

## ОГРАНИЧЕНИЯ ТОРГОВЛИ И ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ: О РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ<sup>1</sup>

*В статье анализируется характер воздействия ограничений ночной торговли спиртным в российских регионах на объемы потребления алкогольных напитков. Оценка проведена на основе региональных данных Росстата и индивидуальных данных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ за 2009-2010 гг. Эконометрический анализ выявил положительную корреляцию между количеством потребляемого алкоголя и продолжительностью разрешенного времени продаж спиртного в регионе. Кроме того, было установлено, что вечерние запреты более эффективны, чем утренние ограничения, в терминах снижения объемов потребляемого алкоголя. Полученные результаты указывают на целесообразность дальнейшего ужесточения ограничительной политики.*

Россия традиционно входит в число стран, в которых проблема чрезмерного потребления спиртного наиболее актуальна. Несмотря на наметившуюся в последние годы позитивную тенденцию к снижению объемов продаж алкоголя в расчете на взрослого жителя (по данным Росстата, с 10,7 л в 2010 г. до 8,1 л в 2016 г.), Россия продолжает оставаться в группе стран, лидирующих по объему среднедушевого потребления спиртных напитков [1]. Ежегодно злоупотребление алкоголем является причиной преждевременной смерти около полумиллиона жителей России [2]. Кроме того, избыточное потребление спиртного провоцирует проявление других проблем, таких как рост числа дорожно-транспортных происшествий по вине нетрезвого водителя, увеличение преступности и проч. [3; 4].

С целью снижения масштабов злоупотребления алкоголем в России, как и во многих зарубежных странах, проводится антиалкогольная политика. Ее основные направления на современном этапе: введение ограничений на производство, продажу и рекламу алкоголя, повышение акцизов и регулирование цен на спиртную продукцию. С июля 2011 г. на федеральном уровне был установлен единый по всей стране запрет на ночную торговлю алкоголем – с 23.00 до 8.00 час.<sup>2</sup>

Оценки эффективности реализуемых в мире мер антиалкогольной политики приводятся в работах многих зарубежных ученых (см. напр. [5-7]). В большинстве исследований, выполненных на основе российских данных, рассматриваются в основном особенности потребления алкоголя, а также отдельные аспекты проблемы злоупотребления спиртными напитками [8-13]. В последние годы появились первые работы, содержащие оценки результативности мер антиалкогольной политики, осуществляемой в России в настоящее время [14-18]. Цель исследований – оценить влияние временных запретов на торговлю спиртным на масштабы потребления алкоголя в России.

**Ограничение физической доступности алкоголя путем временных запретов. Зарубежный опыт.** Глобальная стратегия Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) по сокращению потребления алкоголя включает в число рекомендуемых инструментов антиалкогольной политики меры по сокращению физической доступности алкоголя [19]. Согласно оценкам экспертов ВОЗ, в 2010 г. временные запреты на ночную торговлю спиртным действовали почти в половине стран мира [3].

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена по результатам проекта Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» «Влияние мер государственной политики на формирование здорового образа жизни».

<sup>2</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 18 июля 2011 г. № 218-ФЗ.

Большинство авторов сообщают о результативности подобной меры. Обзор 14-ти работ, исследующих последствия увеличения разрешенного времени продаж спиртного, показал, что ослабление временных запретов вызывает рост потребления алкоголя [6]. обстоятельный анализ научных работ об эффективности действия временных запретов содержится в статье [7]. Ее авторы рассмотрели 15 исследований на основе данных разных стран и обнаружили положительную взаимосвязь между разрешенными часами и днями продаж и потреблением спиртного. В другом обзоре мировой практики действия подобных запретов также содержится вывод об относительно высокой эффективности ограничительных мер [5].

**Временные запреты и потребление спиртного: анализ российских данных.**

В России единые и обязательные ограничения времени продажи алкоголя действуют с 2011 г. Однако с 2006 г. право вводить запреты на ночную торговлю спиртными напитками (за исключением пива) получили региональные власти. И если в 2006 г. этим правом воспользовались немногие, то к 2010 г. большинство регионов установили свои ограничения. Уникальная ситуация 2010 г. представляет собой, таким образом, «естественный эксперимент»: в то время как в отдельных субъектах РФ действовали различные по продолжительности временные запреты на продажу алкогольных напитков (кроме пива, которое в 2010 г. еще не считалось официально алкогольным напитком), в других регионах ограничений не было. В итоге возникла возможность оценить действенность подобной меры антиалкогольной политики на пространственных данных за 2010 г., используя региональную вариацию временных ограничений.

**Анализ на основе региональных данных Росстата.** Агрегированные данные Росстата дают возможность сравнить показатели продаж алкогольных напитков (в л чистого спирта) в расчете на взрослого человека по регионам в 2010 г. (в том числе и пива, хотя в этом году ограничения на его продажу еще не распространились). Из анализа исключались Чеченская Республика и Республика Ингушетия, где подушевые продажи алкоголя были близки к нулю, а также автономные округа, по которым отсутствуют отдельные статистические данные о продажах. В итоге анализ продаж спиртных напитков проводился по 77-ми регионам<sup>3</sup>.

Разрешенное время продажи спиртных напитков, а также время начала и окончания продаж значительно варьировали по регионам. На рис. 1 показано распределение всех регионов по продолжительности продаж алкоголя (час./сут.), включая и те, которые не вводили запреты, на рис. 2 показано распределение регионов, введших запреты, по времени начала продаж и по времени окончания продаж алкогольных напитков соответственно (см. также Приложение 1).

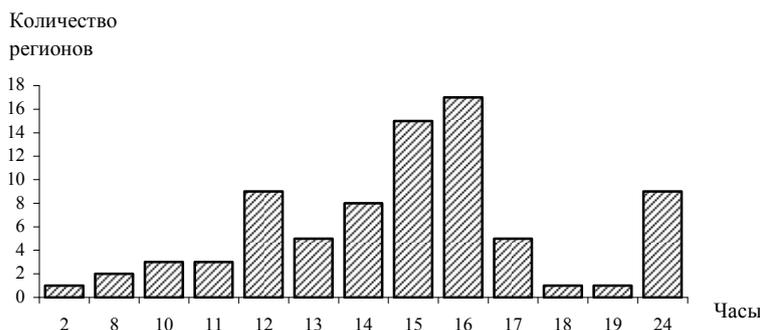


Рис. 1. Распределение регионов по продолжительности продаж алкоголя, 2010 г.

<sup>3</sup> Список регионов РФ с указанием действующих временных ограничений на продажу алкоголя в 2010 г. представлен в Приложении 1.

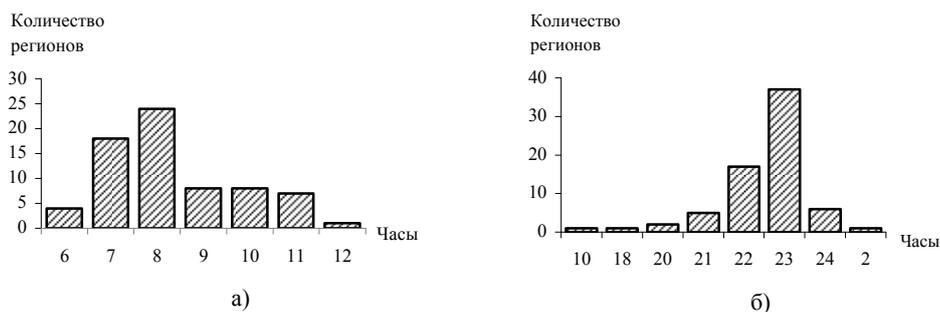


Рис. 2. Распределение регионов по времени начала (а) и окончания (б) продаж, 2010 г.

В большинстве регионов продажи заканчивались в 23.00, а начинались в 8.00. Чаще всего алкоголь продавали в течение 15 час./сут. (в 15-ти регионах) или 16 час./сут. (в 17-ти регионах). Отдельные регионы вводили более жесткие ограничения, например в Московской, Мурманской областях, Республике Северная Осетия – Алания, продавали алкоголь 10 час./сут.: с 11.00 до 21.00. В других субъектах РФ, наоборот, ограничения были более либеральными: в шести регионах алкоголь можно было продавать до полуночи, а в одном (Хакасия) – до двух часов ночи.

Поскольку совокупный объем потребляемого алкоголя в регионе находится под влиянием многочисленных факторов (экономических, культурных, религиозных и т. д.), рассмотрим динамику изменения продаж в целом по России и регионам в отдельности.

В табл. 1 приведена динамика продаж алкогольных напитков по всей стране в целом в 2009-2010 гг. и в 2016 г.

Таблица 1

Продажа алкогольных напитков в России на душу взрослого населения, 2009, 2010 и 2016 гг.\*

Вид алкогольных напитков	Продажа алкогольных напитков на душу взрослого населения, л			Темп прироста 2010/2009, %
	2009 г.	2010 г.	2016 г. (справочно)	
Водка и ликероводочные изделия	11,7	11	8,0	-6,0
Виноградные и плодовые вина	7,2	7,2	7,1	0,0
Коньяки	0,7	0,8	0,9	14,3
Шампанские и игристые вина	1,8	1,9	1,8	5,6
Пиво	72,2	70,2	65,0	-2,8
Все алкогольные напитки в пересчете на чистый спирт (без учета пива)**	6,18	5,96	4,81	-3,69

\* Рассчитано авторами по [20-22].  
 \*\* Для пересчета в чистый спирт использовались средние показатели концентрации чистого спирта в напитках: в водке – 40%, крепленом вине – 14%, шампанском и сухом вине – 12%, пиве – 5%.

В табл. 2 регионы сгруппированы в зависимости от разрешенной продолжительности продаж алкоголя в течение дня.

Таблица 2

Продажи алкогольных напитков (кроме пива) на душу взрослого населения по группам регионов, в зависимости от разрешенной продолжительности продаж, 2009-2010 гг.\*

Продолжительность продаж алкоголя в 2010 г., час./сут.	Количество регионов	Продажа алкоголя (кроме пива) на душу взрослого населения, л чистого спирта		Темп прироста, %
		2009 г.	2010 г.	
8	1**	8,09	8,03	-0,74
10-12	15	6,24	5,94	-4,70
13-14	13	5,66	5,53	-2,34
15	15	6,20	6,17	-0,41
16	17	6,88	6,85	-0,53
17-19	7	5,13	5,15	0,56
24	9	5,59	5,78	3,38

\* Рассчитано авторами по [20; 21].  
\*\* Чукотский АО.

Данные показывают, что в регионах с жесткими ограничениями продаж алкоголя (10-12 час, разрешенных для торговли) произошло существенное сокращение продаж. В регионах, где не было ограничений, продажи, напротив, возросли на 3,38%, а в регионах с мягкими ограничениями увеличились на 0,56%. Продажи в Чукотском АО сократились на 1% (более скромный результат может быть объяснен спецификой региона, для которого проблема злоупотребления алкоголем стоит наиболее остро).

В целом средние показатели продажи алкогольных напитков, которые подпадали под запрет, свидетельствуют о сокращении продаж в тех регионах, где ограничения были более жесткими, и о росте продаж там, где ограничения не устанавливались, или были непродолжительными.

В отношении пива, которое в 2010 г. еще не подпало под действие запретов, столь однозначной зависимости не наблюдалось. Например, на Чукотке, известной сверхвысоким уровнем потребления спиртного, установленные жесткие ограничения на ночную торговлю крепкими напитками привели к значительному (почти вдвое) росту продаж пива (табл. 3). Однако одновременно увеличились (хотя и незначительно) душевые продажи пива в тех регионах, где ограничений на торговлю вином и водкой не было, либо ограничения были незначительными.

Таблица 3

Продажи пива на душу взрослого населения по группам регионов, в зависимости от разрешенной продолжительности продаж, 2009-2010 гг.\*

Продолжительность продаж алкоголя в 2010 г., час./сут.	Количество регионов	Продажа пива на душу взрослого населения, л чистого спирта		Темп прироста, %
		2009 г.	2010 г.	
8	1**	0,52	0,89	71,15
10-12	15	2,91	2,89	-0,01
13-14	13	2,88	2,89	0,00
15	15	3,43	3,48	1,46
16	17	3,50	3,35	-4,29
17-19	7	2,80	2,85	1,79
24	9	3,40	3,46	1,76

\* Рассчитано авторами по [20; 21].  
\*\* Чукотский АО.

Наблюдаемая на региональном уровне зависимость среднедушевых объемов продажи алкоголя (кроме пива) от разрешенной продолжительности торговли подтверждается, если проанализировать продажи по группам регионов с разным временем завершения торговли алкогольными напитками (табл. 4).

Таблица 4

Продажи алкогольных напитков (кроме пива) в расчете на душу взрослого населения по группам регионов, в зависимости от времени завершения продаж, 2009-2010 гг.\*

Время завершения продаж алкоголя, 2010 г., час.	Количество регионов	Продажа алкоголя (кроме пива) на душу взрослого населения, л чистого спирта		Темп прироста, %
		2009 г.	2010 г.	
20.00-21.00	7	6,29	6,14	-2,36
22.00	17	5,95	5,78	-2,76
23.00	37	6,28	6,16	-1,91
24.00 или 2.00	7	6,22	6,40	2,94
Нет ограничений	9	5,59	5,78	3,38

\* Рассчитано авторами по [20; 21].

По данным табл. 4 продажи алкоголя в регионах с жесткими временными ограничениями (20.00, 21.00 и 22.00) снизились в среднем на 2,5%. Продажи в регионах с мягкими ограничениями увеличились на 2,94%, а в регионах, где подобных ограничений не было, возросли на 3,38%.

Таким образом, дескриптивный анализ региональной статистики показывает, что для алкогольных напитков, в отношении которых действовали ограничения, время окончания торговли явным образом связано с объемом продаж в сторону их уменьшения. В регионах, где запретов не было вовсе или где торговля продолжалась до глубокой ночи, среднедушевые продажи алкогольных напитков увеличились.

Отметим, что подобная связь обнаружена и для продаж пива, на которое в 2010 г. запрет не распространился (табл. 5).

Таблица 5

Продажи пива по группам регионов, в зависимости от времени завершения продаж, 2009-2010 гг.\*

Время завершения продаж алкоголя, 2010 г., час.	Количество регионов	Продажи пива на душу взрослого населения, л чистого спирта		Темп прироста, %
		2009 г.	2010 г.	
20.00-21.00	7	2,73	2,68	-1,83
22.00	17	2,97	2,95	-0,67
23.00	37	3,25	3,21	-1,23
24.00 или 2.00	7	3,17	3,28	3,47
Нет ограничений	9	3,40	3,46	1,76

\* Рассчитано авторами по [20; 21].

Зависимость между объемами продаж спиртных напитков и продолжительностью продаж в субъекте РФ была далее проверена с помощью регрессионного анализа. Была построена многофакторная регрессионная модель: на основе пространственной выборки регионов за 2010 г. оценивалась зависимость среднедушевого объема продаж алкоголя в л чистого спирта, в логарифмах (кроме пива) от продолжительности действия запрета на продажу алкоголя (час./сут.) и ряда социально-экономических показателей регионов. Исходя из результатов других исследований потребления алкоголя, выполненных на основе региональных данных [12; 23-25], были выбраны контрольные переменные, характеризующие экономическое поло-

жение региона, степень развития культурной и социальной жизни региона и социальное благополучие (неблагополучие), а также социо-демографические характеристики. Как оказалось, значимо положительно коррелируют со среднедушевыми продажами алкоголя: среднедушевые доходы населения, число преступлений на 1000 жителей и число аборт на 100 родов, общий коэффициент смертности. Значимо отрицательно связаны с продажами алкоголя: коэффициент Джини и число автомобилей в расчете на 1000 жителей. В результате эконометрического анализа было выявлено, что объем продаж спиртных напитков (в л чистого спирта на человека) при прочих равных условиях возрастает с увеличением разрешенной продолжительности продаж в регионе (*модель 1, Приложение 2*). Аналогичная модель для темпа прироста продаж за 2009-2010 гг. дала похожий результат (*модель 2, Приложение 2*).

Таким образом, получено подтверждение вывода, выполненного нами ранее на основе дескриптивного анализа региональной статистики.

**Анализ на основе индивидуальных данных РМЭЗ НИУ ВШЭ<sup>4</sup>.** Данные Росстата позволяют оценить только средние объемы продаж спиртных напитков, что дает достаточно грубую аппроксимацию потребления. Поэтому на следующем этапе исследования регрессионный анализ строился на основе микроданных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ [26]. Использовалась пространственная выборка за 2010 г.<sup>5</sup>, из которой далее отбирались данные о взрослых респондентах, употреблявших алкогольные напитки по крайней мере один раз в течение месяца, предшествующего опросу (7286 чел.). Использовались различные способы моделирования индивидуального потребления алкоголя (многофакторные линейные модели, модели бинарного выбора).

В качестве зависимых переменных приняты:

- логарифм индивидуального потребления алкогольных напитков (кроме пива и самогона), в месячном выражении, в пересчете на чистый спирт (л);
- фиктивная переменная «избыточного потребления», со значением 1, если индивидуальное потребление алкогольных напитков (кроме пива и самогона) превышает медианное значение по выборке, и 0 – в противном случае;
- потребление самогона (г/день), для потреблявших самогон.

По аналогии с предыдущими исследованиями, анализирующими проблему потребления алкоголя на основе индивидуальных данных [11; 27-30], в качестве независимых переменных в модели были включены различные социально-демографические факторы, влияющие на объем потребления спиртного (пол, возраст, образование, семейный статус респондента, тип населенного пункта, среднедушевой доход домохозяйства, факт потребления алкоголя «на улице» и др.). Помимо этого в регрессии включались переменные, характеризующие наличие или продолжительность временного ограничения продаж в регионе проживания респондента.

На первом этапе анализа в модели множественной линейной регрессии в качестве такой переменной использовалась *продолжительность продаж алкоголя* (час./сут.). Например, если в регионе продавать алкоголь можно было с семи часов утра до одиннадцати вечера, продолжительность продаж алкоголя в сутках составляла 16 час. В регионах, где не было подобного запрета, продолжительность продаж алкоголя принималась за 24 часа. Эконометрический анализ показал, что ин-

<sup>4</sup> Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ) НИУ ВШЭ представляет собой серию общенациональных репрезентативных опросов, проводимых на базе вероятностной стратифицированной многоступенчатой территориальной выборки, разработанной при участии ведущих мировых экспертов в этой области.

<sup>5</sup> Из 32-х регионов, представленных в РМЭЗ, в 2010 г. введены временные ограничения на продажу спиртного в 30-ти регионах.

индивидуальное потребление алкоголя положительно связано с продолжительностью его продаж в регионе (коэффициент регрессии при переменной «продолжительность продаж алкоголя» равен 0,01 и значим на уровне 0,1%) (*модель 3<sup>6</sup>, Приложение 2*). Другими словами, в регионах, где не было ограничений на время продаж алкоголя или эти ограничения были более мягкими, чем в других регионах, индивидуальное потребление алкоголя при прочих равных условиях было выше.

Для проверки полученных результатов временные ограничения были описаны другими переменными: использовалась *фиктивная переменная* «наличие временных ограничений», принимающая значение, равное 1, если в регионе действовали временные запреты на торговлю спиртным, и 0 – в противном случае. Результаты регрессионного анализа показали, что сам факт наличия временных ограничений на продажи алкоголя снижает его потребление, даже если эти ограничения не слишком жесткие (коэффициент равен – 0,13 и значим на 0,1-процентном уровне, (*модель 4, Приложение 2*).

На следующем этапе анализа все регионы были разбиты на группы в зависимости от продолжительности продаж алкоголя в течение суток. Регионы, где разрешалось продавать алкоголь с 10 до 13 час. в сутки, были отнесены в первую группу (жесткая политика), с 14 до 15 час. в сутки – во вторую и регионы с продолжительностью продаж более 15 час. в сутки – в третью (мягкая политика). Таким образом, была получена *порядковая переменная* – «степень жесткости ограничительной политики» региона, которая и была включена в модель. Результаты моделирования подтвердили очевидные различия между субъектами РФ: индивидуальное потребление алкоголя жителями региона тем выше, чем мягче используемые временные ограничения (*модель 5, Приложение 2*).

Далее рассмотрим, какие ограничения – утренние или вечерние – более эффективны с точки зрения борьбы с потреблением алкоголя? Анализ осложнялся тем, что регионы, вводившие жесткие ограничения, как правило, распространяли их как на утренние, так и на вечерние часы. Например, если в регионе было запрещено продавать алкоголь после 21.00, то и начинать продажу можно было только с 11.00. В регионах с более либеральными ограничениями на вечерние часы устанавливались также менее жесткие ограничения на начало продаж с утра. Коэффициент корреляции между временем окончания продаж вечером и временем начала продаж с утра составляет –0,78. Совокупное влияние утренних и вечерних ограничений было рассмотрено на предыдущем этапе анализа, где в качестве независимой переменной использовалась продолжительность продаж за сутки. Коррелированность вечерних и утренних ограничений затрудняет анализ влияния каждого вида ограничений в отдельности, поэтому оценим, как каждый дополнительный час продаж с утра и каждый дополнительный час продаж вечером влияют на потребления алкоголя.

Согласно полученным результатам, с учетом коррелированности вечерних и утренних ограничений, можно сделать предварительный вывод о том, что и утренние, и вечерние ограничения снижают потребление алкоголя: (1) переменная «время начала продаж с утра» значима и коэффициент при ней равен –0,0158, т.е. каждый дополнительный час ограничения продаж с утра снижает логарифм потребления спирта на данную величину; (2) переменная «время окончания продаж вечером» значима и коэффициент при ней равен 0,042, т.е. каждый дополнительный час продаж вечером увеличивает потребление алкоголя сильнее, чем снижает его каждый дополнительный час ограничений с утра (*модели 6 и 7, Приложение 2*).

---

<sup>6</sup> Объем выборки в моделях 3-11 составил 5251 чел., так как в них не включались данные о респондентах, потреблявших только пиво и (или) самогон. В моделях оценивалось потребление только тех спиртных напитков, в отношении которых в 2010 г. действовали ограничения продаж.

Выявленные выше зависимости были далее описаны моделями бинарного выбора (пробит- и логит-регрессиями). Для построения подобных моделей использовалась в качестве зависимой переменной, принимающая значение, равное 1, если объем потребления чистого спирта отдельным респондентом больше медианы по выборке, и 0 - в противном случае. Согласно полученным результатам, предельные эффекты начала продаж с утра оказываются по модулю ниже предельных эффектов окончания продаж вечером: каждый дополнительный час продаж вечером увеличивает потребление алкоголя по сравнению с каждым дополнительным часом ограничения продаж с утра (коэффициенты при переменной «время начала продаж с утра» равны -0,014 и -0,013 в моделях логит- и пробит-, соответственно; коэффициенты при переменной «время окончания продаж вечером» равны 0,030 и 0,027 (модели 8-11, Приложение 2).

Поскольку ограничительные меры антиалкогольной политики иногда критикуют, указывая на возможное замещение «разрешенного» алкоголя домашними субститутами, была выполнена оценка влияния временных ограничений на потребление самогона. Как показывают данные РМЭЗ, доля пьющих самогон крайне невелика в сравнении с потребителями «официальной» алкогольной продукции, однако те, кто пьет самогон, отличаются высокими значениями среднесуточного потребления. Индивидуальные данные РМЭЗ, сгруппированные по регионам, показывают также, что доля взрослого населения, потребляющего самогон, в 2009-2010 гг. снизилась во всех регионах вне зависимости от вводимых ограничений на ночную продажу крепких спиртных напитков. Однако в регионах, где не были установлены временные ограничения, среднесуточное потребление самогона среди тех, кто его пьет, увеличилось. Там же, где вводились временные запреты, средний объем потребляемого самогона снизился (табл. 6). Deskриптивные данные, таким образом, не позволяют утверждать, что ночные запреты на продажу «легального» алкоголя вызывают рост потребления самогона.

Таблица 6

Ограничения доступности «официального» алкоголя и возможное замещение: потребление самогона в регионах РФ, 2009-2010 гг.\*

Год	Регионы, введшие временные ограничения		Регионы без временных запретов	
	Доля взрослого населения, потребляющего самогон, %	Среднесуточное потребление самогона, г (чистого спирта)	Доля взрослого населения, потребляющего самогон, %	Среднесуточное потребление самогона, г (чистого спирта)
2009	2,66	260,7	4,36	270,0
2010	2,11	235,5	3,13	276,6

\* Рассчитано авторами по [26].

Аналогичные результаты дает и регрессионный анализ: объем индивидуального потребления самогона среди тех, кто его пьет, ниже в регионах, где установлены временные ограничения на продажу крепких алкогольных напитков, и отрицательно зависит от продолжительности установленных ограничений (в часах). Для анализа потребления самогона использовались панельные данные РМЭЗ за 2009-2010 гг., чтобы, по возможности, увеличить выборку (модели 12-14, Приложение 2), однако к результатам следует относиться с некоторой осторожностью, поскольку ответы респондентов в отношении потребления самогона могут быть смещены, и выборка потребителей самогона относительно невелика.

\* \* \*

Таким образом результаты анализа микроданных позволяют сделать следующие выводы.

1. Индивидуальное потребление алкогольных напитков положительно связано с продолжительностью продаж спиртного в регионе: там, где нет ограничений на ночную торговлю или эти ограничения относительно мягкие, объемы индивидуального потребления выше, при прочих равных условиях. И, наоборот, в регионах, введших более жесткие ограничения, индивидуальное потребление ниже. Это верно и в отношении тех алкогольных напитков, продажа которых ограничивается, и в отношении самогона.

2. Наличие временных ограничений на продажу спиртных напитков важно само по себе: ограничения снижают потребление алкоголя в регионе, даже если они достаточно мягкие.

3. В тех регионах, где вводились ограничения, и время начала продаж, и время окончания продаж влияет на потребление алкоголя «правильным образом», однако вечерние ограничения оказываются более эффективными в сокращении потребления.

Выполненный на основе данных Росстата и РМЭЗ НИУ ВШЭ за 2009-2010 гг. анализ влияния временных ограничений торговли спиртными напитками на масштабы потребления алкоголя в российских регионах позволил заключить, что объемы потребления крепких алкогольных напитков положительно коррелируют с продолжительностью их продаж. Полученный результат согласуется с выводами зарубежных исследователей [5-7] в отношении эффективности временных ограничений. Кроме того, было установлено, что сокращение торговли в вечерние часы – более эффективная мера антиалкогольной политики, чем такое же ограничение в утренние часы. Изменение единой федеральной нормы в части вечерних часов продаж (например, с 23.00 до 21.00) могло бы способствовать сокращению объемов потребления алкоголя в России.

### Литература

1. *Tackling Harmful Alcohol Use: Economics and Public Health Policy*. OECD Publishing. Paris, 2015. 240 p.
2. Доклад Общественной палаты Российской Федерации «Злоупотребление алкоголем в Российской Федерации: социально экономические последствия и меры противодействия». М., 2009. 84 с. [Электронный ресурс.] Режим доступа: <http://www.hse.ru/data/2013/08/14/1291400719/alkogol.pdf>
3. World Health Organization. *Global Status Report on Alcohol and Health*. 2014. 392 p.
4. World Health Organization. *Global Status Report on Road Safety*. 2015. 340 p.
5. Babor T., Caetano R., Casswell S., Edwards G., Giesbrecht N., Graham K., Rossow I. *Alcohol: No Ordinary Commodity*. Oxford: United Kingdom University Press, 2010. 341 p.
6. Middleton J. C., Hahn R. A., Kuzara J. L., Elder R., Brewer R., Chattopadhyay S., Fielding J., Lawrence B. *Effectiveness of Policies Maintaining or Restricting Days of Alcohol Sales on Excessive Alcohol Consumption and Related Harms // American Journal of Preventive Medicine*. Vol. 39. №. 6. P. 500-516.
7. Popova S., Giesbrecht N., Bekmuradov D., Patra J. *Hours and Days of Sale and Density of Alcohol Consumption and Damage: A Systematic Review // Alcohol & Alcoholism*. 2009. Vol. 44. №. 5. P. 500-516.
8. Денисова И. Потребление алкоголя в России: влияние на здоровье и смертность // Центр экономических и финансовых исследований и разработок при Российской экономической школе. Аналитические отчеты и разработки. 2010. № 31. 41 с.
9. Соловьев А.М. Анализ и прогнозирование производства и оборота алкогольной продукции // Проблемы прогнозирования. 2013. № 3. С. 117-129.
10. Халтурина Д.А., Коротаев А.В. Алкогольная катастрофа: как остановить вымирание России // Алкогольная катастрофа и возможности государственной политики в преодолении алкогольной смертности в России / Отв. ред. Д.А. Халтурина, А.В. Коротаев. М.: ЛЕНАНД, 2008. С. 5-58.
11. Andrienko Yu., Nemtsov A. *Individual Demand for Alcohol Estimates // Nauchnye Trudy TsEFIR i RESh*. 2006. № 89. 45 p.
12. Kossova T., Kossova E., Sheluntcova M. *Investigating the Volume and Structure of Alcohol Consumption and Their Impact on Life Expectancy in Russian Regions // HSE Working papers*. 2014. WP BRP 82/EC/2014. 39p.
13. Roshchina Y. *To Drink or Not to Drink: the Microeconomic Analysis of Alcohol Consumption in Russia in 2006-2010 // HSE Working papers*. 2013. WP BRP 20/SOC/2013. 29 p.

14. Колосницына М.Г., Хоркина Н.А., Доржиев Х.Н. Влияние ценовых мер государственной антиалкогольной политики на потребление спиртных напитков в России // *Экономическая политика*. 2015. Т.10. № 5. С. 171-190.
15. Pridemore W., Chamlin M., Kaylen M., Andreev E. *The Impact of a National Alcohol Policy on Deaths Due to Transport Accidents in Russia // Addiction*. 2013. Vol. 108. № 12. P. 2112-2118.
16. Pridemore W., Chamlin M., Kaylen M., Andreev E. *The Effects of the 2006 Russian Alcohol Policy on Alcohol-Related Mortality: An Interrupted Time Series Analysis // Clinical and Experimental Research*. 2014. Vol. 38. № 1. P. 257-266.
17. Radaev V. V. *Impact of a New Alcohol Policy on Homemade Alcohol Consumption and Sales in Russia // Alcohol and Alcoholism*. 2015. Vol. 50. № 3. P. 365-372.
18. Skorobogatov A. *The Effect of Closing Hour Restrictions On Alcohol Use and Abuse in Russia // HSE Working papers*. 2014. WP BRP 63/EC/2014. 18 p.
19. World Health Organization. *The Global Strategy to Reduce the Harmful Use of Alcohol*. Geneva, 2010. 44 p.
20. Российский статистический ежегодник 2009. М.: Росстат, 2009. 759 с.
21. Российский статистический ежегодник 2010. М.: Росстат, 2010. 813 с.
22. Социально-экономическое положение России. М.: Росстат, 2016(12). 371 с.
23. Колосницына М.Г., Ситдииков М.Т. Макродетерминанты здорового образа жизни // *Мировая экономика и международные отношения*. 2012. № 2. С. 27-37.
24. Chaix B., Chauvin P. *Tobacco and Alcohol Consumption, Sedentary Lifestyle and Overweightness in France: A Multilevel Analysis of Individual and Area-Level Determinants // European Journal of Epidemiology*. 2003. Vol. 18. № 6. P. 531-538.
25. Schmuerer I., Gaertner B., Baumann S., Rumpf H.-J., John U., Hapke U., Freyer-Adam J. *Gender-Specific Predictors of Risky Alcohol Use Among General Hospital Inpatients // General Hospital Psychiatry*. 2013. Vol. 35. № 1. P. 9-15.
26. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ НИУ ВШЭ) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.hse.ru/rims/>
27. Cerdá M., Johnson-Lawrence V.D., Galea S. *Lifetime Income Patterns and Alcohol Consumption: Investigating the Association Between Long- and Short-Term Income Trajectories and Drinking // Social Science and Medicine*. 2011. Vol. 73. № 8. P. 1178-1185.
28. Leonard K. E., Mudar P. *Peer and Partner Drinking and the Transition to Marriage: A Longitudinal Examination of Selection and Influence Processes // Psychology of Addictive Behaviors*. 2003. Vol. 17. № 2. P. 115-125.
29. Livingston M., Room R. *Variations by Age and Sex in Alcohol-Related Problematic Behavior per Drinking Volume and Heavier Drinking Occasion // Drug and Alcohol Dependence*. 2009. Vol. 101. № 3. P. 169-175.
30. Zaridze D., Lewington S., Boroda A., Scelo G., Karpov R., Lazarev A., Konobeevskaya I., Igitov V., Terechova T., Boffetta P., Sherliker P., Kong X., Whitlock G., Boreham J., Brennan P., Peto R. *Alcohol and Mortality in Russia: Prospective Observational Study of 151000 Adults // The Lancet*. 2014. Vol. 383. № 9927. P. 1465-1473.

## Приложение 1

Временные ограничения на продажу алкогольной продукции  
с содержанием этилового спирта более 15% объема  
готовой продукции в регионах РФ, 2010 г.

Субъект РФ	Время действия запрета на продажу алкоголя	Субъект РФ	Время действия запрета на продажу алкоголя
Чеченская Респ.	10.00 – 8.00	Тамбовская обл.	23.00 – 8.00
Респ. Ингушетия	18.00 – 10.00	Томская обл.	23.00 – 8.00
Чукотский АО	20.00 – 12.00	Волгоградская обл.	23.00 – 8.00
Ненецкий АО	20.00 – 11.00	Вологодская обл.	23.00 – 8.00
Московская обл.	21.00 – 11.00	Ярославская обл.	23.00 – 8.00
Мурманская обл.	21.00 – 11.00	Сахалинская обл.	24.00 – 9.00
Респ. Северная Осетия - Алания	21.00 – 11.00	Челябинская обл.	23.00 – 7.00
Тверская обл.	21.00 – 10.00	Чувашская Респ.	23.00 – 7.00
Еврейская автономная обл.	22.00 – 11.00	Кировская обл.	23.00 – 7.00
Камчатский край	22.00 – 11.00	Ленинградская обл.	23.00 – 7.00
Краснодарский край	22.00 – 11.00	Псковская обл.	23.00 – 7.00
Ульяновская обл.	20.00 – 8.00	Респ. Бурятия	23.00 – 7.00
Ивановская обл.	19.00 – 9.00	Респ. Карелия	23.00 – 7.00
Кабардино-Балкарская Респ.	22.00 – 10.00	Ростовская обл.	23.00 – 7.00
Оренбургская обл.	22.00 – 10.00	г. Санкт-Петербург	23.00 – 7.00
Респ. Дагестан	22.00 – 10.00	Тульская обл.	23.00 – 7.00
Респ. Татарстан	22.00 – 10.00	Тюменская обл.	23.00 – 7.00
г. Москва	22.00 – 10.00	Удмуртская Респ.	23.00 – 7.00
Магаданская обл.	23.00 – 11.00	Владимирская обл.	23.00 – 7.00
Кемеровская обл.	22.00 – 9.00	Воронежская обл.	23.00 – 7.00
Новосибирская обл.	22.00 – 9.00	Ямало-Ненецкий АО	23.00 – 7.00
Приморский край	22.00 – 9.00	Астраханская обл.	24.00 – 8.00
Ставропольский край	22.00 – 9.00	Забайкальский край	24.00 – 8.00
Респ. Тыва	23.00 – 10.00	Пензенская обл.	23.00 – 6.00
Брянская обл.	22.00 – 8.00	Респ. Калмыкия	23.00 – 6.00
Иркутская обл.	22.00 – 8.00	Респ. Мордовия	23.00 – 6.00
Нижегородская обл.	22.00 – 8.00	Респ. Алтай	24.00 – 7.00
Респ. Марий Эл	22.00 – 8.00	Свердловская обл.	24.00 – 7.00
Респ. Саха (Якутия)	22.00 – 8.00	Саратовская обл.	24.00 – 6.00
Рязанская обл.	22.00 – 8.00	Респ. Хакасия	2.00 – 7.00
Белгородская обл.	23.00 – 9.00	Алтайский край	нет ограничений
Респ. Адыгея	23.00 – 9.00	Калининградская обл.	нет ограничений
Амурская обл.	23.00 – 8.00	Карачаево-Черкесская Респ.	нет ограничений
Астраханская обл.	23.00 – 8.00	Хабаровский край	нет ограничений
Калужская обл.	23.00 – 8.00	Ханты-Мансийский АО - Югра	нет ограничений
Курская обл.	23.00 – 8.00	Костромская обл.	нет ограничений
Липецкая обл.	23.00 – 8.00	Красноярский край	нет ограничений
Новгородская обл.	23.00 – 8.00	Курганская обл.	нет ограничений
Орловская обл.	23.00 – 8.00	Омская обл.	нет ограничений
Пермский край	23.00 – 8.00	Самарская обл.	нет ограничений
Респ. Башкортостан	23.00 – 8.00	Смоленская обл.	нет ограничений
Респ. Коми	23.00 – 8.00		

Источник: данные Интернет-ресурсов органов государственной власти субъектов РФ.

## Приложение 2

## Результаты регрессионного анализа

№ модели	Зависимая переменная	Источник данных	Тип модели	Число наблюдений	Переменная временных запретов	Коэффициент	R <sup>2</sup>
1	Объем продаж алкоголя, в л чистого спирта на чел., без учета пива, ln	Росстат, 2010	Множественная линейная регрессия	77 регионов	Продолжительность продаж в регионе, час.	0,030*	0,6123
2	Темп прироста душевых продаж алкоголя, без учета пива, 2010 г. к 2009 г., %	Росстат, 2009-2010 гг.	Множественная линейная регрессия	77 регионов	Продолжительность продаж в регионе, час.	0,0066†	0,2161
3	Индивидуальное потребление алкоголя, без учета пива и самогона, г чистого спирта в месяц, ln	РМЭЗ, 2010 г.	Множественная линейная регрессия	5516 индивидов	Продолжительность продаж в регионе, час.	0,010***	0,3273
4	Индивидуальное потребление алкоголя, без учета пива и самогона, г чистого спирта в месяц, ln	РМЭЗ, 2010 г.	Множественная линейная регрессия	5516 индивидов	Наличие временных ограничений, фиктивная переменная (=1, если в регионе действовали временные запреты; =0 – в противном случае)	-0,130***	0,3270
5	Индивидуальное потребление алкоголя, без учета пива и самогона, г чистого спирта в месяц, ln	РМЭЗ, 2010 г.	Множественная линейная регрессия	5516 индивидов	Степень жесткости ограничительной политики региона: 1 – жесткая политика (продолжительность продаж менее 14 час. в сутки); 2 – средняя (14-15 час.); 3 – мягкая (16 час. и более)	0,04 (для второго типа); 0,06* (для третьего типа)	0,3270
6	Индивидуальное потребление алкоголя, без учета пива и самогона, г чистого спирта в месяц, ln	РМЭЗ, 2010 г.	Множественная линейная регрессия	5251 индивидов	Время начала продаж с утра (6.00, 7.00, и т.д.)	-0,0158**	0,3249
7	Индивидуальное потребление алкоголя, без учета пива и самогона, г чистого спирта в месяц, ln	РМЭЗ, 2010 г.	Множественная линейная регрессия	5251 индивидов	Время окончания продаж вечером (21.00, 22.00, и т.д.)	0,042**	0,3251
8	Фиктивная переменная: =1, если объем потребления чистого спирта респондентом больше медианы по выборке; =0 - в противном случае	РМЭЗ, 2010 г.	Модель бинарного выбора (логит)	5251 индивидов	Время начала продаж с утра	-0,014 (предельный эффект)	н/п

## Продолжение приложения 2

9	Фиктивная переменная: =1, если объем потребления чистого спирта респондентом больше медианы по выборке; =0 - в противном случае	РМЭЗ, 2010 г.	Модель бинарного выбора (логит)	5251 индивидов	Время окончания продаж вечером	0,030 (предельный эффект)	н/п
10	Фиктивная переменная: =1, если объем потребления чистого спирта респондентом больше медианы по выборке; =0 - в противном случае	РМЭЗ, 2010 г.	Модель бинарного выбора (пробит)	5251 индивидов	Время начала продаж с утра	-0,013 (предельный эффект)	н/п
11	Фиктивная переменная: =1, если объем потребления чистого спирта респондентом больше медианы по выборке; =0 - в противном случае	РМЭЗ, 2010 г.	Модель бинарного выбора (пробит)	5251 индивидов	Время окончания продаж вечером	0,027 (предельный эффект)	н/п
12	Потребление самогона, среди потреблявших его, г в день	РМЭЗ, 2009, 2010 гг.	Модель на объединенных данных	595 индивидов	Наличие временных ограничений, фиктивная переменная (=1, если в регионе действовали временные запреты; =0 - в противном случае)	-0,11*	0,2270
13	Потребление самогона, среди потреблявших его, г в день	РМЭЗ, 2009, 2010 гг.	Панельная модель с фиксированным эффектом	595 индивидов	Наличие временных ограничений, фиктивная переменная (=1, если в регионе действовали временные запреты; =0 - в противном случае)	-0,27*	н/п
14	Потребление самогона, среди потреблявших его, г в день	РМЭЗ, 2009, 2010 гг.	Панельная модель со случайным эффектом	595 индивидов	Наличие временных ограничений, фиктивная переменная (=1, если в регионе действовали временные запреты; =0 - в противном случае)	-0,10*	н/п
<p><i>н/п – неприменимо</i>  *** <math>p &lt; 0,001</math>; ** <math>p &lt; 0,01</math>; * <math>p &lt; 0,05</math>; † <math>p &lt; 0,1</math>.</p>							

Источник: рассчитано авторами на основе данных [20; 21; 26].