

О характере и масштабах рынка нелегального алкоголя в одном из районов Московской области (мнение населения района)

Холдин В.Н.

главный врач государственного автономного учреждения здравоохранения Московской области «Клинский наркологический диспансер» (ГАУЗ МО КНД)

Паронян И.Д.

к.б.н., с.н.с., отделение эпидемиологии ФГБУ ННЦ наркологии Минздрава России

Колгашкин А.Ю.

с.н.с., руководитель группы ФГБУ ННЦ наркологии Минздрава России

Чумичева В.Б.

с.н.с., ФГБУ ННЦ наркологии Минздрава России

В результате анкетирования населения были получены данные об общей картине потребления некоммерческого алкоголя включающей в себя как социально-демографические характеристики потребителей, так и социальные характеристики потребления некоммерческого алкоголя среди населения. Полученные результаты могут быть использованы при создании и проведении муниципальных антиалкогольных профилактических программ.

Ключевые слова: нелегальный алкоголь, опрос, население, лечение алкогольной зависимости, причины потребления алкоголя, профилактические программы

Введение

Меры по повышению стоимости алкогольной продукции, последовательно проводимые правительством Российской Федерации, заставляют ряд представителей экспертного сообщества высказывать озабоченность возможным изменением структуры спроса на спиртные напитки. Предполагается, что одним из результатов предпринимаемых шагов станет уход населения от легального алкоголя в сторону контрафактной и кустарной алкогольной продукции, а также спиртосодержащих жидкостей. Принято считать, что основными регионами распространения подобного «нелегального алкоголя» являются небольшие города и населенные пункты, а также сельская местность.

Отсутствие сколько-нибудь достоверных статистических данных о подобной продукции позволяет оценивать такие параметры, как объемы рынка, специфика производства, качество и структура потребления в основном экспертными методами. Проведенные в этой области исследования, как правило, рассматривают влияние нелегального алкоголя на показатели предотвратимой смертности или сокращение сроков жизни населения. Среди наиболее авторитетных работ по теме следует отметить публикации, рассматривающие ситуацию на национальном уровне – Леон и соавторы, Школьников и

соавторы [7,8]. Важные аспекты проблемы были затронуты и в региональных исследованиях, проведенных А.Ю. Гилем и соавторами, изучившими доступность и характеристики непитьевого алкоголя в 17 российских городах, а также в исследованиях, проведенных коллективами авторов под руководством Е.А. Кошкиной и Д.Г. Заридзе, рассмотревшими ситуацию в 3 регионах и 3 городах соответственно [1,2,9]. Авторы настоящего исследования также рассматривали отдельные аспекты взглядов различных групп населения на спиртные напитки [5,6].

Актуальность данного исследования обуславливается тем фактом, что потребление алкоголя в нашей стране обуславливает негативные социальные и медицинские последствия, заметно превосходящие по своим масштабам вред, приносимый другими болезнями зависимости. На 01.01.2010 – момент начала проведения исследования, суммарное число потребителей алкоголя составляло почти 2% от общей численности населения и равнялось 2 млн. 658 тыс. человек. Следует отметить, что известная работа А.В. Немцова и А.Т. Терехина (2007 г.) показывает, что в России каждый третий мужчина и каждая шестая женщина умирают по причинам, связанным с алкоголем [3].

Материалы и методы исследования

В своей работе авторы уделили основное внимание проблеме употребления нелегального алкоголя. Именно подобные напитки, производство которых не регулируется государственными и отраслевыми требованиями, способны принести наибольший вред здоровью потребителей. Рассматриваемое исследование проводилось в одном из районов Московской области в 2010 году.

Общая методика оценки характера и масштабов рынков нелегального алкоголя подробно описывалась авторами в своих предыдущих работах [5,6]. Основным инструментом исследования стала специально разработанная анкета (Приложение 1). Она включала в себя 32 вопроса распределенных на 4 блока: социально-демографические сведения, сведения об употреблении алкоголя и отношения употреблению алкогольных напитков, данные о расходах на алкоголь и влиянии алкоголя на физическое и психическое здоровье.

Исследование осуществлялось методом выборки доступных случаев путем опроса населения района. Большое внимание уделялось достоверности собираемых сведений. Следовало иметь в виду, что потребление нелегальных алкогольных напитков считается социально неприемлемым, что может привести к нежеланию респондентов раскрывать правдивые сведения о себе и о потреблении спиртных напитков в своем окружении. Подобное поведение является достаточно типичным и напоминает поведение больных с различными наркологическими нозологиями [4]. В связи с этим всем участникам

анкетирования давались дополнительные заверения в полной анонимности проводимого исследования, а также в конфиденциальности сообщенных сведений.

Данный опрос предоставил возможность получить данные об общей картине потребления некоммерческого алкоголя включающей в себя как социально-демографические характеристики потребителей, так и социальные характеристики потребления некоммерческого алкоголя среди населения. Всего в исследовании приняло участие 202 респондента.

Социально-демографическая характеристика респондентов

Среди обследованного контингента преобладали мужчины 59,4 %, на долю женщин пришлось 38,6%. Средний возраст респондентов составил 38,5 лет, причем самый младший был в возрасте 18 лет, самый старший в возрасте 88 лет. Наибольшая доля опрошенных относилась к возрастной группе 25-29 лет (17,3%) и 30-34 года (14,4%) (Табл.1).

Таблица 1. Распределение респондентов по возрасту

Возраст	Количество респондентов	Доля от общего числа опрошенных (в %)
17-19	2	1,0
20-24	21	10,4
25-29	35	17,3
30-34	29	14,4
35-39	26	12,9
40-44	25	12,4
45-49	22	10,9
50-54	7	3,5
55-59	8	4,0
60-64	13	6,4
65 и старше	4	2,0

По уровню образования респонденты распределились следующим образом (Табл.2). Следует отметить, что среди них преобладали лица со средним специальным образованием (40%), а также с высшим и незаконченным высшим (38%).

Таблица 2. Распределение респондентов по образовательному уровню

Образовательный уровень	Количество респондентов	Доля от общего числа опрошенных (в %)
Начальное образование (1-6 классов)	3	1,5
Неполное среднее (7-9 классов)	10	5,0

Полное среднее (10-11 классов)	28	13,9
Среднее специальное Высшее	81	40,1
Незаконченное высшее	20	9,9
Высшее	57	28,2
Иное	2	1,0
Нет ответа	1	0,5

Наибольшую долю опрошенных составили рабочие (27%) и государственные служащие (19%). В тоже время среди респондентов присутствовали предприниматели и инженерно-технические работники (по 8% в каждой представленной группе). Число представителей иных профессиональных групп не превышало 5% (Табл. 3)

Таблица 3. Профессиональный и социальный статус респондентов

Статус	Количество респондентов	Доля от общего числа опрошенных (в %)
Предприниматель	17	8,4
Руководитель высшего/среднего звена	8	4,0
Руководитель отдела	11	5,4
Специалист/инженерно-технический работник	16	7,9
Рабочий	55	27,2
Работник сельского хозяйства	1	0,5
Государственный служащий	39	19,3
Студент/учащийся	8	4,0
Военнослужащий	5	2,5
Пенсионер/инвалид	16	7,9
Безработный	10	5,0
Был(а) в заключении	4	2,0
Домохозяйка	6	3,0
Другая занятость	5	2,5
Нет ответа	1	0,5

Основными источниками средств существования среди опрошенных являлась постоянная или временная работа (81,7%). На содержании у родителей или супругов находилось 9,5%.

В период опроса состояли в браке, в том числе гражданском 68,3%. Никогда не состояли в браке 14,4%, были разведены 9,4%, овдовели к этому времени 5,9%.

На вопрос «Каково Ваше материальное положение?» – 51% опрошенных расценили его как среднее, 21,3% – ниже среднего, 15,8% отметили низкий уровень. В то же время, 10,9% респондентов оценили свой уровень жизни как выше среднего и высокий.

Таким образом, данная когорта опрошенных лиц, проживающая в одном из районов Московской области, представляет собой активное, трудоспособное население, с достаточно высоким уровнем образования, в основном состоящее в браке, живущее на свои трудовые доходы, имеющее удовлетворительное материальное положение.

Мнение респондентов об употреблении алкоголя и отношении к употреблению алкогольных напитков

По мнению респондентов, население, проживающее в данном районе Московской области, среди алкогольных напитков отдает предпочтение крепким алкогольным напиткам (85,6%) и пиву (73,8%). Модель поведения, включающая употребление крепких напитков, имеет наиболее широкое распространение. Обращает на себя внимание, что почти 24% употребляют самогон, 3,5% – спирт и суррогаты (Табл. 4).

Таблица 4. Алкогольные напитки, предпочитаемые населением

Вид алкогольных напитков	Количество респондентов	Доля от общего числа опрошенных (в %)
Водка и другие крепкие алкогольные напитки (40 градусов и более)	173	85,6
Вина сухие, шампанское	55	27,2
Вина крепленые	18	8,9
Пиво	149	73,8
Самогон	48	23,8
Брага	2	1,0
Спирт	7	3,5
Суррогаты алкоголя	7	3,5

Респонденты считают, что чаще всего из всех алкогольных марок подделывают водку и другие алкогольные напитки (90,1%), реже подделывают вино (30,2%), но даже пиво, по их мнению, бывает поддельным.

На вопрос «Встречались ли Вы с подделкой алкогольных напитков?» большинство респондентов ответили – «Да»:

- Поддельная водка – 64,4%;
- Коньяк, виски и ликер – 27,7% ;
- Сухое вино и шампанское – 27,7%;
- Креплёное вино – 17,3%;

- Пиво – 15,8%;
- Газированные напитки, содержащие алкоголь – 18,3%.

Таким образом, по мнению респондентов, различные виды алкогольных напитков, продаваемые в магазинах, бывают поддельные, и чаще всего это водка.

По мнению респондентов, доля поддельных алкогольных напитков на рынке распределилась следующим образом – как считают респонденты, поддельная водка составляет более 56%, остальные напитки распределены более или менее равномерно и составляют около 40% (Табл. 5).

Таблица 5. Доля поддельных алкогольных напитков на рынке (по мнению респондентов)

Вид алкогольных напитков	Доля в %
Водка	56,3
Коньяк, виски, ликер и.п.	38,8
Сухое вино, шампанское	38,9
Крепленое вино	39,8
Пиво	39,5
Газированные напитки, содержащие алкоголь (джин-тоник, ром-кола и т.п.	41,3

Оценивая поддельные напитки, респонденты осознают, что они опасны для здоровья (80,2%), но, тем не менее, указывают, что они дешевле (45%) и их больше на рынке (35,1%). Именно цена и доступность стимулируют население приобретать эти напитки.

Тем не менее, две трети респондентов (71,3%) предпочитают не употреблять поддельные алкогольные напитки и стараются покупать легальный алкоголь в магазинах.

На вопрос «Употребляют ли Ваши знакомые нелегальные, поддельные и суррогатные алкогольные напитки?» респонденты отвечали отдельно по нескольким алкогольным напиткам. Да, употребляют:

- Пиво – 19,3%;
- Самогон – 37,1%;
- Брага – 14,1%;
- Вино домашнего приготовления – 29,7%;
- Спирт – 17,8%;

- Одеколоны и лосьоны – 7,9%;
- Аптечные спиртовые настойки – 11,9%;
- Технические жидкости – 4,5%.

На первом месте среди потребляемых поддельных напитков находится самогон, на втором вино домашнего приготовления, на третьем пиво. Обращает на себя внимание, что почти 12% среди знакомых респондентов употребляют аптечные настойки, а 4,5% технические жидкости. Таким образом, опрос населения данного региона свидетельствует о широком распространении потребления нелегальных, поддельных и суррогатных напитков.

Основной причиной употребления вышеуказанных напитков респонденты (84,2%) называют более низкую цену, а так же они считают, что эти напитки легче достать (26,7%). В то же время 13,4% опрошенных считают, что эти напитки вызывают более сильное опьянение. Следовательно, цена и доступность являются ведущими причинами употребления поддельных напитков.

Опрошенное население считает, что поддельные алкогольные напитки производят в основном в подпольных цехах (65,3%). В то же время велика доля тех, кто указывает, что производство нелегальных алкогольных напитков осуществляется на легальных заводах (28,2%).

Доступность поддельных алкогольных напитков связана с тем, что 59,4% респондентов указывают на то, что их можно приобрести круглосуточно, 24,3% – в течении дня, а 9,9% – даже ночью. То есть время продажи таких напитков неограниченно, они всегда доступны.

Анализ распространенности употребления предпочитаемых алкогольных напитков среди опрошенной когорты лиц свидетельствует о том, что сами респонденты, как и все население региона, наиболее часто употребляют водку и другие крепкие алкогольные напитки (54,5%) и пиво (49,5%). В структуре употребляемых напитков присутствуют и другие напитки: сухие вина и шампанское – 30,2%; крепленые вина – 10,4%; поддельные крепкие напитки, такие как самогон – 9,4%; спирт – 1,5%.

Респонденты, оценивая доступность для себя различных алкогольных напитков, считают, что очень просто достать пиво, водку, вина и газированные напитки. В то же время поддельные алкогольные напитки им достать значительно труднее (Табл. 6).

Таблица 6. Доступность алкогольных напитков (по мнению респондентов, в %)

Виды напитков	Просто достать	Сложно достать
Пиво	78,2	7,0
Сухое вино, шампанское	72,8	5,0

Крепленое вино	68,3	7,5
Газированные алкогольные напитки	71,8	7,0
Водка	76,2	5,5
Коньяк, виски и др.	65,8	13,9
Самогон	40,6	32,7
Брага	31,2	41,1
Вино домашнего производства	35,1	35,6
Спирт	36,6	33,7
Одеколон, лосьон	59,4	10,8
Аптечные спиртовые настойки	56,9	12,9
Технические жидкости	41,6	24,3

При анализе проблем, связанных с употреблением алкоголя, значительное внимание уделяется такому показателю как частота употребления в течение последнего года. Чем чаще употребляются алкогольные напитки, и особенно крепкие, тем больше медицинских и социальных последствий их употребления, как для каждого индивидуума, так и для общества в целом.

При опросе населения данного региона по каждому виду напитка предлагалось дать ответ по следующим градациям:

- Не употреблял данный алкогольный напиток в течение года;
- Употреблял 1-2 раза в месяц;
- Употреблял 1-2 раза в неделю;
- Употреблял каждый или почти каждый день.

В структуре напитков респонденты чаще всего 1-2 раза в неделю употребляют пиво (20,8%), в то же время велика доля тех, кто делает это каждый день (12,4%). Среди употребляющих водку это соотношение выглядит следующим образом: 1-2 раза в неделю – 10,9%; ежедневно – 5%. Обращает на себя внимание употребление газированных алкогольных напитков. Ряд других напитков также употребляется довольно часто – это сухое вино и шампанское, и крепленое вино. Поддельные алкогольные напитки употребляются опрошенными лицами значительно реже (Табл. 7).

Таблица 7. Частота употребления респондентами алкогольных напитков в течение последнего года (в %)

Виды напитков	Не употребляют	1 – 2 раза в месяц	1 – 2 раза в неделю	Каждый день
Водка	25,2	30,7	10,9	5,0
Пиво	19,8	25,2	20,8	12,4

Сухое вино, шампанское	22,3	36,6	5,0	1,0
Крепленое вино	40,1	15,8	4,5	1,0
Газированные алкогольные напитки	45,0	10,9	5,0	5,4
Коньяк, виски и др.	29,2	32,2	4,5	0,5
Самогон	51,0	8,4	3,5	1,0
Брага	55,9	2,5	1,5	1,0
Вино домашнего производства	44,6	11,9	4,0	0,0
Спирт	55,4	4,0	2,0	0,0
Одеколон, лосьон	59,4	1,5	1,0	0,0
Аптечные спиртовые настойки	58,9	2,5	0,5	0,5
Технические жидкости	58,9	1,5	0,5	0,0

Анализ приведенных в таблице материалов свидетельствует о достаточно широкой распространенности употребления всех приведенных в анкете видов алкогольных напитков.

Алкогольные напитки респонденты наиболее часто употребляют дома (78,2%), в гостях (59,9%), в кафе и барах (43,6%). Однако каждый пятый (21,8%) употребляет алкогольные напитки на улице. Таким образом, законодательство, запрещающее употреблять алкоголь в общественных местах, нарушают почти 22% респондентов.

Круг общения при употреблении алкогольных напитков включает в себя в первую очередь друзей (75,7%), затем родственников (56,4%) и коллег по работе (32,2%). Довольно часто употребляют алкоголь с супругом (22,3%). Отмечается употребление алкоголя в случайной компании (4%). В то же время прогностическим неблагоприятным симптомом в отношении алкоголизма является употребление алкогольных напитков в одиночестве, а таких лиц оказалось 10%, т. е. каждый десятый респондент.

Основные причины употребления алкоголя – это праздники (79,2%) и дни рождения (73,8%). Однако были выявлены и другие модели поведения – это употребление алкоголя в отпуске (19,3%) и в связи с окончанием рабочей недели (12,9%). Обращает на себя внимание группа лиц, которая употребляет алкоголь без повода (18,3%). Следовательно, основная причина употребления алкоголя – это традиции, однако есть и другие причины, и самая тревожная из них употребление алкоголя без повода.

Респондентов попросили присвоить ранговые места от 1 до 4 алкогольным напиткам, которые они употребляют наиболее часто. При анализе выявлено, что всему перечню алкогольных напитков были присвоены ранговые места, и у каждого из напитков есть

потребители, отдающие этому напитку первое место. Наибольшее предпочтение и соответственно первое ранговое место отводится водке, пиву и сухим винам (каждый из напитков 18,8%). Далее крепким алкогольным напиткам: коньяку, виски и самогону (соответственно 15,8%). Тем не менее, среди опрошенных встречается контингент, отдающий предпочтение спирту, одеколону, аптечным спиртосодержащим настойкам и техническим жидкостям, таких лиц среди опрошенных более 13% (по каждому виду) (Табл.8).

Таблица 8. Распределение ранговых мест алкогольных напитков, которые респонденты употребляют наиболее часто (в %)

Виды напитков	1 ранговое место	2 ранговое место	3 ранговое место	4 ранговое место
Пиво	18,8	15,8	7,4	21,3
Сухое вино, шампанское	18,8	12,9	9,4	6,9
Крепленое вино	12,9	6,4	7,9	6,4
Газированные алкогольные напитки	13,4	5,9	4,0	8,4
Водка	18,8	16,8	7,4	13,9
Коньяк, виски и др.	15,8	10,9	10,9	7,9
Самогон	15,8	2,0	1,0	9,4
Брага	14,4	0,0	0,5	6,4
Вино домашнего производства	14,9	3,5	2,0	4,5
Спирт	13,9	0,0	0,5	6,9
Одеколон, лосьон	13,4	0,5	0,0	6,9
Аптечные спиртовые настойки	13,4	0,0	0,0	7,9
Технические жидкости	13,9	0,0	0,0	6,9

Расходы на алкоголь

Анализ расходов на покупку алкоголя во время последнего эпизода употребления алкоголя показал, что в среднем они составили 986 рублей. В месяц в среднем опрошенным населением тратится на покупку алкоголя 1412 рублей или около 8% от ежемесячного заработка.

Влияние алкоголя на физическое и психическое здоровье

На вопрос «Какое влияние оказывает на Вас употребление алкогольных напитков?» в большинстве случаев респонденты ответили следующим образом:

- Ощущение расслабленности – 65,3%;
- Забываю о своих проблемах – 26,2%;
- Испытываю чувство радости – 22,3%;
- Ощущаю себя навеселе – 19,8%;
- Ощущение открытости и дружелюбия – 16,8%;
- Чувствую себя менее скованными – 14,4%;
- Испытываю сильное веселье – 4%;
- Чувствую себя пьяным – 5,9%;
- Чувствую себя плохо – 5%.

Следовательно, алкогольные напитки употребляются населением для снятия напряжения, установления межличностных контактов и общения. Процент тех, кто осознает, что чувствует себя плохо – очень невелик.

При опросе выявлено, что употребление алкогольных напитков привело респондентов к различным проблемам с их соматическим здоровьем. Довольно часто появляются головная боль, тошнота и рвота (36,1%), возникает острое алкогольное отравление (10,4%) и даже белая горячка (2,5%). Респонденты отметили появление аритмии сердца (5,4%), несчастных случаев и травм (8,3%), болезней желудочно-кишечного тракта (8%).

Помимо соматических проблем по материалам опроса выявлено, что употребление алкогольных напитков приводит и к проблемам с психическим здоровьем. Появляются такие симптомы как: бессонница (14,9%), депрессия (8,9%), беспокойство (11,4%), провалы в памяти (8,4%) и другие.

Следовательно, систематическое употребление алкогольных напитков и в первую очередь водки, которая занимает первое ранговое место среди потребляемых напитков – опасно для соматического и психического здоровья.

Помимо оценки влияния алкогольных напитков на здоровье было проанализировано и наличие социальных проблем, к которым приводит употребление алкоголя. Респонденты указали на следующие проблемы в своей жизни, связанные с алкоголем:

- Семейные ссоры – 31,2%;
- Пропуски на работе – 7,9%;
- Неэффективность трудовой деятельности – 7,4%;
- Несчастные случаи в быту – 4%;
- Потеря работы – 4%;
- Снижение профессионального статуса – 3,5%;
- Вождение автомобиля в нетрезвом виде – 3%;
- Агрессия в общественных местах – 2%.

Есть еще ряд других проблем, на которые указали единичные респонденты.

Проведенный анализ свидетельствует о наличии значительного числа социальных последствий для индивидуума, связанных с употреблением алкоголя. Но в первую очередь наибольший процент проблем связан с семьей, а это здоровье родителей, жены, детей; достаток в семье; возможность воспитания полноценных членов общества.

Анонимный опрос активного трудоспособного населения, проведенный в одном из районов Московской области, свидетельствует о том, что среди алкогольных напитков, употребляемых населением, отдается предпочтение пиву и крепким алкогольным напиткам. Тем не менее, среди употребляемых напитков присутствуют поддельные и суррогатные, которые употребляет значительная часть населения (24% – самогон, 3,5% – суррогаты).

По мнению респондентов, чаще всего подделывают водку (90%), затем вино (30,2%) и даже пиво (9,4%). Опрошенное население считает, что поддельные алкогольные напитки в основном производят в подпольных цехах (65,3%). Сами опрашиваемые встречались с подделанными напитками, чаще всего это была водка (64,4%).

Население осознает, что поддельные напитки опасны для здоровья (82%), но их приобретают, так как они, по мнению респондентов дешевле и доступнее. В то же время две трети опрошенных предпочитают покупать легальные алкогольные напитки в магазине. Однако значительное число лиц употребляют нелегальный алкоголь, и на первом месте среди них стоит самогон (37,1%). Основной причиной употребления поддельных алкогольных напитков являются более низкая цена и круглосуточная доступность.

Сами респонденты предпочитают крепкие алкогольные напитки (54,5%) и пиво (49,5%). При распределении употребляемых напитков по ранговым местам все тринадцать видов алкогольных напитков, упомянутых респондентами, получили первые ранговые места. Конечно, наиболее высокая доля респондентов первое ранговое место отдала водке, другим крепким алкогольным напиткам и пиву. Но более 13% респондентов на первое ранговое место поставили спирт, одеколон, аптечные спиртосодержащие настойки и технические жидкости.

Алкогольные напитки респонденты чаще всего употребляют дома, в гостях, кафе и баре. Тем не менее, каждый пятый употребляет алкоголь на улице, нарушая законодательство, запрещающее это делать. Употребляют алкоголь с друзьями, родственниками, коллегами по работе, супругами. Однако есть категория лиц, которая употребляет алкоголь в случайной компании (4%).

Анализ расходов на покупку алкоголя во время последнего эпизода употребления алкоголя показал, что в среднем 8% от ежемесячного заработка.

Респонденты отмечают, что употребление алкоголя приводит к проблемам с соматическим и психическим здоровьем. Помимо медицинских выявлено значительное число социальных последствий употребления алкоголя. Это в первую очередь проблемы в семье и на работе.

Таким образом, проведенные исследования свидетельствуют о широком распространении употребления алкогольных напитков, в том числе и поддельных, в изучаемом регионе и высоком уровне медико-социальных последствий, связанных с этим явлением.

Полученные данные могут быть востребованы при создании и проведении муниципальных антиалкогольных профилактических программ.

Приложение 1. Анкета для населения

Пожалуйста, прочтите перед началом работы.

Эта анкета - часть исследования посвященного изучению употребления алкоголя. Эта анкета - анонимная и в ней не будет Вашего имени или другой, указывающей на Вас информации. Чтобы исследование было успешным очень важно, что бы Вы ответили на каждый вопрос честно и внимательно. Все Ваши ответы строго конфиденциальны. Участие в опросе абсолютно добровольное. Если по каким, либо причинам вопрос покажется Вам неприемлемым, может пропустить его. В анкете нет правильных или неправильных ответов, если среди предложенных вариантов Вы не найдете подходящего ответа, отметьте тот который ближе всего. Пожалуйста, отметьте выбранный Вами ответ значком X в соответствующей ячейке.

Мы надеемся, что анкета окажется интересной. Если у Вас возникнут вопросы, пожалуйста обращайтесь и ответственный за проведение исследования ответит Вам.

Номер кода/инициалы интервьюера _____

A. СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ

1. Пол Мужской
 Женский

2. Год рождения: _____
 3. Число полных лет: _____

4. Образование (Только один ответ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Начальное образование (1-6 лет) | <input type="checkbox"/> Незаконченное высшее |
| <input type="checkbox"/> Неполное среднее образование (7-9 лет) | <input type="checkbox"/> Высшее |
| <input type="checkbox"/> Полное среднее образование (10-12 лет) | <input type="checkbox"/> Иное _____ |
| <input type="checkbox"/> Среднее специальное образование | <input type="checkbox"/> Нет ответа |

5. Укажите Ваш профессиональный и социальный статус. (Только один ответ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Предприниматель | <input type="checkbox"/> Студент / учащийся |
| <input type="checkbox"/> Руководитель высшего/ среднего звена | <input type="checkbox"/> Военнослужащий |
| <input type="checkbox"/> Руководитель отдела | <input type="checkbox"/> Пенсионер/инвалид |
| <input type="checkbox"/> Специалист/инженерно-тех. работник | <input type="checkbox"/> Безработный |
| <input type="checkbox"/> Рабочий | <input type="checkbox"/> Был (а) в заключении |
| <input type="checkbox"/> Работник сельского хозяйства | <input type="checkbox"/> Домохозяйка (ин) |
| <input type="checkbox"/> Государственный служащий | <input type="checkbox"/> Другая занятость (укажите какая)
_____ |

6. Ваш основной источник средств существования (Только один ответ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Постоянная работа | <input type="checkbox"/> Родители / родственники |
| <input type="checkbox"/> Временная работа | <input type="checkbox"/> Супруг/супруга |
| <input type="checkbox"/> Случайные заработки | <input type="checkbox"/> Другое (указать)
_____ |

7. Ваше семейное положение в настоящее время (только один ответ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Женат (замужем) | <input type="checkbox"/> Разведен (а) официально |
| <input type="checkbox"/> Повторный брак | <input type="checkbox"/> Никогда не состоял (ла) в браке |
| <input type="checkbox"/> Гражданский брак | <input type="checkbox"/> Другое (укажите, что именно)
_____ |
| <input type="checkbox"/> Вдова (вдовец) | |

8. Каково Ваше материальное положение? (Только один ответ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Высокий | <input type="checkbox"/> Ниже среднего |
| <input type="checkbox"/> Выше среднего | <input type="checkbox"/> Низкий |
| <input type="checkbox"/> Средний | <input type="checkbox"/> Другое (укажите) _____ |

В. УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ И ОТНОШЕНИЕ К УПОТРЕБЛЕНИЮ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

9. Какие алкогольные напитки, по Вашему мнению, предпочитает население? (Отметить не более трех ответов)

- | | | | |
|-----------------------------|--|-----------------------------|-------------------------------------|
| a) <input type="checkbox"/> | Водка и другие крепкие алкогольные напитки (40 градусов и более) | g) <input type="checkbox"/> | Спирт |
| b) <input type="checkbox"/> | Вина сухие, шампанское | h) <input type="checkbox"/> | Суррогаты алкоголя (укажите какие) |
| c) <input type="checkbox"/> | Вина крепленые | i) <input type="checkbox"/> | _____ |
| d) <input type="checkbox"/> | Пиво | j) <input type="checkbox"/> | _____ |
| e) <input type="checkbox"/> | Самогон | k) <input type="checkbox"/> | Другие алк. напитки (укажите какие) |
| f) <input type="checkbox"/> | Брага | l) <input type="checkbox"/> | _____ |

10. Какие марки алкогольных напитков чаще всего подделывают? Укажите название (марку)

- a) Водка и другие крепкие алкогольные напитки (40 градусов и более)
 b) Вино
 c) Пиво

11. Встречались ли Вы с подделкой следующих алкогольных напитков? (Один ответ в каждой строке).

		да	нет	затрудняюсь ответить
a)	Водка	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b)	Коньяк, виски, ликер и т.д.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c)	Сухое вино, шампанское	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d)	Крепленое вино	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e)	Пиво	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f)	Газированные напитки, содержащие алкоголь (джин-тоник, ром кола и т.п.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Какую долю, по Вашему мнению, занимают поддельные алкогольные напитки среди каждого из нижеприведенных напитков на рынке (в %)? (Один ответ в каждой строке).

	Напитки	Доля в %
a)	Водка	
b)	Коньяк, виски, ликер и т.д.	
c)	Сухое вино, шампанское	
d)	Крепленое вино	
e)	Пиво	
f)	Газированные напитки, содержащие алкоголь (джин-тоник, ром кола и т.п.)	

13. Как Вы оцениваете поддельные напитки? (можно дать несколько ответов).

- a) Поддельный алкоголь опасен для здоровья
 b) Поддельный алкоголь дешевле
 c) Поддельного алкоголя на рынке больше
 d) Легальный алкоголь достать сложнее
 e) Затрудняюсь ответить
 f) Другое _____

14. Предпринимаете ли Вы меры предосторожности, чтобы избежать покупки/употребления поддельных алкогольных напитков? (можно дать несколько ответов).

- 1) Нет, мне все равно, какие напитки покупать и употреблять
 2) Да, я стараюсь покупать только легальную алкогольную продукцию
 3) Затрудняюсь ответить
 8) Другое _____

15. Употребляют ли Ваши знакомые нелегальные, поддельные и суррогатные алкогольные напитки? (Один ответ в каждой строке)

		Не употребляют	Употребляют
a)	Пиво	1	2
b)	Самогон	1	2
c)	Брага	1	2
d)	Вино домашнего приготовления	1	2
e)	Спирт	1	2
f)	Одеколоны, лосьоны	1	2
g)	Аптечные спиртовые настойки	1	2
h)	Технические жидкости	1	2
i)	Другое 1 (указать) _____	1	2
h)	Другое 2 (указать) _____	1	2

16. Почему, по Вашему мнению, люди употребляют такие напитки, как самогон, спирт, брага, аптечные настойки и т.п.? (Можно отметить несколько ответов)

- a) Они дешевле алкогольных напитков, продающихся в магазинах
 b) У них выше градус, чем у водки в магазине
 c) Их легче достать
 d) Они вызывают более сильное опьянение
 e) Другое (уточнить) _____

17. Где, по Вашему мнению, производятся поддельные алкогольные напитки?

- a) В подпольном цехе
 b) На легальном заводе
 c) В других местах (укажите, где именно) _____

18. В какое время можно приобрести поддельные алкогольные напитки для употребления? (Один ответ по каждой строке).

- a) в течение дня
 b) ночью
 c) круглосуточно
 d) не знаю

19. Какие алкогольные напитки Вы предпочитаете и употребляете наиболее часто? (Отметить не более трех ответов).

- a) Водка и другие крепкие алкогольные напитки (40 градусов и более)
 b) Вина сухие, шампанское
 c) Вина крепленые
 d) Пиво
 e) Самогон
 f) Брага
 g) Спирт
 h) Суррогаты алкоголя (укажите какие) _____
 i) _____
 j) _____
 k) Другое _____
 l) _____

20. Как Вы считаете, насколько сложно Вам будет при желании достать приведенные алкогольные напитки? (можно дать один ответ в каждой строке)

		Невозможно	Сложно	Просто
a)	Пиво	1	2	3
b)	Сухое вино, шампанское	1	2	3

c)	Крепленое вино	1	2	3
d)	Газированные напитки, содержащие алкоголь (джин-тоник, ром и т.п.)	1	2	3
e)	Водка	1	2	3
f)	Коньяк, виски, ликер и т.д.	1	2	3
g)	Самогон	1	2	3
h)	Брага	1	2	3
i)	Вино домашнего приготовления	1	2	3
j)	Спирт	1	2	3
k)	Одеколоры, лосьоны	1	2	3
l)	Аптечные спиртовые настойки	1	2	3
m)	Технические жидкости	1	2	3
n)	Другое (укажите): _____	1	2	3

21. Как часто Вы употребляли какие-либо из ниже перечисленных напитков за последний год? (можно дать один ответ в каждой строке)

		Число раз			
		Не употреблял	1-2 раза в месяц	1-2 раза в неделю	каждый день или почти каждый день
a)	Пиво	1	2	3	4
b)	Сухое вино, шампанское	1	2	3	4
c)	Крепленое вино	1	2	3	4
d)	Газированные напитки, содержащие алкоголь (джин-тоник, ром кола и т.п.)	1	2	3	4
e)	Водка	1	2	3	4
f)	Коньяк, виски, ликер и т.д.	1	2	3	4
g)	Самогон	1	2	3	4
h)	Брага	1	2	3	4
i)	Вино домашнего приготовления	1	2	3	4
j)	Спирт	1	2	3	4
k)	Одеколоры, лосьоны	1	2	3	4
l)	Аптечные спиртовые настойки	1	2	3	4
m)	Технические жидкости	1	2	3	4
n)	Другое (укажите, что именно): _____	1	2	3	4

22. В каком месте Вы обычно употребляете алкогольные напитки? (Не более трех ответов)

- a) Дома
 b) На улице
 c) В кафе (баре, ином заведении)
 d) Там где покупал
 e) В общественном транспорте
 f) В гостях
 g) Другое (уточните) _____

23. С кем Вы обычно употребляете алкогольные? (Не более трех ответов).

- a) В одиночку
 b) С другом/друзьями/
 c) С родственниками
 d) С коллегами по работе
 e) С мужем/женой
 f) Сожителем/сожительницей
 g) В случайной компании
 h) Другое (уточнить) _____

24. Отметьте наиболее частые причины употребления алкоголя? (можно дать не более трех ответов).

- a) Праздник
 b) День рождения
 c) Окончание рабочей недели
 e) Отпуск
 f) Без повода
 g) Другое (уточнить) _____

25. Присвойте ранг от 1 до 4-х алкогольным напиткам, которые Вы употребляете наиболее часто (1-4 алкогольных напитка).

a)	Пиво	1	2	3	4
b)	Сухое вино, шампанское	1	2	3	4
c)	Крепленое вино	1	2	3	4
d)	Газированные напитки, содержащие алкоголь (джин-тоник, ром и т.п.)	1	2	3	4
e)	Водка	1	2	3	4
f)	Коньяк, виски, ликер и т.д.	1	2	3	4
g)	Самогон	1	2	3	4
h)	Брага	1	2	3	4
i)	Вино домашнего приготовления	1	2	3	4
j)	Спирт	1	2	3	4
k)	Одеколоры, лосьоны	1	2	3	4
l)	Аптечные спиртовые настойки	1	2	3	4
m)	Технические жидкости	1	2	3	4
n)	Другое (укажите): _____	1	2	3	4

С. РАСХОДЫ НА АЛКОГОЛЬ

26. Сколько денег Вы истратили на покупку алкоголя во время последнего эпизода употребления алкоголя? Примерно _____ рублей

27. Сколько рублей в среднем в месяц Вы тратите на покупку алкоголя? Примерно _____ рублей

28. Какая доля всех Ваших заработков уходит на алкоголь (в %)? Примерно _____ %

Д. ВЛИЯНИЕ АЛКОГОЛЯ НА ФИЗИЧЕСКОЕ И ПСИХИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ

29. Какое влияние оказывает на Вас употребление алкогольных напитков? Можно отметить несколько ответов.

- | | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| a) <input type="checkbox"/> | Ощущение расслабленности | f) <input type="checkbox"/> | Ощущаю себя навеселе |
| b) <input type="checkbox"/> | Чувство радости | g) <input type="checkbox"/> | Испытываю сильное веселье |
| c) <input type="checkbox"/> | Забываю о своих проблемах | h) <input type="checkbox"/> | Чувствую себя пьяным (-ой) |
| d) <input type="checkbox"/> | Чувствую себя менее скованно | i) <input type="checkbox"/> | Чувствую себя плохо |
| e) <input type="checkbox"/> | Ощущение открытости, дружелюбия | j) <input type="checkbox"/> | Другое _____ |

30. Привело ли употребление алкогольных напитков к каким-либо проблемам с Вашим здоровьем? Можно отметить несколько ответов

- | | | | |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| a) <input type="checkbox"/> | Головная боль, тошнота, рвота | j) <input type="checkbox"/> | Острое алкогольное отравление |
| b) <input type="checkbox"/> | Гепатит | k) <input type="checkbox"/> | Импотенция |
| c) <input type="checkbox"/> | Гастрит | m) <input type="checkbox"/> | Белая горячка |
| d) <input type="checkbox"/> | Панкреатит | n) <input type="checkbox"/> | Судороги при абстиненции |
| e) <input type="checkbox"/> | Подагра | o) <input type="checkbox"/> | Галлюцинации |
| f) <input type="checkbox"/> | Аритмия сердца | k) <input type="checkbox"/> | Слабоумие |
| g) <input type="checkbox"/> | Несчастные случаи | p) <input type="checkbox"/> | Повреждения плода /для женщин/ |
| h) <input type="checkbox"/> | Травмы | q) <input type="checkbox"/> | Другое _____ |
| i) <input type="checkbox"/> | Инсульт | | _____ |

31. Привело ли употребление алкогольных напитков к каким-либо психологическим проблемам? Можно отметить несколько ответов

- | | |
|--|--|
| a) <input type="checkbox"/> Бессонница | e) <input type="checkbox"/> Попытки самоубийства |
| b) <input type="checkbox"/> Депрессия | f) <input type="checkbox"/> Самоубийство |
| c) <input type="checkbox"/> Беспокойство | l) <input type="checkbox"/> Сужение круга интересов, ухудшение характера |
| d) <input type="checkbox"/> Провалы в памяти | g) <input type="checkbox"/> Другое _____ |

32. Привело ли употребление алкогольных напитков к каким-либо проблемам в Вашей жизни? Можно отметить несколько ответов

- | | |
|---|--|
| a) <input type="checkbox"/> Семейные ссоры | l) <input type="checkbox"/> Снижение профессионального статуса |
| b) <input type="checkbox"/> Насилие в домашних условиях | m) <input type="checkbox"/> Неэффективный труд |
| c) <input type="checkbox"/> Плохое обращение с детьми | n) <input type="checkbox"/> Пьянство в общественных местах |
| d) <input type="checkbox"/> Бытовые несчастные случаи | o) <input type="checkbox"/> Агрессия в общественных местах |
| e) <input type="checkbox"/> Пропулы на работе | p) <input type="checkbox"/> Хулиганство на стадионах |
| f) <input type="checkbox"/> Несчастные случаи на работе | q) <input type="checkbox"/> Нанесение ущерба |
| g) <input type="checkbox"/> Взломы | r) <input type="checkbox"/> Кражи |
| h) <input type="checkbox"/> Нападения | s) <input type="checkbox"/> Убийств |
| i) <input type="checkbox"/> Угоны автотранспорта | t) <input type="checkbox"/> Вождение в нетрезвом виде |
| j) <input type="checkbox"/> Изнасилования | u) <input type="checkbox"/> Дорожные нарушения |
| k) <input type="checkbox"/> Потеря работы | w) <input type="checkbox"/> Нежелательная беременность |
| | y) <input type="checkbox"/> Другое _____ |

Список литературы

1. Гиль А. Ю., Поликина О., Королева Н., МакКи М., Томкинс С., Леон Д. А. Доступность и характеристики непитьевого алкоголя, продаваемого в 17 российских городах в 2007 г. // Наркология. – 2008. - №12. – С. 51-61
2. Кошкина Е. А., Павловская Н. И., Вышинский К. В., Горбачев И. А., Богданова Н. Е., Ленская Г. Г., Волков А. В., Зиновьева М. А., Холдин В. Н. Оценка характера и масштабов потребления неучтённого алкоголя в некоторых областях средней полосы России // Наркология. – 2013. – №8. – С. 28-36
3. Немцов А. В., Терехин А. Т. Размеры и диагностический состав алкогольной смертности в России // Наркология. – 2007. - №12. – С. 29-36
4. Тетенова Е.Ю. Организация адресной информационно-пропагандистской антинаркотической работы с использованием современных коммуникационных технологий // Психическое здоровье. – 2013. - Т. 11. № 8 (87). – С. 14-20
5. Холдин В.Н., Паронян И.Д., Колгашкин А.Ю. О характере и масштабах рынка нелегального алкоголя в одном из районов Московской области (мнение производителей нелегального алкоголя, а также специалистов сотрудников правоохранительных органов, врачей и педагогов) // Психическое здоровье. – 2013. – Т. 11. № 12 (91). – С. 71-81.
6. Холдин В.Н., Паронян И.Д., Колгашкин А.Ю. О характере и масштабах рынка нелегального алкоголя в одном из районов Московской области (мнение потребителей алкоголя, находящихся на лечении в наркологическом диспансере, а также не обращавшихся за наркологической помощью) // Наркология. – 2014. – №5. – С. 6-38
7. Leon DA, Chenet L, Shkolnikov VM, et al. Huge variations in Russian mortality rates 1984–1994; artefact, alcohol, or what? Lancet 1997; 350: 383–88.

8. Shkolnikov V, McKee M, Leon DA. Changes in life expectancy in Russia in the mid-1990s. *Lancet* 2001; 357: 917–21.

9. Zaridze D, Sarah Lewington S, Boroda A, et al. Alcohol and mortality in Russia: prospective observational study of 151 000 adults. *Lancet* 2014 Jan 30; [Epub ahead of print]

On the Nature and Extent of Non-commercial Alcohol Market in a District of the Moscow Region (Opinion of Local Population)

Kholdin V.N.

Head Physician, Klin Substance Abuse Clinic

Paronyan I.D.

PhD, Senior Researcher, Epidemiology Department, National Scientific Research Center for Drug Addiction, Moscow

Kolgashkin A. J.

Branch Head, National Scientific Research Center for Drug Addiction, Moscow e-mail: krambol15@mail.ru

Chumicheva V.B.

Senior Researcher, National Scientific Research Center for Drug Addiction, Moscow

Population survey provided data on the overall picture of noncommercial alcohol consumption including both socio-demographic characteristics of consumers and social characteristics of noncommercial alcohol consumption among the population. The results can be used in the creation and conduct of the municipal anti-alcohol prevention programs.

Key words: Non-commercial alcohol, survey, population, alcohol dependence treatment, reasons for using alcohol, prevention programs

References

1. Gil, A, O. Polikina, N. Koroleva, M. McKee, S. Tomkins, D.A Leon "Availability and Characteristics of Non-Beverage Alcohols Sold in 17 Russian Cities in 2007." *Narkologia* 12 (2008): 51-61.
2. Koshkina, E.A, N.I Pavlovskaya, K.V Vyshinsky, I.A Gorbachov, N.E Bogdanova, G.G Lenskaya, A.V Volkov, M.A Zinovjeva, V.N Kholdin "Assessment of the nature and extent of non-commercial alcohol consumption in some areas of Central Russia." *Narkologia* 8 (2013): 28-36.
3. Nemtsov, A.V, A.T Terechin "Dimension and Diagnostic Structure of Alcohol Mortality in Russia." *Narkologia* 12 (2007): 29-36.
4. Tetenova, E.J "Targeted drug-prevention activities. A web-based approach." *Psikhicheskoye Zdorovje* 8 (2013): 14-20.
5. Kholdin, V.N, Paronyan I.D, Kolgashkin A.J "On the Nature and Extent of Non-commercial Alcohol Market in a District of the Moscow Region (Opinion of Illegal Alcohol Producers, and Concerned Professionals - Law Enforcement Officers, Doctors and Teachers)." *Psikhicheskoye Zdorovje* 12 (2013): 71-81.
6. Kholdin, V.N, Paronyan I.D, Kolgashkin A.J "On the Nature and Extent of Non-commercial Alcohol Market in a District of the Moscow Region (Opinion of Substance Abuse Clinic Patients and Alcohol Consumers Not Resorting to Treatment)." *Narkologia* 5 (2014): 6-38.

7. Leon DA, Chenet L, Shkolnikov VM, et al. Huge variations in Russian mortality rates 1984–1994; artefact, alcohol, or what? *Lancet* 1997; 350: 383–88.
8. Shkolnikov V, McKee M, Leon DA. Changes in life expectancy in Russia in the mid-1990s. *Lancet* 2001; 357: 917–21.
9. Zaridze D, Sarah Lewington S, Boroda A, et al. Alcohol and mortality in Russia: prospective observational study of 151 000 adults. *Lancet* 2014 Jan 30; [Epub ahead of print]