

## Ocena skutków picia alkoholu przez osoby uzależnione (na podstawie badań ankietowych)

Evaluation of the consequences of alcohol consumption  
by alcohol dependent persons (on the survey basis)

Zofia Mielecka-Kubień<sup>1</sup>, Elżbieta Wędzicha<sup>2</sup>

1. Akademia Ekonomiczna, Katowice, Katedra Ekonometrii
2. Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa, Katowice

**Abstract – Introduction.** Alcohol drinking causes negative economic and social consequences, and the estimates of their magnitude may be of great practical importance; the information of the range of costs and losses connected with drinking may be applied in planning and alleviating its consequences. The paper presents the results of the survey concerning some aspects of alcohol drinking and its consequences from the point of view of drinkers. A source of data was a survey conducted among alcoholics admitted to „Radzimowice” addiction treatment centre in Szklarska Poręba.

**Results.** History of drinking and consumption patterns are presented. On the interview basis the most important – in the respondents opinion – consequences of drinking were assessed. It appeared that the most severe were family problems, health, and – on the third place – financial consequences. In spite of difficult life experience of the respondents, they believe in the possibilities of improvement of many of negative consequences of drinking, first of all in improvement of their family and legal situation. Significant gender differences were observed in drinking patterns and drinking consequences.

**Conclusion.** The use of individual data creates the possibility of more comprehensive estimation of the range of drinking consequences, than it is possible exclusively on the basis of aggregate data.

**Keywords:** drinking consequences, history of drinking

**Streszczenie – Wstęp.** Picie alkoholu powoduje negatywne konsekwencje o charakterze ekonomicznym i społecznym, a ocena ich wielkości może mieć duże znaczenie praktyczne. Informacja o wielkości kosztów i strat związanych z piciem może być bowiem przydatna do planowania działań prewencyjnych i łagodzących skutki picia alkoholu w danej populacji. W artykule przedstawiono wyniki badania nad wybranymi aspektami picia alkoholu i jego skutkami z punktu widzenia osób pijących.

**Metoda.** Źródłem danych były badania ankietowe przeprowadzone w Ośrodku Terapii Uzależnienia i Współuzależnienia „Radzimowice” NZOZ w Szklarskiej Porębie, a respondentami – leczone tam osoby uzależnione od alkoholu.

**Wyniki.** Podano charakterystykę badanej populacji z punktu widzenia wzorów i historii picia. Ponieważ poziom spożycia alkoholu, więc zapewne i jego skutki, kształtują się w Polsce odmiennie w populacji mężczyzn i kobiet, uwzględniono podział według płci i porównano wzory picia alkoholu i wybrane konsekwencje picia w obu w populacjach. Na podstawie przeprowadzonych wywiadów

---

Źródła finansowania: grant KBN 2 HO2B 024 24 „Ekonometryczna analiza skutków nadużywania alkoholu” realizowany przez zespół w składzie Z. Mielecka-Kubień, E. Wędzicha, P. Barczak.

określono najważniejsze, zdaniem respondentów, konsekwencje picia. Okazało się, że najbardziej dotkliwe były skutki rodzinne, następnie zdrowotne, a w trzeciej kolejności – finansowe. Mimo trudnych doświadczeń życiowych związanych z pićm alkoholu, respondenci wierzą w możliwości naprawy wielu negatywnych skutków picia, a przede wszystkim swojej sytuacji rodzinnej i prawnej. Zaobserwowano istotne różnice pomiędzy wzorami picia i skutkami picia wśród badanych mężczyzn i kobiet. *Wniosek.* Wykorzystanie danych indywidualnych stwarza szansę bardziej wszechstronnej oceny wielkości skutków picia, niż wyłącznie na podstawie danych zagregowanych.

**Słowa kluczowe:** konsekwencje picia, historia picia

## WSTĘP

Picie alkoholu powoduje wiele negatywnych konsekwencji, także o charakterze ekonomicznym i społecznym, stąd zagadnienie oceny ich wielkości powinno zajmować ważne miejsce w badaniach nad problematyką alkoholową. Takie szacunki, oprócz wartości poznawczej, mają duże znaczenie praktyczne, ponieważ informacja o wielkości kosztów i strat związanych z pićm może być przydatna do planowania działań prewencyjnych i łagodzących skutki picia alkoholu w danej populacji.

W wielu krajach systematycznie, co kilka lat szacuje się ekonomiczne i społeczne skutki picia alkoholu, a otrzymane wyniki wskazują na to, że są to wielkości znaczące (1).

W Polsce jedną z pierwszych prób oceny wielkości kosztów i strat, związanych z pićm alkoholu, podjęły w latach 1987–1991 autorki niniejszego artykułu (2). Były to szacunki dokonane na podstawie zagregowanych danych statystycznych. Zastosowana metoda i zakres dostępnych danych statystycznych pozwoliły na ocenę, w sposób pośredni i bardzo ogólny, wielkości niektórych tylko omawianych skutków (3, 4).

Można stwierdzić, że posługiwanie się w ocenie danymi zagregowanymi – zarówno w Polsce, jak i zagranicą – pozwala na ujęcie tylko części kosztów i strat związanych z pićm alkoholu.

We wspomnianych wyżej badaniach skutki picia są rozpatrywane z punktu widzenia społeczeństwa lub budżetu państwa; można je także rozważać (5: 196) z innych punktów widzenia, np. zakładu pracy, osoby pijącej czy jej rodziny. Ma to jednak miejsce znacznie rzadziej (6).

W niniejszej pracy podjęto próbę spojrzenia na problem picia alkoholu i niektórych jego skutków – przede wszystkim ekonomicznych – z punktu widzenia osoby pijącej. Przeprowadzono badanie ankietowe wśród osób uzależnionych od alkoholu, leczących się w jednym z ośrodków terapeutycznych w Polsce. Ponieważ poziom spożycia alkoholu – a co za tym idzie zapewne i skutki – kształtuje się w Polsce odmiennie w populacji mężczyzn i kobiet, w badaniu uwzględniono podział według płci i porównano wzory picia alkoholu i wybrane konsekwencje picia w obu w grupach (7)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Szczegółowe wyniki badania zawiera Raport (7).

Zebrane informacje mogą zostać wykorzystane do oceny wielkości skutków picia w odniesieniu do grupy mężczyzn i kobiet uzależnionych od alkoholu; można także na ich podstawie ocenić wielkość tych skutków dla określonego respondenta, a także uświadomić mu potencjalne straty związane z piciem (np. skrócenie życia, utrata zarobków).

Ponadto oparcie szacunku na informacjach otrzymanych w trakcie badań ankietowych przeprowadzonych z osobami uzależnionymi od alkoholu, stwarza możliwość lepszej oceny niektórych skutków picia, niż na podstawie niepełnych zagregowanych danych statystycznych.

## METODA

Przeprowadzono badania ankietowe wśród osób uzależnionych od alkoholu leczących się w Ośrodku Terapii Uzależnienia i Współuzależnienia „Radzimowice” NZOZ w Szklarskiej Porębie (7).

Kwestionariusz ankietowy „Bilans Skutków Uzależnienia” (liczący 22 strony) został opracowany w wersji dla mężczyzn i kobiet przez zespół Ośrodka „Radzimowice” i współautorkę badania z Katedry Ekonometrii AE w Katowicach (8)<sup>2</sup>.

Konstrukcja kwestionariusza wyklucza możliwość pośpiesznego oraz samodzielnego wypełnienia go przez pacjenta. Przy odpowiadaniu na pytania ankiety pomagali pacjentom terapeuci Ośrodka, co odbywało się w trakcie kilku spotkań. W związku z tym, że niektóre pytania odnosiły się do zdarzeń dotyczących całego dotychczasowego życia pacjenta to, oprócz błędów losowych i nielosowych właściwych dla tego typu badań, należy się liczyć z możliwością wystąpienia błędów (nielosowych) wynikających z niedokładnego pamiętania faktów z przeszłości na temat picia i jego konsekwencji (np. liczba dni pod wpływem alkoholu).

Pytania kwestionariusza uwzględniały różnego rodzaju skutki uzależnienia od alkoholu – zdrowotne, społeczne i ekonomiczne. Zebrano także informacje dotyczące wykształcenia, przebiegu pracy zawodowej, stanu rodzinnego, zdrowotnego, podejmowanego leczenia, spożywania alkoholu i wpływu picia na zmiany w sytuacji życiowej respondentów.

Kwestionariusz zawierał grupy pytań odnoszące się do:

- historii uzależnienia,
- stanu zdrowia,
- wykształcenia i pracy,
- sytuacji rodzinnej i towarzyskiej,
- stanu prawnego,
- bilansu uzależnienia,
- informacji ogólnych.

---

<sup>2</sup> Przy budowie kwestionariusza wykorzystano także niektóre sugestie zawarte w pracy Gsellhofer i wsp. (8).

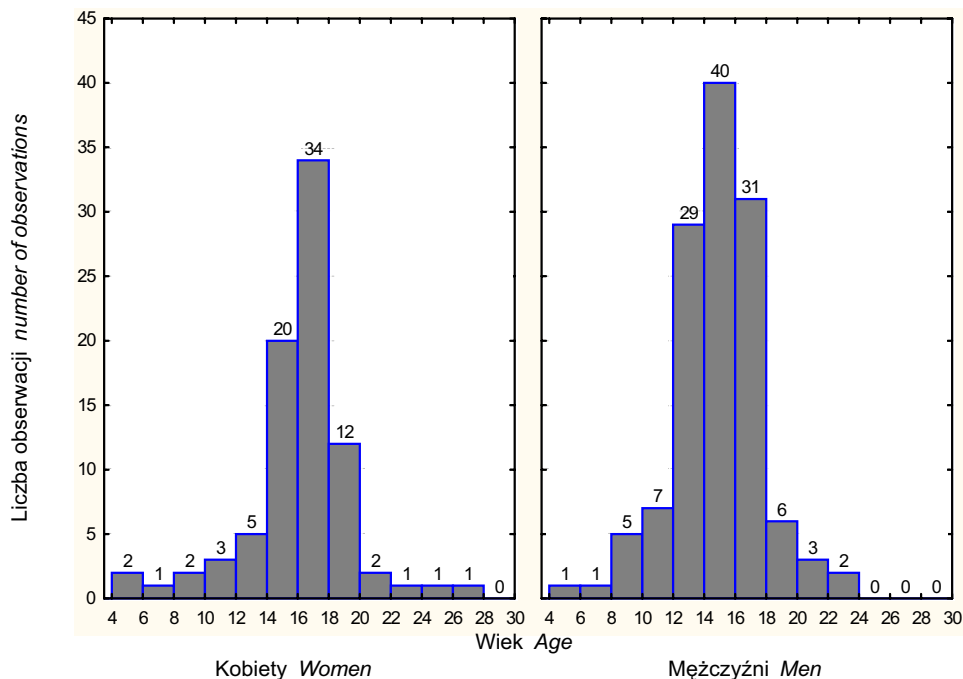
W szczególności uwzględniono pytania, które pozwalały respondentom na odтворzenie historii picia (i uświadomienie sobie przyczyn, dla których piją). Umożliwiło to z kolei oszacowanie poziomu spożycia alkoholu obecnie i w przeszłości, sum pieniędzy wydanych na alkohol, a także liczby dni (w każdym roku picia), w których byli pod wpływem alkoholu. Z punktu widzenia pacjentów szczególnie ważne okazało się uświadomienie sobie kosztów picia.

Badania ankietowe prowadzono w latach 2003–2004 i objęto nimi 209 osób – 125 mężczyzn i 84 kobiety. Ankietowane osoby były stosunkowo młode, średnia wieku mężczyzn to 38 lat, kobiet – 39,4. Najmłodszy mężczyzna w chwili przeprowadzania wywiadu miał 16 lat, a najstarszy – 63. Kobiety odpowiednio: 18 i 63 lata.

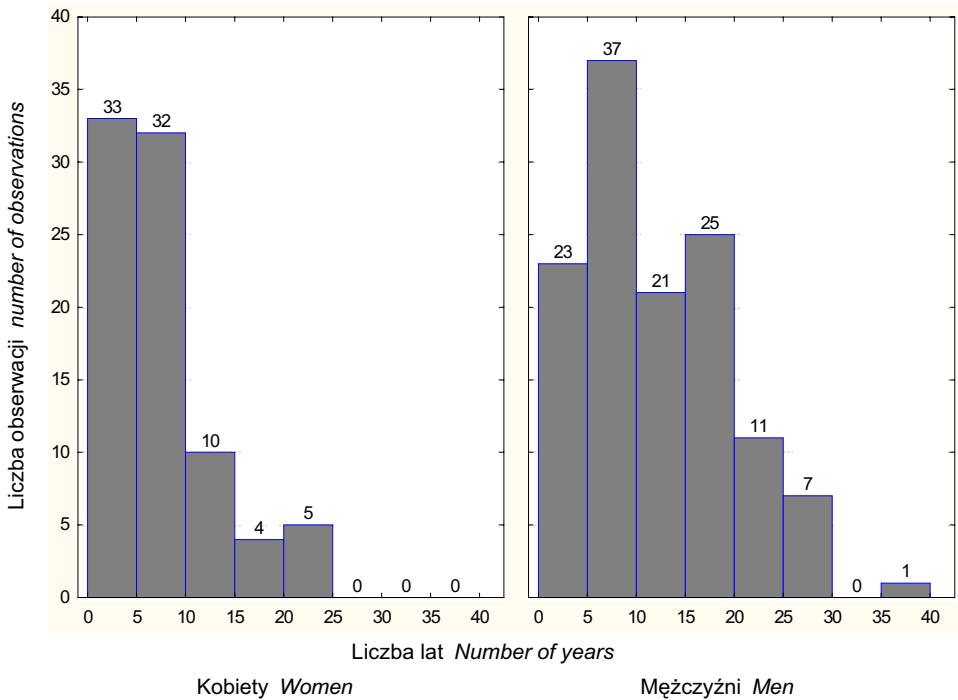
## WYNIKI I OMÓWIENIE

### Wzory picia

Uzależnieni mężczyźni pierwszy kontakt z alkoholem mieli najczęściej w wieku 14–16 lat, kobiety natomiast nieco później (16–18 lat). Około 10% respondentów po raz pierwszy piło alkohol poniżej 12 roku życia (rys. 1).



Rys. 1.  
Wiek przy pierwszym kontakcie z alkoholem  
The age at the first contact with alcohol



Rys. 2.

Liczba lat picia z objawami uzależnienia według oceny respondentów

Number of years of alcohol drinking with the addiction symptoms in the respondents opinion

Badani mają za sobą najczęściej długi okres picia: mężczyźni najczęściej 15–20 lat, a kobiety – 5–15 lat. W populacji mężczyzn rozkład liczby lat picia z objawami uzależnienia (rys. 2) okazał się rozkładem bimodalnym – blisko 30% respondentów piło w ten sposób przez 5–10 lat, 20% przez 15–20 lat, a ok. 15% przez ponad 25 lat. Zdecydowana większość kobiet (77,4%) piła alkohol w sposób wskazujący na uzależnienie nie dłużej niż 10 lat, a zaledwie 6% – dłużej niż 20 lat. Średni okres picia alkoholu dla mężczyzn – 13,2 i dla kobiet – 8,1 lat. Występująca tu różnica jest statystycznie istotna (test Manna-Whitneya,  $\alpha = 0,05$ ). Różnice te mogą świadczyć o tym, że kobiety znacznie szybciej, niż mężczyźni, doświadczają negatywnych skutków picia alkoholu i w związku z tym prędkiej także szukają specjalistycznej pomocy.

Jak się okazuje (tabela 1) badani mężczyźni dużą część alkoholu spożywali w postaci napojów spirytusowych (wśród pijących te napoje ponad 30% respondentów wypijało więcej niż połowę swojego spożycia alkoholu w tej postaci) i piwa (ponad 30% respondentów). Struktura spożycia alkoholu odmiennie kształtuje się w populacji badanych kobiet i wynosi odpowiednio: ponad 50% i 20%. Wśród badanych mężczyzn i kobiet szczególnie mało popularnym napojem było wino – dla blisko 60% osób pijących jego spożycie stanowiło mniej niż 25%

Tabela 1.

Udział spożycia poszczególnych rodzajów napojów alkoholowych w indywidualnym spożyciu alkoholu

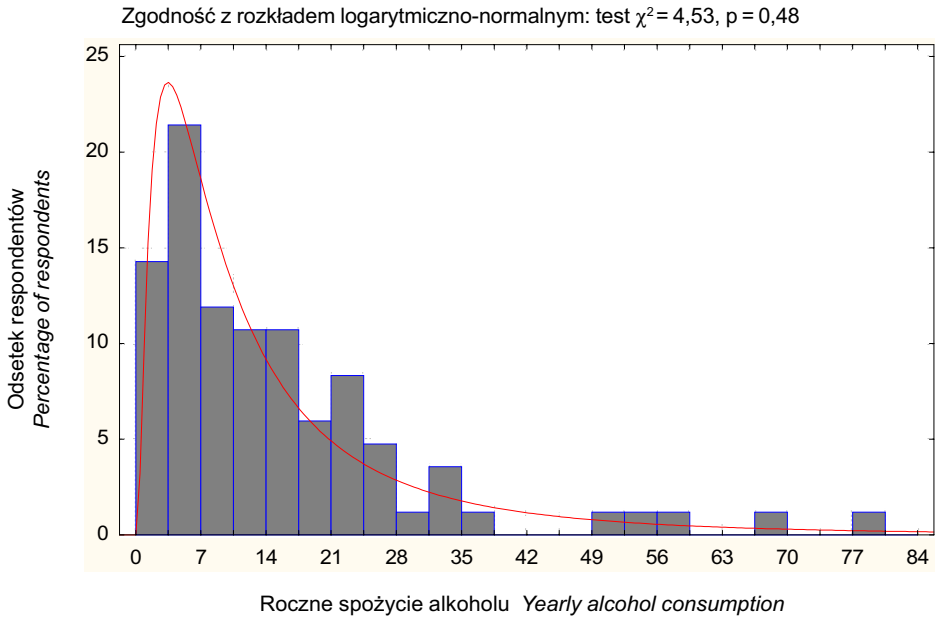
Share of specific alcohol beverages in total individual alcohol consumption

Procentowy udział w spożyciu alkoholu ogółem <i>Share in total alcohol consumption in percent</i>	Napoje spirytusowe <i>Spirits</i>	Wino <i>Wine</i>	Piwo <i>Beer</i>	Inne alkohole <i>Other alcoholic beverages</i>
Odsetek respondentów – mężczyźni <i>Percentage of respondents – men</i>				
< 25	24,8	58,4	38,4	20,8
25–49	42,4	20,0	31,2	4,8
50–75	22,4	3,2	18,4	3,2
75 >	9,6	4,0	11,2	0,0
Odsetek respondentów – kobiety <i>Percentage of respondents – women</i>				
< 25	23,8	57,1	46,4	11,9
25–49	21,4	14,3	20,2	4,8
50–75	25,0	8,3	11,9	2,4
75 >	27,4	2,4	8,3	1,2

całkowitego spożycia alkoholu. W ogólnej strukturze spożycia (w odniesieniu do wszystkich napojów alkoholowych) w populacji badanych mężczyzn napoje spirytusowe stanowiły 38,3% całkowitego spożycia, wino – 21,7%, piwo – 31,3%, inne alkohole – 8,7%, a w populacji kobiet odpowiednio: 52,4%, 17,3%, 23,9%, 6,4%. Ogólna struktura spożycia mężczyzn i kobiet razem wynosiła odpowiednio: 42,3%, 20,4%, 29,2%, 8,0%. Można stwierdzić, że struktura spożycia napojów alkoholowych w badanej grupie odbiega od struktury spożycia rejestrowanego w całej populacji Polski (w 2003 roku 30,5% spożycia alkoholu ogółem stanowiły napoje spirytusowe, 17,3% – wino, 52,2% – piwo)<sup>3</sup>, gdzie największy udział w spożyciu ogółem ma piwo. Z kolei z badań przeprowadzonych przez PBS w Sopocie na zlecenie Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (9) wynika, że w tym samym roku (2003) udział napojów spirytusowych w ogólnym spożyciu alkoholu wynosił 43%, a piwa – 48%. Jest to wynik bardziej zbliżony pod względem udziału spożycia napojów spirytusowych do otrzymanego w prezentowanych badaniach (źródłem zaobserwowanej różnicy może być spożycie nierejestrowane).

Przedstawione na rys. 3 i 4 rozkłady spożycia alkoholu – zarówno w przypadku mężczyzn, jak i kobiet – są rozkładami o asymetrii prawostronnej, jaka zazwyczaj cechuje rozkłady spożycia alkoholu w populacji generalnej. Obserwacja ta świadczy na korzyść tezy Ledermanna (10, 11), który dowodził, że rozkład spożycia alkoholu w każdej jednorodnej populacji jest rozkładem logarytmiczno-nor-

<sup>3</sup> Obliczenia własne na podstawie danych GUS.



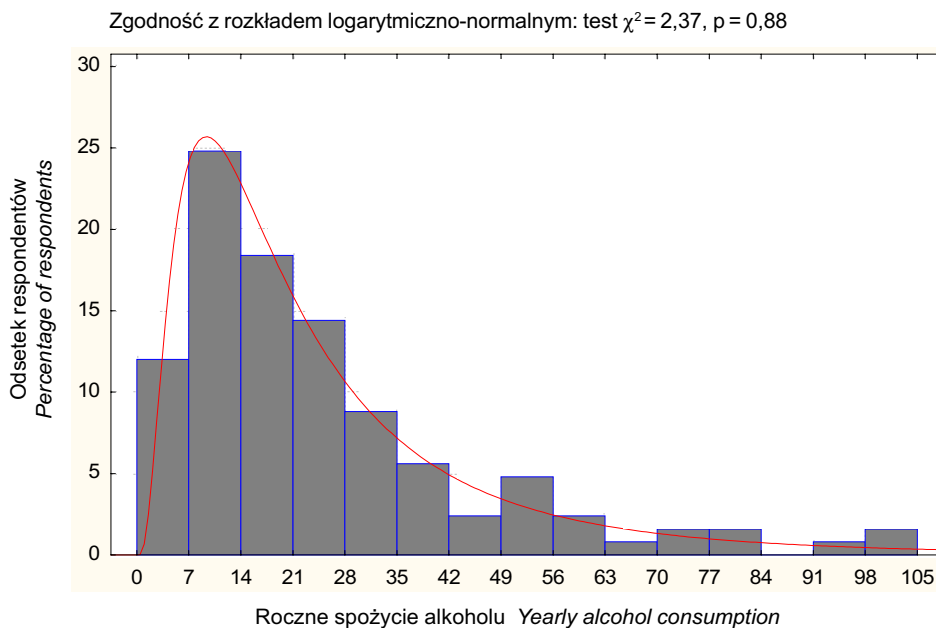
Rys. 3.  
Rozkład spożycia alkoholu wśród kobiet  
Distribution of alcohol consumption among women

malnym (a więc o asymetrii prawostronnej). W przypadku otrzymanych rozkładów spożycia alkoholu mężczyzn i kobiet nie ma podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej, głoszącej, że rozpatrywane rozkłady są – także w tych szczególnych populacjach konsumentów alkoholu – rozkładami logarytmiczno-normalnymi (zastosowano test zgodności chi-kwadrat,  $\alpha = 0,05$ ).

Podobnymi cechami charakteryzują się rozkłady przeciętnych rocznych wydatków respondentów na napoje alkoholowe, a także rozkład udziału wydatków na alkohol w stosunku do zarobków z ostatnich dwóch lat (rys. 5). Można spostrzec, że rozkłady te również cechuje prawostronna asymetria, co oznacza, że większość mężczyzn i kobiet wydawała mniejszą część swoich zarobków na ten cel, niż średnio wydawano w tych populacjach.

Uzyskane od respondentów informacje dotyczące historii picia alkoholu umożliwiły ocenę długości okresu w ciągu ich życia, w którym byli pod wpływem alkoholu. Średnio rzecz biorąc, mężczyźni w ciągu życia byli pod wpływem alkoholu przez 7,7 lat, kobiety natomiast znacznie krócej – przez blisko 4 lata (tabela 2). Różnica ta jest statystycznie istotna (test Manna-Whitneya,  $\alpha = 0,05$ ).

Porównując średni czas bycia pod wpływem alkoholu w ciągu życia do wieku respondentów, można stwierdzić, że mężczyźni przez blisko 20% swojego życia znajdowali się pod wpływem alkoholu, a kobiety – przez około 10%. Porównanie natomiast omawianych wielkości do wieku powyżej 18 lat wskazuje, że mężczyźni spędzili ponad 40% dorosłego życia pod wpływem alkoholu, kobiety – blisko 26%.



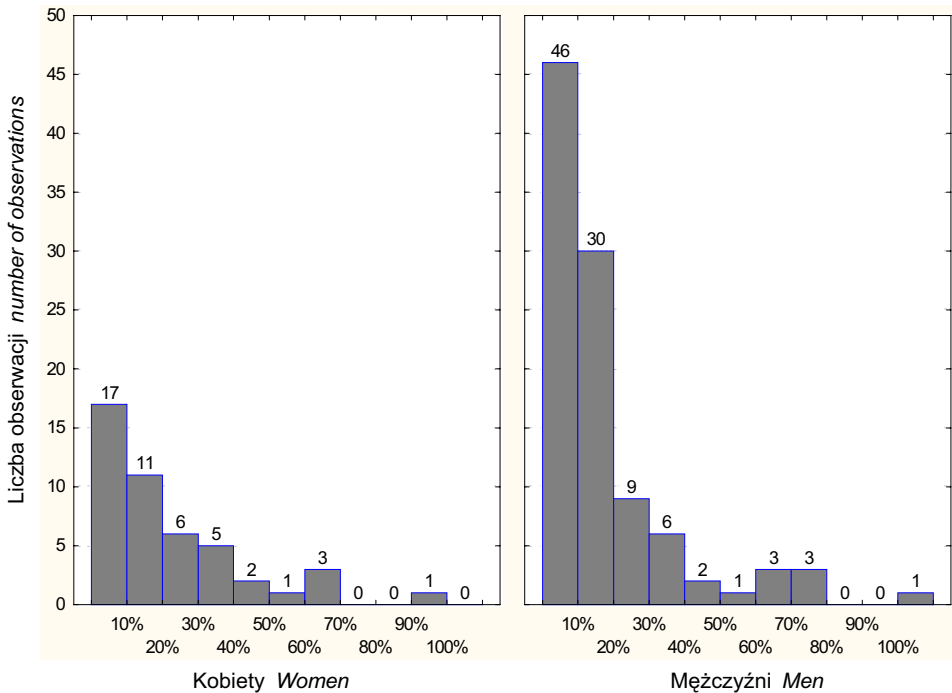
Rys. 4.  
Rozkład spożycia alkoholu wśród mężczyzn  
Distribution of alcohol consumption among men

Jak wynika z porównania wartości średniej i mediany, omawiane rozkłady cechują się niewielką asymetrią prawostronną, co oznacza, że większość respondentów znajdowała się pod wpływem alkoholu krócej, niż przeciętnie w danej populacji. Czas ten można prawdopodobnie uznać za stracony z punktu widzenia życia zawodowego, a zapewne i osobistego respondentów.

Tabela 2.  
Charakterystyki opisowe rozkładu czasu, w jakim (według własnej oceny)  
respondenci byli pod wpływem alkoholu  
Descriptive statistics of distribution of time, at which (in their own opinion)  
respondents had been under the influence of alcohol

Lata pod wpływem alkoholu (w ciągu życia) <i>Years of insobriety (in the lifetime)</i>	Udział (%) w stosunku do <i>Share (%) in relation to</i>		
	lat picia <i>years of drinking</i>	wieku <i>age</i>	wieku powyżej 18 lat <i>age above 18</i>
Średnia i mediana – mężczyźni <i>Mean and median – men</i>			
$\bar{x} = 7,717$	41,8 %	19,7 %	40,1 %
Me = 6,112	39,9%	18,0%	38,0%
Średnia i mediana – kobiety <i>Mean and median – women</i>			
$\bar{x} = 3,976$	64,4%	10,8%	25,9%
Me = 3,286	51,2%	11,2%	20,9%





Rys. 5.

Udział wydatków na alkohol w stosunku do zarobków (przeciętne miesięczne z ostatnich dwóch lat)  
 The share of expenditures for alcohol in total expenditures (monthly average from the last two years)

Tego rodzaju szacunki nie były do tej pory prowadzone, ich wiarygodność można więc będzie ocenić w kontekście wyników podobnych przyszłych badań. Prezentowane wyżej wyniki oszacowania – zarówno poziomu, jak i rozkładów spożycia alkoholu zbliżone są do wyników innych badań ankietowych dotyczących tych problemów. Jak można zatem przypuszczać, otrzymane rezultaty odnoszące się do ocen „czasu pod wpływem alkoholu” także nie będą odbiegać zbytnio od wyników przyszłych badań ankietowych dotyczących tego zagadnienia. Tym bardziej, że – zdaniem autorek – respondentowi łatwiej zapamiętać i podać liczbę dni picia (np. w ubiegłym miesiącu) i pozostawania pod wpływem alkoholu, niż określić ilość i rodzaj alkoholu spożywanego, np. przy ostatniej okazji, szczególnie, gdy poziom tego spożycia był wysoki.

### Wybrane skutki ekonomiczne

Jednym z ważnych ekonomicznych skutków picia alkoholu są konsekwencje związane z pracą oraz zarobkami osób uzależnionych. Okazało się, że blisko połowa badanych mężczyzn i prawie trzy czwarte kobiet nie pracowało zawodowo w chwili badania, przy czym ponad 30% z nich uznało, że przyczyną tego stanu

Tabela 3.  
Respondenci według posiadania pracy  
Respondents according to employment status

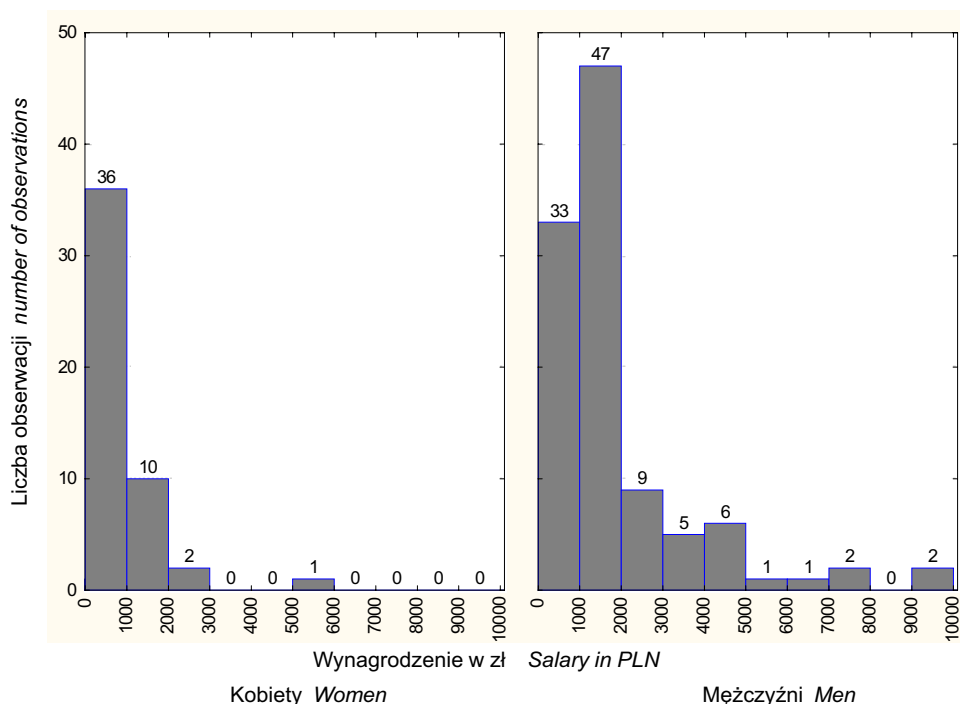
Odpowiedzi <i>Answers</i>	Obecnie pracuje <i>Actually has a job</i>		Bezrobocie związane z alkoholem <i>Unemployment associated with alcohol</i>	
	Odsetek respondentów <i>Percentage of respondents</i>		Odsetek niepracujących <i>Percentage of unemployed</i>	
	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>
TAK YES	52,8	26,2	39,3	34,8
NIE NO	46,4*	73,8	60,7	65,2

\* pozostali respondenci nie odpowiedzieli na pytanie

\* the remaining respondents did not answer the question

rzeczy jest alkohol (tabela 3), a ponad 30% mężczyzn i ponad 60% kobiet pozostawało bez pracy dłużej niż rok.

Na podstawie analizy historii zatrudnienia respondentów (7) można zauważyć, że niezależnie od płci często zmieniali pracę, a zajmowane przez nich kolejno



Rys. 6.  
Przeciętne miesięczne zarobki w ostatnich dwóch latach  
Average monthly salaries in the last two years

Tabela 4.

Przeciętne miesięczne zarobki respondentów w ciągu ostatnich dwóch lat oraz ich ocena potencjalnych zarobków

Average monthly salaries of the respondents in the last two years and their estimates of the potential salaries

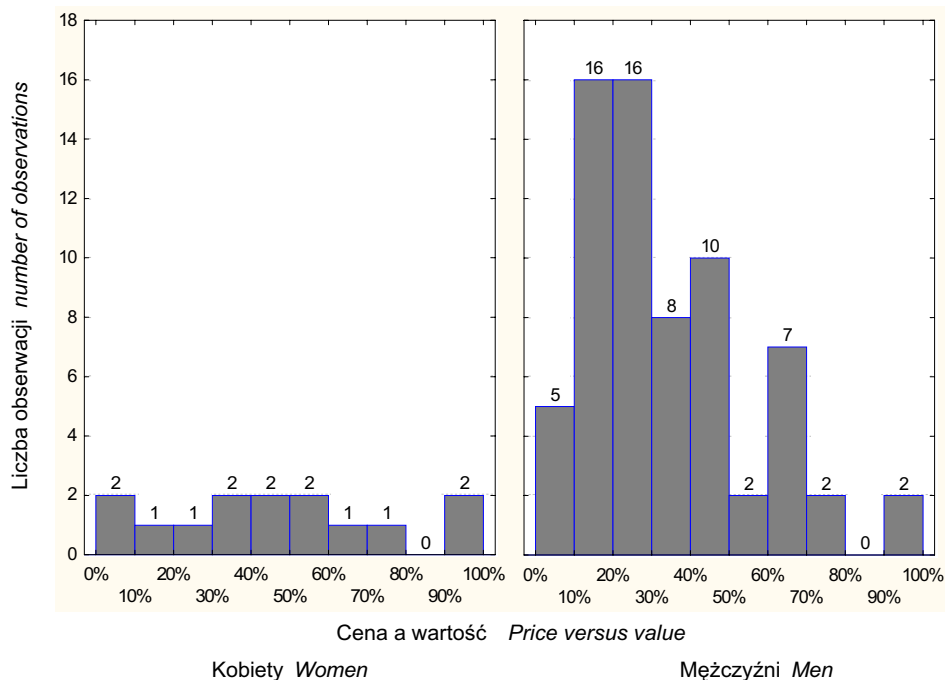
Przeciętne miesięczne zarobki w ostatnich 2 latach <i>Average monthly salaries in the last two years</i>		Ile mógłby zarobić miesięcznie, gdyby nie pił w ostatnich 2 latach? <i>Potential monthly salary without drinking in the last 2 years</i>		Ile zarabia miesięcznie osoba o takich samych kwalifikacjach? <i>Monthly salary of the person having the same qualifications</i>	
Średnia (w zł) <i>Mean (in PLN)</i>					
Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>
2015,2	1040,8	3000,5	1458,5	2712,5	1404,6
Mediana (w zł) <i>Median (in PLN)</i>					
1300	880	2000	1000	2000	1000
Ile razy wyższe mogłyby być zarobki respondenta w ciągu ostatnich 2 lat <i>How many times could be higher the respondent's salary in the last 2 years</i>					
Ile razy? <i>How many times?</i>	Gdyby nie pił <i>If he had not drunk</i>		W stosunku do zarobków osoby o takich samych kwalifikacjach? <i>In relation to the salary of a person having the same qualifications?</i>		
	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>	
Odsetek respondentów <i>Percentage of respondents</i>					
0 – 0,9	48,0	57,8	42,9	51,1	
1 – 1,9	29,6	26,7	36,7	27,7	
2 – 2,9	11,2	8,9	8,2	12,8	
3 – 3,9	4,1	0,0	5,1	4,3	
4+	7,1	6,7	7,1	4,3	
Uwaga Na to pytanie odpowiedziało 98 mężczyzn i 47 kobiet <i>The question was answered by 98 men and 47 women</i>					

stanowiska były w znacznym stopniu zróżnicowane – średnia dla mężczyzn 3,6 stanowiska, dla kobiet 2,5. W ciągu ostatnich dwóch lat przed podjęciem leczenia w Ośrodku respondenci pracowali średnio przez 1,1 roku (mężczyźni) i 0,7 roku (kobiety). Różnica między średnim okresem pracy mężczyzn i kobiet jest statystycznie istotna. Może to wynikać z różnych przyczyn, do których zapewne należy większe bezrobocie wśród kobiet lub konieczność zajęcia się domem i dziećmi (81% badanych kobiet ma dzieci, a 79% pozostaje z nimi w dobrych stosunkach).

Alkohol jest wymieniany jako powód utraty ostatniego miejsca pracy przez około 23% mężczyzn i 14% kobiet. Osoby, które odeszły z pracy z powodu alkoholu

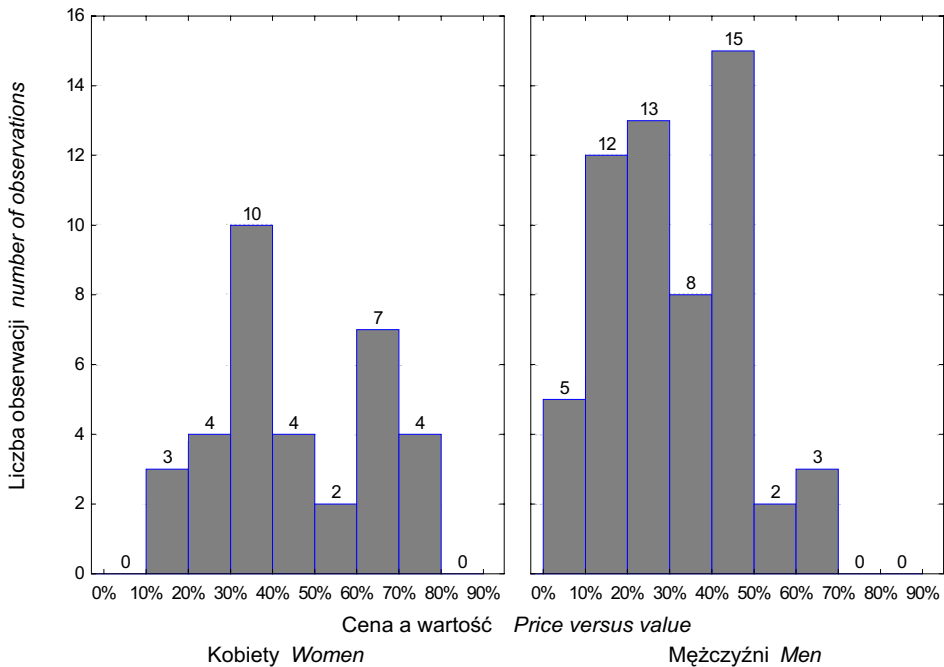
zarabiała średnio więcej (mediana zarobków wynosiła 1500 zł dla mężczyzn i 1100 zł dla kobiet) niż te, które wymieniły inne powody (odpowiednio: 1300 zł i 775 zł). Różnica okazała się statystycznie istotna dla kobiet (test Manna-Whitneya,  $\alpha = 0,05$ ). Obserwacja ta – poczyniona na podstawie danych indywidualnych – jest zgodna z często stwierdzanym na poziomie populacji generalnej dodatnim związkiem pomiędzy zarobkami (dochodem) a poziomem spożycia alkoholu – żeby pić, trzeba mieć za co (12: 240).

W ciągu ostatnich 2 lat mężczyźni zarabiali najczęściej 600–1200 zł, a kobiety 600–900 zł (rys. 6); zarówno mężczyźni, jak i kobiety uznali (około połowa osób, które odpowiedziały na to pytanie), że mogliby zarabiać więcej, gdyby nie pili (tabela 4). Ponad połowa mężczyzn ocenia, że mogliby zarabiać 2, 3, 4 i ponad 4 razy więcej, gdyby nie pili. Kobiety są w ocenach ostrożniejsze i tylko ok. 42% osób, spośród tych, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie, sądzi, że mogłyby zarabiać 2, 3, 4 i ponad 4 razy więcej. Połowa badanych mężczyzn (którzy odpowiedzieli na omawiane pytanie) zarabiała miesięcznie 1300 zł, a uważali, że mogliby zarabiać miesięcznie 2000 zł, tak jak inni z takim samym wykształceniem, stażem pracy, z taką samą praktyką i doświadczeniem zawodowym (kobiety odpowiednio: 880 zł i 1000 zł). Jak można zauważyć na podstawie porównania war-



Rys. 7.

Udział ceny sprzedawanych przedmiotów w ich wartości  
Share of the price of sold things in their value



Rys. 8.  
 Udział ceny zastawianych przedmiotów w ich wartości  
 Share of the price of pawned things in their value

tości mediany (rozkłady o silnej dodatniej asymetrii), mężczyźni są zdania, że gdyby nie pili mogliby zarabiać więcej o około 54% (2000/1300), a kobiety – o około 14% więcej (1000/880). Tyle wynosi więc wielkość potencjalnej straty zarobków w ocenie ankietowanych pacjentów.

Można dodać, że kobiety są w niewiele większym stopniu (46,4%), niż mężczyźni (40,0%), zadowolone z osiągniętego wykształcenia, mimo że – z powodu

Tabela 5.  
 Udział respondentów, którzy w celu kupna alkoholu sprzedawali, przywłaszczali bądź zastawiali rzeczy swoje lub należące do członków rodziny  
 Share of respondents who sold, appropriated, or pawned their own or other family members belongings in order to buy alcohol

Odpowiedzi <i>Answers</i>	Odsetek respondentów <i>Percentage of respondents</i>			
	Sprzedawali lub przywłaszczali <i>Sold or appropriated</i>		Zastawiali <i>Pawned</i>	
	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>
TAK <i>YES</i>	33,6	17,9	24,0	27,4
NIE <i>NO</i>	66,4	81,0	76,0	72,6

Tabela 6.

Respondenci według rodzaju sprzedawanych, przywłaszczanych bądź zastawianych przedmiotów  
 Respondents according to the kind of sold, appropriated or pawned things

Sprzedawali lub przywłaszczali <i>Sold or appropriated</i>	Odsetek respondentów <i>Percentage of respondents</i>		Zastawiali <i>Pawned</i>	Odsetek respondentów <i>Percentage of respondents</i>	
	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>		Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>
Sprzęt RTV, komputery <i>Radio and TV sets, computers</i>	29,3	6,7	Sprzęt RTV, komputery <i>Radio and TV sets, computers</i>	30,2	21,1
Złotą biżuterię <i>Golden jewelry</i>	16,0	60,0	Złotą biżuterię <i>Golden jewelry</i>	12,7	2,6
Pieniądze innych osób <i>Other persons' money</i>	4,0	20,0	Telefony komórkowe <i>Handies</i>	39,7	65,8
Inne <i>Other</i>	50,7	13,3	Inne <i>Other</i>	17,5	10,5
Sprzedawane lub przywłaszczane przedmioty należały do <i>Sold or appropriated things belong to</i>	Odsetek respondentów <i>Percentage of respondents</i>		Zastawiane przedmioty należały do <i>Pawned things belong to</i>	Odsetek respondentów <i>Percentage of respondents</i>	
	Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>		Mężczyźni <i>Men</i>	Kobiety <i>Women</i>
Respondenta <i>Respondent</i>	65,3	46,7	Respondenta <i>Respondent</i>	48,3	79,4
Rodziny respondenta <i>Respondent's family</i>	34,7	40,0	Rodziny respondenta <i>Respondent's family</i>	38,3	14,7
Innych osób <i>Other persons</i>	0,0	13,3	Innych osób <i>Other persons</i>	13,3	5,9

Uwaga: w odniesieniu do liczby osób, które odpowiedziały twierdząco na poprzednie pytanie (tabela 5).

Remark: in relation to the number of persons, who answered affirmatively to the previous question (table 5).

późniejszego wieku inicjacji alkoholowej i wejścia w uzależnienie – mogły zdobyć wykształcenie. Mężczyźni natomiast w niewiele większym stopniu (40,8%), niż kobiety (35,7%), są zadowoleni z pracy, mimo że poziom ich zarobków był, średnio rzecz biorąc, znacznie wyższy. Różnice te nie są statystycznie istotne (test Manna-Whitneya,  $\alpha=0,05$ ). Analiza odpowiedzi na inne pytania ankiety dotyczące życia zawodowego respondentów, wskazuje, że w grupie kobiet uzależnionych od alkoholu picie powodowało bardziej dotkliwe skutki w sferze ich pracy zawodowej, niż miało to miejsce wśród mężczyzn.

W dalszej części badania pytano o straty materialne i inne, ponoszone przez respondentów na skutek picia alkoholu.

Mężczyźni przepijali, częściej niż kobiety (blisko dwukrotnie więcej mężczyzn przyznaje się do tego), rzeczy swoje lub należące do innych osób (tabela 5). Róż-

Tabela 7.

Respondenci według oceny rangi negatywnych skutków picia

Respondents according to estimate of rank of negative consequences of drinking

Skutki <i>Consequences</i>	Najważ- niejszy <i>The most important</i>	1	2	3	4	5	Najmniej ważny <i>The least important</i>
<i>Mężczyźni – odsetek respondentów Men – percentage of respondents</i>							
Zdrowotne <i>Health</i>	30,4	18,4	15,2	13,6	4,0	2,4	4,8
Wykształcenie <i>Education</i>	6,4	13,6	14,4	12,0	15,2	10,4	10,4
Finansowe (praca) <i>Financial (job)</i>	13,6	20,0	20,0	20,8	10,4	4,0	4,8
Rodzinne <i>Family</i>	44,0	32,0	14,4	4,0	2,4	0,8	0,0
Towarzyskie <i>Social</i>	0,8	6,4	18,4	20,0	20,0	7,2	10,4
Prawne <i>Legal</i>	3,2	4,8	12,8	8,8	12,8	12,8	28,8
Inne <i>Other</i>	0,8	3,2	0,8	3,2	7,2	22,4	17,6
<i>Kobiety – odsetek respondentów Women – percentage of respondents</i>							
Zdrowotne <i>Health</i>	31,0	17,9	17,9	17,9	1,2	1,2	3,6
Wykształcenie <i>Education</i>	0,0	14,3	11,9	13,1	8,3	13,1	8,3
Finansowe (praca) <i>Financial (job)</i>	7,1	39,3	28,6	10,7	4,8	1,2	2,4
Rodzinne <i>Family</i>	59,5	17,9	15,5	3,6	3,6	0,0	0,0
Towarzyskie <i>Social</i>	0,0	3,6	13,1	22,6	20,2	6,0	10,7
Prawne <i>Legal</i>	1,2	4,8	6,0	6,0	13,1	9,5	31,0
Inne <i>Other</i>	1,2	0,0	2,4	7,1	8,3	13,1	16,7

nica ta jest istotna według testu Manna-Whitneya ( $\alpha = 0,05$ ). Aby mieć pieniądze na zakup alkoholu mężczyźni najczęściej sprzedawali sprzęt RTV, kobiety natomiast złotą biżuterię, przy czym w populacji mężczyzn można zaobserwować większe zróżnicowanie *asortymentu* – od odzieży ochronnej po mieszkanie i drewno na opał (ponad 50% sprzedaży). Respondenci zastawiali (bez względu na płeć) zazwyczaj telefony komórkowe. Przedmioty sprzedawane i zastawiane stanowiły najczęściej własność respondentów, przy czym mężczyźni przede wszystkim je sprzedawali (ponad 65% przeprowadzonych transakcji), a kobiety – zastawiały (blisko 80% transakcji) (tabela 6).

Biorąc pod uwagę cenę (sprzedaży bądź zastawu) przedmiotów w stosunku do ich wartości, deklarowanej przez respondentów, można zauważyć (rys. 7, 8), że kobiety potrafiły uzyskać nieco korzystniejszą relację ceny do wartości; w przypadku zastawu różnica ta jest statystycznie istotna (test Manna-Whitneya,  $\alpha = 0,05$ ). Średnia wartość relacji ceny osiągniętej przy sprzedaży bądź zastawieniu przedmiotów do ich wartości, deklarowanej przez respondentów, w przypadku kobiet wynosi 46,7%, a w przypadku mężczyzn – 33,1%. Oznacza to, że kobiety sprzedawały/zastawiały przedmioty średnio za blisko połowę ich wartości, a mężczyźni

Tabela 8.

Respondenci według oczekiwanych możliwości naprawy negatywnych skutków picia  
 Respondents according to expected possibilities of improvement of the negative consequences  
 of drinking

Ocena możliwości Expected possibilities of	Mężczyźni – odsetek respondentów <i>Men – percentage of respondents</i>				
	Brak <i>None</i>	Małe <i>Small</i>	Średnie <i>Medium</i>	Poważne <i>High</i>	Bardzo poważne <i>Very high</i>
Odzyskania zdrowia <i>Recovering of health</i>	4,8	12,0	27,2	42,4	11,2
Uzupełnienia wykształcenia <i>Completing of education</i>	29,6	22,4	16,0	20,0	6,4
Znalezienia dobrej pracy <i>Finding a good job</i>	18,4	9,6	22,4	31,2	13,6
Poprawy sytuacji rodzinnej <i>Improvement of family situation</i>	2,4	8,0	16,8	50,4	20,0
Poprawy sytuacji towarzyskiej <i>Improvement of social situation</i>	8,8	3,2	30,4	35,2	14,4
Poprawy sytuacji prawnej <i>Improvement of legal situation</i>	31,2	4,0	9,6	19,2	20,0
Inne <i>Other</i>	8,0	3,2	14,4	45,6	23,2
Odzyskania utraconych szans <i>Regaining of lost chances</i>	9,6	12,0	21,6	36,0	16,0
	Kobiety – odsetek respondentów <i>Women – percentage of respondents</i>				
Odzyskania zdrowia <i>Recovering of health</i>	4,8	9,5	31,0	41,7	9,5
Uzupełnienia wykształcenia <i>Completing of education</i>	33,3	15,5	13,1	23,8	6,0
Znalezienia dobrej pracy <i>Finding a good job</i>	8,3	22,6	29,8	26,2	3,6
Poprawy sytuacji rodzinnej <i>Improvement of family situation</i>	1,2	8,3	22,6	53,6	13,1
Poprawy sytuacji towarzyskiej <i>Improvement of social situation</i>	4,8	11,9	32,1	41,7	3,6
Poprawy sytuacji prawnej <i>Improvement of legal situation</i>	36,9	1,2	8,3	20,2	7,1
Inne <i>Other</i>	4,8	0,0	15,5	56,0	16,7
Odzyskania utraconych szans <i>Regaining of lost chances</i>	6,0	4,8	29,8	44,0	14,3

– za 1/3. Wartość rzeczy sprzedawanych bądź zastawianych w celu zakupienia alkoholu, a w szczególności za niższą cenę, można zaliczyć do strat materialnych poniesionych przez respondentów na skutek picia.



W następnej części badania respondenci dokonywali bilansu strat związanych ze swoim pićem, a także oceniali możliwość naprawienia tych strat.

Najważniejszą negatywną konsekwencją picia było – zarówno zdaniem mężczyzn, jak i kobiet – pogorszenie się ich sytuacji rodzinnej (tabela 7). Żaden z respondentów nie uznał tego skutku picia za najmniej ważny. Na drugim miejscu stawiano skutki zdrowotne, a następnie – finansowe. Pod względem rangowania ważności różnych negatywnych konsekwencji picia nie zaobserwowano istotnych różnic pomiędzy mężczyznami i kobietami (test Manna-Whitneya,  $\alpha = 0,05$ ).

W przyszłości (po zakończeniu leczenia) respondenci liczą najbardziej (tabela 8) na poprawę swojej sytuacji rodzinnej i prawnej (mężczyźni). Mężczyźni oczekują także, że uda im się znaleźć dobrą pracę. Odsetek kobiet, które wysoko oceniają swoje szanse znalezienia dobrej pracy po zakończeniu leczenia, jest znacznie niższy. Ogólnie mówiąc, jedynie około 20% mężczyzn oraz około 10% kobiet negatywnie ocenia szanse na poprawę swojej sytuacji życiowej („brak szans” i „małe szanse”).

## PODSUMOWANIE

Podsumowując, można stwierdzić, że mimo trudnych doświadczeń życiowych, związanych z pićem alkoholu, respondenci patrzą w przyszłość ze sporym optymizmem i wierzą w możliwości naprawy wielu negatywnych skutków nadużywania alkoholu.

Zaobserwowano istotne różnice pomiędzy wzorami picia alkoholu i skutkami picia w grupie mężczyzn i kobiet. Na przykład kobiety krócej piły alkohol w sposób wskazujący na uzależnienie i w późniejszym, niż mężczyźni, wieku rozpoczęły picie, natomiast udział kobiet, wśród których przeważało spożywanie alkoholu w postaci napojów spirytusowych był znacznie wyższy, niż mężczyzn.

Propozycją autorów Raportu (7) jest wykorzystanie nie stosowanych, jak dotąd, metod analizy statystycznej i ekonometrycznej w odniesieniu do szeroko rozumianych ekonomicznych skutków picia alkoholu, rozważanych z punktu widzenia osób pijących (na podstawie badań ankietowych jako źródła informacji). Stało się to możliwe dzięki uzyskaniu odpowiedniego materiału. W prezentowanej pracy przedstawiono tylko niektóre z otrzymanych wyników. Wyniki badań ankietowych wydają się obiecujące, jeśli chodzi o możliwości szacowania niektórych ekonomicznych skutków picia alkoholu. Wykorzystanie danych indywidualnych stwarza szansę na bardziej wszechstronną ocenę wielkości tych skutków, czego nie można dokonać na podstawie danych zagregowanych.

## PIŚMIENNICTWO

1. Global Status Report on Alcohol 2004 (2004) WHO, Department of Mental Health and Substance Abuse, Geneva.
2. Barczak A, Klama R, Mielecka-Kubień Z, Wędzicha E (1987–1991) *Ocena ekonomiczno-społecznych skutków alkoholizmu w Polsce*. Problem badawczy CPBR 11.8, koordynowany przez Instytut Psychiatrii i Neurologii w Warszawie (maszynopis).
3. Mielecka-Kubień Z (1990) Wpływ nadużywania alkoholu na koszty społeczne. *Wiadomości Statystyczne*, 7, 1–4.
4. Wędzicha E (1998) An Essay on Estimation of Costs Related to Treatment of Morbidity from Alcohol Consumption and Abuse, *Alcoholism. Journal on Alcoholism and Related Addictions*, XXXIV, 1–2, 33–45.
5. Mielecka-Kubień Z (2001) *Ilościowe aspekty badania problemów alkoholowych w Polsce*. Prace Naukowe, Akademia Ekonomiczna, Katowice.
6. Harwood HJ (1987) The Economic Costs of Alcohol and Drug Abuse in the US. W: *The Costs of Alcohol, Drugs and Tobacco to Society*. Papers and Abstracts, Instituut Preventieve en Sociale Psychiatrie, Erasmus Universitet, Rotterdam.
7. Mielecka-Kubień Z, Wędzicha E, Barczak P (2006) Ekonometryczna analiza skutków nadużywania alkoholu. Akademia Ekonomiczna, Katowice (maszynopis).
8. Gsellhofer B, Küfner H, Vogt M, Weiler D (1999) European Addiction Severity Index, EuropASI, Manual für Training und Durchführung. Schneider Verlag Hohengehren GmbH.
9. [www.parpa.pl](http://www.parpa.pl)
10. Ledermann S (1956) *Alcool, Alcoolisme, Alcoolisation*. Presses Universitaires de France.
11. Lemmens PH (1991) *Measurement and Distribution of Alcohol Consumption*. Datawyse Maastricht/Krips Repro Meppel.
12. Suchecki B (2006) *Kompletne modele popytu*. PWE, Warszawa.

Adres do korespondencji  
Zofia Mielecka-Kubień  
Katedra Ekonometrii  
Akademia Ekonomiczna w Katowicach  
ul. Bogucicka 14, 40-226 Katowice  
tel. (4832) 257 74 52  
e-mail: [mielecka@ae.katowice.pl](mailto:mielecka@ae.katowice.pl)

otrzymano 24.10.07 r.  
przyjęto do druku 14.02.08 r.