.749, Sig.=0.027				
	Regresia logistică	0.054	0.471	0.219	1.014		Regresia logistică	0.999	0.876	0.093	8.262
3	Băuturile alcoolice pot cauza cancer la sân, Chi-pătrat=27,326, Sig.=0.007					3	Chi-pătrat=6.453, Sig.=0.694				
	Regresia logistică	0.154	0.750	0.505	1.114		Regresia logistică	0.995	1.005	0.198	5.104
4	Băuturile alcoolice pot cauza cancer de piele, Chi-pătrat=23.538, Sig.=0.024					4	Chi-pătrat=6.337, Sig.=0.706				
	Regresia logistică	0.081	0.711	0.484	1.044		Regresia logistică	0.986	1.014	0.213	4.826
5	Băuturile alcoolice pot cauza cancer de colon/ rectal (la intestine), Chi-pătrat=64.109, Sig.=0.000					5	Chi-pătrat=8.903, Sig.=0.446				
	Regresia logistică	0.180	0.751	0.493	1.142		Regresia logistică	0,914	1.129	0.125	10.197
6	Băuturile alcoolice pot cauza hipertensiune arterială, Chi-pătrat=40.336, Sig.=0.014					6	Chi-pătrat=14.486, Sig.=0.106				
	Regresia logistică	0.781	0.943	0.624	1.426		Regresia logistică	0.709	0.557	0.026	12.028
7	Băuturile alcoolice pot cauza diabet, Chi-pătrat=25.155, Sig.=0.000					7	Chi-pătrat=4.106, Sig.=0.904				
	Regresia logistică	0.933	1.022	0.620	1.685		Regresia logistică	0.569	1.840	0.225	15.027
8	Băuturile alcoolice pot cauza leziuni ale creierului la făt, retard mintal, Chi-pătrat=83.735, Sig.=0.000					8	Chi-pătrat=11.726, Sig.=0.229				
	Regresia logistică	0.639	0.870	0.487	1.556		Regresia logistică	0.998	2.504	0.752	8.335
9	Băuturile alcoolice pot cauza greutate redusă la naștere, Chi-pătrat=72.392, Sig.=0.000					9	Chi-pătrat=26.252, Sig.=0.002				
	Regresia logistică	0.035	0.589	0,359	0.964		Regresia logistică	0.259	0.000	0.000	498328.484

Tabel 5: Rezultatele regresiei logistice despre efectul expunerii la informația din campanie anti-alcool asupra cunoștințelor

Cunoștințe		Consumatorii de alcool				Cunoștințe		Non-consumatori de alcool			
		p	Odds Ratio	Limita de jos	Limita de sus			p	Odds Ratio	Limita de jos	Limita de sus
1	Consumul de alcool poate cauza probleme grave de sănătate, Chi-pătrat=30.431, sig.=0.002					1	Chi-pătrat=13.674, Sig.=0.134				
	Regresia logistică	0.035	1.690	1.038	2.752		Regresia logistică	0.707	1.388	0.251	7.673
2	Persoanele la care țin mult consideră că eu trebuie să reduc cantitatea de alcool consumată, Chi-pătrat=39.719, sig.0.000					N/A					
	Regresia logistică	0.684	0.934	0.674	1.295						
3	Consumul de alcool nu poate fi foarte dăunător, mulți oameni consumă băuturi alcoolice, Chi pătrat=60.158, sig.=0.000					3	Chi pătrat=13.546, Sig.=0.139				
	Regresia logistică	0.203	1.247	0.888	1.752		Regresia logistică	0.284	3.043	0.397	23.352
4	Sănătatea mea s-ar îmbunătăți dacă aș reduce cantitatea de alcool consumată, Chi-pătrat=43.325, sig.=0.000					N/A					
	Regresia logistică	0.141	1.290	0.919	1.810						

CONCLUZII

CONCLUZII

Studiul, bazat pe date cantitative primare, a fost realizat conform metodologiei studiilor KAP (cunoștințe, atitudini și practici) și a stabilit nivelul de cunoștințe al populației referitor la daunele consumului nociv de alcool, atitudinile și practicile populației privind consumul de alcool.

Cunoștințe

Marea majoritatea a populației (91%) cunoaște că consumul de alcool poate cauza probleme grave de sănătate. În raport cu studiul precedent, cota acestora înregistrează o descreștere de 2 p.p. Despre dauna consumului de alcool în timpul sarcinii este informată majoritatea respondenților. Astfel, 93% dintre respondenți (+3 p.p. mai mulți respondenți decât în studiul precedent) au afirmat că consumul de alcool în timpul sarcinii duce la dizabilități grave la copii.

Au fost expuși publicității despre dauna consumului de alcool 71% dintre respondenți. Dintre aceștia, cei mai mulți (89%) au văzut mesajul la televizor. Fiecare al doilea respondent a fost expus publicității pentru băuturile alcoolice la TV cu o frecvență de aproape în fiecare zi, iar fiecare al patrulea, cu aceeași frecvență – în supermarketuri și magazine.

Atitudini

La capitolul ce ține de atitudini, remarcăm o tendință de creștere a ponderii respondenților care au discutat acasă despre daunele ce le cauzează consumul de alcool celor din jur. Totodată, rata celor care au vorbit despre daunele provocate de consumul de alcool asupra propriului organism scade în comparație cu 2015 (de la 61% în 2015 la 57% - în 2017). Cu toate acestea, cota respondenților care au încercat să reducă din cantitatea de alcool consumată se menține la același nivel ca și în 2015.

Practici

În prezent, 93% dintre respondenți au consumat vreodată (o porție deplină, nu doar o înghițitură) băuturi alcoolice, adică, cu 5 p.p. mai mulți față de 2015 (88%). Cu toate acestea, consumul de băuturi alcoolice din ultima lună a scăzut față de 2015 cu 2 p.p.

Preferințele pentru băuturi alcoolice se modifică, astfel, scade cota celor care consumă mai des vin (de la 69% - în 2015 la 56% - în 2017). Această scădere este determinată de creșterea ratei respondenților care consumă bere mai frecvent (de la 19% - în 2015 la 30% - în 2017). Un factor care explică diferențele ar fi următorul - colectarea datelor a avut loc în intervale diferite: studiul din 2015 a fost efectuat în perioada februarie-martie, iar cel din 2017 - în perioada mai - iunie.

Cota respondenților care au consumat alcool pe parcursul ultimei luni s-a diminuat cu 2 p.p. și constituie 67%, în comparație cu 69% - în 2015. De asemenea, scade și numărul porțiilor consumate la o ocazie (de la 2.4 - în 2015 la 2.2 - în 2017). Totodată, în rândul respondenților s-a înregistrat, în medie, un consum maxim de 4.4 porții de alcool, astfel, încât 55% dintre respondenți consumă de la 2 la 4 porții la o ocazie. Tot la capitolul număr de porții, observăm că mai multor respondenți, în raport cu rezultatele studiului precedent, li s-a întâmplat pe parcursul ultimei luni să consume 5 sau mai multe porții la o ocazie (47% în 2017 și 41% în 2015).

În ultimul an, scade cota consumatorilor de alcool, dar și cantitatea consumată la o ocazie. Astfel, rata respondenților care au întrebuințat alcool se diminuează cu 4 p.p. față de 2015 și constituie 85% iar rata celor care consumă de la 1 - 2 porții crește cu 2 p.p. (de la 74% - în 2015 la 76% - în 2017).

Majoritatea a afirmat că pe parcursul ultimului an nu i s-a întâmplat să nu se poată opri după ce a început a consuma băuturi alcoolice și cota acestora este mai mică decât în 2015 (-6 p.p.). Studiul curent a înregistrat o pondere mai mare a persoanelor care au constatat că în decursul ultimului an au fost situații când ei nu erau în stare să facă ceea ce se aștepta de la ei în mod normal, din motivul consumului de alcool (de la 19% - în 2015 până la 23% - în 2017). Cu toate acestea, o descreștere de procentaj poate fi observată la capitolul necesității de a bea de dimineața pentru a reveni după o sesiune de consum exagerat de alcool (de la 22% - în 2014 la 20% - în 2015).

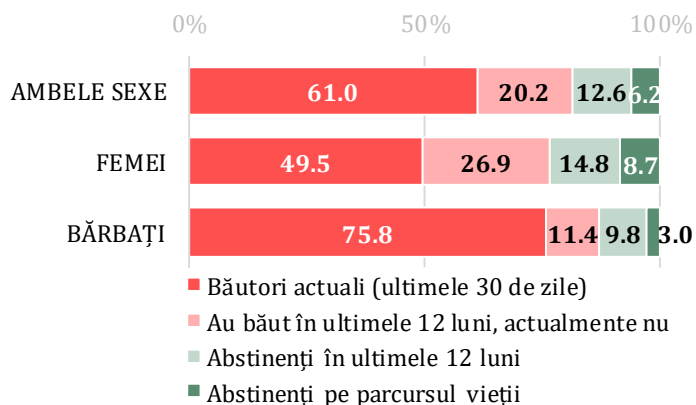
ANEXE

ANEXA 1: CUNOȘTINȚE. ATITUDINI. PRACTICI ÎN RÂNDUL POPULAȚIEI CU VÂRSTA 18 – 69 DE ANI

Obiceiurile de consum ale alcoolului, frecvența consumului de alcool și riscurile asociate cu consumul de alcool au fost studiate în funcție de sex, vârstă și mediul de rezidență al respondenților cu vârsta de 18 – 69 de ani participanți în studiu.

Din toți respondenții cu vârsta cuprinsă între 16 – 69 de ani, 61% (ÎI 95%: 58.5% – 63.6%) au consumat alcool pe parcursul ultimelor 30 de zile. Cota femeilor care au consumat alcool pe parcursul ultimei luni este inferioară, comparativ cu cea a bărbaților. Astfel, 75.8% dintre bărbați au declarat că au consumat alcool, în timp ce cota femeilor consumatoare constituie 49.5%. În comparație cu studiul STEPS din 2013, ponderea consumatorilor actuali este în descreștere cu 0.9 p.p. Per segmentele de sex ale respondenților, se observă o micșorare a cotei femeilor consumatoare de alcool (-4 p.p.), iar pentru bărbați se înregistrează o tendință inversă, de creștere (+6 p.p.).

Figura 45: Situația privind consumul de alcool, pe sexe



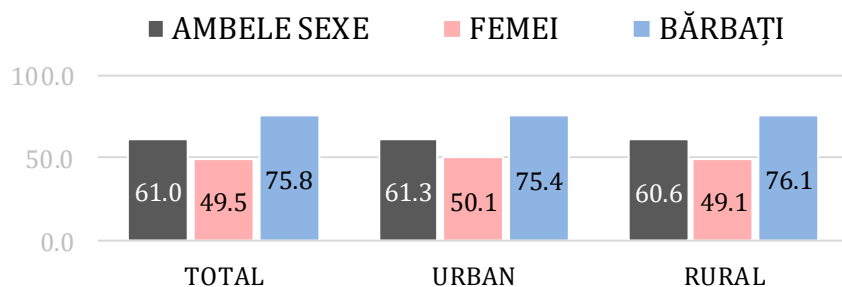
Analiza consumului curent de alcool pe categorii de vârstă și sex scoate în evidență o pondere mai mică de consumatori de alcool în rândul respondenților de ambele sexe cu vârsta cuprinsă între 60 – 69 de ani. În anul 2013, s-a înregistrat aceeași tendință. Cu toate acestea, o pondere mai mică decât media totală pe bărbați și, respectiv, femei s-a înregistrat și pentru segmentul de vârstă de 18 – 29 de ani. În 2017, cota consumatorilor de alcool cu vârsta 18 – 29 de ani este mai mare decât media generală pe categorii de respondenți divizați după sex, dar mai mică în comparație cu segmentele de vârstă 30 – 44 de ani și 45 – 59 de ani.

Tabelul 6: Distribuția consumatorilor actuali de alcool pe sexe și grupuri de vârstă

Grupul de vârstă (ani)	AMBELE SEXE			FEMEI			BĂRBAȚI		
	n	%	ÎI 95%	n	%	ÎI 95%	n	%	ÎI 95%
18-29	219	63.4	56.8 - 70.0	84	49.7	39.0 - 60.4	135	76.6	68.2 - 85.0
30-44	243	64.3	58.0 - 70.6	128	56.0	47.3 - 64.7	115	77.1	68.0 - 86.2
45-59	259	64.3	58.2 - 70.4	115	53.1	44.0 - 62.2	144	77.3	69.1 - 85.5
60-69	183	51.3	44.1 - 58.5	87	39.2	28.7 - 49.7	96	71.2	61.2 - 81.2
Total	904	61.0	57.7 - 64.3	415	49.5	44.7 - 54.3	489	75.8	71.4 - 80.2

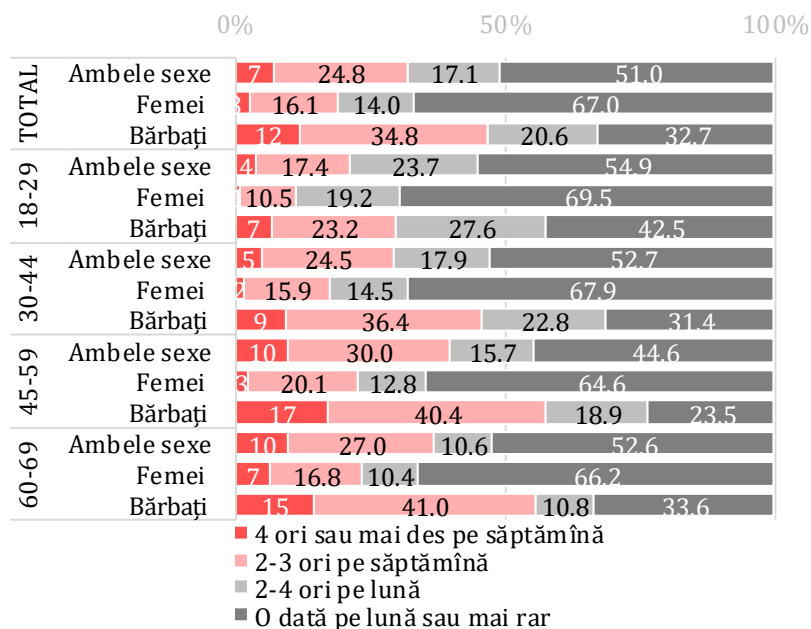
În funcție de mediu de rezidență al respondenților, constatăm o prevalență cu 0.7 p.p. mai mare a consumatorilor din mediul urban. Astfel în mediul urban ponderea consumatorilor actuali de alcool constituie 61.3%, iar în mediul rural 60.6%. În funcție de sexul respondenților, observăm că femeile din mediul urban consumă alcool în proporție de 50.1% ceea ce reprezintă o cotă cu 1 p.p. mai mare decât cea a femeilor consumatoare de alcool din mediul rural. În rândul bărbaților, tendința este inversă. Astfel, ponderea bărbaților din mediul urban care consumă alcool este mai mică decât cea a bărbaților din mediul rural (-0.7 p.p.).

Figura 46: Distribuția consumatorilor actuali de alcool pe sexe și medii de rezidență



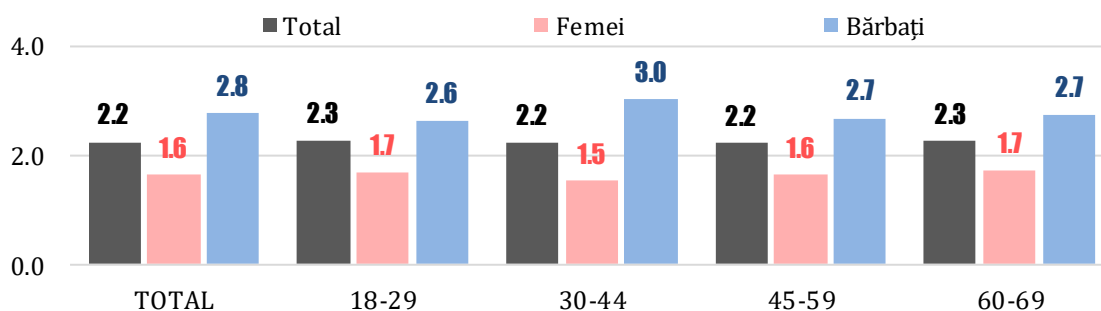
21.4% dintre consumatorii de alcool în ultimele 12 luni au menționat că au consumat alcool cu o frecvență de cel puțin 2 ori pe săptămână (4% au consumat alcool de cel puțin 4 ori pe săptămână, iar 17.4% - de 2 – 3 ori pe săptămână). Ponderea bărbaților care au indicat aceeași frecvență de consum este mai mare decât cea a femeilor consumatoare de alcool cu 18.6 p.p. (29.9% bărbați și 11.3% femei consumă alcool cel puțin de 2 ori pe săptămână). Respondenții care au indicat o frecvență mai înaltă de consum într-o proporție mai mare au vârsta de 45 – 59 de ani.

Figura 47: Frecvența consumului de alcool în ultimele 12 luni, pe sexe și grupuri de vârstă



Consumatorii actuali (respondenții care au consumat alcool în ultimele 30 de zile) au întrebuințat, în medie, 2.2 porții de alcool. Bărbații consumă aproximativ 2.8 porții la o ocazie de consum, în timp ce femeile - 1.6 porții. Pe segmente de vârstă, numărul mediu de porții nu diferă semnificativ.

Figura 48: Numărul mediu de băuturi standard la o ocazie de băut printre consumatorii actuali de alcool în ultimele 30 de zile pe sexe și grupuri de vârstă



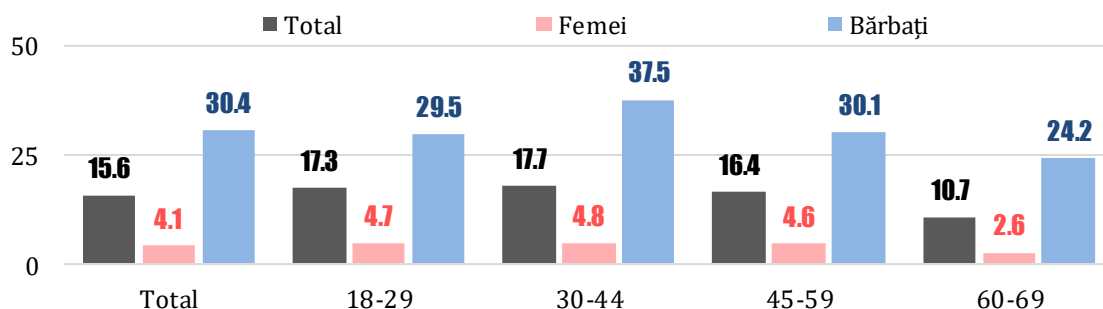
În funcție de reședință, nu există diferențe majore privind numărul mediu de porții consumate la o ocazie. Astfel, dacă respondenții din mediul urban au afirmat că ei consumă, în medie, 2.2 porții, atunci cei din mediul rural consumă 2.3 porții. Femeile din mediul urban au indicat un număr de porții consumat mai mare decât cele din mediul rural (+0.1 porții). Pentru bărbați avem tendința inversă: bărbații din sectorul rural consumă, în medie, mai mult decât cei din sectorul urban (+0.2 porții).

Tabelul 7: Numărul mediu de băuturi standard la o ocazie de băut printre consumatorii actuali de alcool (ultimele 30 de zile), pe sexe și medii de rezidență

	AMBELE SEXE			FEMEI			BĂRBAȚI		
	n	Numărul mediu de ocazii	ÎI 95%	n	Numărul mediu de ocazii	ÎI 95%	n	Numărul mediu de ocazii	ÎI 95%
Urban	667	2.2	2.1 - 2.3	370	1.7	1.5 - 1.8	297	2.6	2.5 - 2.8
Rural	816	2.3	2.2 - 2.4	467	1.6	1.5 - 1.7	349	2.8	2.7 - 3.0
Total	1483	2.2	2.2 - 2.3	837	1.6	1.5 - 1.7	646	2.8	2.6 - 2.9

Printre respondenții care au consumat vreodată băuturi alcoolice (un pahar, nu doar un pic pentru degustare), 15.6% au întrebuințat în ultima lună cel puțin la o singură ocazie 5 sau mai multe porții standard de alcool. Consumul de 5 și mai multe porții la o ocazie este specifică pentru 30.4% dintre bărbați și 4.1 femei (sau cu 26.3 p.p. mai mulți bărbați decât femei). Pe categorii de vârstă, o pondere mai mare de consumatori se înregistrează pe categoria de vârstă 30 – 44 de ani, după care urmează cei de 18 – 29 de ani.

Figura 49: Consumul a cinci și mai multe băuturi la o singură ocazie cel puțin o dată pe parcursul ultimelor 30 de zile printre populația totală



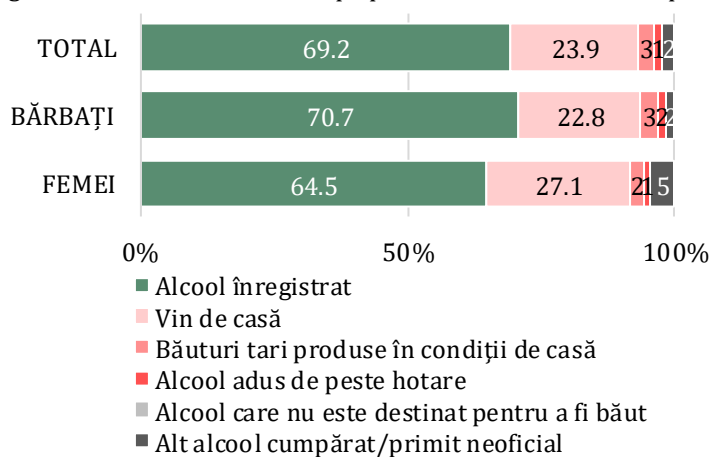
28% dintre respondenți consumatori actuali de alcool (consumatori în ultimele 30 de zile) au consumat alcool neînregistrat pe parcursul ultimelor 7 zile: 32.7% în mediul rural și 22.6% în mediul urban. Bărbații consumă în o proporție mai mare alcool neînregistrat decât femeile, astfel 34.9% de bărbați și 22.7% femei au consumat alcool neînregistrat.

Tabelul 8: Consumul alcoolului neînregistrat, pe sexe și medii de rezidență

	AMBELE SEXE			FEMEI			BĂRBAȚI		
	n	%	ÎI 95%	n	%	ÎI 95%	n	%	ÎI 95%
Urban	141	22.6	30.9 - 14.4	64	19.1	6.9 - 31.4	77	26.8	15.6 - 38.0
Rural	251	32.7	38.9 - 26.5	109	25.5	16.1 - 34.9	142	41.7	33.5 - 49.9
Total	392	28.2	23.3 - 33.2	173	22.7	15.3 - 30.2	219	34.9	28.3 - 41.5

În ultimele 7 zile, din cantitatea totală de alcool consumat, 29.9% a fost alcool neînregistrat. Consumul de alcool neînregistrat este cu 6.2 p.p. mai mare în rândul femeilor decât în cel al bărbaților. Cantitatea de vin de casă consumată în ultimele 7 zile este mai mare decât alte tipuri de alcool neînregistrat. Astfel, 23.9% din toată cantitatea de alcool consumată a constituit vinul de casă.

Figura 50: Consumul de alcool pe parcursul ultimelor 7 zile, pe tipuri și sexe



Biroul Regional pentru Europa al OMS

Organizația Mondială a Sănătății (OMS) este o agenție specializată a Națiunilor Unite creată în 1948 care este nemijlocit responsabilă de subiectele sănătății internaționale și sănătatea publică. Biroul Regional pentru Europa al OMS este unul dintre cele șase birouri regionale care există în lume, fiecare având programul său propriu adaptat la condițiile specifice de sănătate ale țărilor deservite.

Statele membre

Albania
Andorra
Armenia
Austria
Azerbaidjan
Belarus
Belgia
Bosnia și Herțegovina
Bulgaria
Croația
Cipru
Republica Cehă
Danemarca
Elveția
Estonia
Finlanda
Franța
Georgia
Germania
Grecia
Islanda
Irlanda
Israel
Italia
Kazakhstan
Kyrgyzstan
Letonia
Lituania
Luxembourg
Fosta Republică Iugoslavă a Macedoniei
Malta
Marea Britanie
Monaco
Muntenegru
Norvegia
Olanda
Polonia
Portugalia
Republica Moldova
România
Federația Rusă
San Marino
Serbia
Slovacia
Slovenia
Spania
Suedia
Tadjikistan
Turcia
Turkmenistan
Ucraina
Ungaria
Uzbekistan

Original: ENGLISH

Organizația Mondială a Sănătății Biroul Regional pentru Europa Biroul OMS din Republica Moldova

Republica Moldova, or. Chișinău, str. Sfatul Țării, 29, MD-2012

Tel.: +373 22 83 99 60 Fax: +373 22 83 99 70

E-mail: eurowhomda@who.int

Website: www.euro.who.int