

Raport z ogólnopolskiego badania ankietowego na temat postaw wobec palenia tytoniu

TNS Pentor dla Głównego Inspektoratu Sanitarnego

Grudzień 2011

INFORMACJE O BADANIU

| | |
|---------------------------------|--|
| KLIENT: | Główny Inspektorat Sanitarny |
| TEMAT: | Raport z ogólnopolskiego badania ankietowego na temat postaw wobec palenia tytoniu |
| TERMIN REALIZACJI BADAŃ: | 2-8 grudnia 2011 |
| PRÓBA | Losowa, reprezentatywna, 1000 Polaków w wieku 15 i więcej lat |
| METODOLOGIA BADANIA: | Wywiady bezpośrednie w domach respondentów |
| AUTOR RAPORTU: | Beata Dąbrowska |

| | |
|--|--------------------|
| Informacje o badaniu..... | 2 |
| 1. Metodologia badań..... | 4 |
| 2. Wyniki..... | 6 |
| 3. Podsumowanie wyników..... | 30 |
| 4. Wnioski i rekomendacje..... | 32 |
| 5. Maksymalny błąd pomiaru | 33 |
| 6. Kontrola realizacji i jakości badania w TNS Pentor..... | 34 |
| 7. Kwestionariusz..... | 35 |

1. METODOLOGIA BADAŃ

Cel, założenia i przedmiot badań

Badanie zostało zrealizowane przez TNS Pentor na zlecenie Głównego Inspektoratu Sanitarnego. Głównym celem badania było dokonanie oceny postaw wobec palenia tytoniu wśród dorosłej (w wieku 15 i więcej lat) populacji Polski oraz stosunku społeczeństwa polskiego do wybranych elementów polityki zdrowotnej ograniczającej palenie oraz porównanie wybranych pytań z danymi z poprzednich pomiarów.

Organizacja badań

Badanie zostało wykonane w terminie 2-8 grudnia 2011 roku techniką komputerowych wywiadów bezpośrednich w domach respondentów na reprezentatywnej, liczącej 1000 osób, próbie ludności Polski powyżej 15 roku życia.

Wyniki najnowszego badania porównane zostały z wynikami badania zrealizowanego przez Fundację „Promocja Zdrowia” we współpracy z TNS OBOP w terminie 3-6 lutego 2011 roku na reprezentatywnej próbie 1005 respondentów oraz 23-26 lipca 2009 roku na reprezentatywnej, liczącej 1003 osoby, próbie ludności Polski powyżej 15 roku życia.

Źródła danych i dobór badanej próby

PENTOR OMNIBUS przeprowadzany jest techniką wywiadu osobistego ("twarzą w twarz"), wspomaganego komputerowo (CAPI). Wywiady realizowane są w domach respondentów, wieczorami i podczas weekendu, kiedy szansa zastania respondentów jest największa.

Do każdego sondażu losowanych jest 200 rejonów badawczych/ adresów startowych. Źródłem adresów jest Rządowe Centrum Ewidencji Ludności "Pesel" - dysponujące bazą adresową wszystkich mieszkańców kraju. W każdym z wylosowanych rejonów badawczych przeprowadzanych jest po pięć wywiadów. Pierwszy wywiad - z wylosowanym z imienia i nazwiska respondentem, następne cztery - kolejno, w co piątym odliczonym mieszkaniu/ gospodarstwie domowym na przemian z mężczyzną i kobietą. Jeżeli w gospodarstwie domowym znajduje się więcej osób spełniających wymogi próby, wywiad realizowany jest z osobą, która jako ostatnia obchodziła urodziny. Odliczanie mieszkań odbywa

się według specjalnej procedury tzw. metody lewej ręki, która precyzyjnie wyznacza kierunek poruszania się ankietera.

Próba pobierana jest warstwowo. Algorytm losowania adresów-punktów startowych uwzględnia podział administracyjny i urbanizacyjny kraju na regiony, województwa oraz typy miejscowości (wieś, miasta do 20 tys., 20-200 tys. i ponad 200 tys. mieszkańców). Otrzymane wyniki poddawane są, w celu uzyskania reprezentatywności, procedurze ważenia. Algorytm ważenia oparty jest na danych GUS z Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności z I kwartału 2011.

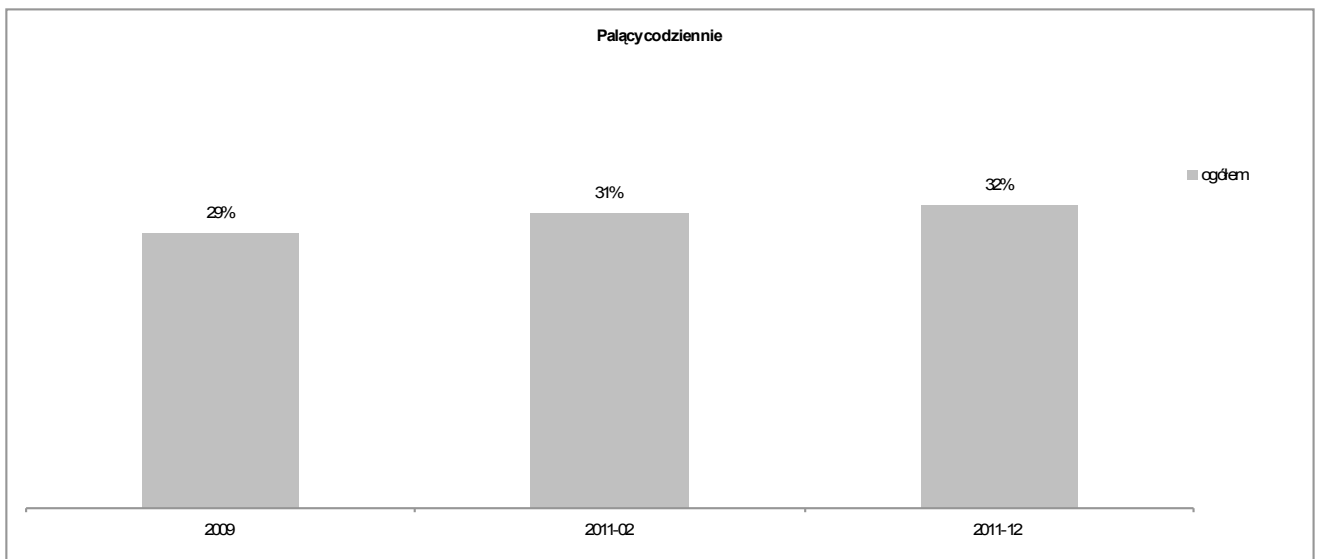
Badanie realizuje około 150 przeszkolonych ankieterów. Prace ankieterów kontrolują dwa niezależne departamenty: realizacji badań terenowych oraz weryfikacji i kontroli badań.

2. WYNIKI

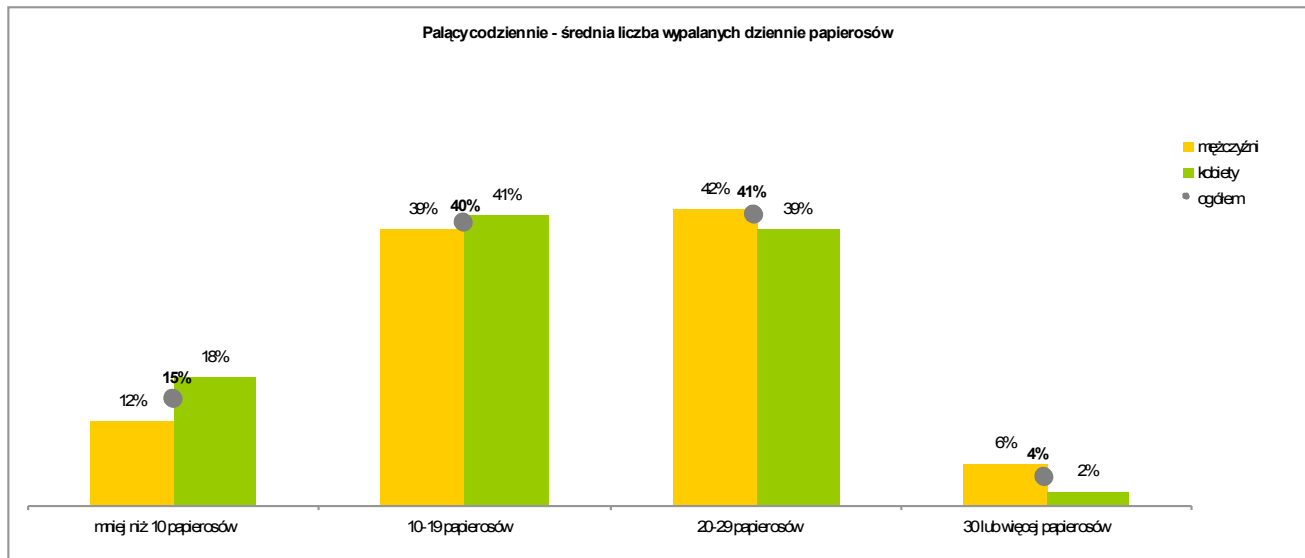
2.1 PALENIE TYTONIU

2.1.1 ROZPOWSZECHNIENIE PALENIA TYTONIU

Do nałogowego (codziennego) palenia tytoniu przyznaje się prawie co trzeci (32%) Polak w wieku 15 i więcej lat. Jest to wynik porównywalny z wynikami z ubiegłych lat, chociaż na przestrzeni wszystkich trzech pomiarów możemy obserwować, nieznaczny, acz systematyczny wzrost liczby osób palących codziennie.

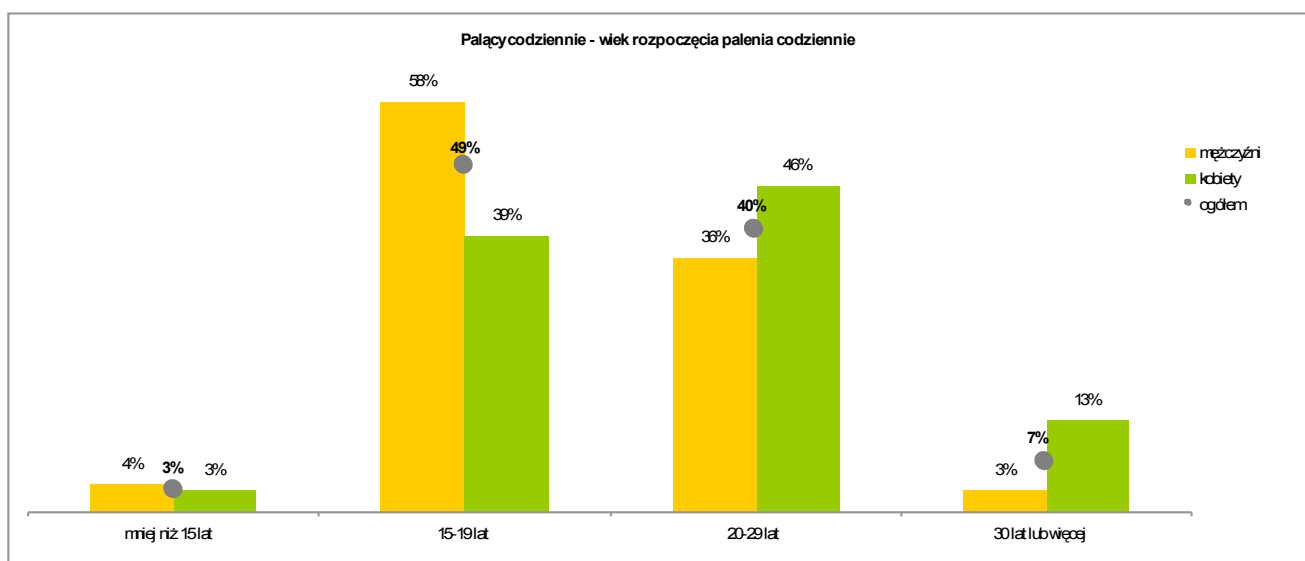


Kobiety palą nieco mniej papierosów, niż mężczyźni – kobieta wypala średnio 14,6 papierosów dziennie, a mężczyzna 16,1. Kobiety przeważają wśród osób palących do 19 papierosów dziennie, natomiast przewaga mężczyzn jest widoczna wśród osób palących co najmniej 20 papierosów każdego dnia.



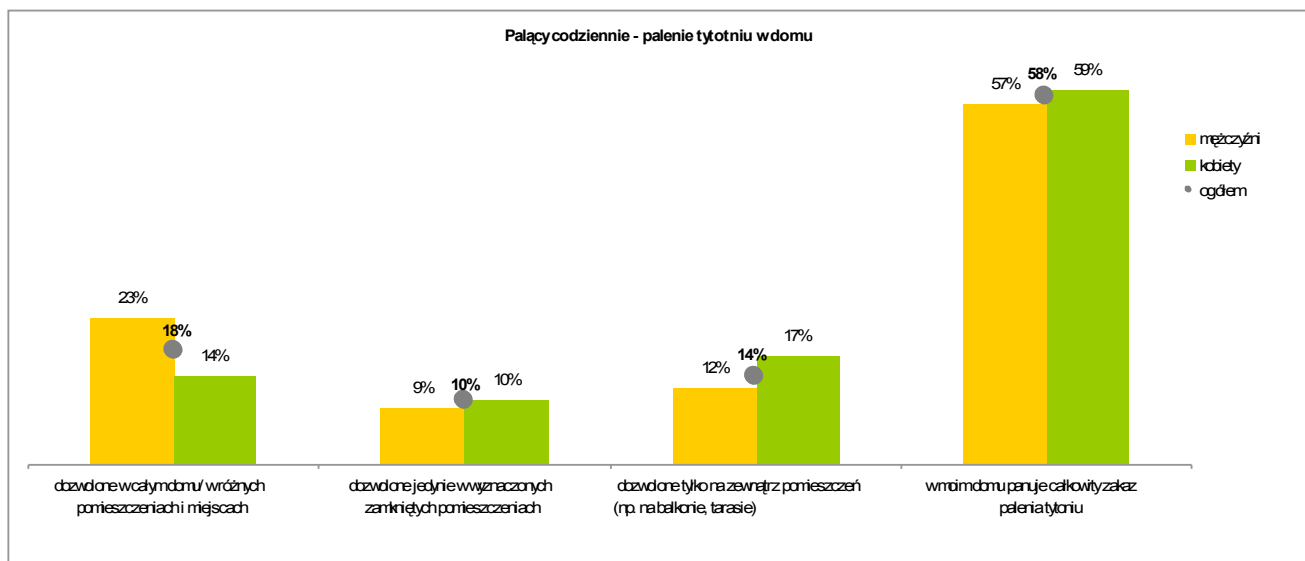
Mężczyźni zaczynają palić regularnie wcześniej, niż kobiety - między 15, a 19 rokiem życia palić codziennie zaczęło 58% mężczyzn i tylko 39% kobiet w tym wieku.

Natomiast między 20, a 29 rokiem życia palić regularnie zaczęło więcej kobiet, niż mężczyzn (odpowiednio 46% vs 36%). Podobnie po ukończeniu 30 lat do rozpoczęcia palenia przyznało się więcej kobiet, niż mężczyzn (13% kobiet vs 3% mężczyzn).

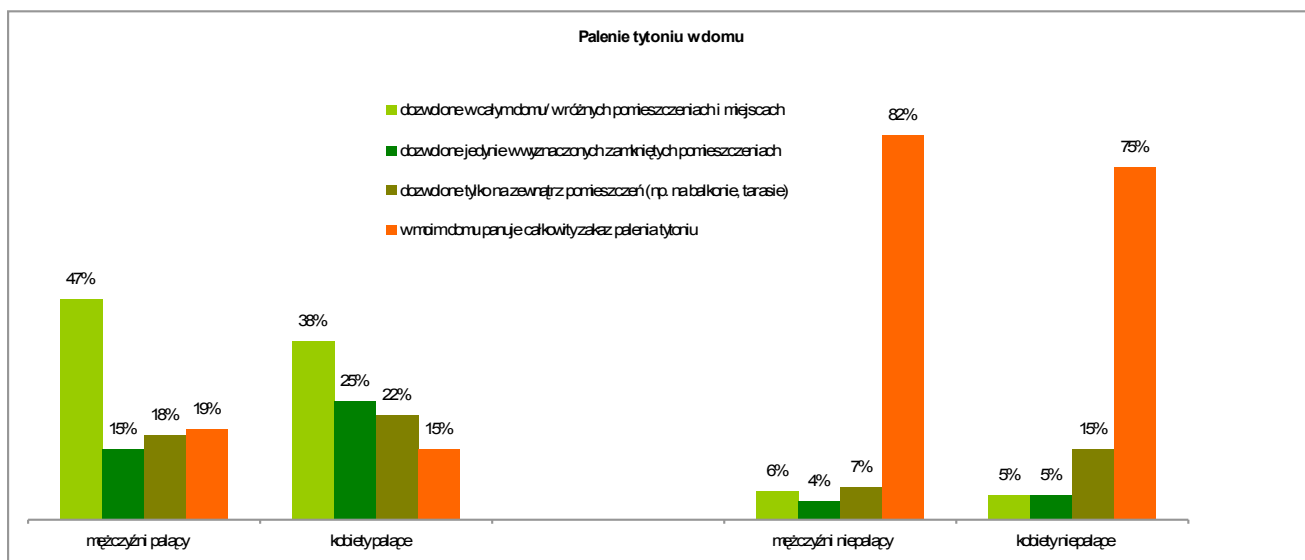


2.1.2 PRYZWOLENIE NA PALENIE TYTONIU

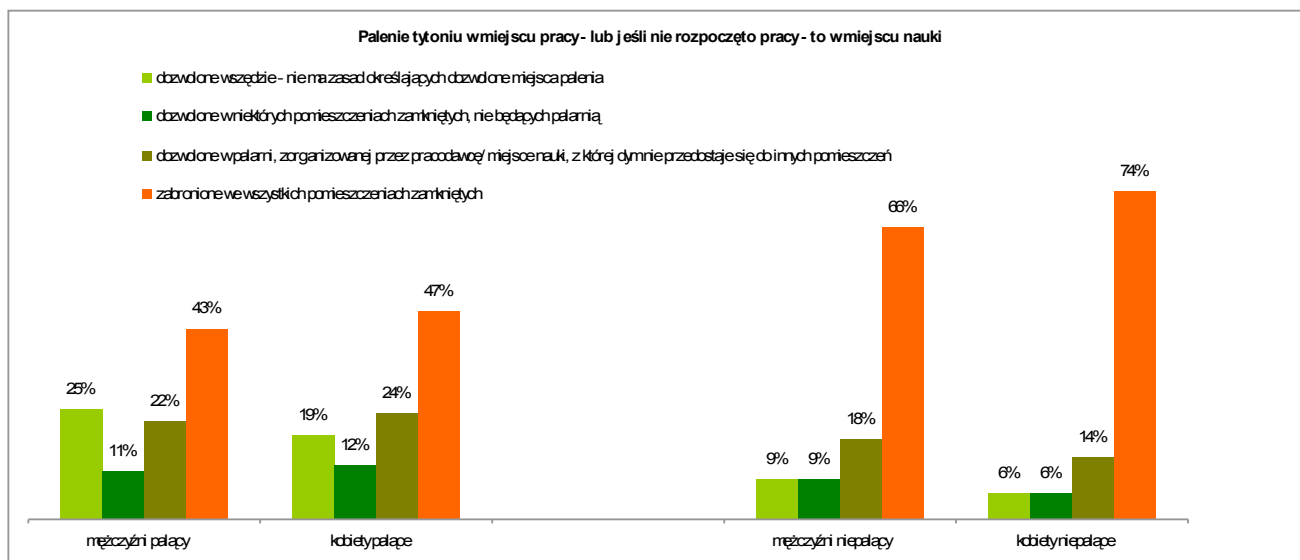
Co ciekawe, w domach większości palaczy panuje całkowity zakaz palenia (58%) i jest tak zarówno w przypadku kobiet (59%), jak i mężczyzn (57%). Jednak niemal u co piątego palącego Polaka (18%) można palić w całym domu, przy czym częściej taką opinię wyrażali mężczyźni (23%), niż kobiety (14%).



W domach większości osób niepalących panuje całkowity zakaz palenia.

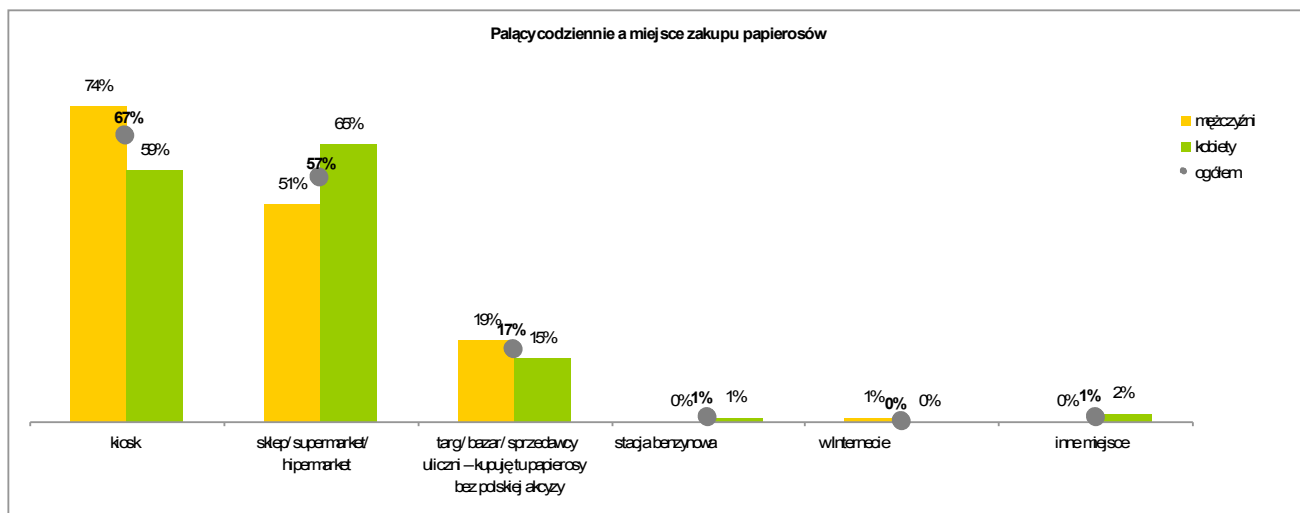


Jeśli chodzi o możliwość palenia w pracy lub w miejscu nauki, to najwięcej osób, zarówno palących jak i niepalących, deklarowało, że w ich miejscu pracy/ nauki panuje zakaz palenia we wszystkich pomieszczeniach: u 43% palących mężczyzn, u 47% palących kobiet; w przypadku palaczy odsetki te były znacznie niższe i wyniosły odpowiednio: u 66% niepalących mężczyzn, u 74% niepalących kobiet.



2.1.3 MIEJSCE ZAKUPU PAPIEROSÓW

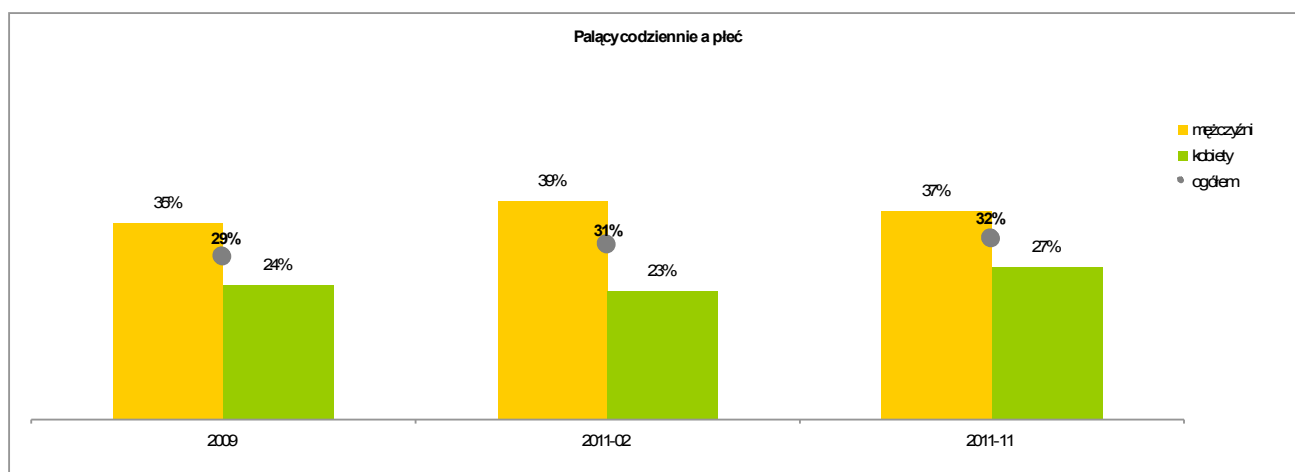
Głównym miejscem zakupu papierosów jest kiosk (ogółem dla 67% palących regularnie). Więcej mężczyzn (74%), niż kobiet (59%) korzysta z tego kanału sprzedaży. Kobiety za to częściej (65%), niż mężczyźni (51%) kupują papierosy w sklepach/ supermarketach/ hipermarketach. Dużo mniej popularne są zakupy papierosów bez akcyzy na targach/ bazarach – takie miejsce sprzedaży wybiera 17% palących codziennie.



2.1.4 CODZIENNE PALENIE WG CZYNNIKÓW SPOŁECZNO-DEMOGRAFICZNYCH

PŁEĆ

Generalnie wśród osób palących codziennie jest więcej mężczyzn (37%), niż kobiet (27%). W ostatnim pomiarze możemy zaobserwować nieznaczny spadek odsetka palących mężczyzn (z 39% do 37%) oraz nieznaczny wzrost odsetka palących kobiet (z 23% do 27%) w porównaniu do pomiaru z lutego 2011 roku.



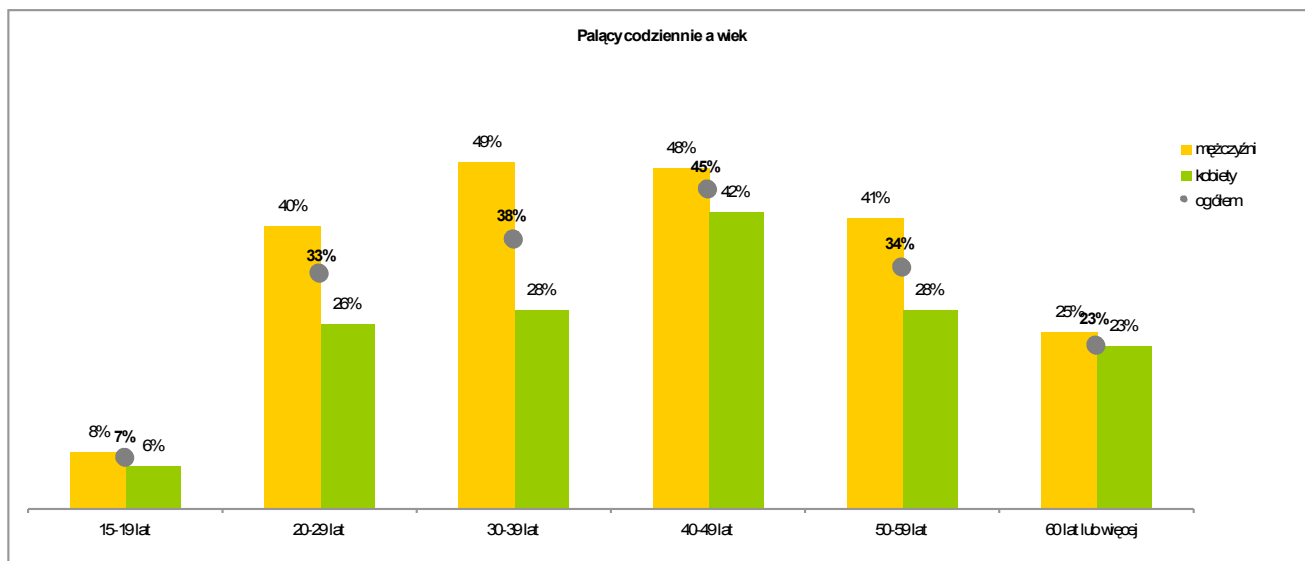
WIEK

Odsetek osób palących regularnie jest najniższy wśród nastolatków, zarówno wśród kobiet (6%), jak i wśród mężczyzn (8%).

W kolejnych grupach wiekowych, aż do 49 roku życia, proporcja osób palących zwiększa się – codziennie pali 33% dwudziestolatków, 38% trzydziestolatków, 45% czterdziestolatków, 34% pięćdziesięciolatków oraz 23% osób po 60 roku życia.

Wśród kobiet między 40, a 49 rokiem życia zanotowano wyraźnie większy odsetek palących codziennie (42%), podczas gdy w pozostałych grupach wiekowych u kobiet palących regularnie, odsetek ten nie przekracza 30%. Warto także zauważyć, że po 50 roku życia znacznie spada odsetek kobiet palących codziennie.

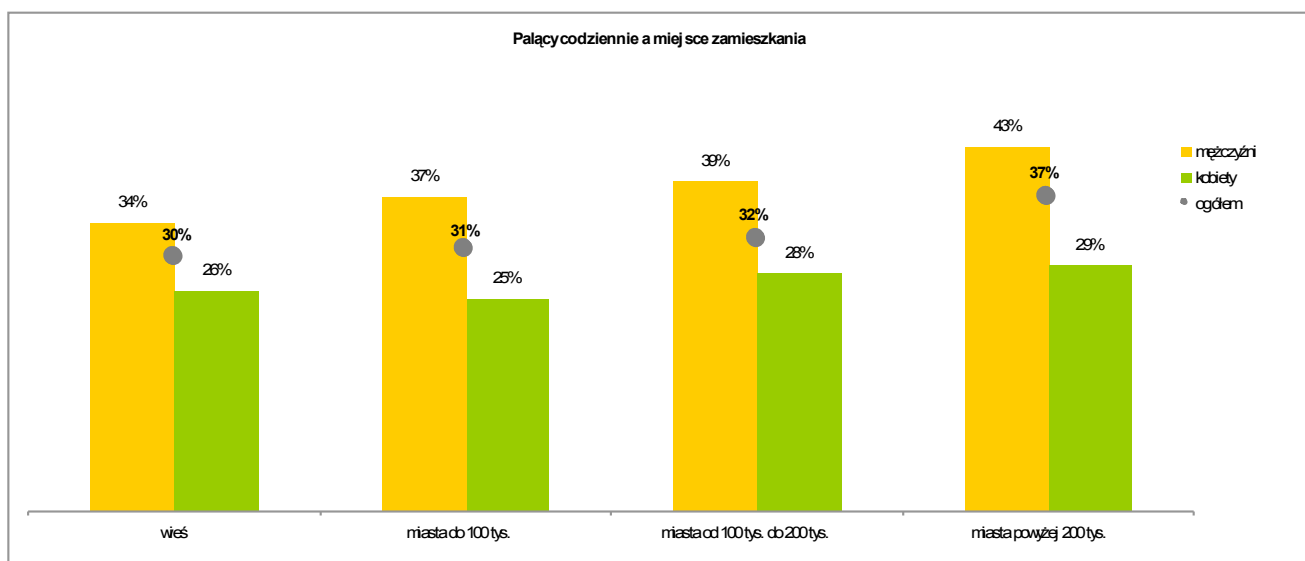
W przypadku mężczyzn, podobny spadek możemy obserwować dopiero po 60 roku życia. Ogólnie mówiąc, wśród Polaków po 60 roku życia jest znacząco mniej regularnie palących, niż wśród młodszych osób. Wśród mężczyzn najwyższy odsetek palaczy możemy zaobserwować między 30 a 49 rokiem życia (niemal połowa). Niewiele niższy jest wśród dwudziesto- i pięćdziesięciolatków i wynosi odpowiednio 40 i 41%.



MIEJSCE ZAMIESZKANIA

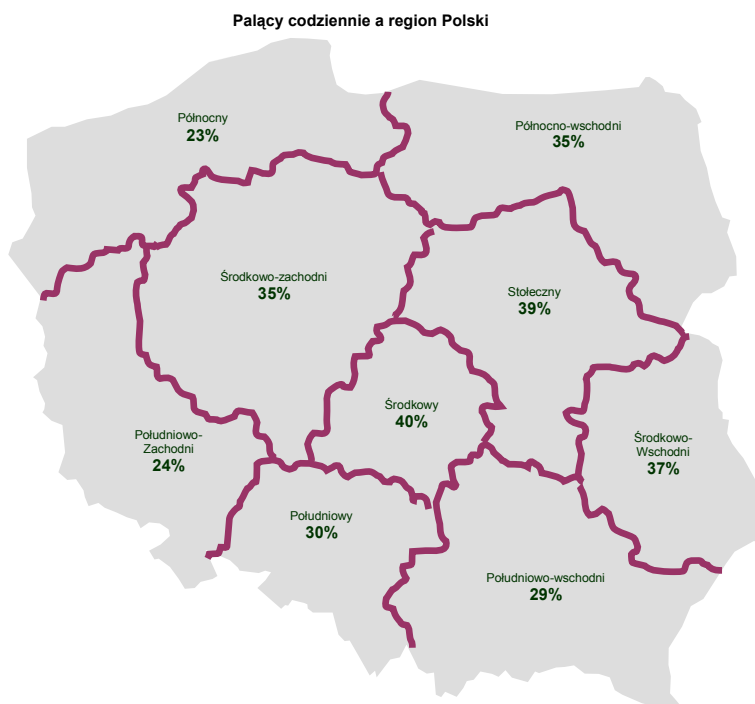
Palenie tytoniu w dość niewielkim stopniu uzależnione jest od miejsca zamieszkania respondentów, jednak zarówno na wsi, jak i w miastach mężczyźni palą wyraźnie częściej od kobiet. Stosunkowo najrzadziej regularnie palą mieszkańcy wsi – 30%, a najczęściej nałogowe palenie tytoniu dotyczy mieszkańców miast powyżej 200 tys. – 37%.

Najwięcej kobiet i mężczyzn pali regularnie w miastach powyżej 200 tys., natomiast najrzadziej palą mężczyźni na wsi (34%) oraz kobiety z miast do 100 tys. (25%).



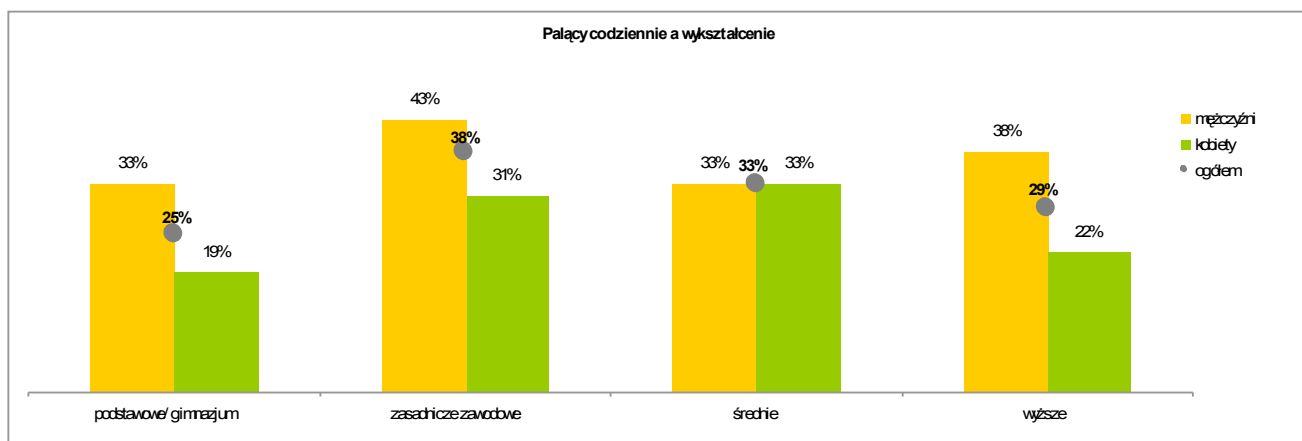
REGION POLSKI

Odsetek osób palących codziennie różni się w ramach poszczególnych regionów Polski. I tak najmniej regularnych palaczy jest w regionach Północnym (23%) i Południowo-Zachodnim (24%); najwięcej natomiast w regionie Środkowym (40%) oraz Stołecznym (39%).



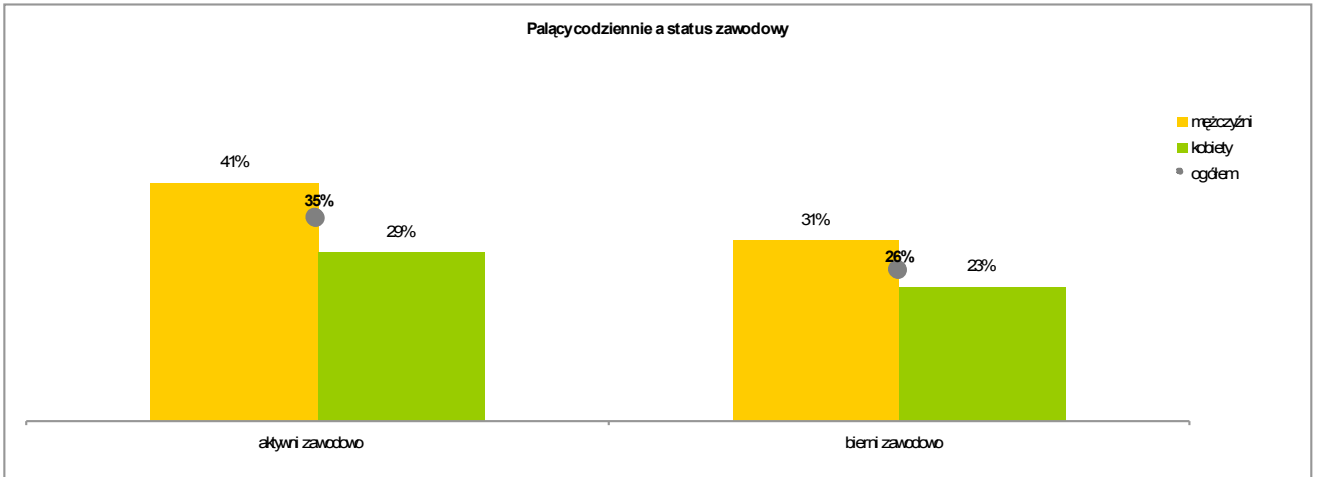
WYKSZTAŁCENIE

Poziom wykształcenia determinuje palenie papierosów. Najmniej palących regularnie (25%) jest wśród osób z wykształceniem podstawowym/ gimnazjalnym, najwięcej zaś wśród tych z wykształceniem zawodowym (38%). Za wyjątkiem osób z wykształceniem średnim, wśród których odsetek kobiet i mężczyzn palących regularnie jest taki sam (33%), przy pozostałych poziomach wykształcenia, wśród palaczy, jest znacząca przewaga mężczyzn nad kobietami.



STATUS ZAWODOWY

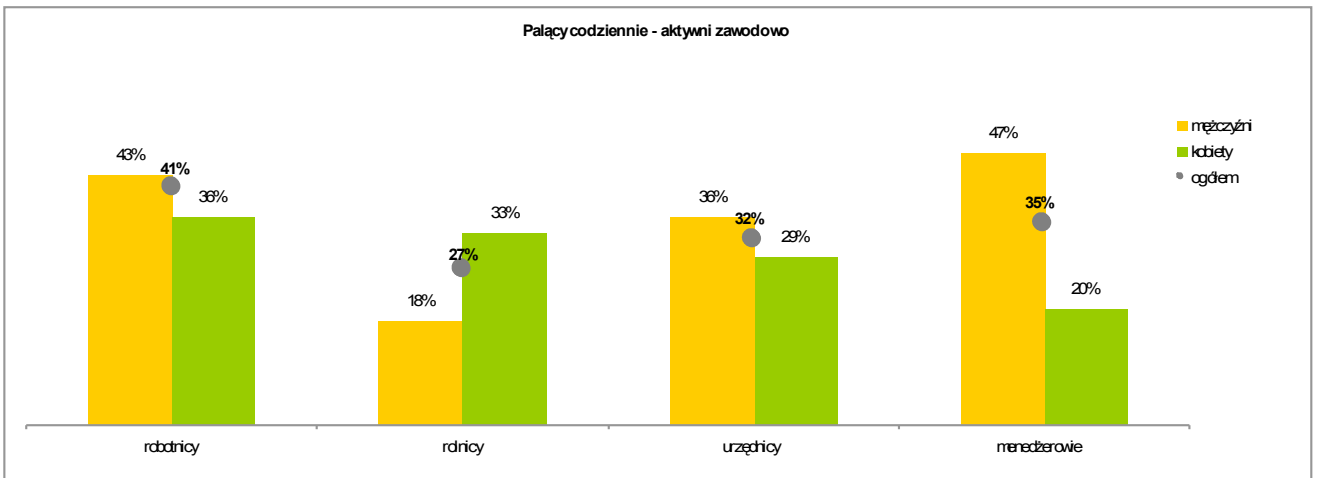
Osoby aktywne zawodowo palą częściej od biernych. Zależność ta w szczególności widoczna jest w grupie mężczyzn, gdzie wśród aktywnych zawodowo regularnie pali 41% mężczyzn, w porównaniu do 31% biernych. Wśród kobiet odsetki te wynoszą odpowiednio 29% i 23%.

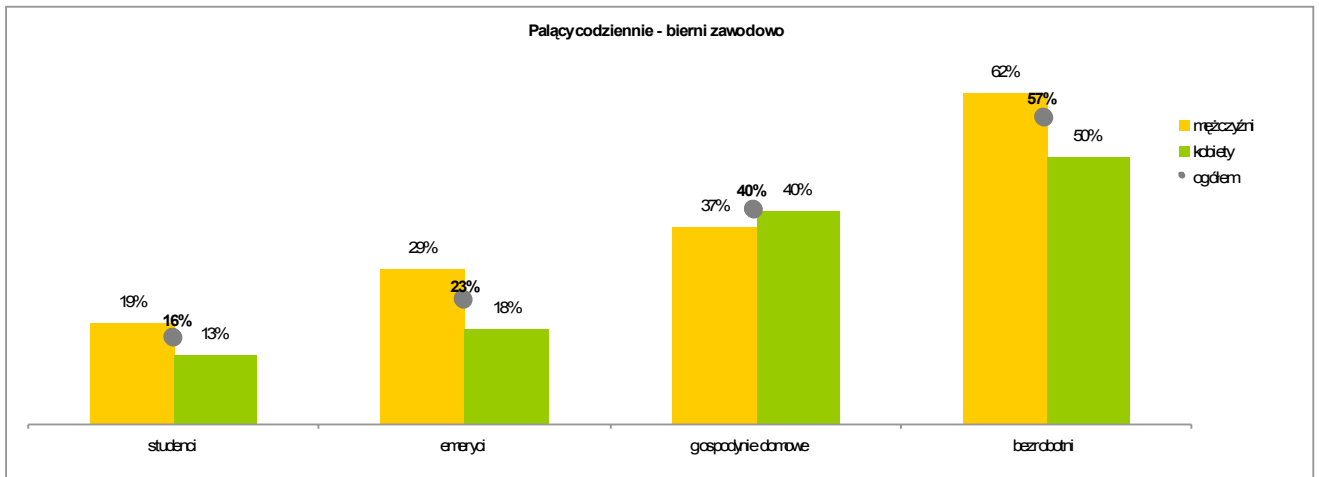


Najrzadziej po tytoń, bez względu na płeć, sięgają studenci (16%) oraz emeryci (23%), a najczęściej bezrobotni (57%) i robotnicy (41%).

Jeśli chodzi o mężczyzn, to najczęściej regularnie palą tytoń bezrobotni (62%), menadżerowie (47%) oraz robotnicy (43%).

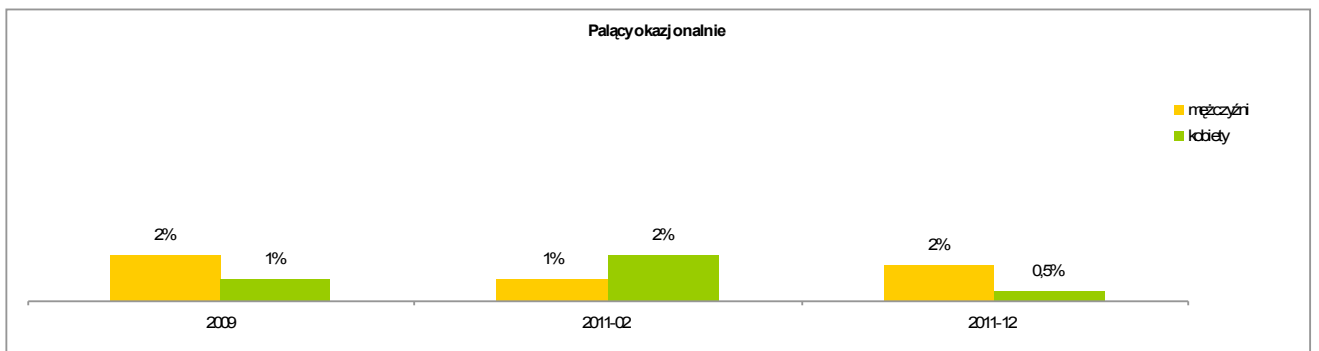
Wśród kobiet największy odsetek palących znajdziemy w grupie bezrobotnych (50%), gospodyń domowych (40%) oraz pracujących na stanowiskach robotniczych (36%). Dla odmiany na stanowiskach menadżerów kobiety palą zdecydowanie mniej, niż mężczyźni (20% kobiet vs 47% mężczyzn).





2.1.5 OKAZJONALNI PALACZE

Liczba okazjonalnych palaczy jest bardzo niewielka. W ostatnim pomiarze odsetek kobiet palących w ten sposób nie przekroczył 0,5% podczas, gdy 2% mężczyzn przyznawało się do okazjonalnego palenia.

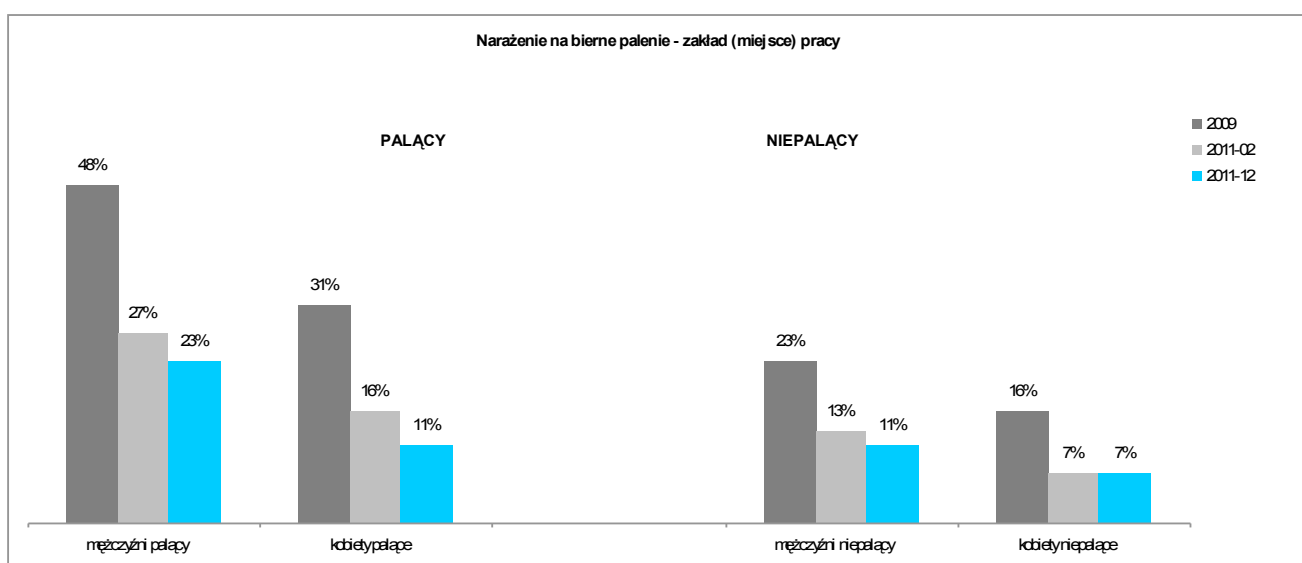


2.2 BIERNE NARAŻENIE NA DYM TYTONIOWY

2.2.1 ZAKŁAD PRACY

Można zauważyć spadek odsetka osób narażonych na bierne palenie w miejscu pracy na przestrzeni wszystkich pomiarów.

Więcej palących, niż niepalących jest narażonych na bierne palenie w miejscu pracy - częściej narażeni na bierne palenie są mężczyźni, niż kobiety.

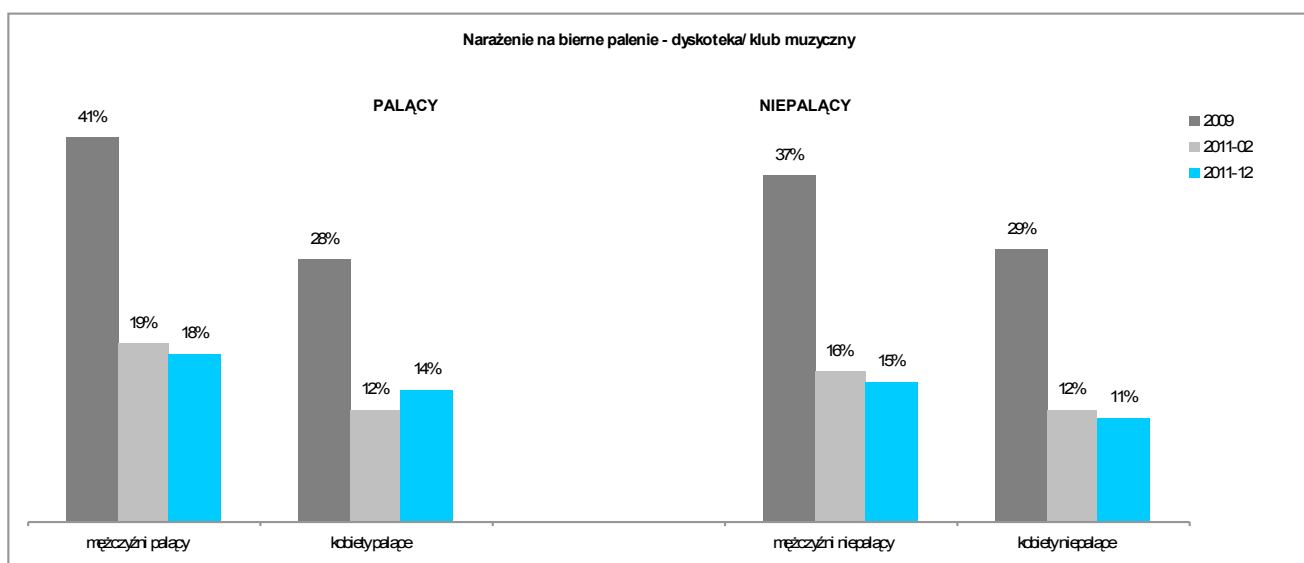


2.2.2 LOKALE GASTRONOMICZNE

Po wprowadzeniu zakazu palenia w miejscach publicznych w 2010 roku, w 2011 możemy obserwować znaczny spadek odsetka osób narażonych na bierne palenie w lokach gastronomicznych i dyskotekach. Ostatni pomiar z 2011 roku pokazuje, że od lutego 2011 roku sytuacja się nie zmieniła i odsetki osób narażonych na bierne palenie są bardzo zbliżone niezależnie od rodzaju lokalu.

Ogólnie możemy zauważyć, że więcej mężczyzn jest narażonych na bierne palenie w lokalach.

| | | | 2009 | 2011-02 | 2011-12 |
|-----------|-----------|-------------|------|---------|---------|
| PALĄCY | mężczyźni | bar/ pub | 66% | 29% | 33% |
| | | kawiarnia | 51% | 21% | 20% |
| | | restauracja | 40% | 15% | 18% |
| | kobiety | bar/ pub | 48% | 17% | 20% |
| | | kawiarnia | 40% | 11% | 10% |
| | | restauracja | 30% | 8% | 11% |
| NIEPALĄCY | mężczyźni | bar/ pub | 49% | 21% | 19% |
| | | kawiarnia | 40% | 12% | 12% |
| | | restauracja | 31% | 9% | 9% |
| | kobiety | bar/ pub | 32% | 15% | 13% |
| | | kawiarnia | 26% | 9% | 10% |
| | | restauracja | 22% | 8% | 10% |

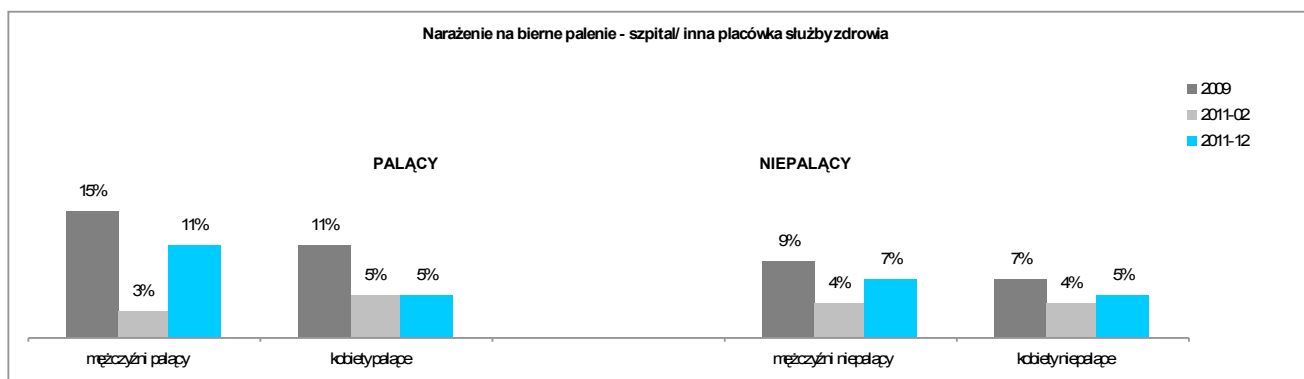


2.2.3 PLACÓWKI SŁUŻBY ZDROWIA

Polacy bardzo rzadko narażeni są na bierne palenie w placówkach służby zdrowia i szpitalach.

Jednakże w przypadku mężczyzn, którzy palą, odsetek narażonych na bierne palenie znacznie wzrósł w porównaniu z poprzednim pomiarem – z 3% w lutym do 11% w grudniu.

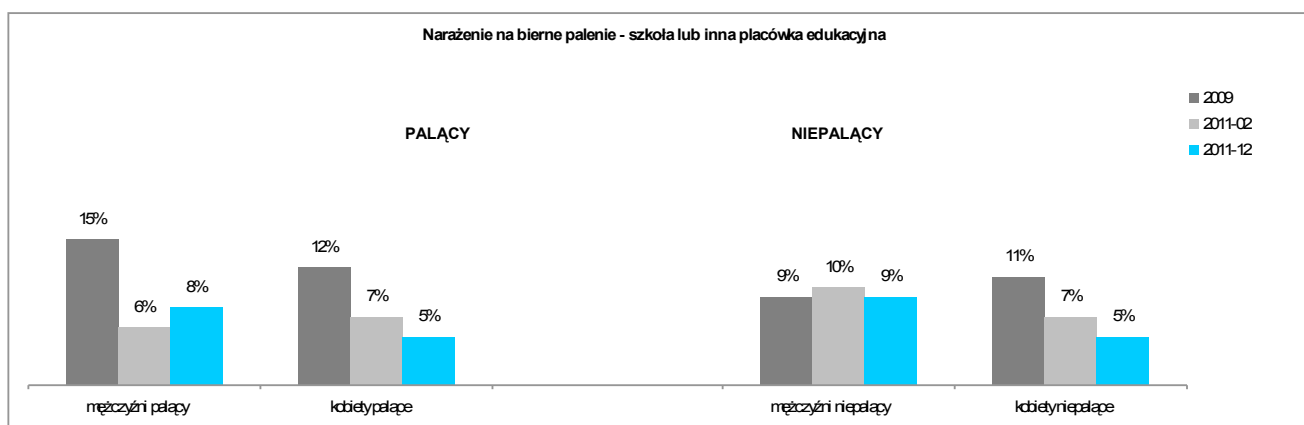
Zwiększyły się także odsetki niepalących narażonych biernie na dym tytoniowy: o 3 punkty procentowe wśród mężczyzn i o 1 punkt procentowy wśród kobiet.



2.2.4 PLACÓWKI EDUKACYJNE

Na bierne palenie w szkołach i innych placówkach edukacyjnych narażone jest 8% palących mężczyzn i 5% palących kobiet. W przypadku niepalących mężczyzn odsetek ten jest nieco wyższy i wynosi 9%, natomiast wśród niepalących kobiet taki sam – 5%.

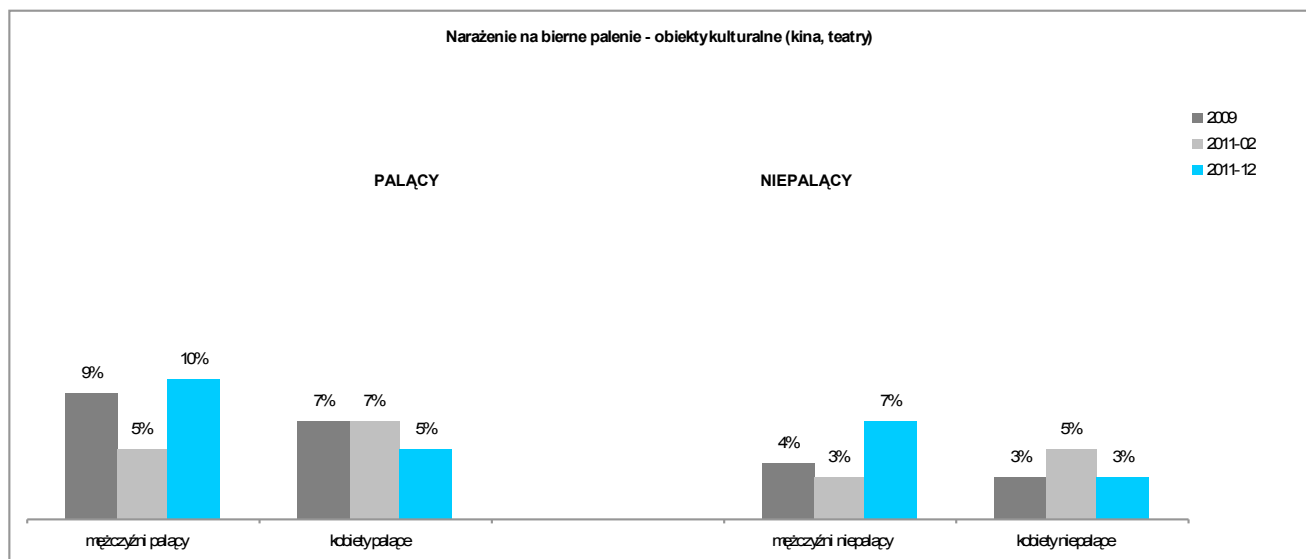
W porównaniu z lutym 2011 roku, nastąpiły nieznaczne zmiany w odsetkach osób palących narażonych na kontakt z dymem tytoniowym w szkołach – wzrost o 2 punkty procentowe dla mężczyzn i spadek o 2 punkty procentowe dla kobiet. Nieznacznie zmniejszył się także odsetek biernie palących w tego rodzaju placówkach wśród osób niepalących – o 1 punkt procentowy dla mężczyzn i 2 punkty procentowe dla kobiet.



2.2.5 OBIEKTY KULTURALNE

Biernego palenia w obiektach kulturalnych doświadcza 10% palących mężczyzn i 5% palących kobiet. W przypadku niepalących: odsetek ten jest nieco niższy dla mężczyzn i wynosi 7%, a wśród niepalących kobiet – 3%.

Zarówno w przypadku palących, jak i niepalących mężczyzn możemy obserwować wzrost odsetka osób narażonych na bierne palenie zarówno w porównaniu do pomiaru z lutego 2011 jak i z 2009 roku. W przypadku kobiet, niezależnie od palenia, obserwujemy spadki o 2 punkty procentowe w porównaniu do pomiaru z lutego 2011 roku.



2.2.6 OBIEKTY SPORTOWE I REKREACYJNO-WYPOCZYNKOWE

Zarówno palący, jak i niepalący mężczyźni najczęściej spotykają się z biernym paleniem w obiektach sportowych (16% palących i 11% niepalących) i rekreacyjno-wypoczynkowych (17% palących i 11% niepalących). Wyniki te są wyższe, niż w lutym 2011, ale niższe niż w 2009 roku zanim wprowadzono zakaz palenia w miejscach publicznych w 2010 roku.

W przypadku kobiet palących, najczęściej narażone są one na bierne palenie w miejscach zabaw dla dzieci (11%), a kobiety niepalące są równie narażone na bierne palenie w obiektach rekreacyjno-wypoczynkowych (9%), co w miejscach zabaw dla dzieci (9%).

Porównując do poprzedniego pomiaru, w przypadku palaczek widzimy nieznaczne spadki wśród narażonych na bierne palenie w obiektach sportowych (z 11% do 6%) i rekreacyjno-wypoczynkowych (z 8% do 7%), natomiast w przypadku kobiet niepalących widzimy nieznaczny wzrost odsetka takich osób - z 5% do 6% w obiektach sportowych i z 5% do 9% w obiektach rekreacyjno-wypoczynkowych.

| | | | 2009 | 2011-02 | 2011-12 |
|------------------|-----------|----------------------------------|------|---------|---------|
| PALĄCY | mężczyźni | obiekty sportowe | 34% | 9% | 16% |
| | | obiekty rekreacyjno-wypoczynkowe | 29% | 5% | 17% |
| | | miejsca zabaw dzieci | 19% | 4% | 6% |
| | kobiety | obiekty sportowe | 20% | 11% | 6% |
| | | obiekty rekreacyjno-wypoczynkowe | 26% | 8% | 7% |
| | | miejsca zabaw dzieci | 18% | 13% | 11% |
| NIEPALĄCY | mężczyźni | obiekty sportowe | 19% | 9% | 11% |
| | | obiekty rekreacyjno-wypoczynkowe | 23% | 7% | 11% |
| | | miejsca zabaw dzieci | 10% | 7% | 7% |
| | kobiety | obiekty sportowe | 15% | 5% | 6% |
| | | obiekty rekreacyjno-wypoczynkowe | 16% | 5% | 9% |
| | | miejsca zabaw dzieci | 12% | 5% | 9% |

2.2.7 ŚRODKI I OBIEKTY PUBLICZNEGO TRANSPORTU

Niezależnie od statusu (palący/ niepalący) i płci, najwięcej osób jest narażonych na bierne palenie na przystankach i w obiektach komunikacji miejskiej. W środkach transportu publicznego takich osób jest znacznie mniej. Przy czym różnice między palącymi, a niepalącymi kobietami i mężczyznami są nieznaczne.

Sytuacja bycia biernym palaczem w środkach i obiektach publicznego transportu w porównaniu z poprzednim pomiarem raczej się nie zmieniła.

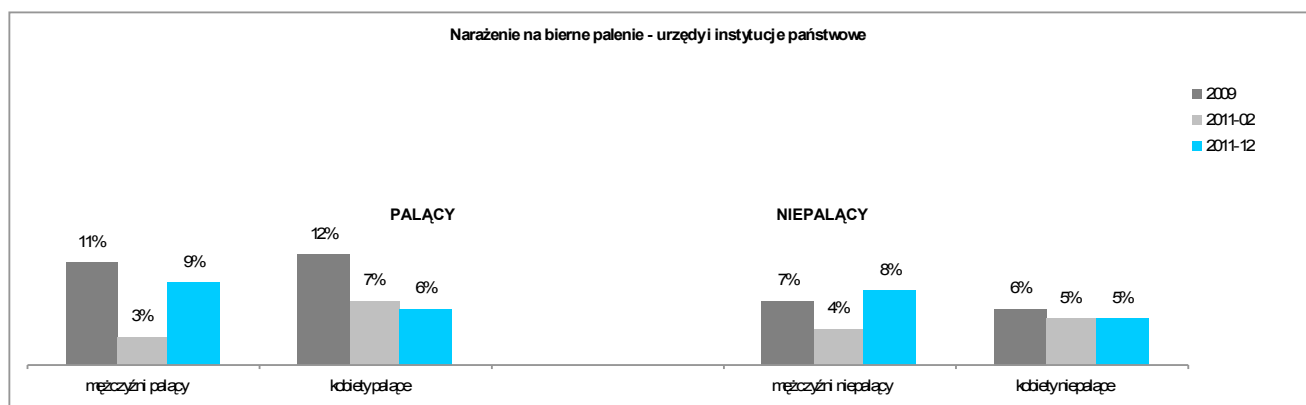
Nieznacznie więcej biernych palaczy jest wśród palących mężczyzn na przystankach i w obiektach komunikacji (32%) oraz w środkach komunikacji (11%) niż niepalących (odpowiednio 29% i 10%). Nieco więcej palących kobiet (35%) biernie pali na przystankach i w obiektach komunikacji niż niepalących (28%). Natomiast w przypadku środków transportu publicznego sytuacja bycia biernym palaczem jest praktycznie taka sama – 8% kobiety palące i 9% kobiety niepalące.

| | | | 2009 | 2011-02 | 2011-12 |
|------------------|-----------|--|------|---------|---------|
| PALĄCY | mężczyźni | przystanki i obiekty komunikacji miejskiej | 49% | 33% | 32% |
| | | wszystkie środki publicznego transportu | 19% | 7% | 11% |
| | kobiety | przystanki i obiekty komunikacji miejskiej | 49% | 34% | 35% |
| | | wszystkie środki publicznego transportu | 20% | 10% | 8% |
| NIEPALĄCY | mężczyźni | przystanki i obiekty komunikacji miejskiej | 47% | 33% | 29% |
| | | wszystkie środki publicznego transportu | 19% | 5% | 10% |
| | kobiety | przystanki i obiekty komunikacji miejskiej | 42% | 26% | 28% |
| | | wszystkie środki publicznego transportu | 10% | 6% | 9% |

2.2.8 URZĘDY I INSTYTUCJE PAŃSTWOWE

Polacy bardzo rzadko narażeni są na bierne palenie w urzędach i instytucjach państwowych. Jednakże w przypadku palących mężczyzn, odsetek narażonych na bierne palenie znacznie wzrósł w porównaniu z poprzednim pomiarem – z 3% w lutym do 9% w grudniu. Zwiększył się też odsetek niepalących mężczyzn narażonych na dym tytoniowy - o 4 punkty procentowe.

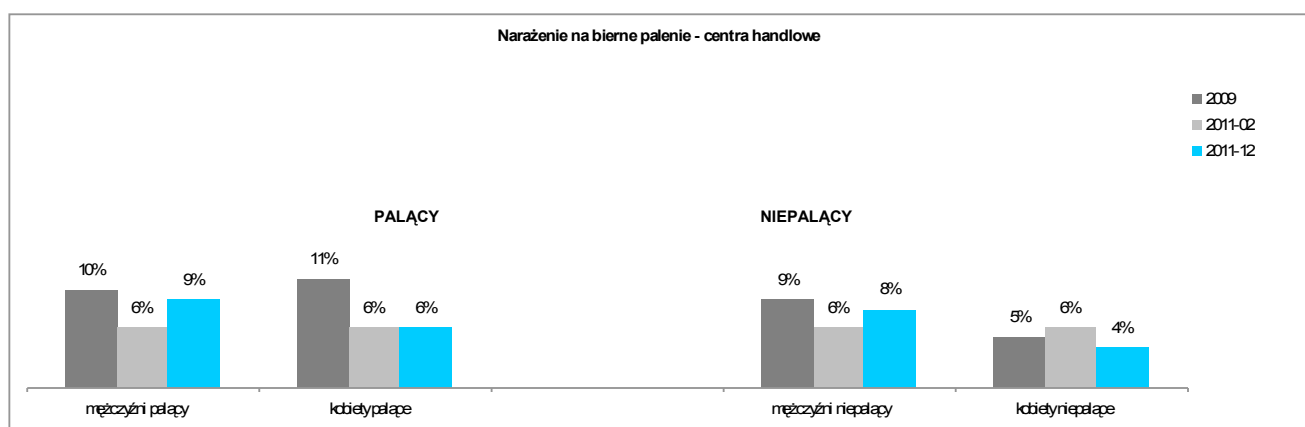
Wśród kobiet niepalących odsetek ten się nie zmienił od lutego 2011 roku i wynosi 5%, a dla kobiet palących spadł z 7% w lutym do 6% w grudniu 2011.



2.2.9 CENTRA HANDLOWE

Również w centrach handlowych Polacy bardzo rzadko narażeni są na bierne palenie. Jednak w przypadku palących mężczyzn odsetek narażonych na bierne palenie nieco wzrósł w porównaniu z poprzednim pomiarem – z 6% w lutym do 9% w grudniu, w przypadku palących kobiet pozostał na tym samym poziomie 6%.

Zwiększył się także odsetek niepalących mężczyzn narażonych na dym tytoniowy - o 2 punkty procentowe (z 6% do 8%). Dla kobiet niepalących odsetek ten się obniżył o 2 punkty procentowe od lutego 2011 roku (z 6% do 4%).



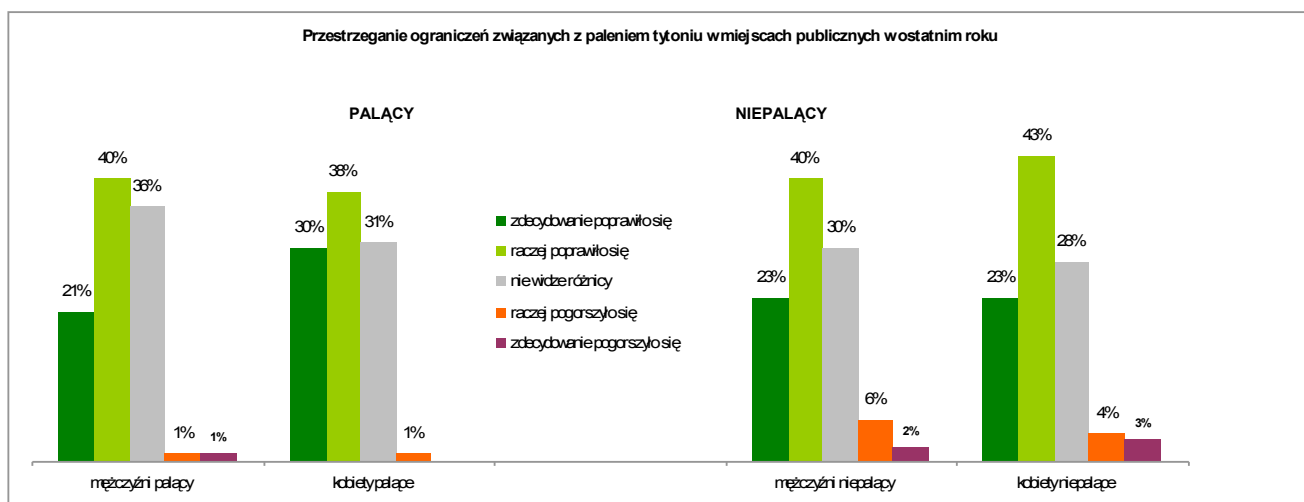
2.3 STOSUNEK DO CAŁKOWITEGO ZAKAZU PALENIA W MIEJSCACH PUBLICZNYCH I PRACY

2.3.1 OCENA SKUTECZNOŚCI ZAKAZU PALENIA W MIEJSCACH PUBLICZNYCH

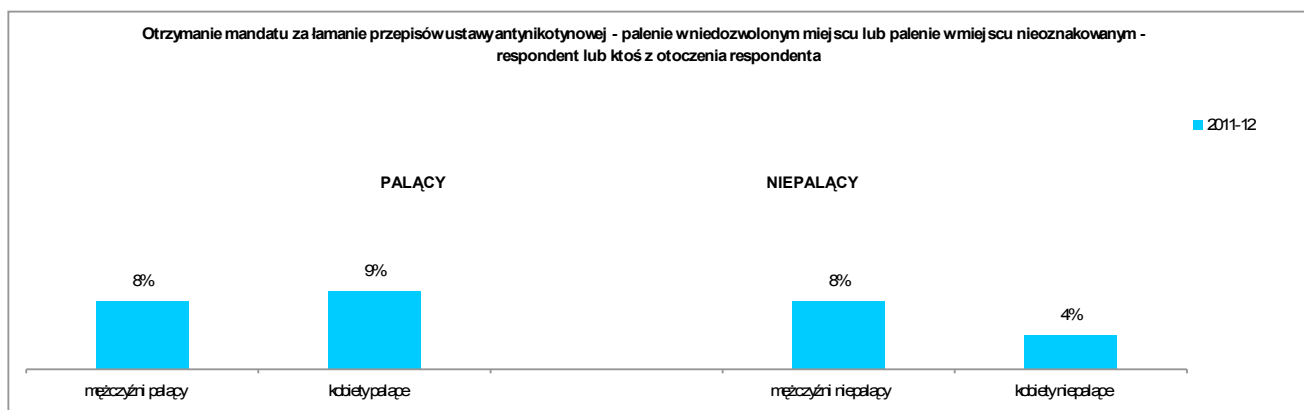
Przestrzeganie przepisów zakazujących palenia tytoniu w miejscach publicznych zdecydowanie się poprawiło zdaniem 21% palących mężczyzn, 30% palących kobiet, 23% niepalących mężczyzn i 23% niepalących kobiet.

Najwyższy jest odsetek respondentów, którzy raczej dostrzegają poprawę w tym zakresie.

Znaczący odsetek Polaków stwierdza, że nie widzi różnicy w przestrzeganiu ograniczeń w paleniu tytoniu w miejscach publicznych: 36% palących mężczyzn, 31% palących kobiet, 30% niepalących mężczyzn i 28% niepalących kobiet.



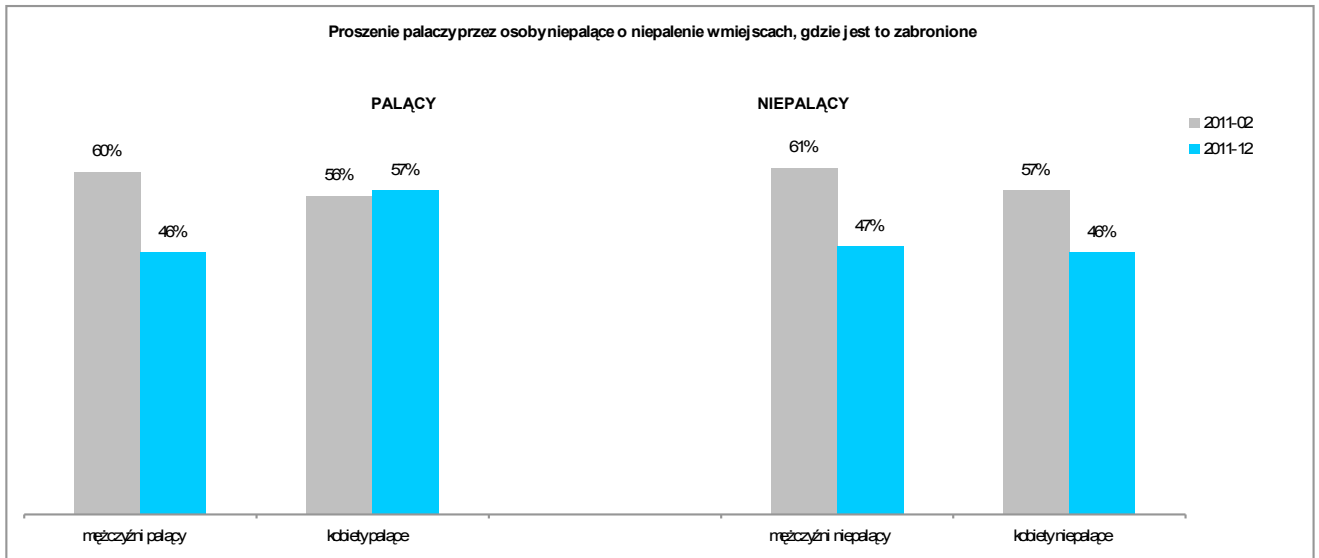
Tylko nieznaczny odsetek Polaków otrzymał mandat za palenie w niedozwolonych miejscu lub był świadkiem takiej sytuacji: 8% palących mężczyzn, 9% palących kobiet, 8% niepalących mężczyzn i 4% niepalących kobiet



2.3.2 PROSZENIE OSÓB PALĄCYCH O NIEPALENIE W MIEJSCACH NIEDOZWOLONYCH

Palące kobiety (57%) częściej niż niepalące (46%) prosiły o zaprzestanie palenia innych palaczy w miejscach gdzie jest to zabronione. W przypadku mężczyzn odsetki dla palących i niepalących były bardzo podobne (odpowiednio 46% i 47%).

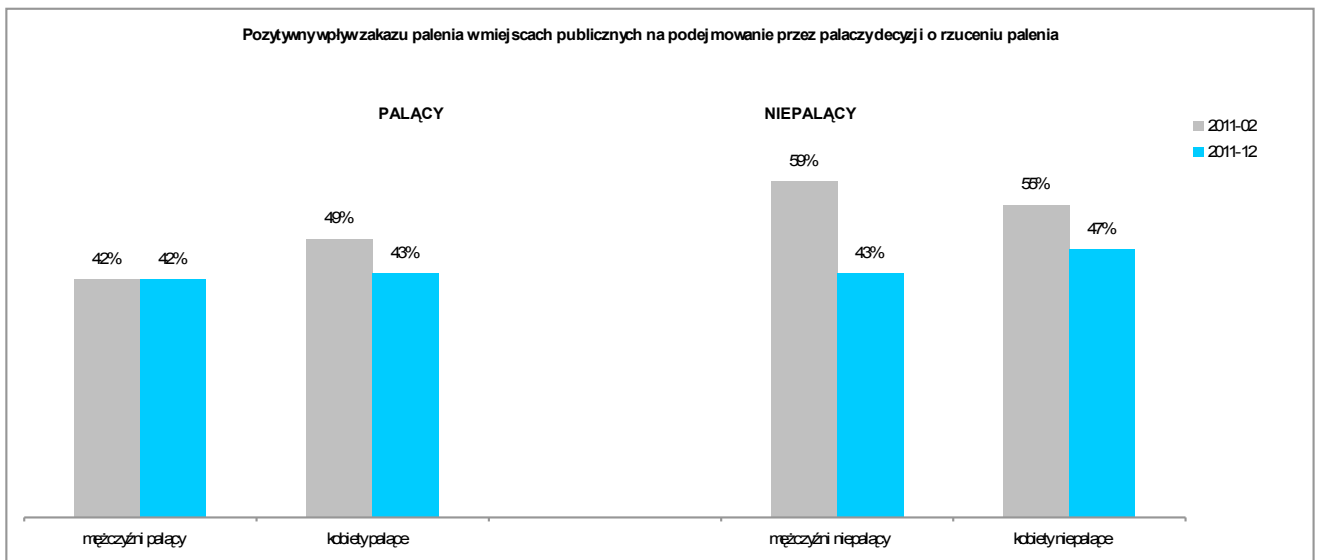
Porównując z pomiarem z lutego 2011 możemy zauważyć, że osoby niepalące, niezależnie od płci, rzadziej stosowały prośby o zaprzestanie palenia skierowane do osób palących.



2.3.3 WPŁYW ZAKAZU PALENIA W MIEJSCACH PUBLICZNYCH NA DECYZJE PALĄCYCH O RZUCENIU PALENIA

Odsetek osób, które uważają, że wprowadzenie zakazu palenia w miejscach publicznych może mieć pozytywny wpływ na decyzję o rzuceniu palenia zmalał w porównaniu z poprzednim pomiarem. W przypadku niepalących mężczyzn spadek ten był największy i wyniósł 16 punktów procentowych z 59% w lutym do 43% w grudniu 2011. Jedynie wśród palących mężczyzn odsetek ten pozostał taki sam jak w lutym (42%).

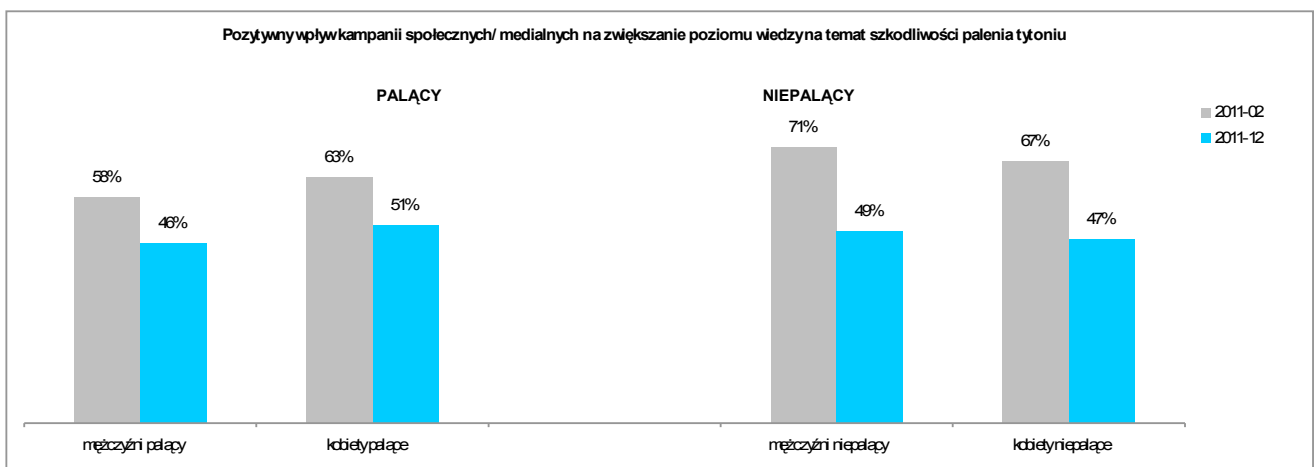
Najbardziej optymistyczne w tym względzie są niepalące kobiety, z których prawie połowa (47%) jest zdania, że zakaz może pozytywnie determinować decyzje o rzuceniu palenia.



2.4 ANTYTYTONIOWE KAMPANIE SPOŁECZNE

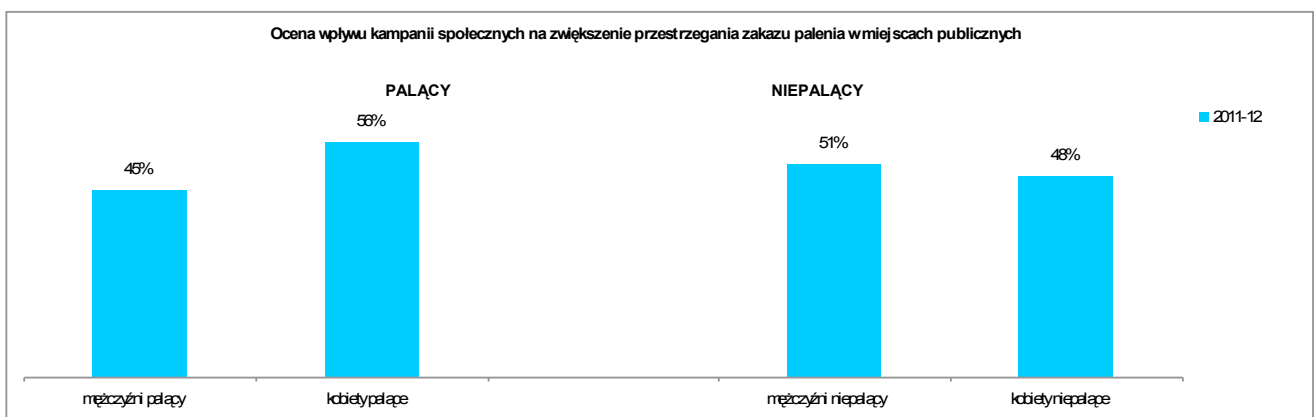
2.4.1 OCENA WPŁYWU KAMPANII SPOŁECZNYCH NA ZWIĘKSZENIE SIĘ POZIOMU WIEDZY O SZKODLIWOŚCI PALENIA TYTONIU

Odsetek osób, które uważają, że kampanie społeczne zwiększają poziom wiedzy o szkodliwości palenia tytoniu zmalał w porównaniu z danymi z lutego 2011 roku: z 58% do 46% dla palących mężczyzn, z 63% do 51% dla palących kobiet, z 71% do 49% dla niepalących mężczyzn i z 67% do 47% wśród niepalących kobiet.



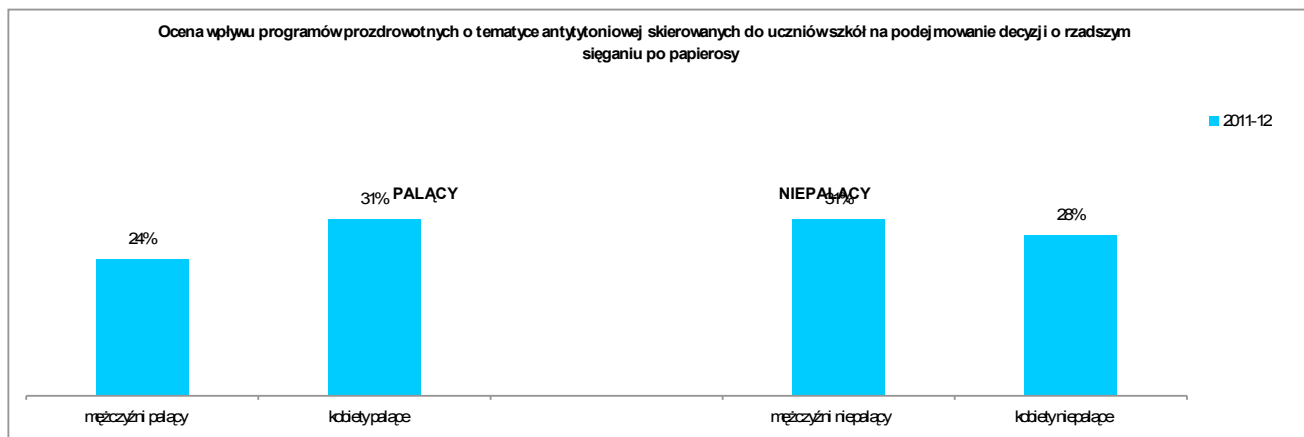
2.4.2 OCENA WPŁYWU KAMPANII SPOŁECZNYCH NA ZWIĘKSZENIE PRZESTRZEGANIA ZAKAZU PALENIA W MIEJSCACH PUBLICZNYCH

45% palących mężczyzn, 56% palących kobiet, 51% niepalących mężczyzn i 48% niepalących kobiet jest zdania, że kampanie społeczne mogą wpłynąć na zwiększenie przestrzegania zakazu palenia w miejscach publicznych.



2.4.3 OCENA WPŁYWU PROGRAMÓW PROZDROWOTNYCH O TEMATYCE ANTYTYTONIOWEJ SKIEROWANYCH DO UCZNIÓW SZKÓŁ NA PODEJMOWANIE DECYZJI O RZADSZYM SIĘGANIU PO PAPIEROSY

24% palących mężczyzn, 31% palących kobiet, 31% niepalących mężczyzn i 28% niepalących kobiet jest zdania, że programy zdrowotne o tematyce antynikotynowej skierowane do uczniów mogą mieć wpływ na podejmowanie decyzji o rzadszym sięganiu po papierosy przez uczniów.



2.4.4 STYCZNOŚĆ Z ANTYTYTONIOWYMI KAMPANIAMI SPOŁECZNYMI – SPOTYKANE NAJCZĘŚCIEJ

Niezależnie od tego czy ktoś pali czy nie, najwięcej respondentów zetknęło się z kampaniami zachęcającymi do rzucenia palenia oraz informującymi o szkodliwości palenia. Jednak największe odsetki osób, niezależnie od palenia i płci, wskazywały (ponad 40%), że nie spotkały się z żadną kampanią.

| | PALĄCY | | NIEPALĄCY | |
|---|-----------|---------|-----------|---------|
| | mężczyźni | kobiety | mężczyźni | kobiety |
| Kampania zachęcająca do rzucenia palenia | 22% | 17% | 16% | 18% |
| Kampania informująca o szkodliwych dla zdrowia skutkach palenia | 19% | 19% | 20% | 15% |
| Kampania informująca o zakazie palenia w miejscach publicznych (zakłady pracy, lokale gastronomiczne) | 8% | 10% | 9% | 9% |
| Kampania dotycząca ochrony osób niepalących przed dymem tytoniowym | 5% | 5% | 5% | 5% |
| Kampania informująca o karach za nieprzestrzeganie zakazu palenia | 5% | 4% | 7% | 5% |
| <i>Nie spotkałem się z żadną kampanią antytytoniową</i> | 41% | 46% | 44% | 49% |

2.5 RZUCANIE/ OGRANICZANIE PALENIA

2.5.1 MIEJSCA STYKU Z INFORMACJAMI NA TEMAT MOŻLIWOŚCI RZUCENIA PALENIA

Głównym źródłem wiedzy o możliwościach rzucenia palenia dla palących mężczyzn są kampanie społeczne (36%). Palące kobiety czerpią taką wiedzę zarówno z kampanii (25%) jak i od lekarzy POZ (25%).

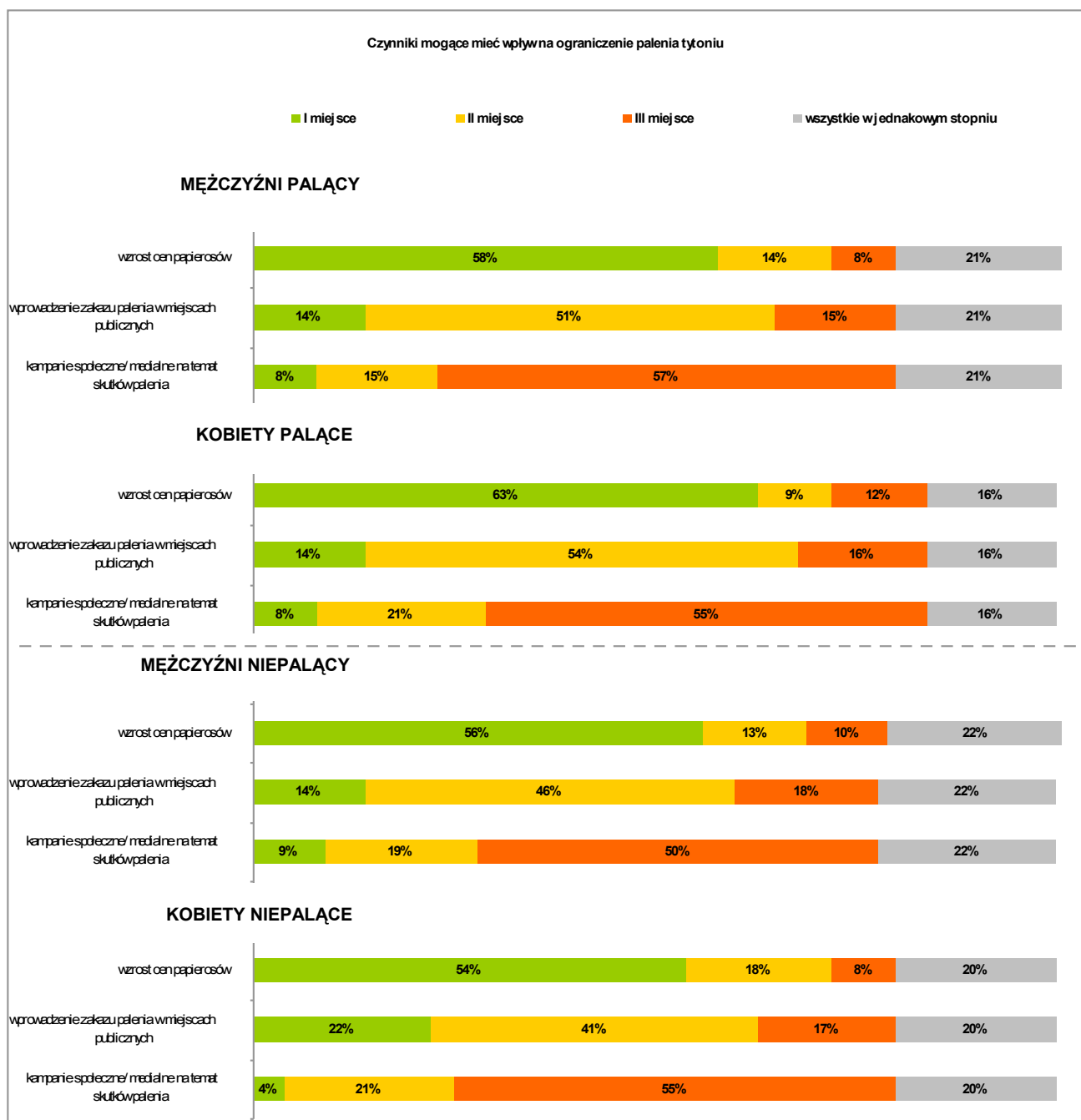
Osoby niepalące najczęściej nie stykają się z takimi informacjami (48% zarówno dla kobiet jak i dla mężczyzn), a jeśli już to kobiety u lekarzy POZ (25%), a mężczyźni w kampaniach społecznych (23%). Farmaceuci i osoby bliskie stanowią mniej popularne źródła informacji.

| | PALĄCY | | NIEPALĄCY | |
|---|-----------|---------|-----------|---------|
| | mężczyźni | kobiety | mężczyźni | kobiety |
| U lekarza podstawowej opieki zdrowotnej | 27% | 25% | 22% | 25% |
| W kampanii społecznej/ w kampaniach społecznych | 36% | 25% | 23% | 22% |
| U farmaceuty/ w aptece | 18% | 19% | 16% | 15% |
| U rodziny/ znajomych | 18% | 22% | 13% | 12% |
| <i>W żadnym miejscu/ u nikogo</i> | 29% | 33% | 48% | 48% |

2.5.2 CZYNNIKI MOGĄCE MIEĆ WPŁYW NA OGRANICZANIE PALENIA TYTONIU

Czynnikiem, który może mieć największy wpływ na ograniczenie palenia tytoniu jest przede wszystkim wzrost cen papierosów. Na pierwszym miejscu czynnik ten był wskazywany przez: 58% palących mężczyzn, 63% palących kobiet, 56% niepalących mężczyzn i 54% niepalących kobiet.

Drugim czynnikiem jest zakaz palenia w miejscach publicznych, a trzecim kampanie społeczne. Mniej więcej, co piąty respondent uważał, że wszystkie czynniki mają jednakowy wpływ na ograniczenie palenia.



2.6 SPOTYKANE FORMY I MIEJSCA PROMOCJI I MARKETINGU PAPIEROSÓW

Niepalący rzadziej, niż palący spotykają się z promocją papierosów (lub też zwracają na to uwagę). Palący mężczyźni najczęściej spotykają się z formami promocji w miejscach sprzedaży papierosów (19%), a palące kobiety równie często w punktach sprzedaży (12%), co z promocjami cenowymi (12%). Jednak większość Polaków, niezależnie od tego czy pali papierosy czy nie, nie styka się z żadnymi formami promocji papierosów.

| | PALĄCY | | NIEPALĄCY | |
|---|-----------|---------|-----------|---------|
| | mężczyźni | kobiety | mężczyźni | kobiety |
| w punktach sprzedaży – sklepach/ kioskach itp. | 19% | 12% | 12% | 12% |
| sprzedaż papierosów po promocyjnej cenie | 17% | 12% | 9% | 9% |
| prezenty przy zakupie papierosów | 11% | 7% | 7% | 3% |
| artykuły z logo i nazwą papierosów (np. ubrania) | 11% | 4% | 7% | 3% |
| w Internecie | 6% | 4% | 7% | 4% |
| sponsoring wydarzeń kulturalnych przez firmy tytoniowe | 9% | 2% | 6% | 1% |
| <i>Nie miałem styczności z żadną formą promocji</i> | 57% | 68% | 69% | 76% |

3. PODSUMOWANIE WYNIKÓW

- Na przestrzeni wszystkich trzech pomiarów możemy obserwować nieznaczny, acz systematyczny wzrost liczby osób palących codziennie.
- Do nałogowego (codziennego) palenia tytoniu przyznaje się prawie co trzeci (32%) Polak w wieku 15 i więcej lat.
- Wśród osób palących codziennie jest więcej mężczyzn.
- Kobiety palą mniej papierosów, niż mężczyźni – średnio kobieta wypala 14,6 papierosa dziennie, a mężczyzna 16,1.
- Mężczyźni zaczynają palić regularnie wcześniej, niż kobiety – 58% mężczyzn zaczęło palić codziennie między 15, a 19 rokiem życia, wśród kobiet w tym wieku odsetek wyniósł 39%.
- Najwięcej palaczy jest wśród czterdziestolatków (45%), a najmniej wśród nastolatków (7%).
- Wyniki badania pokazują, że odsetek palących kobiet wzrasta po przekroczeniu czterdziestki, ale maleje po 50 roku życia, natomiast w przypadku mężczyzn odsetek ten wzrasta już po 20 roku życia, a maleje dopiero po sześćdziesiątce.
- Wydaje się, że palenie tytoniu w dość niewielkim stopniu uzależnione jest od miejsca zamieszkania respondentów, jednak zarówno na wsi, jak i w miastach mężczyźni palą wyraźnie częściej od kobiet.
- Można powiedzieć, że poziom wykształcenia w pewnym stopniu determinuje palenie papierosów. Najmniej palących regularnie ma wykształcenie podstawowe/ gimnazjalne (25%), a najwięcej (38%) zawodowe.
- W domach większości palaczy panuje całkowity zakaz palenia (58%).
- Najwięcej Polaków, zarówno palących jak i niepalących, deklaruowało, że w ich miejscu pracy/ nauki panuje zakaz palenia we wszystkich pomieszczeniach: 43% palących mężczyzn, 47% palących kobiet, 66% niepalących mężczyzn i 74% niepalących kobiet.
- Głównym miejscem zakupu papierosów jest kiosk oraz sklep/ super/ hipermarket.
- Można zauważyć spadek odsetka osób narażonych na bierne palenie w miejscu pracy.
- Po wprowadzeniu zakazu palenia w miejscach publicznych w 2010 roku, w 2011 możemy obserwować znaczny spadek odsetka osób narażonych na bierne palenie w lokach gastronomicznych i dyskotekach. Ostatni pomiar z 2011 roku pokazuje, że od lutego 2011 roku sytuacja się nie zmieniła i odsetki osób narażonych na bierne palenie są bardzo zbliżone, niezależnie od rodzaju lokalu.
- Polacy bardzo rzadko narażeni są na bierne palenie w placówkach służby zdrowia i szpitalach, urzędach i instytucjach państwowych, placówkach edukacyjnych, obiektach kulturalnych,

rekreacyjnych czy centrach handlowych. Jedynie w przypadku przystanków autobusowych i obiektów transportu publicznego więcej osób jest narażonych na bierne palenie.

- Przestrzeganie przepisów zakazujących palenia tytoniu w miejscach publicznych zdaniem większości respondentów zdecydowanie lub raczej się poprawiło.
- Mandaty za palenie w miejscach publicznych są bardzo rzadkie, trudno powiedzieć jednak, czy to ze względu na niewielką skalę zjawiska, czy brak odpowiedniej egzekucji przepisów ze strony organów uprawnionych do wydawania mandatów.
- Odsetek osób, które uważają, że wprowadzenie zakazu palenia w miejscach publicznych może mieć pozytywny wpływ na decyzję o rzuceniu palenia zmalał w porównaniu z poprzednim pomiarem. Także odsetek osób, które uważają, że kampanie społeczne zwiększają poziom wiedzy o szkodliwości palenia tytoniu zmalał w porównaniu z danymi z lutego 2011 roku.
- Mniej więcej połowa respondentów była zdania, że kampanie społeczne mogą wpłynąć na przestrzeganie zakazu palenia w miejscach publicznych, a około 1/3 była zdania, że programy zdrowotne o tematyce antynikotynowej skierowane do uczniów mogą mieć wpływ na podejmowanie decyzji o rzadszym sięganiu po papierosy przez uczniów.
- Niezależnie od tego czy ktoś pali czy nie, najwięcej Polaków zetknęło się z kampaniami zachęcającymi do rzucenia palenia oraz informującymi o szkodliwości palenia. Jednak największe odsetki osób wskazywały (ponad 40%), że nie spotkały się z żadną kampanią.
- Głównym źródłem wiedzy o możliwościach rzucenia palenia dla palących mężczyzn są kampanie społeczne (36%). Palące kobiety czerpią taką wiedzę zarówno z kampanii (25%), jak i od lekarzy POZ (25%).
- Czynnikiem, który może mieć największy wpływ na ograniczenie palenia tytoniu jest przede wszystkim wzrost cen papierosów. Drugim czynnikiem jest zakaz palenia w miejscach publicznych, a trzecim kampanie społeczne.

4. WNIOSKI I REKOMENDACJE

- Jest nieznaczny, ale systematyczny wzrost liczby palących Polaków. Warto monitorować tę sytuację i przedsięwziąć działania, które mogą ich skłonić do ograniczenia palenia.
- Badanie pokazuje, że takim działaniem byłoby przede wszystkim podniesienie cen papierosów. Można zatem przypuszczać, że znaczna podwyżka byłaby bodźcem, który mógłby skłonić palaczy do ograniczenia nałogu. Chociaż należy pamiętać, że część palaczy wybrałaby zapewne tańsze, niż do tej pory, marki; część przerzuciłaby się na e-papierosy, a inni zaczęli kupować papierosy bez akcyzy na lokalnych targach czy bazarach.
- Wydaje się, że w działaniach mających na celu skłonienie palaczy do rzucenia palenia warto zwrócić uwagę na kilka kwestii:
 1. Wśród palaczy jest więcej mężczyzn, niż kobiet,
 2. Mężczyźni zaczynają nałogowo palić znacznie wcześniej, niż kobiety,
 3. Mężczyźni palą dziennie więcej papierosów, niż kobiety,
 4. Oraz fakt, że liczba palących kobiet spada już po 50 roku życia, podczas gdy mężczyzn dopiero 10 lat później

Biorąc pod uwagę fakt, że mężczyźni żyją średnio krócej niż kobiety, na pewno warto szczególnie tę grupę uwrażliwić na szkodliwość, jaką niesie ze sobą palenie papierosów
- Wprowadzony w 2010 roku zakaz palenia w miejscach publicznych wydaje się być coraz bardziej przestrzegany. Polacy w większości miejsc publicznych nie są narażeni na dym tytoniowy i jedynie na przystankach środków komunikacji miejskiej i dworcach taki problem się pojawia. Być może warto, aby w takich miejscach kontrole były szczególnie wzmożone.
- Skuteczność różnego rodzaju kampanii społecznych dotyczących palenia papierosów została oceniona niżej niż w poprzednim pomiarze. Być może lepiej zdecydować się na jedną kampanię np. skierowaną do młodzieży, ze szczególnym uwzględnieniem chłopców, którzy wcześniej zaczynają palić i zintensyfikować działania z nią związane, niż robić kilka mniejszych kampanii, których postrzegana skuteczność będzie stosunkowo niewielka.
- Warto też położyć nacisk na promowanie idei rzucania palenia przez lekarzy pierwszego kontaktu, gdyż po kampaniach społecznych, stanowią oni najpopularniejsze źródło informacji o możliwościach zaprzestania palenia.

5. MAKSYMALNY BŁĄD POMIARU

| wiarygodność: Wielkość próby | 0,95 | Wielkość frakcji: | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------|------|-------------------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | 1% | 3% | 5% | 10% | 15% | 20% | 25% | 30% | 35% | 40% | 45% | 50% |
| 50 | | 2,8% | 4,7% | 6,0% | 8,3% | 9,9% | 11,1% | 12,0% | 12,7% | 13,2% | 13,6% | 13,8% | 13,9% |
| 100 | | 2,0% | 3,3% | 4,3% | 5,9% | 7,0% | 7,8% | 8,5% | 9,0% | 9,3% | 9,6% | 9,8% | 9,8% |
| 150 | | 1,6% | 2,7% | 3,5% | 4,8% | 5,7% | 6,4% | 6,9% | 7,3% | 7,6% | 7,8% | 8,0% | 8,0% |
| 200 | | 1,4% | 2,4% | 3,0% | 4,2% | 4,9% | 5,5% | 6,0% | 6,4% | 6,6% | 6,8% | 6,9% | 6,9% |
| 250 | | 1,2% | 2,1% | 2,7% | 3,7% | 4,4% | 5,0% | 5,4% | 5,7% | 5,9% | 6,1% | 6,2% | 6,2% |
| 300 | | 1,1% | 1,9% | 2,5% | 3,4% | 4,0% | 4,5% | 4,9% | 5,2% | 5,4% | 5,5% | 5,6% | 5,7% |
| 350 | | 1,0% | 1,8% | 2,3% | 3,1% | 3,7% | 4,2% | 4,5% | 4,8% | 5,0% | 5,1% | 5,2% | 5,2% |
| 400 | | 1,0% | 1,7% | 2,1% | 2,9% | 3,5% | 3,9% | 4,2% | 4,5% | 4,7% | 4,8% | 4,9% | 4,9% |
| 450 | | 0,9% | 1,6% | 2,0% | 2,8% | 3,3% | 3,7% | 4,0% | 4,2% | 4,4% | 4,5% | 4,6% | 4,6% |
| 500 | | 0,9% | 1,5% | 1,9% | 2,6% | 3,1% | 3,5% | 3,8% | 4,0% | 4,2% | 4,3% | 4,4% | 4,4% |
| 550 | | 0,8% | 1,4% | 1,8% | 2,5% | 3,0% | 3,3% | 3,6% | 3,8% | 4,0% | 4,1% | 4,2% | 4,2% |
| 600 | | 0,8% | 1,4% | 1,7% | 2,4% | 2,9% | 3,2% | 3,5% | 3,7% | 3,8% | 3,9% | 4,0% | 4,0% |
| 650 | | 0,8% | 1,3% | 1,7% | 2,3% | 2,7% | 3,1% | 3,3% | 3,5% | 3,7% | 3,8% | 3,8% | 3,8% |
| 700 | | 0,7% | 1,3% | 1,6% | 2,2% | 2,6% | 3,0% | 3,2% | 3,4% | 3,5% | 3,6% | 3,7% | 3,7% |
| 750 | | 0,7% | 1,2% | 1,6% | 2,1% | 2,6% | 2,9% | 3,1% | 3,3% | 3,4% | 3,5% | 3,6% | 3,6% |
| 800 | | 0,7% | 1,2% | 1,5% | 2,1% | 2,5% | 2,8% | 3,0% | 3,2% | 3,3% | 3,4% | 3,4% | 3,5% |
| 850 | | 0,7% | 1,1% | 1,5% | 2,0% | 2,4% | 2,7% | 2,9% | 3,1% | 3,2% | 3,3% | 3,3% | 3,4% |
| 900 | | 0,7% | 1,1% | 1,4% | 2,0% | 2,3% | 2,6% | 2,8% | 3,0% | 3,1% | 3,2% | 3,3% | 3,3% |
| 950 | | 0,6% | 1,1% | 1,4% | 1,9% | 2,3% | 2,5% | 2,8% | 2,9% | 3,0% | 3,1% | 3,2% | 3,2% |
| 1000 | | 0,6% | 1,1% | 1,4% | 1,9% | 2,2% | 2,5% | 2,7% | 2,8% | 3,0% | 3,0% | 3,1% | 3,1% |
| 1050 | | 0,6% | 1,0% | 1,3% | 1,8% | 2,2% | 2,4% | 2,6% | 2,8% | 2,9% | 3,0% | 3,0% | 3,0% |
| 1100 | | 0,6% | 1,0% | 1,3% | 1,8% | 2,1% | 2,4% | 2,6% | 2,7% | 2,8% | 2,9% | 2,9% | 3,0% |
| 1150 | | 0,6% | 1,0% | 1,3% | 1,7% | 2,1% | 2,3% | 2,5% | 2,6% | 2,8% | 2,8% | 2,9% | 2,9% |
| 1200 | | 0,6% | 1,0% | 1,2% | 1,7% | 2,0% | 2,3% | 2,5% | 2,6% | 2,7% | 2,8% | 2,8% | 2,8% |
| 1250 | | 0,6% | 0,9% | 1,2% | 1,7% | 2,0% | 2,2% | 2,4% | 2,5% | 2,6% | 2,7% | 2,8% | 2,8% |
| 1300 | | 0,5% | 0,9% | 1,2% | 1,6% | 1,9% | 2,2% | 2,4% | 2,5% | 2,6% | 2,7% | 2,7% | 2,7% |
| 1350 | | 0,5% | 0,9% | 1,2% | 1,6% | 1,9% | 2,1% | 2,3% | 2,4% | 2,5% | 2,6% | 2,7% | 2,7% |
| 1400 | | 0,5% | 0,9% | 1,1% | 1,6% | 1,9% | 2,1% | 2,3% | 2,4% | 2,5% | 2,6% | 2,6% | 2,6% |
| 1450 | | 0,5% | 0,9% | 1,1% | 1,5% | 1,8% | 2,1% | 2,2% | 2,4% | 2,5% | 2,5% | 2,6% | 2,6% |

6. KONTROLA REALIZACJI I JAKOŚCI BADANIA W TNS PENTOR

TNS Pentor prowadzi wieloetapową kontrolę realizacji badania, która się składa z następujących elementów:

- weryfikacja założonej i zrealizowanej próby
- weryfikacja zrealizowanych ankiet pod względem logicznej zgodności
- odsłuch nagranych pytań w poszczególnych wywiadach
- kontrola telefoniczna 25% zrealizowanych ankiet, przy czym kontroli podlegają ankiety każdego ankietera biorącego udział w badaniu

W zakresie proponowanej metodologii (wywiady CAPI) posiadamy Certyfikat Jakości Pracy Ankieterów przyznawany przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku (OFBOR).

7. KWESTIONARIUSZ

BLOK – POSTAWY WOBEC PALENIA PAPIEROSÓW

CADAS: PYTAĆ WSZYSTKICH

Porozmawiajmy o Pana(i) zachowaniach zdrowotnych. Chcielibyśmy zapytać Pana(ią) o palenie papierosów.

CADAS: PYTAĆ WSZYSTKICH

PYT 1. Czy obecnie pali Pan(i) tytoń? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | | |
|-----|---|-------------------------|
| Tak | 1 | ZADAĆ PYT. 2-5 I DALSZE |
| Nie | 2 | PRZEJŚĆ DO PYT. 6 |

CADAS: PYT. 2-5 ZADAĆ, JEŚLI W PYT. 1 ZAZNACZONY KOD 1 (PALI TYTOŃ)
W PRZECIWNYM WYPADKU PRZEJŚĆ DO PYT. 6

PYT 2. Czy w ciągu ostatnich 6 miesięcy palił(a) Pan(i) tytoń codziennie? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|-----|---|
| Tak | 1 |
| Nie | 2 |

CADAS: PYTAĆ WSZYSTKICH ODPOWIADAJĄCYCH NA BLOK PYT. 2-5

PYT 3. Średnio, ile papierosów wypala Pan(i) dziennie? **ANKIETER: ZAPISAĆ DWUCYFROWO.**

Średnia liczba papierosów wypalanych dziennie: **I _ I _ I**

CADAS: **POGRUPOWAĆ W PONIŻSZE NIŻSZE PRZEDZIAŁY. TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|---------------|---|
| Mniej niż 10 | 1 |
| 10-19 | 2 |
| 20-29 | 3 |
| 30 lub więcej | 4 |

CADAS: PYT. 4 ZADAĆ, JEŚLI W PYT. 2 ZAZNACZONY KOD 1 (PALI TYTOŃ CODZIENNIE)
W PRZECIWNYM WYPADKU PRZEJŚĆ DO PYT. 5

PYT 4. Ile lat Pan(i) miał(a), kiedy zaczął(ęła) Pan(i) palić tytoń codziennie? **ANKIETER: ZAPISAĆ DWUCYFROWO.**

Wiek, w jakim respondent zaczął(ęła) palić tytoń codziennie: **I _ I _ I**

CADAS: **POGRUPOWAĆ W PONIŻSZE NIŻSZE PRZEDZIAŁY. TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|-------------------|---|
| Mniej niż 15 lat | 1 |
| 15-19 lat | 2 |
| 20-29 lat | 3 |
| 30 lat lub więcej | 4 |

CADAS: PYTAĆ WSZYSTKICH ODPOWIADAJĄCYCH NA BLOK PYT. 2-5

PYT 5. Gdzie kupuje Pan(i) papierosy? Proszę wskazać wszystkie miejsca, w których zaopatruje się Pan(i) w papierosy. **ANK: ODCZYTAĆ. MOŻLIWE WIELE ODPOWIEDZI. ROTACJA**

| | |
|---|---|
| Kiosk | 1 |
| Sklep/ supermarket/ hipermarket | 2 |
| W Internecie | 3 |
| Targ/ bazar/ sprzedawcy uliczni – kupuję tu papierosy bez polskiej akcyzy | 4 |
| Kupuję w innym miejscu, gdzie? CADAS: 3 MIEJSCA | 5 |

CADAS: OD PYT. 6 PYTAĆ WSZYSTKICH

PYT 6. Czy w Pana(i) domu pali się tytoń? **ANK: ODCZYTAĆ. TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|---|---|
| TAK, w całym domu/ w różnych pomieszczeniach i miejscach | 1 |
| TAK, ale jedynie w wyznaczonych zamkniętych pomieszczeniach | 2 |
| TAK, ale tylko na zewnątrz pomieszczeń (np. na balkonie, tarasie) | 3 |
| NIE, w moim domu panuje całkowity zakaz palenia tytoniu | 4 |

PYT 7. Czy w Pana(i) miejscu pracy – a jeśli nie rozpoczął(ęła) Pan(i) jeszcze pracy, to czy w Pana(i) miejscu nauki - palenie jest...? **ANK: ODCZYTAĆ.**

| | |
|--|---|
| dozwolone wszędzie - nie ma zasad określających dozwolone miejsca palenia SINGLE | 1 |
| dozwolone w niektórych pomieszczeniach zamkniętych, nie będących palarnią CADAS: MULTI | 2 |
| dozwolone w palarni, zorganizowanej przez pracodawcę/ miejsce nauki, z której dym nie przedostaje się do innych pomieszczeń MULTI | 3 |
| zabronione we wszystkich pomieszczeniach zamkniętych SINGLE | 4 |

PYT 8. Czy przebywając w ostatnim miesiącu w wymienionych miejscach był(a) tam Pan(i) narażony(a) na bierno palenie?
ROTACJA. ODPOWIEDZI TAK/ NIE

| zakład (miejsce) pracy | tak | nie |
|--|-----|-----|
| bar lub pub | tak | nie |
| kawiarnia | tak | nie |
| restauracja | tak | nie |
| dyskoteka / klub muzyczny | tak | nie |
| centrum handlowe | tak | nie |
| obiekty kulturalne (kina, teatry) | tak | nie |
| obiekty rekreacyjno-wypoczynkowe | tak | nie |
| szkoła lub inna placówka edukacyjna | tak | nie |
| szpital / inna placówka służby zdrowia | tak | nie |
| urzędy i instytucje państwowe | tak | nie |
| przystanki i obiekty komunikacji miejskiej | tak | nie |
| środki publicznego transportu | tak | nie |
| miejsca zabaw dzieci | tak | nie |
| obiekty sportowe, w tym stadiony | tak | nie |

PYT 9. Czy według Pana(i) dzisiaj, częściej niż kilka lat temu zdarza się, że osoby niepalące proszą palaczy o niepalenie w miejscach, gdzie jest to zabronione? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|----------|---|
| Tak | 1 |
| Nie | 2 |
| Nie wiem | 3 |

PYT 10. Czy Pana(i) zdaniem, w ostatnim roku poprawiło się przestrzeganie ograniczeń związanych z paleniem tytoniu w miejscach publicznych? **ANK: ODCZYTAĆ. TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|----------------------------------|---|
| tak, zdecydowanie poprawiło się | 1 |
| tak, raczej poprawiło | 2 |
| nie widzę różnicy | 3 |
| nie, raczej pogorszyło się | 4 |
| nie, zdecydowanie pogorszyło się | 5 |

PYT 11. Czy Pan(i) lub ktoś z Pana(i) otoczenia otrzymał mandat za łamanie przepisów ustawy antytytoniowej - palenie w niedozwolonym miejscu lub palenie w miejscu nie oznakowanym? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|----------|---|
| Tak | 1 |
| Nie | 2 |
| Nie wiem | 3 |

PYT 12. Czy Pana(i) zdaniem, kampanie społeczne/ medialne wpływają na zwiększenie poziomu wiedzy na temat szkodliwości palenia tytoniu? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|----------|---|
| Tak | 1 |
| Nie | 2 |
| Nie wiem | 3 |

PYT 13. Proszę zaznaczyć, z którą kampanią antytytoniową spotykał/a się Pan(i) najczęściej w ostatnich miesiącach? **ANK: POKAZAĆ EKRAŃ. TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ. ROTACJA**

| | |
|---|---|
| Kampania zachęcająca do rzucenia palenia | 1 |
| Kampania informująca o zakazie palenia w miejscach publicznych (zakłady pracy, lokale gastronomiczne) | 2 |
| Kampania dotycząca ochrony osób niepalących przed dymem tytoniowym | 3 |
| Kampania informująca o szkodliwych dla zdrowia skutkach palenia | 4 |
| Kampania informująca o karach za nieprzestrzeganie zakazu palenia | 5 |
| Inna kampania antytytoniowa, jaka? | 6 |
| Nie spotkałem(a) się z żadną kampanią antytytoniową | 7 |

PYT 14. Czy Pana(i) zdaniem, kampanie społeczne wpływają na zwiększenie przestrzegania zakazu palenia w miejscach publicznych? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|----------|---|
| Tak | 1 |
| Nie | 2 |
| Nie wiem | 3 |

PYT 15. Czy Pana(i) zdaniem, programy prozdrowotne o tematyce antytytoniowej skierowane do uczniów szkół powodują, że młodzież rzadziej sięga po papierosy? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|----------|---|
| Tak | 1 |
| Nie | 2 |
| Nie wiem | 3 |

PYT 16. Czy Pana(i) zdaniem, wprowadzanie zakazu palenia tytoniu w miejscach publicznych i zakładach pracy sprzyja podejmowaniu przez palaczy decyzji o rzuceniu palenia? **TYLKO JEDNA ODPOWIEDŹ**

| | |
|----------|---|
| Tak | 1 |
| Nie | 2 |
| Nie wiem | 3 |

PYT 17. Gdzie, jeśli gdziekolwiek, zetknął(ęła) się Pan(i) z informacjami na temat możliwości rzucenia palenia? **MOŻLIWE WIELE ODPOWIEDZI. ROTACJA**

| | |
|---|---|
| u lekarza podstawowej opieki zdrowotnej | 1 |
| u farmaceuty/ w aptece | 2 |
| w kampanii społecznej/ w kampaniach społecznych | 3 |
| u rodziny/ znajomych | 4 |
| w innym miejscu/ u kogoś innego, gdzie? CADAS: 3 MIEJSCA | 5 |
| W żadnym miejscu/ u nikogo | 6 |

PYT 18. Czy zetknął(ęła) się Pan(i) z formą promocji i marketingu papierosów...? **MOŻLIWE WIELE ODPOWIEDZI. ROTACJA**

| | |
|---|---|
| w punktach sprzedaży – sklepach/ kioskach itp. | 1 |
| w Internecie | 2 |
| sprzedaż papierosów po promocyjnej cenie | 3 |
| prezenty przy zakupie papierosów | 4 |
| artykuły z logo i nazwą papierosów (np. ubrania) | 5 |
| sponsoring wydarzeń kulturalnych przez firmy tytoniowe | 6 |
| Inna forma promocji/ inne miejsce, jaka/ gdzie? CADAS: 3 MIEJSCA | 7 |
| Nie miałem styczności z żadną formą promocji papierosów | 8 |

PYT 19. Proszę spojrzeć na listę czynników mogących mieć wpływ na ograniczenie palenia tytoniu. Który z tych czynników uważa Pan(i) za najskuteczniejszy w ograniczaniu palenia tytoniu?

Proszę uszeregować czynniki w kolejności począwszy od tego, który jest, Pana(i) zdaniem, najbardziej skuteczny w ograniczaniu palenia tytoniu, do tego który jest w Pana(i) opinii najmniej skuteczny. **RANGOWANIE**

| | |
|---|---|
| wzrost cen papierosów | 1 |
| wprowadzenie zakazu palenia w miejscach publicznych | 2 |
| kampanie społeczne/ medialne na temat skutków palenia | 3 |
| wszystkie powyższe w podobnym stopniu | 4 |