

Эпидемиология курения на Украине: поперечное исследование 2000 года

Доктор Доктор Доктор Анна Гилмор

Европейский центр исследования здоровья
обществ, находящихся в переходном состоянии

Лондонская Школа Гигиены и Тропической
Медицины



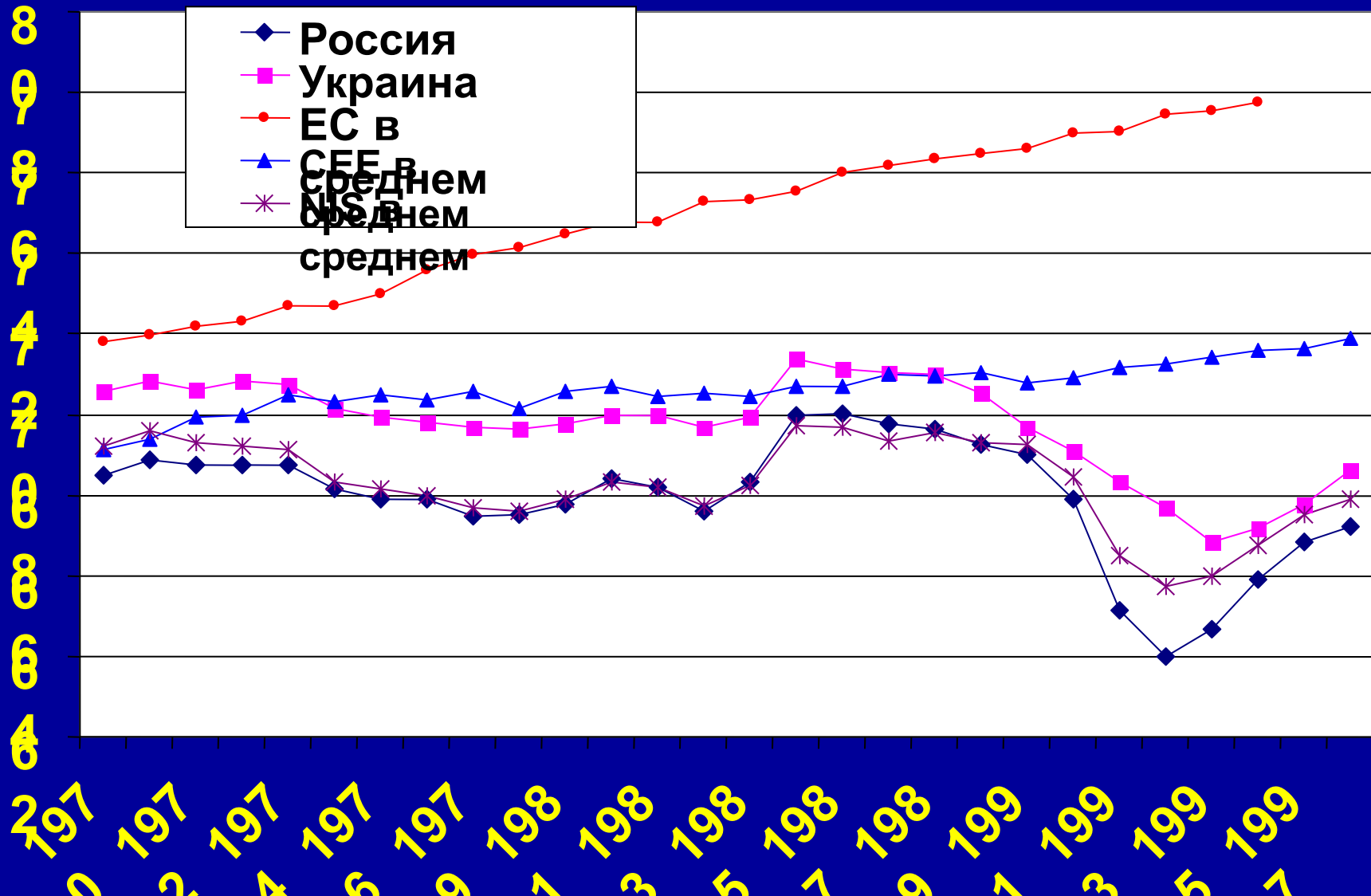
www.lshtm.ac.uk/centres/ecohost/



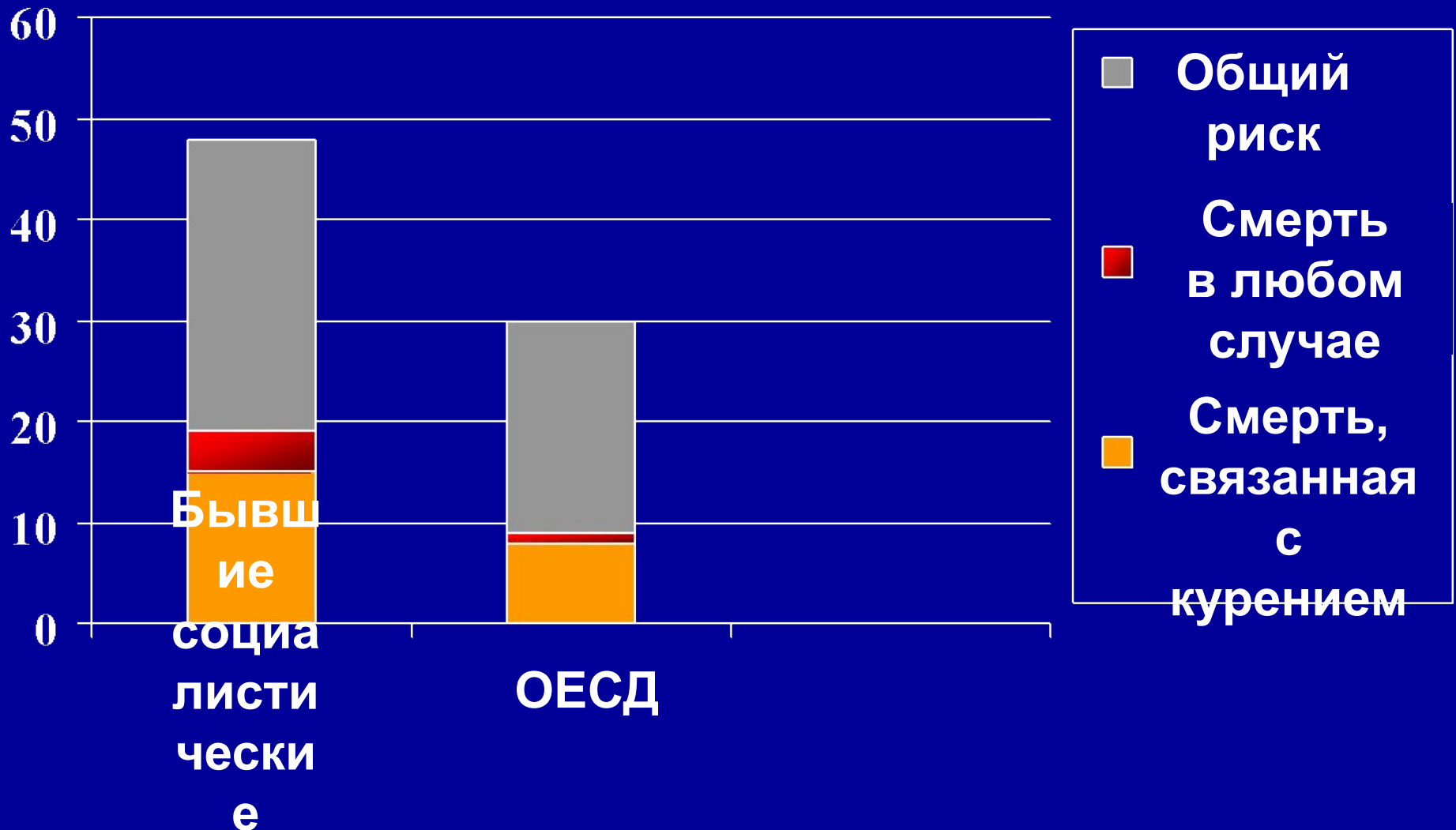
Продолжительность жизни

Источник: База данных ВОЗ

Продолжительность жизни (годы)



Риск смерти в возрасте 35-69, мужчины, 1990



Ист: Пето, Попез. Смертность от курения в развитых странах, 1994

Табачная промышленность:

- Госмонополия до распада СССР
- 1990 RJR и РМ поставили 34 миллиарда сигарет в Советский Союз
- РМ, RJR, ВАТ и Reemtsma в начале 90 х скупают фабрики сигарет
- Сейчас 6/11 фабрик (>90% производства) принадлежат западным компаниям
- Украинская табачная промышленность имеет более высокую долю приватизированных предприятий и иностранных инвестиций, чем другие отрасли экономики.

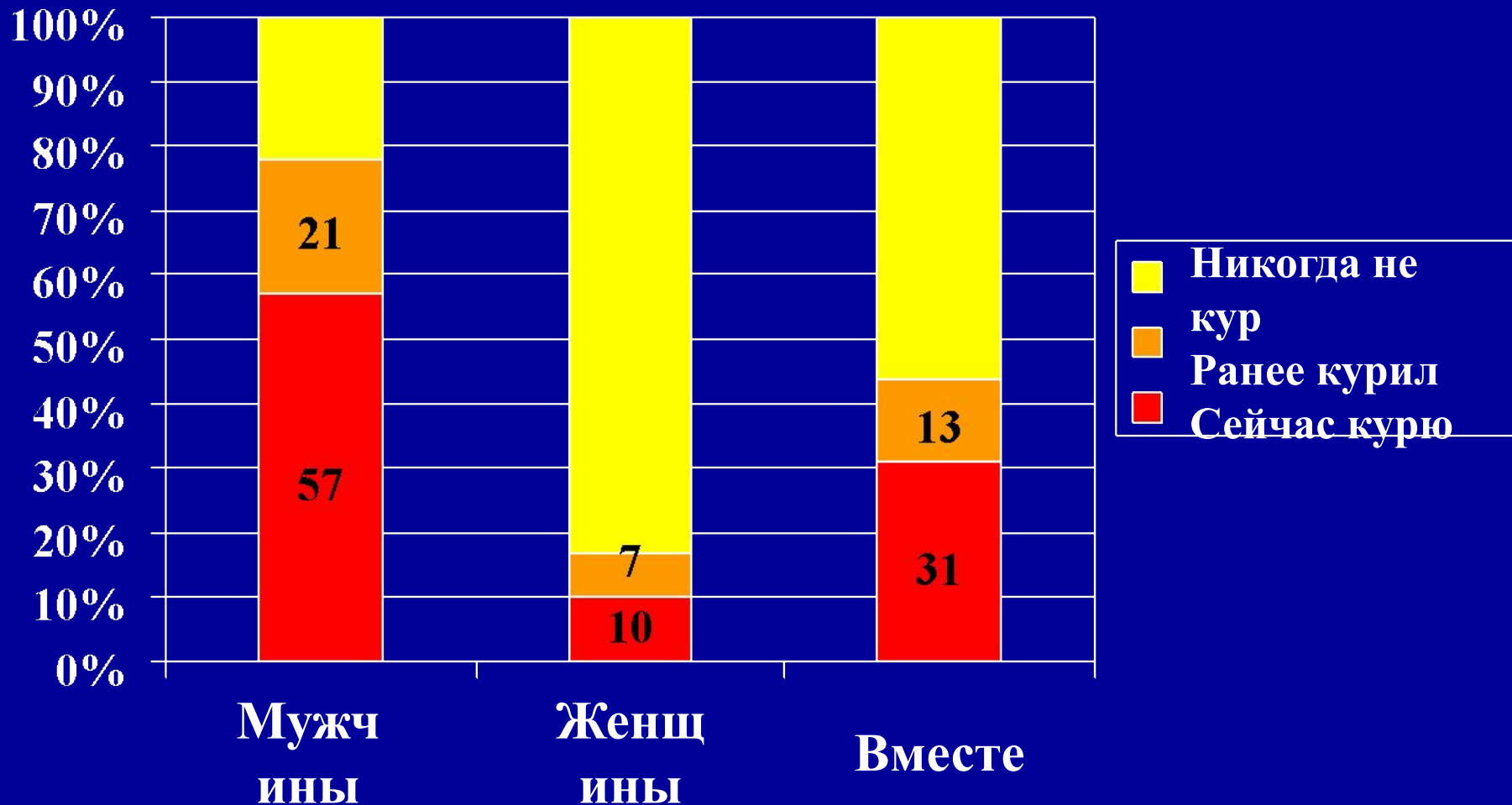
Методология исследования

- Исследование проводилось среди взрослых украинцев (18+) в феврале-марте 2000
- Мультистадийный метод формирования случайных выборок при соответствии количества интервью в каждой области размеру населения
- Обученные интервьюеры
- Контроль качества: В 10% присутствие наблюдателей

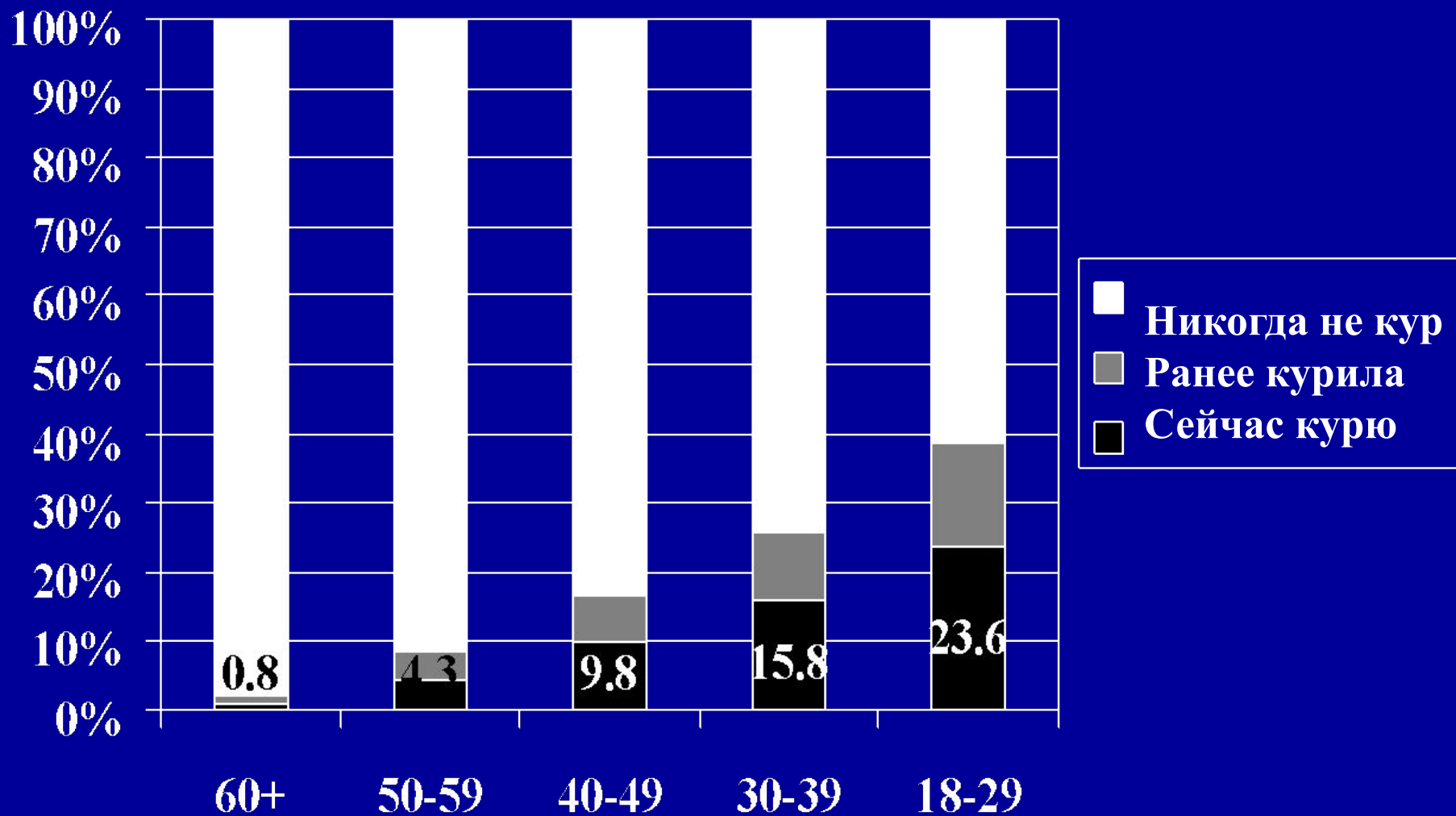
Результаты

- Проведено 1590 интервью, пригодных к обработке
- Респонс 72%
- Немного превосходящее количество женщин было сопоставлено с мужчинами, старшие возрастные категории с более молодыми
- Оценка по возрасту и полу. Средневзвешенная выборка представляла население Украины.

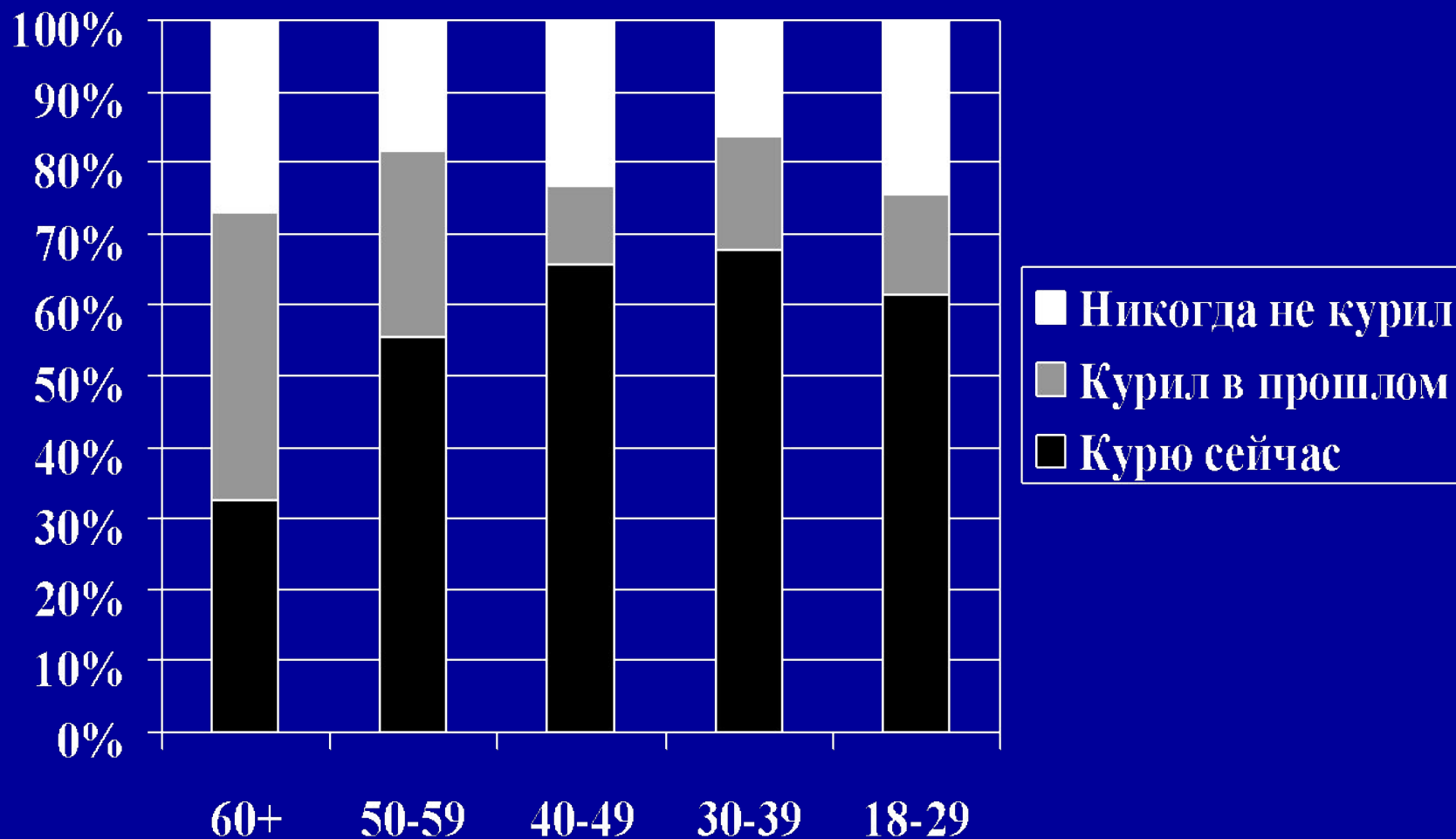
Доля курящих



Процент курящих среди женщин по возрастам. Курящие сейчас против остальных $p\text{-trend} < 0.0001$



Показатели курения среди мужчин по возрастам. Курящие сейчас против остальных $p\text{-trend} < 0.0001$



		Мужчины			Женщины		
		OR	95%		OR	95%	
Социодемографические характеристики				CI			
Возрастные группы	18-29	1.00			1.00		
	30-39	1.02	(0.57 -	1.82)	0.55	(0.26 -	1.15)
	40-49	0.89	(0.48 -	1.68)	0.39	(0.18 -	0.86)
	50-59	0.59	(0.30 -	1.17)	0.13	(0.04 -	0.40)
	60+	0.21	(0.10 -	0.44)	0.03	(0.01 -	0.12)
Город/село	Село	1.00			1.00		
	Городок/небольш.город	1.33	(0.85 -	2.09)	3.90	(1.52 -	10.02)
	Город>500 000	1.53	(0.91 -	2.56)	7.08	(2.73 -	18.38)
Социальноэкономические факторы							
Материальная ситуация	Хорошая/средняя	1.00			1.00		
	Плохая	1.34	(0.86 -	2.08)	0.83	(0.40 -	1.74)
	Очень плохая	1.36	(0.83 -	2.23)	1.66	(0.76 -	3.60)
Безработный в прошлом году	Нет	1.00			1.00		
	Да	1.61	(1.08 -	2.38)	1.96	(1.07 -	3.60)
Психосоциальные факторы							
Перемены в социальном статусе за последние 5 лет	Улучшения/тот же	1.00			1.00		
	Ухудшения	1.52	(1.03 -	2.24)	0.59	(0.33 -	1.07)
Член компартии	Женат	1.00			1.00		
	Одинок	0.56	(0.31 -	1.02)	0.57	(0.20 -	1.56)
	Разведен, вдов	0.99	(0.51 -	1.92)	2.16	(1.05 -	4.43)
Член компартии	Да	1.00			1.00		
	Родственник-член	2.72	(1.19 -	6.24)	3.27	(0.39 -	27.41)
	Нет	2.73	(1.51 -	4.94)	2.27	(0.29 -	17.45)

Факторы, определяющие курение

- **Как у мужчин, так и у женщин:**
 - частота курения тем выше, чем меньше возраст
 - материальные трудности, особенно безработица ведут к росту курения
 - образование и доход не влияют на частоту курение
 - общественная жизнь уменьшает курение
- **Женщины:**
 - живущие в городах в 7 раз больше курят, чем живущие в селах
 - одинокие, разведенные и вдовы курят в 2 раза больше замужних
- **Мужчины:**
 - **мужчины** , чья социальная позиция пошатнулась за последние 5 лет более расположены к курению

Сравнение с последними данными других бывших республик

	Украина	Беларусь	Россия	Эстония	Латви	Литв
Год	2000	2000	1996	1997	1997	1997
Число	1,59	1,09	1,58	2,01	2,33	2,22
Возраст	18+	18+	18+	19-64	19-64	20-64
Отклик	7	5	6	6	7	7
% Кур.мужчин	2/5	3/5	6/6	7/5	8/5	4/5
% Кур.женщин	7/1	3/9	3/1	4/2	6/1	3/8
Город/село (женщины)	Y	Y	Y	N*	Y	Y

* степень курения старших возрастов здесь выше, чем где-либо

Реклама табака

- До распада СССР реклама запрещалась.
- В 1996 правительство предложило запрет на рекламу табака, но табачная промышленность сформировала коалицию и лоббировало решения парламента. Они выпустили доклад независимой группы, в котором прогнозировали потерю Украиной \$400 М в случае запрета на рекламу табака.
- Правительство отступило.
- Сегодня реклама повсеместна. 60% рекламы - реклама алкоголя и табака, Филип Моррис и БАТ - на вершине списка рекламодателей.

Реклама в основном сфокусирована в крупных городах, чем, по-видимому, можно объяснить высокую долю курящих среди городских женщин по сравнению с сельскими жительницами.

Население региона, ранее незнакомого с западными методами рекламы, оказывается, вероятно, более чувствительным к ее воздействию.

Политика контроля за табаком

- Несмотря на ряд законов по контролю табака, они зачастую слабые и имеют “дыры”.
- Например, несмотря на запрет бесплатных сигарет, иногда потребители могут “обменять” пустые пачки на полные.
- Практически отсутствует возрастной ценз на продажу.
- Хотя пачки должны содержать яркие предупреждения, они подчас плохо видны, а сигареты часто продаются по-штучно..

Хотя курение в общественном транспорте запрещено, а на работе ограничено специальными местами, наше исследование установило существенную долю курящих в этих местах:

	Мужчины	Женщины	Вместе
На работе	61.1	44.3	58.1
В автобусе	21.5	24.1	22.0
В ресторане	16.4	28.4	18.5

Сравнение в оценке курящими и некурящими влияния активного курения на здоровье

$p < 0.0005$



Сравнение в оценке курящими и некурящими влияния пассивного курения на здоровье

$P < 0.0005$



Наше исследование установило:

- **Очень высокий уровень курения среди мужчин**
- **Быстро растущая распространенность курения среди женщин, особенно в городах, говорит о том, что либерализация рынка и внедрение транснациональных табачных компаний привели к увеличению распространенности курения**
- **Сходные эпидемиологические характеристики на Украине и в других бывших Советских Республиках**
- **Существует насущная необходимость эффективной политики контроля за табаком**