КИЇВСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ ІНСТИТУТ СОЦІОЛОГІЇ
KYIV INTERNATIONAL INSTITUTE OF SOCIOLOGY

Вул. Іллінська, 9, Київ, 04070, Україна; тел. (+38 044) 337-3376, ел-пошта: office@kiis.com.ua
9, Illinska St., Kyiv, 04070, Ukraine; phone (+38 044) 337-3376, e-mail: office@kiis.com.ua
www.kiis.com.ua

ВЖИВАННЯ ТЮТЮНОВИХ І НІКОТИНОВИХ ВИРОБІВ: ЛЮТИЙ-БЕРЕЗЕНЬ 2025 РОКУ

АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ

Березень 2025

ЗМІСТ

МЕТОДОЛОГІЯ ОПИТУВАННЯ 3

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ТА ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ 5

Основні результати опитування 5

Висновки і рекомендації 7

РОЗДІЛ І. ВЖИВАННЯ ТЮТЮНОВИХ АБО НІКОТИНОВИХ ВИРОБІВ 9

РОЗДІЛ ІІ. ЯКІ ТЮТЮНОВІ ТА НІКОТИНОВІ ВИРОБИ ВЖИВАЮТЬ 12

ІІ.1 Які тютюнові вироби вживають 12

ІІ.2 Вживання двох і більше різних виробів 16

ДОДАТОК А. СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ РЕСПОНДЕНТІВ ВИБІРКИ В ЦІЛОМУ І ОКРЕМИХ КАТЕГОРІЙ 19

МЕТОДОЛОГІЯ ОПИТУВАННЯ

Всеукраїнське опитування «Вживання тютюнових і нікотинових виробів» проводилося Київським міжнародним інститутом соціології у лютому-березні 2025 року в рамках регулярного «Омнібусу» на замовлення ГО «Життя». У перебігу дослідження вивчалися думки і погляди дорослих жителів України (у віці 18 років і старше) з різних питань, пов'язаних із вживання тютюнових і нікотинових виробів. Основні етапи дослідження включали розробку і програмування анкети (використовувалося програмне забезпечення OCA for CATI), генерування мобільних телефонних номерів, проведення інтерв'ю з респондентами, контроль якості виконаної роботи, підготовку остаточного масиву даних, зважування масиву даних, підготовку таблиць одновимірних розподілів та аналітичного звіту. Аналітичний звіт був підготовлений виконавчим директором КМІС Антоном Грушецьким. Експерти ГО «Життя» Дмитро Купира, Оксана Левицька та Ольга Масна проаналізували отримані результати та запропонували доповнення і корекції, які були внесені у звіт.

Опитування здійснювалося методом телефонних інтерв'ю з використанням комп'ютера (computer-assisted telephone interviews, CATI). За даними опитування КМІС, проведеного методом особистих (face-to-face) інтерв'ю за випадковою вибіркою у липні 2021 року 96% дорослих жителів України мали особисті мобільні телефони. Для проведення опитування на початковому етапі повністю випадковим чином генерувалися мобільні телефонні номери для всіх основних мобільних операторів України. Частка згенерованих номерів, які припадали на кожного мобільного оператора, була приблизно пропорційною до частки загалом мобільних номерів, які припадають на кожного мобільного оператора (за даними опитувань КМІС). Для усунення із згенерованої бази недійсних номерів, на згенеровані номери надсилалося «невидиме» смс-повідомлення. Далі інтерв'юєри дзвонили на згенеровані номери і пропонували респондентам, які відповіли на дзвінок, узяти участь в опитуванні. Опитування проводилося лише з респондентами у віці 18 років і старше і лише з тими, хто на момент опитування проживав на підконтрольній Уряду України території. Жителі України, які виїхали закордон після 24 лютого 2022 року і не повернулися, не опитувалися. Інтерв'ю проводилося українською або російською мовою за вибором респондента.

Після проведення запланованої кількості результативних (повних) інтерв'ю отриманий у вибірці розподіл респондентів за макрорегіоном проживання (Захід, Центр, Південь, Схід – див. деталізацію нижче), типом населеного пункту (міський чи сільський), статтю, віком порівнювався з офіційними джерелами статистики. Респондент під час інтерв'ю повідомляв своє місце проживання до 24 лютого 2022 року, а також нинішнє (на момент інтерв'ю) місце проживання. Ми для подальших процедур використовували місце проживання до 24 лютого 2022 року. Розподіл всього дорослого населення за макрорегіонами і типом населеного пункту визначався на основі даних Центральної виборчої комісії за результатами парламентських виборів 2019 року (за кількістю

зареєстрованих виборців). Статевовікова структура визначалася за даними Державної служби статистики на 1 січня 2021 року. Для приведення структури вибірки у відповідність до структури населення України в цілому були побудовані спеціальні статистичні ваги. Крім цього, ці ваги враховують різну ймовірність потрапляння різних респондентів до вибірки (залежно від кількості різних мобільних номерів, які має той чи інший респондент).

Склад макрорегіонів такий: *Західний* макрорегіон – Волинська, Рівненська. Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Закарпатська, Хмельницька, Чернівецька області; *Центральний* макрорегіон – Вінницька, Житомирська, Сумська, Чернігівська, Полтавська, Кіровоградська, Черкаська, Київська області, м. Київ, *Південний* макрорегіон – Дніпропетровська, Запорізька, Миколаївська, Херсонська, Одеська області, *Східний* макрорегіон – Донецька, Луганська і Харківська області.

Польовий етап дослідження тривав з 14 лютого до 4 березня 2025 року. Загалом в рамках дослідження було проведено 2029 інтерв'ю.

Формально для звичайних обставин статистична похибка вибірки (з імовірністю 0.95 і з дизайн-ефектом 1.1) не перевищує:

- 2.4% для показників, близьких до 50%,
- 2.1% для показників, близьких до 25 або 75%,
- 1.5% для показників, близьких до 10 або 90%,
- 1.1% для показників, близьких до 5 або 95%,
- 0.5% для показників, близьких до 1 або 99%.

Коментарі до структури звіту

У звіті для регіону і типу населеного пункту проживання використовуються відповіді респондентів щодо того, де вони проживають зараз, тобто на момент проведення інтерв'ю. У випадку рівня достатку родини категорії означають наступне: «дуже низький» рівень означає домогосподарства, яким не вистачає коштів навіть на їжу; «низький» – ті, яким вистачає коштів на харчові продукти, але на одяг уже не вистачає; «середній» – ті, яким вистачає коштів і на їжу, і на одяг, але яким не вистачає на придбання деяких дорогих речей (телевізор тощо); «високий» – ті, які можуть купувати деякі дорогі речі або можуть взагалі дозволити собі все

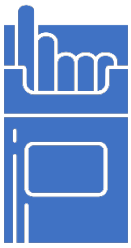
Водночас, при інтерпретації результатів серед окремих категорій (окремі регіони, респонденти з різним рівнем доходу тощо) потрібно враховувати, що оскільки на цю категорію припадає менше респондентів, ніж вибірка загалом, відповідно, похибка для цієї категорії є вищою. Також потрібно враховувати «перетин» між собою деяких соціально-демографічних категорій. Наприклад, серед більш молодих респондентів більше і тих, хто має вищий достаток. Для цього у звіті підготовлений окремий Додаток А, де для кожної категорії, у розрізі яких дані подаються у звіті, наведена кількість респондентів, похибка, а також соціально-демографічний профіль цієї категорії.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ТА ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

Основні результати опитування

ВЖИВАННЯ ТЮТЮНОВИХ АБО НІКОТИНОВИХ ВИРОБІВ

- 31% респондентів зараз вживають тютюнові або нікотинові вироби (щодня або не щодня). Водночас серед них щоденно вживають – 27%, а решта 4% вживають не щодня;
- Порівняно з жовтнем 2024 року частка тих, хто вживає тютюнові або нікотинові вироби, зросла з 27% до 31% (насамперед з 23% до 27% стало більше тих, хто вживає щодня);
- Вживання тютюнових або нікотинових виробів, як і раніше, помітно більш поширене серед чоловіків, ніж серед жінок. Так, серед чоловіків вживають такі вироби 45%, серед жінок – 19%. Причому порівняно з жовтнем 2024 року серед чоловіків простежується зростання вживання із 39.5% до 45%. У випадку жінок різниця в межах статистичної похибки, хоча також є тенденція до зростання (19% зараз проти 17% у жовтні 2024 року);
- Також загалом є тенденція до того, що більше вживають тютюнові або нікотинові вироби респонденти молодшого / середнього віку (і серед чоловіків, і серед жінок). Так, серед 18-29 річних 45% вживають такі вироби, а далі з віком показник знижується до 11% серед 70+ річних. При цьому якраз ріст вживання припав насамперед на 18-39 річних людей;



ЯКІ ТЮТЮНОВІ ТА НІКОТИНОВІ ВИРОБИ ВЖИВАЮТЬ

- Серед споживачів тютюнових або нікотинових виробів переважна більшість (73%) курять сигарети промислового виробництва. Далі йдуть тютюнові вироби для електричного нагрівання (19%), електронні сигарети (17%), кальяни (9%), тютюн (8%). Найменше респондентів говорили про нікотинові подушечки (3%);
- Для всіх цих виробів, крім просто тютюну, поточні показники такі самі, як і були в 2024 році (тобто всі відмінності в межах статистичної похибки). У випадку просто тютюну показник зріс з 4% до 8% (насамперед за рахунок респондентів старшого віку);
- Вживання ТВЕН, електронних сигарет та кальяну більш поширене серед більш молодих респондентів. Найбільш поширене вживання таких виробів серед 18-29 річних респондентів. Так, серед 18-29 річних респондентів, які

зараз вживають тютюнові або нікотинові вироби, 37% вживають тютюнові вироби для електричного нагрівання, 39% – електронні сигарети, 24% – кальяни;

- Серед тих, хто зараз вживає тютюнові або нікотинові вироби, 79% вживають тільки один виріб. Водночас 21% вживають два або більше виробів;

Висновки і рекомендації

Висновки і рекомендації за результатами опитування підготовлені фахівцями громадської організації «Центр громадянського представництва «Життя».

Висновки

У порівнянні з позитивною динамікою попереднього раунду дослідження, цьогорічне опитування вказує на відновлення негативної тенденції до зростання щоденного споживання тютюну та нікотину. Найбільш значуще зростання споживання тютюнових та нікотинових виробів зафіксоване серед молодого населення віком 18-39 років – як серед чоловіків, так і серед жінок. Це може свідчити, що молодь залишається основною цільовою аудиторією на яку спрямовані дії тютюнової індустрії.

Дослідницький підхід надав можливість виявити явище множинного споживання тютюнових та нікотинових виробів споживачами. Таким чином кожен п'ятий (21%) теперішній споживач тютюнових та нікотинових виробів вживає 2 або 3 види продукції. Найбільш поширеною комбінацією множинного вживання тютюнових та нікотинових виробів є сигарети та ТВЕН. Водночас для вікової групи 18-29 років частка множинного споживання тютюнових та нікотинових виробів складає 45% (23% споживачів вживають два види продукції та 22% три).

На прикладі України ми бачимо, що просування тютюновою індустрією нових видів тютюнових та нікотинових виробів (зокрема електронних сигарет, тютюнових виробів для нагрівання, нікотинових снюсів (подушечок) не призводить до відмови споживачами від вживання тютюну. Натомість ми спостерігаємо зростання поширеності вживання як тютюнових так і нікотинових виробів.

Множинне вживання тютюнових та нікотинових виробів викликає занепокоєння щодо стану здоров'я та поглиблення нікотинової залежності споживачів, що потребує додаткових досліджень. З огляду на те, що дані про множинне споживання тютюнових та нікотинових виробів систематизовані в Україні вперше, це потребує подальшого спостереження та аналізу.

Електронні сигарети та тютюнові вироби для нагрівання продовжують бути найбільш поширеними серед наймолодшої вікової групи 18-29 років (37% та 39% серед теперішніх споживачів), що вказує на націленість маркетингу цих виробів саме на молодь.

Поширеність нікотинових снюсів (паучів) залишається на низькому рівні (близько 1% серед усіх респондентів), проте спостерігаємо тенденцію до зростання споживання, яка ймовірно спричинена агресивною рекламою тютюновими компаніями цих виробів. Відсутність заборони нікотинових снюсів (паучів) може призвести до подальшого зростання поширеності вживання нікотину серед населення через залучення нових споживачів.

Рекомендації:

- поглибити реалізацію політик MPOWER у контролі над тютюном відповідно до Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну;
- гармонізувати акциз на ТВЕН до рівня сигарет;
- забезпечити високий рівень виконання антитютюнового законодавства;

- заборонити нікотинові снюси (подушечки);
- інформувати населення про шкідливі наслідки вживання тютюнових та нікотинових виробів;
- інформувати населення про безоплатний веб-сайт відмови від вживання тютюну «STOPSMOKING.ORG.UA»;
- забезпечити подальше спостереження та аналіз множинного споживання тютюнових та нікотинових виробів споживачами.

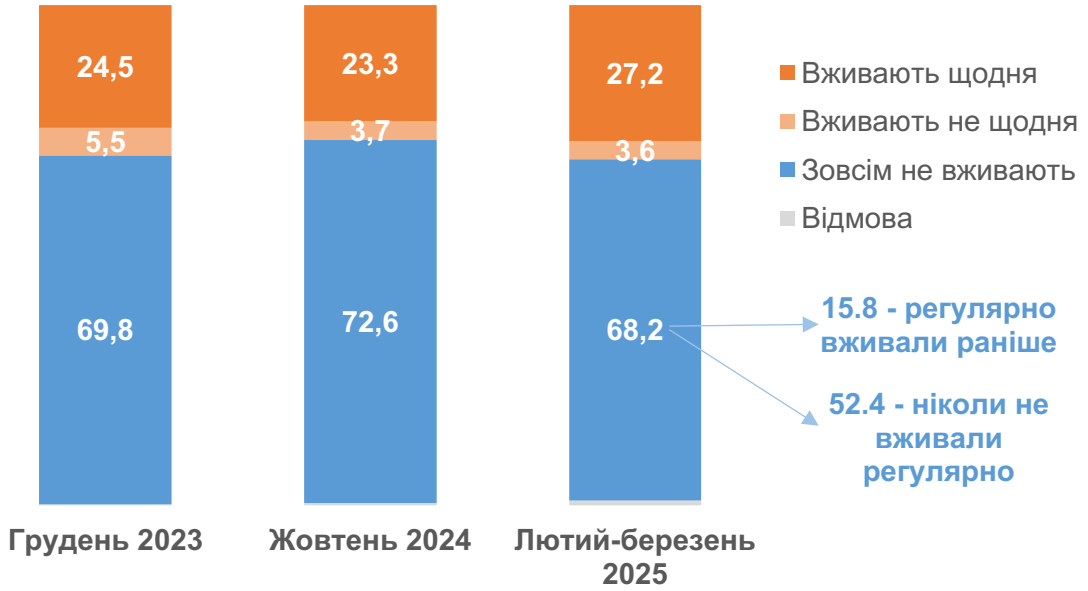
РОЗДІЛ І. ВЖИВАННЯ ТЮТЮНОВИХ АБО НІКОТИНОВИХ ВИРОБІВ

За результатами опитування майже третина респондентів – 31% – зараз вживають тютюнові або нікотинові вироби (щодня або не щодня). Водночас серед них щоденно вживають – 27%, а решта 4% вживають не щодня.

Водночас **порівняно із жовтнем 2024 року з 23% до 27% стало більше тих, хто щодня вживають тютюнові або нікотинові вироби** (а загалом кількість тих, хто вживає щодня або не щодня – з 27% до 31%).

Окремо зазначимо, що в поточному опитуванні (порівняно із попередніми), якщо респондент зараз не вживає такі вироби, ми уточнювали, чи вони раніше вживали їх регулярно, чи ніколи не вживали регулярно. Отже, з 68% респондентів, які зараз не вживають тютюнові або нікотинові вироби, 16% раніше мали досвід регулярного вживання, а 52% – ніколи його не мали.

Графік І.1 Вживання зараз тютюнових або нікотинових виробів



Текст запитання: Як Ви знаєте, деякі люди курять / вживають тютюнові або нікотинові вироби, як-от сигарети промислового виробництва, тютюнові вироби для електричного нагрівання, наприклад, IQOS (Айкос), Glo (Гло), Ploom (Плум), електронні сигарети, вейпи, кальян, нікотинові подушечки, наприклад, VELO (Вело) або LYFT (Ліфт). А Ви зараз курите/вживаєте будь-які тютюнові або нікотинові вироби щодня, не кожного, зараз не вживаєте, але вживали регулярно раніше, ніколи не курили і не вживали регулярно?

У таблицях нижче дані наведені у розрізі окремих соціально-демографічних категорій. **Вживання тютюнових або нікотинових виробів помітно більш поширене серед чоловіків, ніж серед жінок**. **Так, серед чоловіків вживають такі вироби 45%, серед жінок – 19%**. Причому порівняно з жовтнем 2024 року серед чоловіків простежується зростання вживання із 39.5% до 45%. У випадку жінок різниця в межах статистичної похибки, хоча також є тенденція до зростання (19% зараз проти 17% у жовтні 2024 року).

Серед усіх вікових категорій вживання тютюнових / нікотинових виробів вище серед чоловіків. Так, серед 18-29 річних чоловіків показник 51%, серед жінок – 38%, серед 30-39 річних респондентів – 57% до 23.5%, серед 40-49 річних респондентів – 45% до 25.5%, серед 50-59 річних респондентів – 39% до 15%, серед 60-69 річних респондентів – 36% до 11%, серед 70+ річних респондентів – 25% до 5%.

Також загалом є тенденція до того, що більше вживають тютюнові або нікотинові вироби респонденти молодшого / середнього віку (і серед чоловіків, і серед жінок). Так, серед 18-29 річних 45% вживають такі вироби, а далі з віком показник знижується до 11% серед 70+ річних.

Важливо звернути увагу, що порівняно з жовтнем 2024 року ріст вживання простежується серед 18-29 річних (з 33% до 45%) і серед 30-39 річних (з 32.5% до 40%). Причому у випадку 30-39 річних ріст саме серед чоловіків, а серед жінок показники – без змін (у межах похибки). Для 18-29 річних є тенденція до зростання і серед чоловіків, і серед жінок. Якщо говорити про інші (більш старші) категорії, різниця в межах статистичної похибки.

Крім цього, можна звернути увагу, що трохи частіше про вживання тютюнових та нікотинових виробів повідомляли мешканці більших населених пунктів. Так, у селах загалом вживають їх 24%, а далі показник зростає до 34.5% у містах з населенням понад 100 тис. Порівняно із жовтнем 2024 року зміни в межах похибки.

Також зазначимо, що за рівнем достатку порівняно із жовтнем 2024 року зростання простежується серед людей з низьким достатком (з 24% до 31%) і серед людей з середнім достатком (з 26% до 33%). У випадку людей з дуже низький і високим достатком зміни в межах похибки (і навіть є тенденція до зниження).

Таблиця І.1 Вживання зараз тютюнових або нікотинових виробів у розрізі соціально-демографічних категорій

% у рядку	Грудень 2023 року			Жовтень 2024 року			Лютий-березень 2025 року		
	Всього	Щодня	Не щодня	Всього	Щодня	Не щодня	Всього	Щодня	Не щодня
Стать									
Чоловік	42.5	36.2	6.2	39.5	34.9	4.6	44.6	40.6	4.0
Жінка	19.7	14.8	4.9	16.7	13.7	3.0	19.2	16.0	3.2
Вік									
18-29 років	38.3	29.7	8.6	32.9	27.4	5.5	44.8	36.0	8.8

% у рядку	Грудень 2023 року			Жовтень 2024 року			Лютий-березень 2025 року		
	Всього	Щодня	Не щодня	Всього	Щодня	Не щодня	Всього	Щодня	Не щодня
30-39 років	38.8	30.9	7.9	32.5	27.1	5.4	40.4	35.7	4.8
40-49 років	37.0	31.1	5.8	29.5	25.3	4.2	34.9	32.2	2.8
50-59 років	29.0	23.8	5.2	30.7	27.7	3.0	26.0	24.2	1.8
60-69 років	22.3	18.8	3.5	20.5	18.6	1.9	21.2	19.6	1.6
70+ років	7.8	7.4	0.4	11.1	9.9	1.2	11.1	9.9	1.2
Статевовікові категорії									
18-29 років – Чоловіки	39.6	30.8	8.8	40.8	34.9	5.9	51.2	42.9	8.3
18-29 років – Жінки	36.8	28.4	8.4	24.5	19.5	5.1	38.1	28.7	9.4
30-39 років – Чоловіки	49.7	43.3	6.5	44.7	38.4	6.3	57.0	52.0	5.0
30-39 років – Жінки	27.9	18.5	9.4	20.1	15.6	4.5	23.5	19.0	4.5
40-49 років – Чоловіки	48.3	42.3	6.0	37.9	31.9	6.0	44.8	42.4	2.3
40-49 років – Жінки	26.3	20.6	5.7	21.7	19.1	2.5	25.5	22.4	3.1
50-59 років – Чоловіки	46.3	39.0	7.3	43.4	40.6	2.8	39.3	36.5	2.7
50-59 років – Жінки	14.5	11.0	3.4	20.0	16.9	3.2	15.1	14.2	1.0
60-69 років – Чоловіки	40.3	34.9	5.4	37.8	34.6	3.2	36.3	33.9	2.4
60-69 років – Жінки	9.7	7.5	2.1	8.4	7.4	1.0	10.6	9.6	1.1
70+ років – Чоловіки	14.5	14.5	0.0	22.7	22.7	0.0	24.4	22.6	1.8
70+ років – Жінки	4.9	4.4	0.6	6.1	4.4	1.7	5.1	4.2	0.9
Регіон									
Захід	24.7	20.1	4.6	21.5	17.1	4.4	25.6	22.9	2.7
Центр	27.5	22.3	5.2	26.6	23.2	3.4	31.7	27.4	4.4
Південь	38.3	31.7	6.6	32.0	28.1	3.9	33.7	30.5	3.2
Схід	34.2	27.5	6.7	32.3	30.4	1.9	35.7	31.6	4.1
Тип населеного пункту									
Село	25.7	22.4	3.3	22.7	19.0	3.7	24.8	22.8	2.0
СМТ / місто до 20 тис.	34.9	29.8	5.1	24.6	21.2	3.4	29.7	27.9	1.8
Місто 20-99 тис.	26.1	18.5	7.6	27.6	26.2	1.4	32.0	29.8	2.3
Місто 100 тис. і більше	32.7	26.1	6.7	30.6	26.2	4.4	34.5	29.2	5.3
Достаток родини									
Дуже низький	35.8	32.3	3.6	27.4	22.7	4.7	25.1	22.8	2.3
Низький	31.6	27.5	4.1	24.0	20.3	3.7	30.9	27.9	3.0
Середній	28.7	21.7	7.0	26.4	24.0	2.4	32.8	29.3	3.5
Високий	28.8	22.9	5.9	33.0	26.8	6.2	30.5	25.6	4.9

РОЗДІЛ II. ЯКІ ТЮТЮНОВІ ТА НІКОТИНОВІ ВИРОБИ ВЖИВАЮТЬ

II.1 Які тютюнові вироби вживають

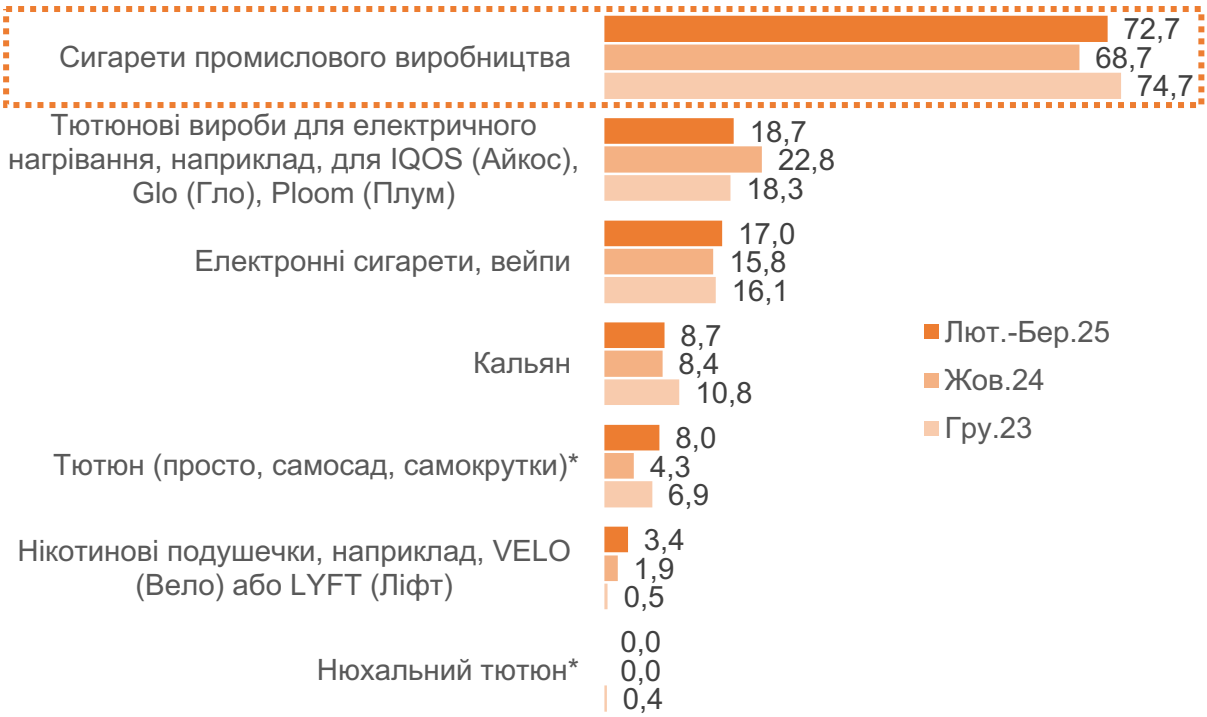
Серед споживачів тютюнових або нікотинових виробів переважна більшість (73%) курять сигарети промислового виробництва.

Далі йдуть тютюнові вироби для електричного нагрівання (19%), електронні сигарети (17%), кальяни (9%), тютюн (8%). Найменше респондентів говорили про нікотинові подушечки (3%).

Для всіх цих виробів, крім просто тютюну, поточні показники такі самі, як і були в 2024 році (тобто всі відмінності в межах статистичної похибки). У випадку просто тютюну показник зріс з 4% до 8%.

Графік II.1.1 Які саме тютюнові або нікотинові виробити зараз вживають

% серед респондентів, які щодня або не щодня вживають тютюнові вироби



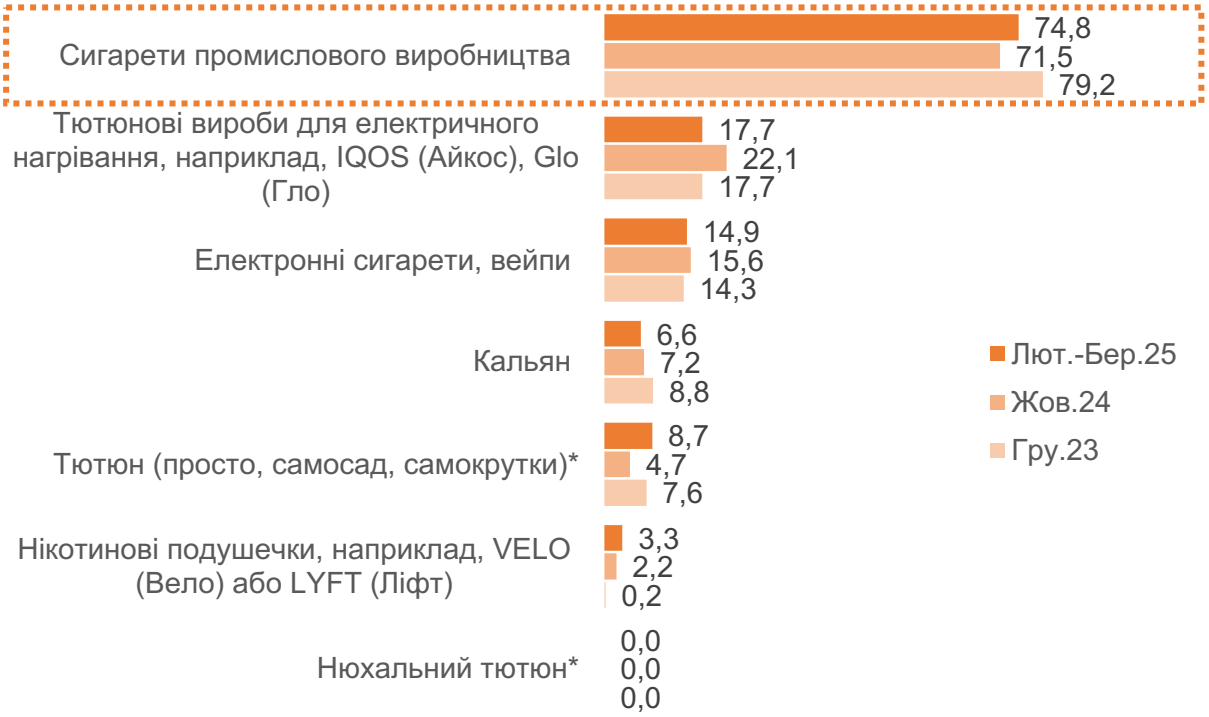
Текст запитання: Які саме тютюнові або нікотинові вироби Ви курите/вживаєте? (можливі декілька відповідей)

** Ці варіанти не зачитувалися, а кодувалися з «інших» відповідей. Можливо, якби їх зачитували, їх би обрало більше респондентів.*

Нижче на графіку дані наведені лише для тих респондентів, які *щодня* вживають тютюнові або нікотинові вироби. Як можна бачити, **серед щоденних споживачів 75% курять сигарети промислового виробництва**. Далі йдуть тютюнові вироби для електричного нагрівання (18%) і електронні сигарети (15%).

Графік II.1.2 Які саме тютюнові або нікотинові виробити зараз вживають щоденні споживачі

% серед респондентів, які щодня вживають тютюнові вироби



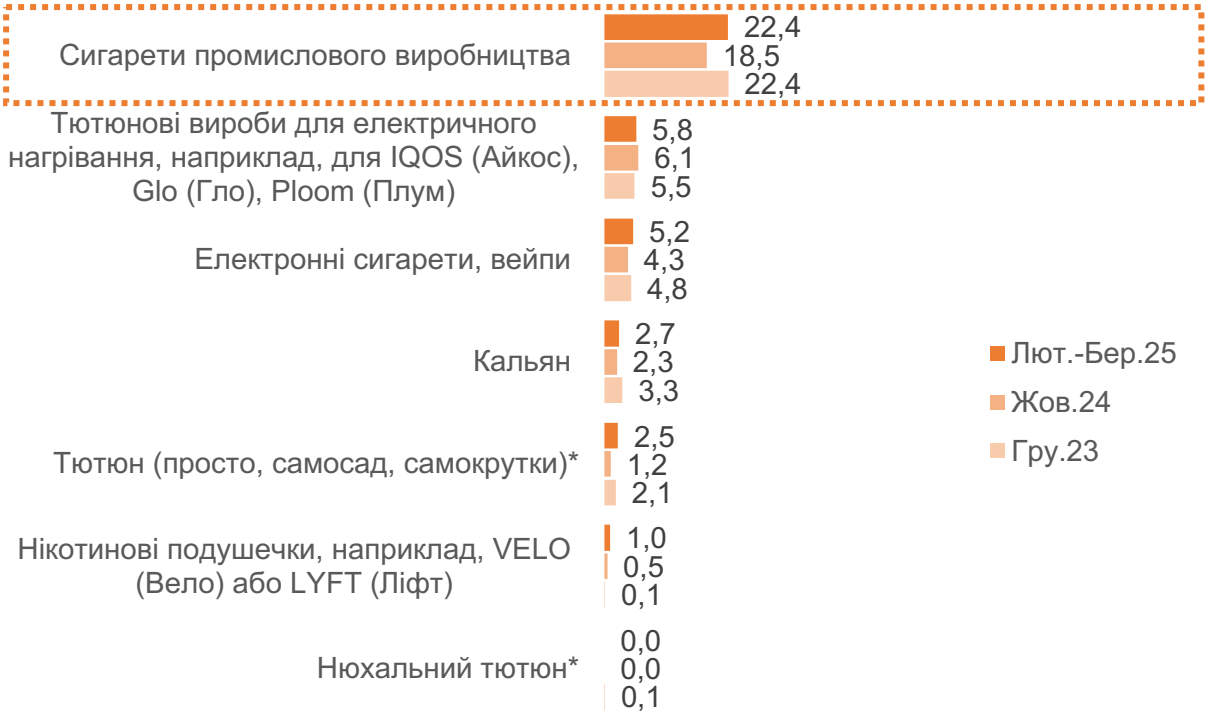
Текст запитання: Які саме тютюнові або нікотинові вироби Ви курите/вживаєте? (можливі декілька відповідей)

** Ці варіанти не зачитувалися, а кодувалися з «інших» відповідей. Можливо, якби їх зачитували, їх би обрало більше респондентів.*

На графіку нижче дані перераховані до всіх респондентів і репрезентують все доросле населення України на підконтрольних Уряду України територіях. Як можна бачити, 22% серед усіх респондентів курять сигарети промислового виробництва (що статистично значущо більше, ніж було у жовтні 2024 року – 18.5%), 6% – тютюнові вироби для електричного нагрівання, 5% – електронні сигарети. Також зараз статистично значущо більше респондентів вживають просто тютюн (2.5% проти 1% у жовтні 2024 року).

Графік II.1.3 Які саме тютюнові або нікотинові виробити зараз вживають

% серед усіх респондентів (незалежно від того, споживають чи ні зараз тютюнові або нікотинові вироби)



Текст запитання: Які саме тютюнові або нікотинові вироби Ви курите/вживаєте? (можливі декілька відповідей)

** Ці варіанти не зачитувалися, а кодувалися з «інших» відповідей. Можливо, якби їх зачитували, їх би обрало більше респондентів.*

Також є особливості щодо того, які конкретно вироби вживають різні соціально-демографічні категорії. Чоловіки дещо частіше вказують сигарети промислового виробництва (76% серед чоловіків-споживачів проти 67% серед жінок-споживачів), проте жінки частіше вживають електронні сигарети (27% проти 12%). Причому порівняно з жовтнем 2024 року жінки стали рідше говорити про пристрої для нагрівання тютюну і якщо в жовтні жінки частіше їх вживали, то зараз вживання зрівнялося з чоловіками.

Куріння сигарет дещо менш поширене серед наймолодших респондентів (57% серед 18-29 річних і далі показник зростає до 90.5% серед 70+ річних). Також респонденти більш старшого віку частіше вживають просто тютюн (і є навіть приріст вживання порівняно із жовтнем). **Разом з цим вживання ТВЕН, електронних сигарет та кальяну більш поширене серед більш молодих респондентів**. Найбільш поширене

вживання таких виробів серед 18-29 річних, серед яких 37% вживають тютюнові вироби для електричного нагрівання, 39% – електронні сигарети, 24% – кальяни.

Крім цього, **є тенденція, що куріння тютюнових виробів для електричного нагрівання більш поширене серед мешканців більших міст.**

Таблиця II.1.1 Які тютюнові вироби зараз вживають у розрізі соціально-демографічних категорій

% у рядку	Жовтень 2024 року					Лютий-березень 2025 року				
	Сигарети	ТВЕН	Електронні сигарети	Кальян	Тютюн*	Сигарети	ТВЕН	Електронні сигарети	Кальян	Тютюн*
Стать										
Чоловік	72.9	17.0	13.4	9.1	6.1	75.8	19.0	11.7	8.4	10.1
Жінка	60.5	34.2	20.4	7.1	0.7	66.8	18.1	27.3	9.3	3.8
Вік										
18-29 років	43.7	44.6	44.2	21.2	0.6	57.0	37.0	39.0	24.2	2.9
30-39 років	59.6	34.6	21.7	12.3	0.7	69.2	21.2	19.7	7.1	2.7
40-49 років	76.1	14.4	6.0	4.7	8.1	80.8	16.8	9.3	4.4	7.7
50-59 років	84.3	9.5	3.2	1.7	3.3	80.7	4.8	2.7	1.6	14.2
60-69 років	82.9	5.7	0.0	0.0	11.4	81.4	2.8	3.9	0.0	23.7
70+ років	87.2	4.7	0.0	0.0	8.1	90.5	0.0	0.0	0.0	9.5
Стать-вік										
18-39 років – Чоловіки	60.6	32.1	28.5	17.4	0.6	68.6	29.4	20.5	14.7	3.5
18-39 років – Жінки	36.1	53.2	38.2	13.9	0.8	53.6	27.3	44.6	16.2	1.4
40-59 років – Чоловіки	81.5	6.5	1.9	3.7	9.1	83.6	13.2	3.7	3.3	13.2
40-59 років – Жінки	77.8	21.6	9.3	2.5	0.0	75.6	9.9	12.0	3.4	5.0
60+ років – Чоловіки	84.9	1.7	0.0	0.0	13.4	81.0	0.0	2.2	0.0	23.3
60+ років – Жінки	82.7	14.7	0.0	0.0	2.6	91.8	6.4	3.9	0.0	9.7
Регіон										
Захід	70.4	14.3	15.1	10.4	1.7	74.7	24.7	18.7	8.1	3.2
Центр	72.7	22.1	15.1	8.7	2.5	69.0	19.7	15.5	8.1	12.2
Південь	62.9	29.7	20.8	8.7	4.0	73.4	13.6	20.7	10.0	6.0
Схід	66.8	24.8	6.1	2.6	16.4	80.1	13.9	8.9	8.8	8.9
Тип населеного пункту										
Село	79.0	10.5	15.2	5.4	4.5	83.6	5.3	8.6	3.3	13.2
СМТ / місто до 20 тис.	83.7	14.9	7.4	12.3	1.4	69.4	7.9	15.9	3.5	11.6
Місто 20-99 тис.	72.9	20.8	14.4	9.9	6.2	81.3	13.7	16.6	3.3	6.9
Місто 100 тис. і більше	58.9	31.6	18.0	8.9	4.3	66.4	28.0	21.2	13.4	5.1
Достаток родини										
Дуже низький	61.7	8.6	8.5	0.0	17.6	72.7	15.2	6.3	0.0	21.2
Низький	81.0	15.0	9.3	3.0	5.6	81.1	9.6	11.2	6.6	11.7
Середній	68.8	25.4	15.2	9.3	1.5	71.8	20.1	20.0	8.7	6.2
Високий	55.2	33.3	26.9	16.5	2.3	62.8	30.2	23.0	12.5	3.6

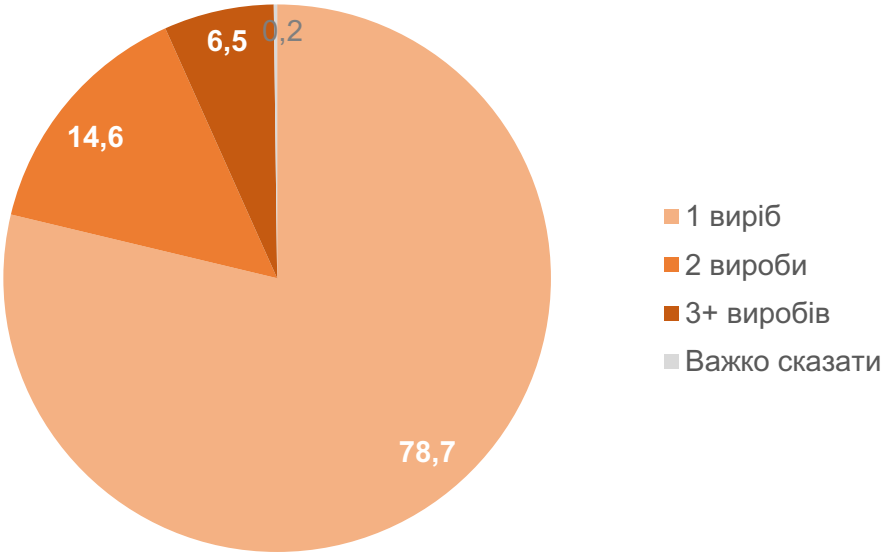
II.2 Вживання двох і більше різних виробів

Серед тих, хто зараз вживає тютюнові або нікотинові вироби, 79% вживають тільки один виріб. Водночас 21% вживають два або більше виробів.

У перерахунку до всього населення виходить, що з 31% тих, хто вживає щодня або не щодня ці вироби, 24% вживають один виріб, решта – два або більше.

Графік II.2.1 Скільки різних тютюнових або нікотинових виробів вживають

% серед респондентів, які щодня або не щодня вживають тютюнові вироби



У таблиці нижче дані наведені у розрізі окремих соціально-демографічних категорій.

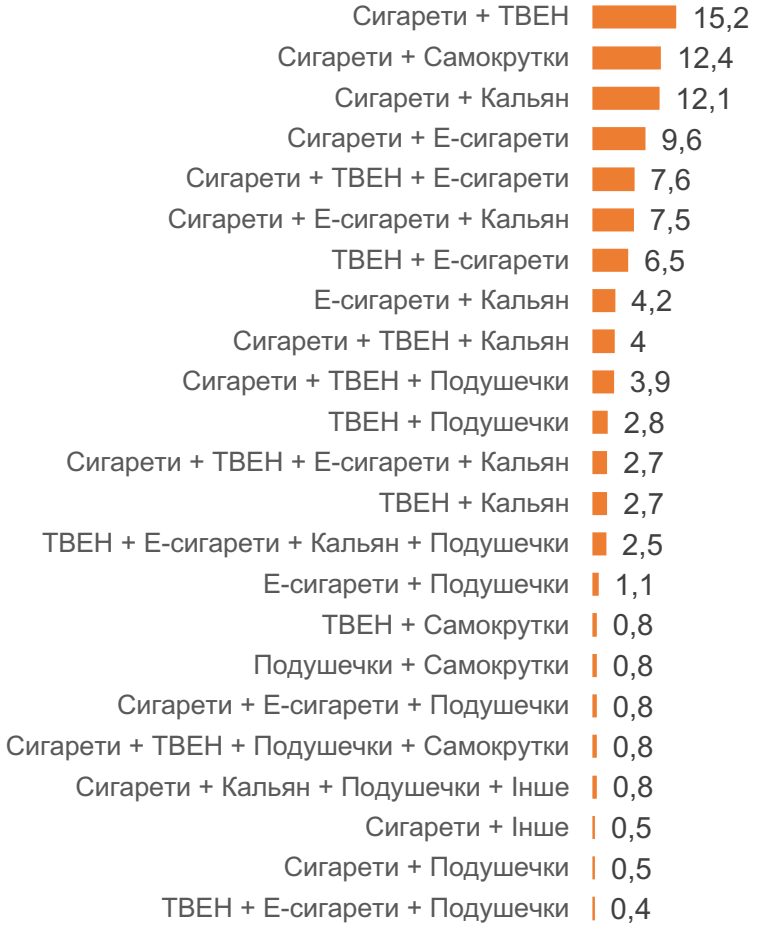
Таблиця II.2.1 Скільки різних тютюнових або нікотинових виробів вживають у розрізі соціально-демографічних категорій

% у рядку	1	2	3+	Важко сказати
Стать				
Чоловік	78.9	15.7	5.5	0.0
Жінка	78.5	12.4	8.5	0.6
Вік				
18-29 років	54.8	22.9	22.3	0.0
30-39 років	80.5	17.3	2.2	0.0
40-49 років	82.5	13.2	3.4	0.9
50-59 років	95.4	4.6	0.0	0.0
60-69 років	88.2	11.8	0.0	0.0
70+ років	100.0	0.0	0.0	0.0
Регіон				
Захід	76.5	14.0	9.4	0.0
Центр	77.9	15.9	5.8	0.5
Південь	81.9	11.5	6.6	0.0
Схід	79.0	19.0	2.0	0.0
Тип населеного пункту				
Село	91.1	5.4	3.5	0.0
СМТ / місто до 20 тис.	89.3	10.7	0.0	0.0
Місто 20-99 тис.	77.5	14.3	8.2	0.0
Місто 100 тис. і більше	71.4	19.6	8.7	0.4
Достаток родини				
Дуже низький	86.5	7.2	6.3	0.0
Низький	84.8	7.1	8.1	0.0
Середній	74.7	20.1	4.8	0.5
Високий	74.8	17.6	7.6	0.0

Ті, хто вживають два або більше виробів, назвали 23 різні комбінації тютюнових або нікотинових виробів. Найбільш популярні комбінації: сигарети + ТВЕН, сигарети + самокрутки, сигарети + кальян, сигарети + електронні сигарети.

Графік II.2.2 «Комбінації» вживання тютюнових і нікотинових виробів

% серед респондентів, які вживають два або більше таких виробів



ДОДАТОК А. СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИЙ ПРОФІЛЬ РЕСПОНДЕНТІВ ВИБІРКИ В ЦІЛОМУ І ОКРЕМИХ КАТЕГОРІЙ

Таблиця А1. Профіль усіх респондентів та споживачів не-споживачів тютюнових і нікотинових виробів

% у стовпчику	Вибірка в цілому	Споживачі	Не-споживачі
К-сть респондентів	**2029**	**594**	**1418**
Похибка	**2.4**	**4.4**	**2.9**
Стать			
Чоловік	45.3	65.8	36.0
Жінка	54.7	34.2	64.0
Вік			
18-29 років	16.1	23.5	13.0
30-39 років	19.8	26.0	16.8
40-49 років	18.5	21.0	17.4
50-59 років	16.4	13.9	17.3
60-69 років	15.6	10.7	17.7
70+ років	13.7	4.9	17.7
Регіон			
Захід	29.7	24.8	32.0
Центр	37.1	38.3	36.6
Південь	24.5	26.9	23.4
Схід	8.7	10.1	8.1
Тип населеного пункту			
Село	30.3	24.4	32.7
СМТ / місто до 20 тис.	10.5	10.2	10.7
Місто 20-99 тис.	11.7	12.2	11.6
Місто 100 тис. і більше	47.5	53.2	45.0
Достаток родини			
Дуже низький	5.3	4.3	5.8
Низький	32.1	32.2	32.3
Середній	36.1	38.5	35.4
Високий	23.8	23.6	24.2
Відмова	2.7	1.4	2.2

Таблиця А2. Профіль респондентів у розрізі статі і віку

% у стовпчику	Чоловік	Жінка	18-29 років	30-39 років	40-49 років	50-59 років	60-69 років	70+ років
К-сть респондентів	**964**	**1065**	**240**	**322**	**343**	**352**	**442**	**330**
Похибка	**3.5**	**3.3**	**7.0**	**6.0**	**5.8**	**5.7**	**5.1**	**5.9**
Стать								
Чоловік	---	---	51.4	50.5	48.7	45.0	41.3	31.0
Жінка	---	---	48.6	49.5	51.3	55.0	58.7	69.0
Вік								
18-29 років	18.3	14.3	---	---	---	---	---	---
30-39 років	22.1	17.9	---	---	---	---	---	---
40-49 років	19.9	17.3	---	---	---	---	---	---
50-59 років	16.3	16.5	---	---	---	---	---	---
60-69 років	14.2	16.7	---	---	---	---	---	---
70+ років	9.4	17.3	---	---	---	---	---	---
Регіон								
Захід	30.5	29.0	36.4	30.8	28.6	29.6	26.4	25.8
Центр	36.2	37.9	33.6	39.2	36.9	37.6	36.8	38.6
Південь	24.5	24.5	24.8	24.4	24.7	23.3	25.2	24.6
Схід	8.8	8.6	5.3	5.7	9.8	9.5	11.7	11.0
Тип населеного пункту								
Село	30.2	30.3	21.6	27.0	30.9	34.0	31.8	38.2
СМТ / місто до 20 тис.	10.2	10.8	5.3	10.1	11.6	11.7	16.0	8.0
Місто 20-99 тис.	11.6	11.8	10.3	11.2	12.3	12.7	11.7	12.2
Місто 100 тис. і більше	48.0	47.1	62.8	51.7	45.2	41.5	40.5	41.6
Достаток родини								
Дуже низький	2.9	7.3	2.3	2.6	3.5	6.3	11.6	7.1
Низький	27.5	35.9	14.3	23.9	28.1	35.5	45.4	51.1
Середній	38.9	33.7	39.2	45.2	38.2	38.0	27.0	24.4
Високий	27.7	20.5	42.9	25.4	26.9	17.7	13.9	13.1
Відмова	3.0	2.6	1.4	2.9	3.3	2.5	2.1	4.3

Таблиця А3. Профіль респондентів у розрізі регіону і типу населеного пункту

% у стовпчику	Захід	Центр	Південь	Схід	Село	СМТ / до 20 тис.	Місто 20-99 тис.	Місто 100 тис. +
К-сть респондентів	**485**	**895**	**490**	**159**	**424**	**261**	**285**	**1059**
Похибка	**4.9**	**3.6**	**4.9**	**8.5**	**5.2**	**6.7**	**6.4**	**3.3**
Стать								
Чоловік	46.5	44.2	45.3	45.8	45.2	43.8	45.0	45.8
Жінка	53.5	55.8	54.7	54.2	54.8	56.2	55.0	54.2
Вік								
18-29 років	19.7	14.6	16.3	9.8	11.5	8.2	14.1	21.3
30-39 років	20.5	20.9	19.7	13.0	17.7	19.1	18.9	21.5
40-49 років	17.8	18.4	18.7	20.9	18.8	20.4	19.5	17.6
50-59 років	16.3	16.6	15.6	18.0	18.4	18.3	17.8	14.3
60-69 років	13.8	15.4	16.0	20.9	16.3	23.7	15.5	13.3
70+ років	11.9	14.2	13.7	17.4	17.3	10.3	14.3	12.0
Регіон								
Захід	---	---	---	---	43.0	26.9	25.8	22.8
Центр	---	---	---	---	33.1	40.5	49.9	35.8
Південь	---	---	---	---	18.8	19.8	13.3	31.9
Схід	---	---	---	---	5.1	12.8	11.0	9.5
Тип населеного пункту								
Село	43.8	27.0	23.2	17.8	---	---	---	---
СМТ / місто до 20 тис.	9.5	11.5	8.5	15.5	---	---	---	---
Місто 20-99 тис.	10.2	15.7	6.4	14.9	---	---	---	---
Місто 100 тис. і більше	36.5	45.8	61.9	51.8	---	---	---	---
Достаток родини								
Дуже низький	3.3	6.0	4.6	11.4	5.5	6.5	6.2	4.7
Низький	31.3	29.7	35.2	36.4	40.5	31.0	36.1	26.0
Середній	37.5	36.3	37.9	25.0	34.0	40.5	35.7	36.5
Високий	25.2	24.7	19.5	26.5	16.8	19.8	20.2	30.0
Відмова	2.6	3.3	2.9	0.8	3.3	2.1	1.7	2.8

Таблиця А4. Профіль респондентів у розрізі достатку родини

% у стовпчику	Дуже низький	Низький	Середній	Високий
К-сть респондентів	**122**	**633**	**724**	**494**
Похибка	**9.8**	**4.3**	**4.0**	**4.9**
Стать				
Чоловік	24.8	38.8	48.9	52.8
Жінка	75.2	61.2	51.1	47.2
Вік				
18-29 років	6.9	7.2	17.5	29.0
30-39 років	9.9	14.7	24.8	21.2
40-49 років	12.0	16.2	19.6	20.9
50-59 років	19.3	18.1	17.3	12.2
60-69 років	33.8	22.0	11.6	9.1
70+ років	18.1	21.8	9.3	7.5
Регіон				
Захід	18.6	29.0	30.9	31.6
Центр	41.9	34.4	37.3	38.6
Південь	21.0	26.9	25.7	20.1
Схід	18.6	9.8	6.0	9.7
Тип населеного пункту				
Село	31.0	38.1	28.5	21.4
СМТ / місто до 20 тис.	12.9	10.2	11.8	8.8
Місто 20-99 тис.	13.7	13.2	11.6	10.0
Місто 100 тис. і більше	42.4	38.5	48.1	59.9
Достаток родини				
Дуже низький	---	---	---	---
Низький	---	---	---	---
Середній	---	---	---	---
Високий	---	---	---	---
Відмова	---	---	---	---