



Центр экономических и финансовых  
исследований и разработок  
при  
Российской экономической школе

*№31*

*Март 2010*



# **Потребления алкоголя в России: влияние на здоровье и смертность**

Руководитель проекта: Ирина Денисова

*Серия « Аналитические отчеты и разработки »*

## ***Потребления алкоголя в России: влияние на здоровье и смертность<sup>1</sup>***

### *Аннотация*

Многочисленные исследования причин высокой смертности российского населения единодушны в подтверждении негативной роли избыточного потребления алкоголя. Большинство исследований основано на использовании агрегированных данных свидетельств о смерти, что ограничивает более детальное изучение влияния паттернов потребления алкоголя на здоровье, и, в конечном итоге, на риск смерти. В своем исследовании мы опирались на данные Российского Мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ). Это позволило выделить типы потребления алкоголя и проанализировать влияние основных из них на здоровье и риск смерти.

Данные РМЭЗ подтверждают преобладание потребления крепких спиртных напитков над потреблением пива и вина, как по совокупному объему потребления, так и по распространенности среди населения. Этот «северный» тип потребления распространен во всех доходных и образовательных группах. В последние годы наблюдается тенденция к смещению потребления водки в старшие возраста и переключению молодежи на потребление пива. Кроме того, наблюдается тенденция переключения более образованных на потребление вина за счет потребления крепких напитков. Насколько устойчивы эти тенденции – открытый вопрос.

Анализ влияния алкоголя на здоровье и смертность населения свидетельствует о сильном негативном воздействии *частого* потребления алкоголя. Так, частое потребление алкоголя увеличивает вероятность иметь плохое или очень плохое здоровье на 17 процентных пунктов, и весь эффект вызван включением водки в «рацион», тогда как даже частое потребление пива не оказывает статистически значимого эффекта на здоровье.

Частое потребление алкоголя увеличивает риск смерти на 60 процентных пунктов, тогда как умеренное потребление водки или пива не оказывает статистически значимого эффекта. Так же, как и в случае влияния на здоровье, именно частое потребление водки приводит к росту риска смерти: риск смерти возрастает на 66 процентных пунктов, что соответствует укорачиванию жизни в среднем на 9-10 лет. Негативного влияния частого потребления пива статистически не выявлено.

Активная политика противодействия алкоголизму должна включать меры ценовой и неценовой политики. Политика снижения потребления алкоголя требует значительного повышения акцизов на все алкогольные продукты. Стремление переключить потребление россиян на менее крепкие напитки требует опережающего повышения акцизов на чистый спирт и крепкие напитки. В то же время, эффективная антиалкогольная политика не должна ограничиваться лишь ценовой политикой. В России остается большой потенциал использования мер неценовой антиалкогольной политики, направленных на снижение потребления и изменения типа потребления алкоголя в России. Мировой опыт борьбы за снижение алкогольной смертности, в частности, опыт стран северной Европы, чрезвычайно полезен для России.

---

<sup>1</sup> Авторы признательны компании SABMiller RUS за финансовую поддержку исследования. Результаты и выводы исследования отражают только точку зрения авторов.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение.....	3
2. Потребления алкоголя в России и Европе.....	4
3. Структура потребления алкоголя: частота, объемы, напитки.....	7
4. Влияние потребления алкоголя на здоровье и риск смерти населения.....	13
5. Меры антиалкогольной политики: опыт европейских стран.....	15
5.1 Меры алкогольной политики и их эффективность.....	17
5.2 Меры антиалкогольной политики и их эффективность.....	18
5.2.1 Ценовая политика.....	18
5.2.2 Ограничение физической доступности алкоголя.....	19
5.2.3 Государственная монополия.....	20
5.2.4 Меры борьбы с вождением в состоянии опьянения.....	21
5.2.5 Контроль рекламы алкогольных напитков.....	22
5.2.6 Образовательная политика.....	23
6. Выводы.....	24
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	25
Литература.....	39

## 1. Введение.

Ожидаемая продолжительность жизни – важнейший агрегированный показатель благосостояния страны, наряду с валовым внутренним продуктом и уровнем жизни населения. Россия, приближаясь к группе развитых стран по ВВП на душу населения, разительно отличается как по уровню, так и динамике ожидаемой продолжительности жизни. Так, ожидаемая продолжительность жизни мужчин в России не только не увеличилась с 1970х годов, но даже снизилась и едва превышает 60 лет (рис.1). Низкий уровень и отсутствие улучшений в динамике продолжительности жизни в России контрастируют с опытом большинства развитых стран и стран с переходной экономикой. Так, ожидаемая продолжительность жизни мужчин в Финляндии выросла с 66 лет в 1970 г. до 76 лет в 2007 г., в Норвегии – с 71ого года до 77 лет, а в Швеции – с 72ух до 78 лет за тот же период. В Чехии продолжительность жизни мужчин выросла с 66 до 68 лет. Сопоставимая динамика характерна для ожидаемой продолжительности жизни женщин в этих странах. Россия же пока так и не вернулась на восходящий тренд (ни для мужчин, ни для женщин) характерный для всех развитых и большинства развивающихся стран.

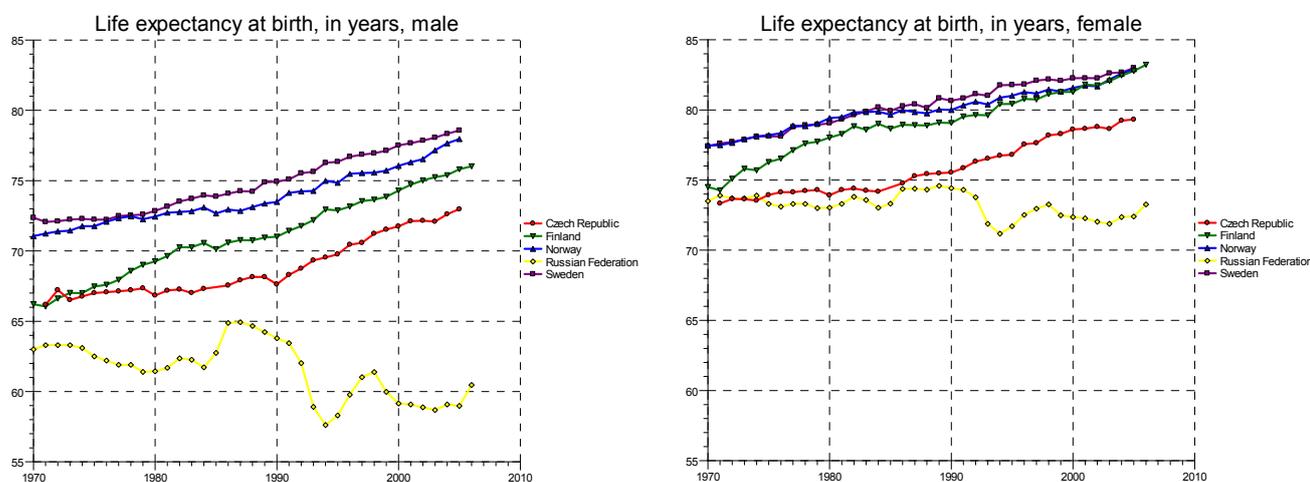


Рисунок 1. Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, 1970-2007, мужчины (левый рисунок) и женщины (правый рисунок). Сверху вниз: Швеция, Норвегия, Финляндия, Чехия и Российская Федерация.

Источник: European Health for All database, 2008

Многочисленные исследования причин высокой смертности российского населения единодушны в подтверждении негативной роли избыточного потребления алкоголя (Leon et.al., 1997; Shkolnikov et.al., 1998; Brainerd and Cutler, 2005; Leon, 2007, Nemtsov (2002)). Большинство исследований основаны на использовании агрегированных данных свидетельств о смерти, что ограничивает более детальное изучение влияния паттернов потребления алкоголя на здоровье и в конечном итоге на риск смерти<sup>2</sup>. Данные Российского Мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ) позволяют выделить типы потребления алкоголя и проанализировать влияние основных из них на здоровье и риск смерти. В разделе 2 анализируется совокупное потребление алкоголя в России и Европе. Раздел 3 посвящен анализу структуры потребления алкоголя в России. В разделе 4 приводятся результаты оценивания влияния потребления алкоголя на здоровье и смертность в России. Раздел 5 посвящен анализу опыта стран Европы в проведении активной антиалкогольной политики.

<sup>2</sup> Есть небольшая группа исследований, основанных на микро данных, собранных либо специально для выявления роли вредных привычек на риск смерти (опросы родственников умерших в Ижевске), либо для иных целей (Программа липидных обследований).

## 2. Потребления алкоголя в России и Европе.

Совокупное зарегистрированное потребление алкоголя в России в 2003 г. достигло 10.3 литра чистого алкоголя на одного жителя старше 15 лет (рис.2). При этом потребление крепких напитков выросло на 233% с 1988 по 1998 г, потребление пива на 31%, а потребление вина незначительно упало – на 6% (World Drink Trends 1999, Global Status Report on Alcohol 2004). Производство нелегальной (незарегистрированной) продукции добавляет, по оценкам экспертов, еще почти 5 литров<sup>3</sup>. В сумме это дает 15 литров чистого алкоголя на одного жителя старше 15 лет (оценки Минздравсоц достигают 18 литров). Следует отметить, что нерегистрируемое потребление алкоголя не является уникальным российским явлением. Для большинства западноевропейских стран нерегистрируемое потребление по оценкам специалистов составляет 5-20%, а иногда доходит до трети регистрируемого потребления.

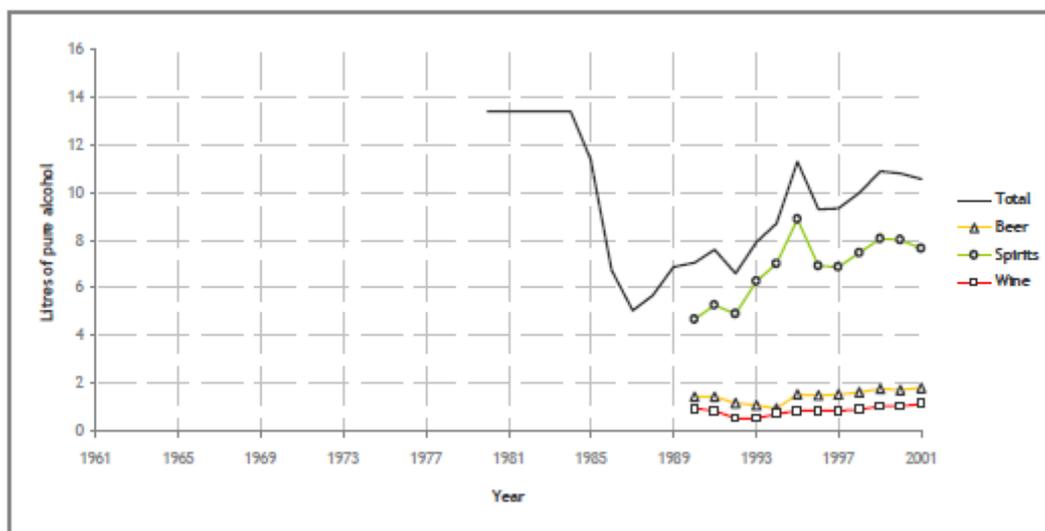


Рисунок 2. Совокупное (зарегистрированное) потребление алкоголя в России, потребление пива (треугольники), крепких спиртных напитков (кружочки) и вина (прямоугольники). Литров чистого алкоголя на душу населения старше 15 лет.

Источник: WHO Global Status Report on Alcohol 2004, Country Profiles, World Health Organization 2004

Совокупное потребление в России выше, чем в странах Европы, хотя разница с такими странами, как Чехия, Франция и Германия не слишком большая. В то же время, общая тенденция потребления в Европе и США - плавное снижение потребления алкоголя (в литрах чистого алкоголя) с 80х годов XX века, причем эффект сильнее в Европе, чем в США. При этом происходит вытеснение крепких напитков более легкими. Так, например, в период с 1988 по 1998 год в Италии потребление крепких напитков снизилось на 50%, потребление вина снизилось на 18%, а потребление пива выросло на 15%. В Великобритании потребление крепких напитков и пива упало на 28% и 17% соответственно, а потребление вина выросло почти на треть (27%). В среднем по Европе<sup>4</sup> за указанный период потребление крепких напитков упало на 23.2%, потребление вина также упало на 3.6%, а потребление пива выросло на 3.6%. Необходимо отметить, что подобные тенденции отмечаются не только в развитых странах. Так, большинство стран Латинской Америки также снижают потребление алкоголя при росте потребления пива.

<sup>3</sup> *European Addiction Research* (2001), Gilinskiy Y. (2000).

<sup>4</sup> При расчете использовались данные не по всем европейским странам, а по странам с наибольшим населением (Бельгия, Великобритания, Франция, Германия, Испания, Италия, Польша, Чехия, Португалия, Швейцария).

Для России наиболее интересен опыт стран Северной Европы, тип потребления которых был ей исторически ближе. На рис. 3 и 4 представлена динамика совокупного зарегистрированного потребления алкоголя, потребления пива, крепких спиртных напитков и вина в Исландии, Финляндии, Норвегии и Швеции. Как видно из графиков, во всех этих странах в 80-90-е годы произошли кардинальные изменения в структуре потребления алкоголя. Потребление крепких спиртных напитков значительно уменьшилось: на 1.5 литра чистого алкоголя на человека в Норвегии, на 2 литра в Исландии и Финляндии и почти на 3 литра в Швеции. В то же время совокупное потребление алкоголя не уменьшилось и даже немного выросло, поскольку произошло замещение потребления крепких спиртных напитков пивом и вином. В результате эти страны перешли из разряда стран с преимущественным потреблением крепких спиртных напитков к странам с преимущественным потреблением пива.

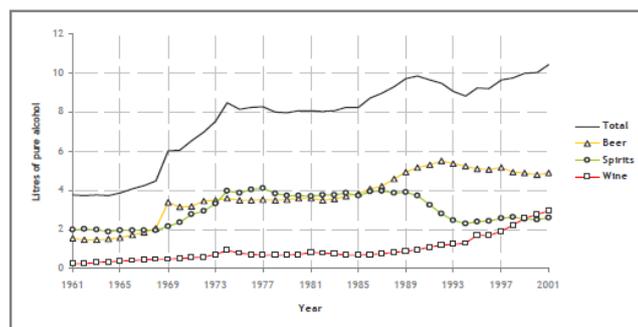
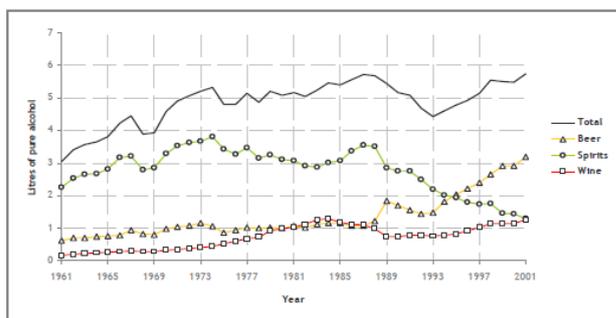


Рисунок 3. Совокупное (зарегистрированное) потребление алкоголя в Исландии (слева) и Финляндии (справа), потребление пива (треугольники), крепких спиртных напитков (кружочки) и вина (прямоугольники). Литров чистого алкоголя на душу населения старше 15 лет.

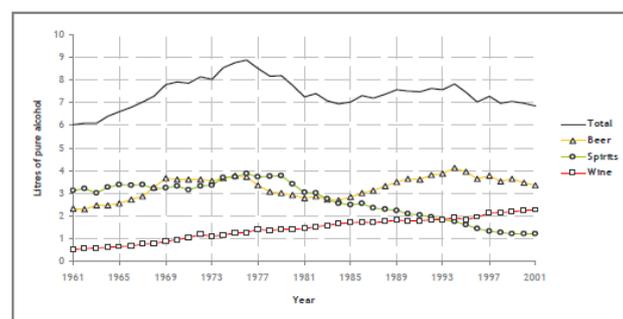
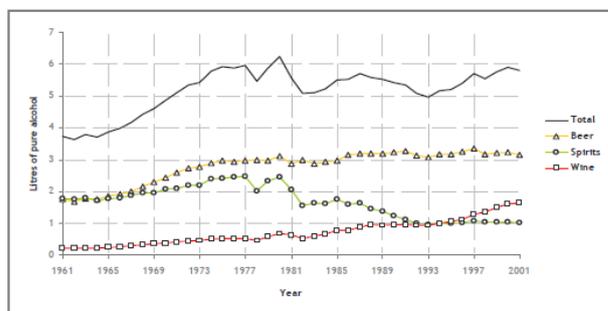


Рисунок 4. Совокупное (зарегистрированное) потребление алкоголя в Норвегии (слева) и Швеции (справа), потребление пива (треугольники), крепких спиртных напитков (кружочки) и вина (прямоугольники). Литров чистого алкоголя на душу населения старше 15 лет.

Источник: WHO Global Status Report on Alcohol 2004, Country Profiles, World Health Organization 2004

Изменение структуры потребления, не будучи единственной причиной увеличения продолжительности жизни в странах Северной Европы, безусловно оказали положительное влияние на снижение смертности и рост продолжительности жизни в этих странах (см. рис.1). Изменение структуры потребления алкоголя в странах Северной Европы стало результатом развернутой, широкомасштабной и продолжительной антиалкогольной политики этих стран. Мы подробнее обсудим эти меры в разделе 5.

Следует отметить, что переключение с преимущественного потребления крепких алкогольных напитков на потребление пива или вина само по себе не гарантирует снижение риска смерти. Еще одним решающим фактором является частота и объем потребления алкогольных напитков. Так, Франция, которая исторически потребляет

преимущественно вино (рис.5), сумела снизить потребление алкоголя почти в два раза за 60-е – 2000-е годы за счет уменьшения потребления вина. Это снижение сказалось на снижении смертности от сосудистых заболеваний и от цирроза печени (рис.6). В то же время, рост потребления алкоголя, и прежде всего крепких алкогольных напитков в России сказалось на росте смертности от этих заболеваний.

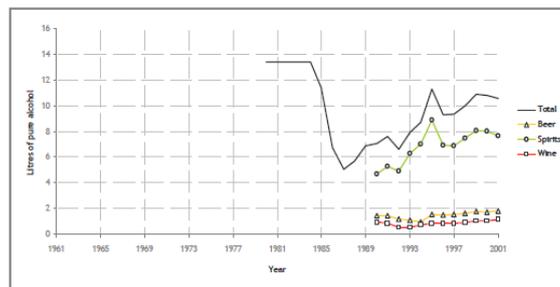
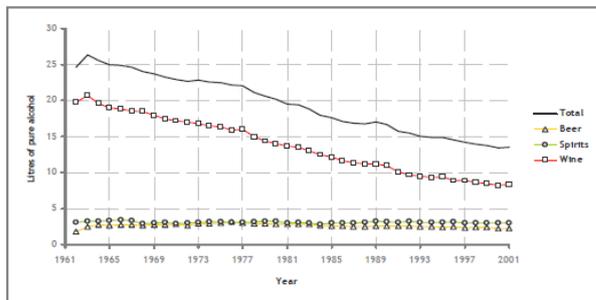
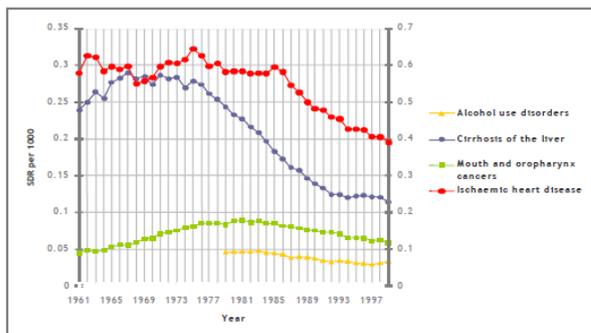
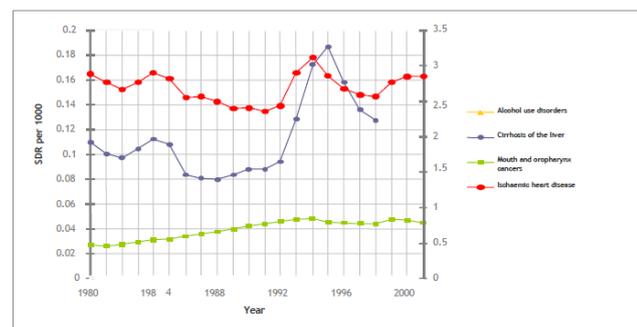


Рисунок 5. Совокупное (зарегистрированное) потребление алкоголя во Франции (слева) и России (справа), потребление пива (треугольники), крепких спиртных напитков (кружочки) и вина (прямоугольники). Литров чистого алкоголя на душу населения старше 15 лет.

Источник: WHO Global Status Report on Alcohol 2004, Country Profiles, World Health Organization 2004



Note: Chronic mortality time-series measured on two axes, ischaemic heart disease on right axis and the other causes on the left.



Note: Chronic mortality time-series measured on two axes, ischaemic heart disease on right axis and the other causes on the left.

Рисунок 6. Стандартизованные коэффициенты смертности от хронических заболеваний на 1000 населения во Франции (левый график) и России (правый график): ишемическая болезнь сердца (верхняя линия, правая шкала), цирроз печени (средняя линия), рак полости рта и гортани (нижняя линия).

Источник: WHO Global Status Report on Alcohol 2004, Country Profiles, World Health Organization 2004

В целом, совокупное потребление алкоголя в России, хотя и превышает показатели развитых стран, но не настолько, чтобы объяснить различия в показателях смертности и продолжительности жизни. Действительно, алкогольная смертность в расчете на литр потребления в России существенно превышает аналогичные показатели Западной Европы. В качестве основных причин исследователи (А. Немцов, 2009, например) выделяют специфическую структуру потребления (большая доля крепких напитков), северный тип потребления алкоголя (большие дозы за короткое время), низкий уровень развития здравоохранения (особенно специфической наркологической помощи), а также традиционно низкий уровень критичности российских граждан к состоянию собственного здоровья.

### 3. Структура потребления алкоголя: частота, объемы, напитки

Как уже отмечалось, важнейшей характеристикой потребления алкоголя (не менее важной, чем количество) является тип потребления. Тип потребления определяется составом напитков по крепости и качеству, а также распределение выпивки во времени и месту потребления. Эпидемиологические исследования по разным странам свидетельствуют о том, что риск сосудистых заболеваний у тех, кто выпивает стакан вина в день в среднем на 32% ниже по сравнению с теми, кто совсем не пьет. Аналогичный показатель для пива ниже и составляет 22% (Di Castelnuovo et al., 2002). А.Немцов (2009) отмечает, что влияние типа потребления на здоровье нации крайне мало изучено в российской наркологии. В то же время, исследования по другим странам отмечают, что «идеальная» структура потребления алкогольных напитков – соотношение, которое минимизирует негативные последствия – это потребление алкогольных напитков, в котором пиво составляет 50%, вино - 35%, а крепкие напитки - 15% (Edwards et al., 1994). В 2002 году в России только по официальным данным продаж алкоголя (без учета нерегистрируемого алкоголя) крепкие напитки составляли 35% в общем потреблении. Эта цифра, очевидно, сильно занижена, так как не учитывает нелегальное производство (как промышленное, так и домашнее).

РМЭЗ предоставляет возможность анализа структуры потребления алкоголя российскими домохозяйствами на основании ответов респондентов. По данным РМЭЗ около трех четвертей российского взрослого населения потребляет какие-либо алкогольные напитки (рис.7). Доля потребляющих алкоголь выше среди мужчин, и это верно во всех возрастных группах. Доля потребляющих алкоголь выше в основных возрастных группах и немного ниже в группе 18-25 лет и после 55.

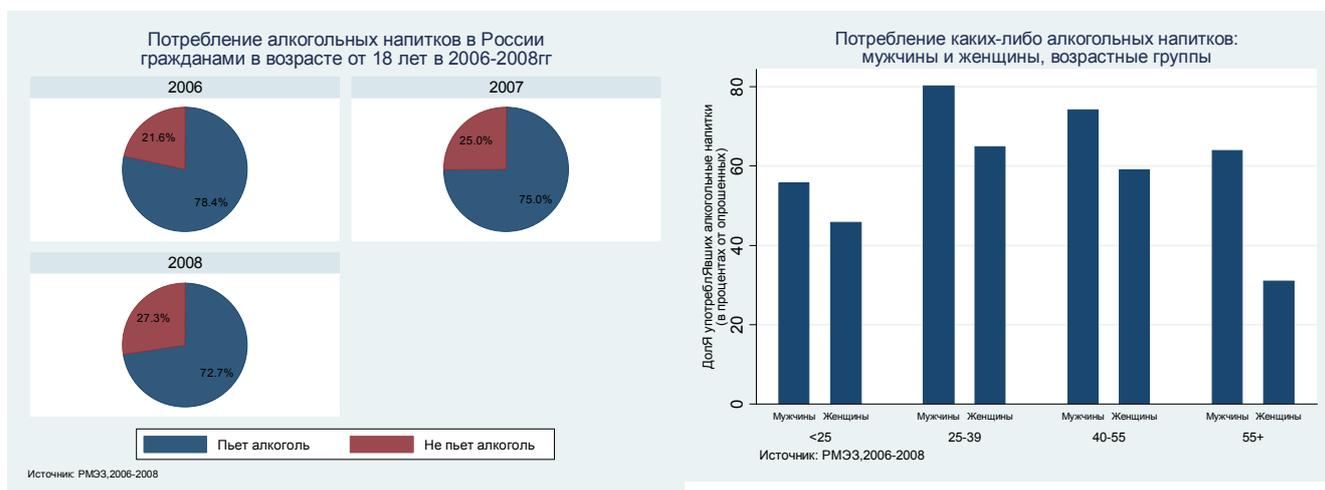


Рисунок 7. Потребление алкогольных напитков<sup>5</sup> в России: всего (график слева) и мужчины и женщины по возрастным группам (график справа). Процент от всех опрошенных.

Следует отметить, что доля потребляющих алкоголь выше в группах с более высоким доходом и среди закончивших ПТУ или получивших высшее образование, хотя разница в потреблении по образовательным группам невелика (Рис.8).

<sup>5</sup> Респондентов спрашивали, потребляли ли они какие-либо спиртные напитки (включая пиво) за последние 30 дней.

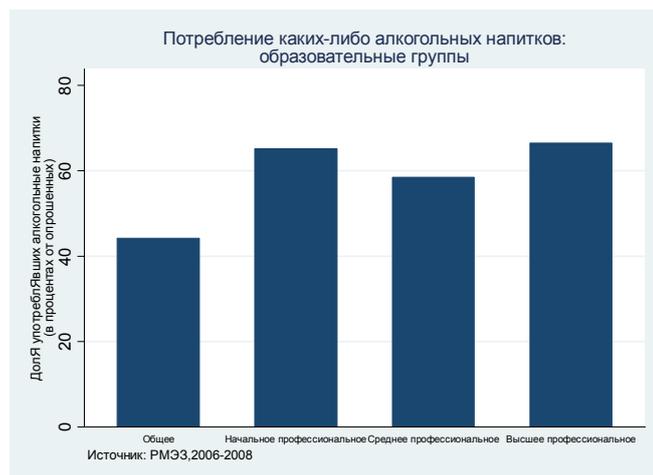
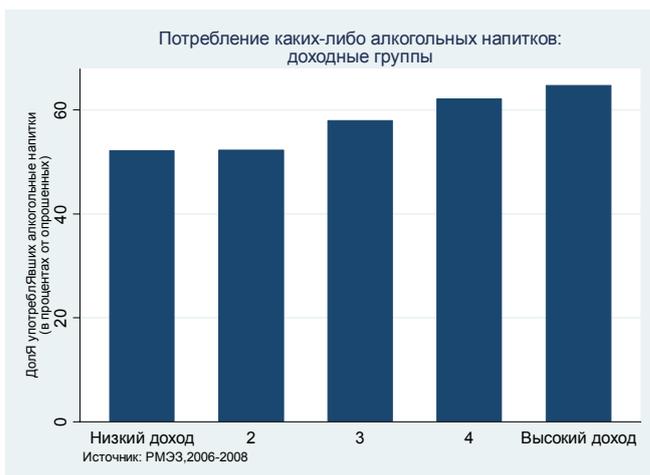


Рисунок 8. Потребление алкогольных напитков в России: по доходным группам (график слева) и образовательным группам (график справа). Процент от всех опрошенных.

Доля абстинентов (воздерживающихся от потребления алкоголя) в возрастах 18-24 и 14-16 лет предствалены на рис.9. Среди подростков 14-16 лет около 25% потребляют алкогольные напитки, а 75% не потребляют алкоголь. Доля тех, кто не потребляет алкоголь немного выросла за последние годы. Та же тенденция роста доли абстинентов прослеживается и в возрастной группе 18-24 года: среди женщин эта доля возрасла с 23% в 2006 г. до почти 30% в 2008 г.; среди мужчин доля не употребляющих в возрасте 18-24 года выросла с 14.4% до 20.4%.



Рисунок 9. Доля абстинентов (не потребляющих алкогольные напитки) в России: группа 18-24 лет (график слева) и группа 14-16 лет (график справа). Процент от всех опрошенных в возрастных группах.

Доля потребляющих алкоголь в разных возрастных группах – важные, но не единственные характеристики алкогольного потребления страны. Так, во Франции, сумевшая снизить совокупное потребление алкоголя за последние годы, потребляют алкоголь более 90% взрослого населения и почти 80% жителей в возрасте 17-19 лет (WHO Global Status Report on Alcohol 2004). Однако то, что подавляющее большинство пьет сухое вино, и в небольших или средних дозах, позволяет Франции находиться на восходящем тренде продолжительности жизни. Россию продолжает характеризовать преимущественное потребление крепких спиртных напитков.

Структура потребления алкогольных напитков в России, отраженная в доле тех, кто потребляет тот или иной напиток, представлена на рис.10. Как видно из графиков, в России около 70% мужчин и почти 50% женщин пьют пиво. Следующий по распространенности потребления напитков – это водка и другие крепкие напитки, которые потребляют более 60% мужчин и 37% женщин. Около 12% мужчин и 5% женщин пьют самогон. Сухое вино или шампанское пьют около 40% женщин и 11% мужчин. Таким образом, водка и самогон, с одной стороны, и пиво с другой – самые популярные у россиян алкогольные напитки. В то же время, если вспомнить рис.2, на котором представлено совокупное потребление пива и крепких спиртных напитков в России в литрах чистого алкоголя, то безусловное доминирование водки не подлежит сомнению, тогда как пиво и вино занимают лишь небольшую долю совокупного алкогольного потребления. Это указывает на тип потребления: водку пьют чаще и в больших количествах, тогда как пиво и вино пьют реже и в меньших количествах.

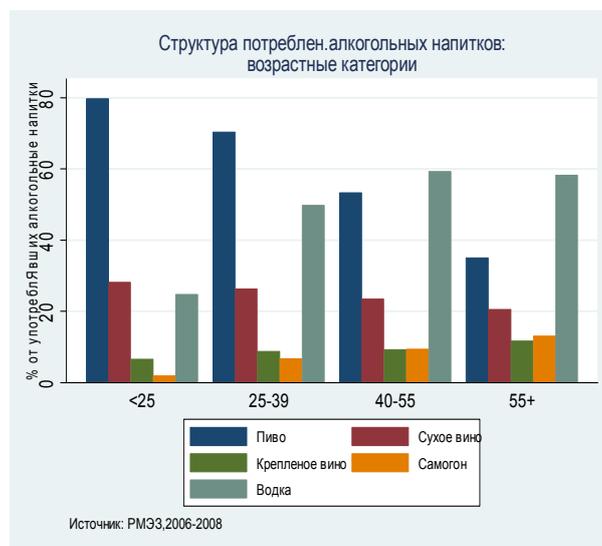
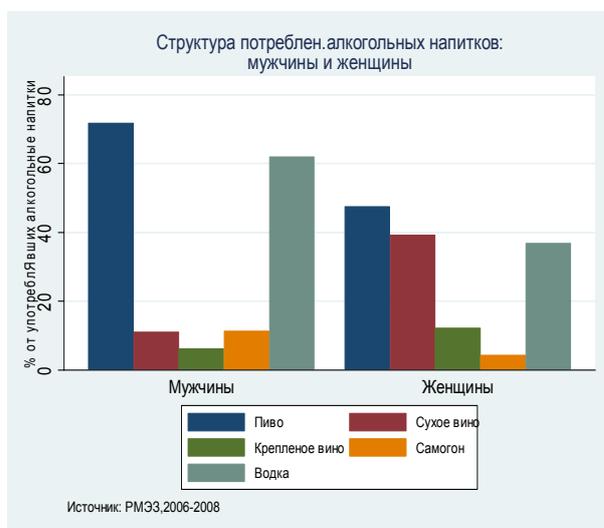


Рисунок 10. Структура потребления алкогольных напитков в России: по полу (график слева) и по возрастным группам (график справа). Процент от потребляющих алкогольные напитки.

Обращает на себя внимание тот факт, что потребление пива, с одной стороны, и водки и самогона, с другой, существенно отличаются по возрастным группам (рис.10, правая панель). Действительно, распределение потребителей пива смещено в сторону молодых возрастов, тогда как потребители водки больше представлены в более старших возрастах. Такая картина, возможно, свидетельствует о начале изменения типа потребления и сдвига от преобладания потребления крепких спиртных напитков в сторону потребления пива. Устойчива ли эта тенденция, мы увидим позднее.

Структуры потребления алкоголя по доходным группам и по образованию представлены на рис.11. Представленность водки и пива в структуре потребления разных доходных групп примерно одинакова, с небольшим преимуществом пива в более низкодходных группах. В то же время отчетливо увеличение доли потребляющих вино и шампанское при увеличении дохода. Так, вино пьют лишь около 16% потребителей алкоголя в первом (самом низком) квантиле и уже 31% в пятом (верхнем) квантиле. Аналогично, потребление вина и шампанского отчетливее представлено в более образованных группах. Более низкая доля потребляющих водку и пиво в более образованных группах говорит в пользу некоторого замещения этих напитков вином среди более образованных. Насколько устойчива такая позитивная тенденция нам также предстоит увидеть.

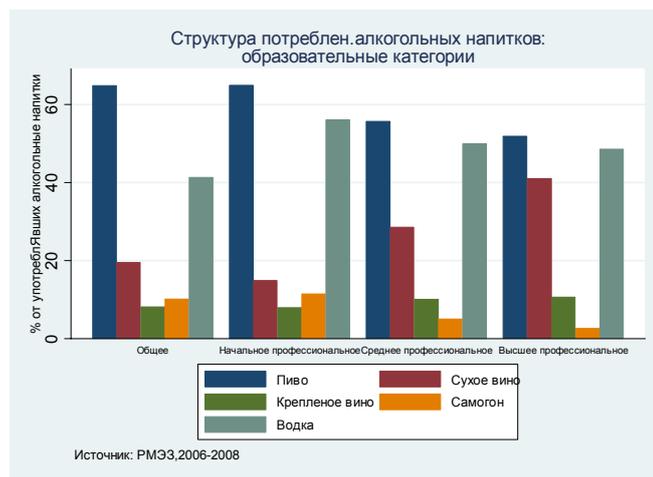
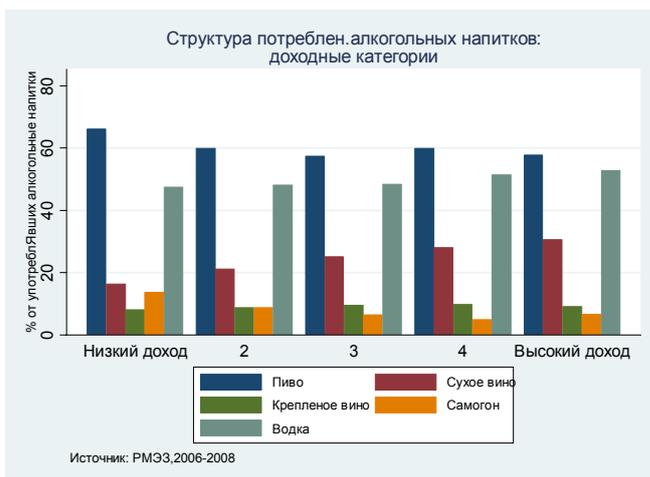


Рисунок 11. Структура потребления алкогольных напитков в России: по доходным группам (график слева) и по образовательным группам (график справа). Процент от потребляющих алкогольные напитки.

Сравнение частоты потребления алкоголя в России и некоторых странах Западной Европы (таблица 1) говорит о том, что этот аспект потребления алкоголя в России сходен со структурой потребления в Финляндии и Швеции. Действительно, часто (каждый день или 4-5 раз в неделю) потребляющих алкоголь мужчин в России 6.3%, 8% в Финляндии и 7% в Швеции. Еще тридцать пять процентов российских мужчин пьют раз или 2-3 раза в неделю. Аналогичные цифры - 40% для Швеции и 50% для Финляндии. Российские женщины также пьют не чаще женщин в странах Северной Европы. Этот тип потребления контрастирует с потреблением в южных странах, Италии, например, где 45% мужчин и 30% женщин пьют (вино как правило) каждый день или 4-5 раз в неделю. Аналогичные цифры для Франции – 26% для мужчин и 11% для женщин.

Таблица 1. Частота (%) потребления алкоголя, страны Западной Европы и Россия, мужчины и женщины.

	Каждый день	4-5 раз в неделю	2-3 раза в неделю	Раз в неделю	2-3 раза в месяц	Раз в месяц	Один или несколько раз в год	Не пьет
<i>Мужчины:</i>								
Финляндия		4	4	20	32	19	7	8
Франция		21	5	19	23	7	5	6
Германия		12	6	24	18	11	11	7
Италия		42	3	17	14	4	4	6
Швеция		3	4	16	24	23	12	12
Великобритания		9	16	31	18	8	4	4
Россия (РМЭЗ)		2.8	3.5	15.4	19.6	20.3	8.4	n.a.
<i>Женщины:</i>								
Финляндия		2	2	7	22	22	14	24
Франция		9	3	10	16	9	12	14
Германия		5	2	13	20	15	10	17
Италия		26	4	10	12	8	4	14
Швеция		1	1	5	17	2	17	23
Великобритания		5	6	18	22	12	10	11
Россия (РМЭЗ)		0.5	0.5	3.5	10	20.5	15	n.a.

Источник: Alcohol in Postwar Europe (2001), Таблица 5.1, стр. 107 для Западной Европы и расчеты авторов для России

Частота потребления алкогольных напитков практически неотличима в разных доходных группах, и лишь немного отличается по образовательным группам (рис.12). Более образованные пьют немного реже: доля пьющих каждый день или 4-6 раз в неделю среди выпускников ПТУ составляет 7% и 4% среди выпускников техникумов и ВУЗов соответственно. Пьющих 2-3 раза в месяц на 5% больше среди выпускников ВУЗов: 37% против 32% среди выпускников ПТУ. В то же время эти различия являются отражением более умеренного потребления алкоголя женщинами, которые еще и более образованы.

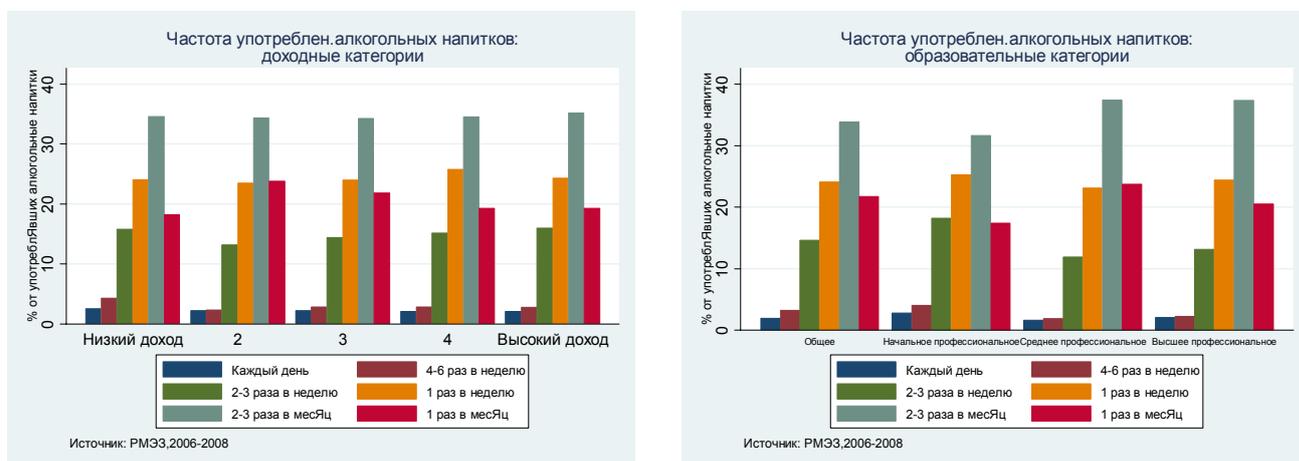


Рисунок 12. Частота употребления алкогольных напитков в России: по доходным группам (график слева) и по образовательным группам (график справа). Процент от потребляющих алкогольные напитки.

Различия в наборе потребляемых напитков и частоте потребления алкоголя выражаются различиях в среднем количестве потребленного алкоголя в миллилитрах этанола. Различия в среднем потреблении этанола в день между разными доходными группами представлены на рис.13. Как следует из графика, потребление этанола наивысшее в первых трех доходных группах (самых бедных), что является результатом преобладания потребления водки и самогона в этих группах. В то же время, высокодоходные 9ая и 10ая децильные группы демонстрируют высокое потребление этанола, сопоставимое с 3-ей доходной группой, что является следствием высокого потребления водки в этих группах.

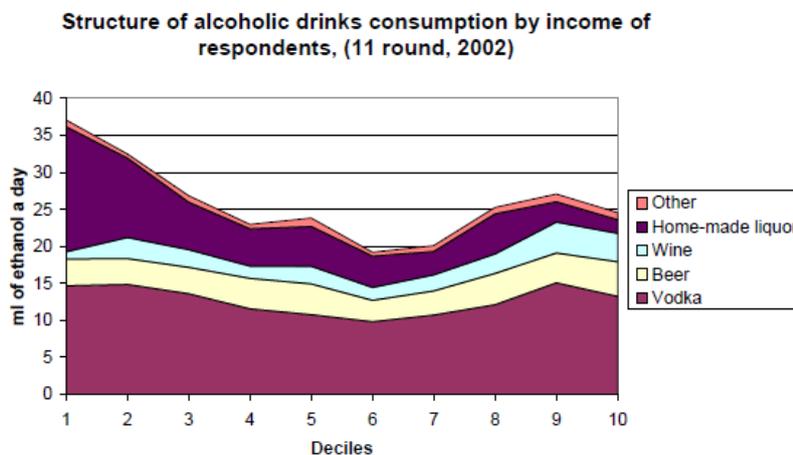


Рисунок 13. Структура потребления алкоголя по доходным группам в России (1- самые бедные, 10 – самые богатые), мл этанола в день.

Источник: Andrienko and Nemtsov, 2005.

Структура потребления алкогольных напитков в зависимости от частоты употребления алкоголя представлена на рис.14. Как видно из графика, в России преобладает тот тип алкогольного потребления, при котором пьют водку отдельно и в сочетании с другими напитками. Причем этот тип потребления более выражен среди часто потребляющих алкоголь: почти 60% употребляющих алкогольные напитки каждый день или 4-6 раз пьют водку, отдельно и в сочетании с другими напитками. Среди реже пьющих доля потребляющих водку составляет более половины. В то же время заметно, что доля потребляющих вино и пиво, но не потребляющих водку, выше среди редко пьющих (1 раз в год или 2-3 раза в месяц), нежели в остальных группах.

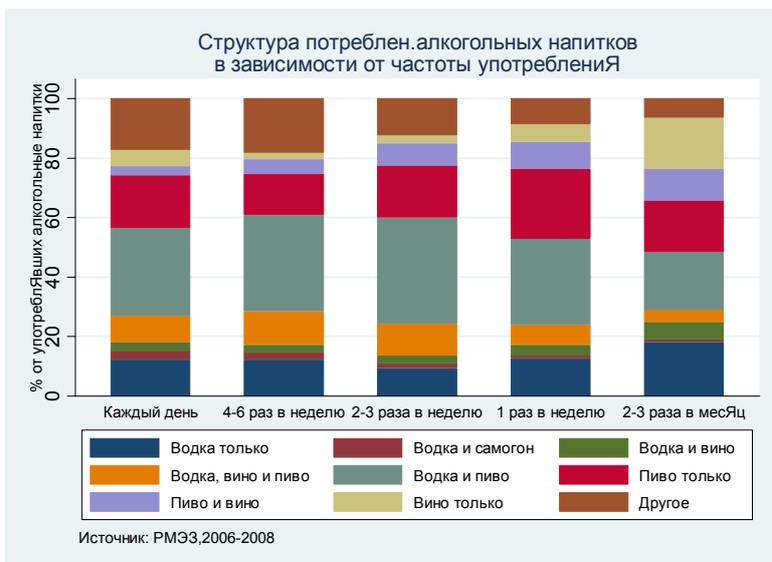


Рисунок 14. Структура потребления алкогольных напитков в зависимости от частоты потребления, % от употреблявших алкогольные напитки.

## **4. Влияние потребления алкоголя на здоровье и риск смерти населения**

В этом разделе мы приводим результаты оценивания влияния потребления алкоголя на здоровье населения России и на риск смерти на основе данных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения (РМЭЗ). РМЭЗ – национально представительное лонгитюдное обследование российских домохозяйств, проводимое с 1992 г. центром «Демоскоп», Институтом социологии РАН и Центром изучения населения Университета Северной Каролины, США. Сотрудничество с лучшими мировыми центрами исследований поведения домохозяйств при формировании выборки, разработке анкеты, формировании и обучении интервьюеров обеспечило этому исследованию высокое доверие со стороны российских и зарубежных исследователей и лиц принимающих решения. Анкета РМЭЗ содержит широкий набор вопросов, характеризующих разные аспекты поведения индивидов в семье и на рынке труда, а также подробную информацию о вредных привычках и показателях здоровья. Кроме того, лонгитюдная природа обследования позволяет проследить траектории поведения респондентов на протяжении многих лет, а также изучать детерминанты смерти населения.

В регрессиях, приведенных ниже, мы тестируем влияние частого употребления алкоголя на здоровье (таблицы А1 и А2 в Приложении) и риск смерти (таблица А3 в Приложении), а также разделяем общий эффект частого потребления алкоголя на частое потребление водки (отдельно и в смеси) и частое потребление пива (отдельно и в смеси, кроме водки). РМЭЗ позволяет определить, насколько часто и какие напитки потребляет индивид. Мы выделили группу тех, кто потребляет алкогольные напитки каждый день или 4-6 раз в неделю и назвали ее «часто потребляющие алкоголь». Кроме того, мы также выделили две подгруппы среди часто потребляющих алкоголь: те, кто пьет водку, отдельно или в смеси с иными напитками («частое потребление водки»), и те, кто пьет пиво, но не пьет водку («частое потребление пива»).

Оценивание производится на микро данных РМЭЗ. В качестве переменной здоровья используется самооценка человеком собственного здоровья (очень плохое, плохое, удовлетворительное, хорошее и очень хорошее). Мы используем как все категории, так и определяем бинарную переменную: плохое и очень плохое здоровье против всех остальных вариантов. Во всех случаях мы контролируем на пол, возраст, образование респондента, душевой доход домохозяйства, место проживания, индекс массы тела и курение (курит респондент или нет). Кроме того мы контролируем на самооценку человеком своего статуса по шкале (из девяти ступеней) «не уважают-уважают». Это позволяет учесть влияние постоянного психологического стресса на здоровье человека и отделить это влияние от влияния потребления алкоголя.

Оценивание влияния потребления алкоголя на здоровье производится на совместной кросс-секции за 1994-2007 (таблица А1) на панели данных за те же годы (таблица А2). Оценивание влияния потребления алкоголя на риск смерти производится с использованием моделей дожития (таблица А3).

Как показывают результаты оценивания влияния потребления алкоголя на здоровье, частое потребление алкоголя ухудшает здоровье. Так, частое потребление алкоголя увеличивает вероятность иметь плохое или очень плохое здоровье на 7 процентных пунктов. Более того, именно частое потребление алкоголя с включением водки в «рацион» приводит к ухудшению здоровья (риск плохого здоровья возрастет на 9

процентных пунктов), тогда как даже частое потребление пива не оказывает статистически значимого эффекта на здоровье. Негативный эффект частого потребления алкоголя на здоровье устойчив к методу оценивания, и к контролю на индивидуально специфичные фиксированные эффекты в частности (таблица А2). Частое потребление алкоголя увеличивает вероятность иметь плохое или очень плохое здоровье на 17 процентных пунктов, и весь эффект вызван частым потреблением водки.

Результаты оценивания влияния алкоголя на риск смерти представлен в таблице А3. Как видно из таблицы, именно частое потребление алкоголя, и крепкого алкоголя прежде всего, увеличивает риск смерти. Просто потребление водки или пива не оказывает статистически значимого эффекта. Частое потребление алкоголя увеличивает риск смерти на 60 процентных пунктов. Частое потребление водки приводит к росту риска смерти на 66 процентных пунктов, тогда как частое потребление пива не имеет статистически значимого эффекта.

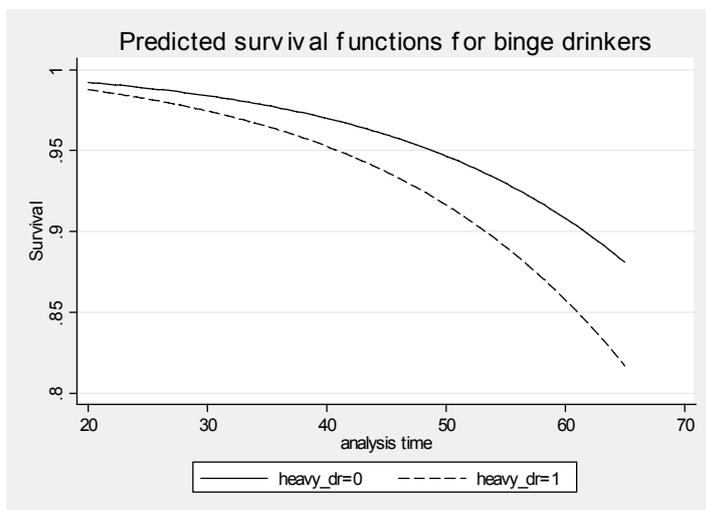


Рисунок 15. Прогнозные кривые дожития: часто потребляющие крепкий алкоголь (прерывистая линия) и редко потребляющие или совсем не потребляющие (сплошная линия). Основа прогноза – оценки, представленные в Таблице А3.

Полученные результаты можно представить в виде различий в кривых дожития тех, кто часто пьет крепкие спиртные напитки, и тех, кто редко потребляет крепкий алкоголь или совсем не пьет. Такие кривые представлены на рис.15. Как видно из соотношения кривых, частое потребление водки укорачивает жизнь в среднем на 9-10 лет. В то же время, как отмечено выше, влияния частого потребления пива статистически не выявлено.

Таким образом, регрессионный анализ с использованием лонгитюдных данных позволяет выделить влияние различных типов потребления алкоголя на здоровье и смертность населения, контролируя на влияние других групп факторов. Наши результаты свидетельствуют о сильном негативном воздействии частого потребления алкоголя на здоровье и риск смерти. Умеренное потребление алкоголя не оказывает статистически значимого эффекта. Кроме того, негативное влияние частого потребления крепкого алкоголя превышает эффект частого потребления вина и пива: частое потребление водки укорачивает жизнь в среднем на 9-10 лет, тогда как влияния частого потребления пива статистически не выявлено.

## 5. Меры антиалкогольной политики: опыт европейских стран.

Опыт стран Северной Европы в стимулировании переключения населения с потребления преимущественно крепких спиртных напитков на более легкие (пиво и вино) говорит об активном использовании мер акцизной политики. Таблица 2 содержит информацию о ставках акцизов на спирт, промежуточные продукты, вино и пиво в странах Европы в 2000 г. Как следует из таблицы, ставки акцизов в северных европейских странах значительно выше ставок в других странах, а ставки акцизов на крепкие спиртные напитки в 2-3 раза выше акцизов на пиво (в пересчете на литр чистого алкоголя). В некоторых других странах Европы разрыв в акцизах на спирт и пиво достигает шести раз, хотя в абсолютном выражении акцизы в них намного ниже североамериканских.

Аналогичные расчеты соотношений ставок акцизов на разные типы алкогольных напитков по России приведены в последней строке таблицы 2. Как видно из таблицы, ставки акцизов на крепкие алкогольные напитки в России в несколько раз меньше по сравнению со странами Европы. Кроме того, соотношение акцизов на напитки разной крепости в России кардинально отличается от соотношения акцизов в Европе: в России очень низкая ставка акцизов на крепкие спиртные напитки – 5.25 евро против 49.21 евро в Швеции (и еще выше в Норвегии) и 10 евро в Австрии. Ставка акциза на вино в России близка к ставкам винопотребляющих стран южной Европы – всего 80 евроцентов. Ставка акцизного налога на пиво, значительно возросшая в 2010 году, в абсолютном выражении намного ниже ставок в северной Европе, Великобритании и Ирландии, но сопоставима – и даже превышает, с поправкой на различия в доходах – со ставками акциза в пивопотребляющих странах. Ставка акциза на пиво достигает 26 евро в Финляндии, 19.87 евро в Ирландии, 18.08 евро в Великобритании, 17.07 евро в Швеции, но равна 1.73 евро в Германии, 4.4 евро в Австрии, 4.9 евро в Нидерландах и 4.5 евро в России. В то же время, в России, в отличие от Европы, распространено крепкое пиво (выше 8.6%), ставка акциза на которое – в пересчете на литр чистого алкоголя – ниже и составляет 4.06 евро.

Таблица 2. Ставки акцизов на алкоголь (евро на литр чистого алкоголя), Россия и страны Европы, 2010.

Страна	Крепкие спиртные		
	напитки	Вино (11%)	Пиво (5%)
Австрия	10.03	0	4.4
Бельгия	17.52	4.28	3.76
Дания	20.14	7.42	6.84
Финляндия	39.4	25.47	26
Франция	15.12	0.3	2.71
Германия	13.04	0	1.73
Греция	15.7	0	3.58
Ирландия	31.13	23.81	19.87
Италия	8	0	5.17
Нидерланды	15.04	6.23	4.9
Португалия	10	0	2.76
Испания	8.3	0	2
Швеция	49.21	19.25	17.07
Великобритания	24.85	21.59	18.08
Россия	5.25	0.8	4.5

Источник: Alcohol in Postwar Europe (2001), Таблица 2.1 для Европы и Федеральный закон №171-ФЗ для России (пересчет по обменному курсу 40 рублей за 1 евро).

В целом, ставки акцизов на алкоголь в России невысоки, особенно на крепкие спиртные напитки, даже учитывая различия в покупательной способности населения Европы и России. Особенно сильно отличаются акцизы на крепкие спиртные напитки в России от акцизов в странах с проблемно высоким потреблением алкоголя, и высокой долей потребления крепких напитков. Более того, соотношения ставок акцизов на крепкие спиртные напитки и пиво кардинально отличаются от европейских. Ставка акциза на вино сопоставима с винопотребляющими странами Европы. Политика снижения потребления алкоголя требует повышения акцизов на все алкогольные продукты, с кардинально опережающим повышением акцизов на крепкие напитки. Только в этом случае можно надеяться на переключение потребления россиян на менее крепкие напитки с одновременным снижением совокупного потребления алкоголя.

Эффективность использования ценовых механизмов ограничения потребления алкоголя зависит от того, насколько эластичен спрос на алкогольные напитки по цене. Оценки эластичности спроса на алкогольные напитки в странах Европы и в России приведены в таблице 3.

Таблица 3. Эластичность спроса на алкогольные напитки в странах Европы и в России.

<i>Страны</i>	<i>Эластичность по цене</i>	<i>Эластичность по доходу</i>
Финляндия, Швеция, Норвегия	-0.782	0.752
Австрия, Франция, Греция, Италия, Португалия и Испания	-0.216	0.752
Бельгия, Дания, Ирландия, Великобритания	-0.495	0.752
Недерланды	-1.466	0.752
Россия		
Водка	-1.774	0.524
Пиво	-3.017	1.114
Вино	-1.045	1.304

*Источник:* Leppanen et.al., 2001 для стран Европы, Andrienko and Nemtsov, 2005 для России

Как видно из таблицы, оценка эластичности спроса водку, пиво и вино по цене в России намного выше показателей стран Европы и сопоставима с эластичностью потребления в Нидерландах. Это дает основание полагать, что ценовые меры влияния на потребление алкоголя – повышение акцизов на крепкие спиртные напитки с целью перехода к более щадящему здоровью типу потребления алкоголя – способны достичь цели. В России же опыт последних десятилетий состоит в относительном удешевлении водки. Так, в конце 80-х соотношение цен водки и пива были таковы, что за одну бутылку водки можно было приобрести девять бутылок пива. В настоящее время – в среднем 3-4 бутылки пива за бутылку водки (а есть и более дешевая водка).

Наряду с ценовыми мерами, эффективная антиалкогольная политика должна включать меры иного характера: система контроля над производством и продажей алкоголя, ограничение продажи алкоголя вне ресторанов, баров и т.п., ограничения минимального возраста приобретения алкоголя, ограничения на рекламу алкоголя, на спонсорство спортивных и молодежных мероприятий, на потребление алкогольных напитков в общественных местах. Заметим, что все европейские страны, не только северные, значительно усилили меры антиалкогольной политики за последние 50 лет.

## **5.1 Меры алкогольной политики и их эффективность**

К настоящему времени в мире накоплен существенный опыт разработки и проведения антиалкогольной политики. Во всех европейских странах в той или иной мере существуют правовые регуляции, касающиеся производства и продажи спиртных напитков (Osterberg and Karlsson, 2002; Harkin, Anderson and Lehto, 1995). Обращение к международному опыту полезно для определения тех мер алкогольной политики, которые оказались наиболее эффективными как с точки зрения снижения потребления алкоголя в целом, так и с точки зрения изменения структуры потребления алкоголя (уменьшение доли крепких напитков).

К мерам алкогольной политики, целью которой является снижение негативного влияния алкоголя на здоровье населения, относятся ценовая политика, акцизная политика, ограничение физической доступности спиртных напитков, лицензирование, регулирование рекламы алкоголя, просвещение, агитация и пропаганда по вопросам, связанным с алкоголем, а также специальные меры, направленные на регулирование деятельности питейных заведений и меры против вождения в состоянии алкогольного опьянения (Österberg and Karlsson, 2002).

Нужно отметить, что в начале 50х годов прошлого столетия содержание алкогольной политики существенно варьировалось в Европейских странах. Так, например, в северных странах, практиковался строгий контроль физической доступности алкоголя (ограничение времени, мест продаж алкоголя, а также возрастной ценз). Также в северных странах существовали высокие акцизы на алкогольную продукцию. С другой стороны в некоторых средиземноморских странах антиалкогольная политика практически отсутствовала – не было законодательно закрепленных мер борьбы с потреблением алкоголя, да и налоги на производство алкогольных напитков были крайне низкими по сравнению с северными странами. Индекс строгости антиалкогольной политики для некоторых европейских стран начала 50х годов XX века представлен на рис. 14. Индекс строгости антиалкогольной политики представляет собой суммарный балл ограничений для алкогольной продукции, причем оценивается не только наличие того или иного ограничения, но и его строгость.

За последние пятьдесят лет многое изменилось. В европейских странах существенно возросла забота о здоровье и социальных последствиях чрезмерного употребления алкоголя. Одновременно с нарастающей тревогой во всех европейских странах ужесточились нормы антиалкогольной политики. Кроме того, за последние десятилетия ситуация изменилась в связи с глобализацией Европы. И хотя формально антиалкогольная политика определяется каждым государством самостоятельно, наличие европейских торговых соглашений и развитие общих рынков ограничивают действия государственных властей. Индекс строгости антиалкогольной политики для некоторых европейских стран в 2000 году представлен на рис.16.

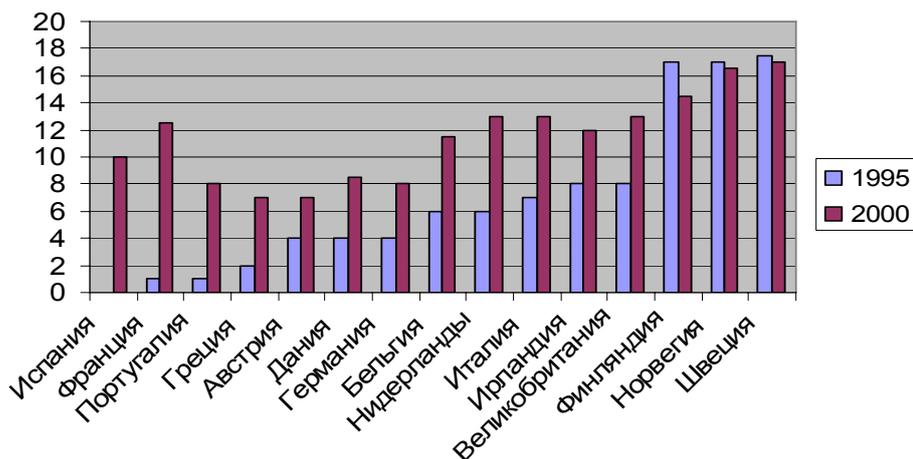


Рисунок 16. Индекс строгости алкогольной политики в европейских странах, 1995 и 2000 гг  
 Источник: Karlsson and Osterberg, 2001

В большинстве европейских стран за последние 50 лет наблюдается существенное снижение уровня потребления алкоголя, наряду с существенным изменением структуры потребления – крепкие напитки вытесняются слабоалкогольными. Во многом эта положительная динамика обусловлена грамотной антиалкогольной политикой европейских стран. Опыт европейских стран, безусловно, заслуживает пристального изучения. Анализ международного опыта проведения антиалкогольной политики позволит получить представление об используемых мерах, а также об их эффективности.

## 5.2 Меры антиалкогольной политики и их эффективность

### 5.2.1 Ценовая политика

Ценовая политика регулирования рынка алкогольной продукции применяется в большинстве развитых стран. Их опыт свидетельствует о том, что повышение цен на алкоголь приводит к снижению его потребления.

Стоит отметить, что эффекты изменения цен на потребление алкогольных напитков достаточно хорошо изучены и описаны в литературе. Существует целый ряд эконометрических исследований, посвященных вопросам ценообразования (Babor et al, 2003; Bruun et al, 1975; Osterberg, 1995; Chaloupka, Grossman and Saffer, 2002). Результаты исследований показывают, что алкоголь является нормальным товаром – при повышении цены происходит снижение потребления и, наоборот, при понижении цены – происходит рост потребления алкогольных напитков. Причем эта зависимость наблюдается не только для потребления алкоголя в целом, но для потребления различных категорий напитков. Однако, эластичность спроса на алкоголь варьируется во времени, а также сильно зависит от типа напитка и региона потребления (Osterberg, 2001). Таким образом, при разработке антиалкогольной политики необходимо учитывать то, что не существует единого рецепта ценовых мер.

С помощью повышения цен на алкоголь можно влиять не только на потребление в целом, но и на потребление алкогольных напитков отдельными категориями потребителей. Так, например, в исследовании Babor et al, 2003 показано, что молодежь особенно чувствительна к повышению акцизов на алкоголь.

В широких кругах бытует мнение о том, что алкогольные напитки являются взаимозаменяемыми, то есть при увеличении цены на крепкие напитки, их потребление сокращается, а потребление слабоалкогольных напитков (ставших относительно более доступными) растет. Таким образом, можно предположить, что рост акцизной ставки на водку приведет к изменению структуры потребления – замещению водки слабоалкогольными напитками (в основном пивом), что является одной из приоритетных целей алкогольной политики стран с опасным потреблением крепких напитков. На практике, однако, замещение одних напитков другими при использовании ценовой политики происходит лишь в ограниченной степени (Edwards et al, 1994). Более того, в некоторых случаях может происходить нежелательное замещение алкогольных напитков определенного типа на нелегальную продукцию и суррогаты.

Акцизы - не единственный инструмент ценовой антиалкогольной политики. Влияние на цены также может осуществляться через введение ограничений на рекламные акции (например, скидки в определенные часы работы бара), а также установления пределов скидок при оптовых продажах и минимально допустимых ценовых уровней. Установление минимальной розничной цены на алкогольные напитки является мерой алкогольной политики, позволяющей не столько уменьшить потребление алкогольных напитков, сколько сократить нелегальный рынок алкоголя. Так, с 1 января 2010 года в России действует минимальная розничная цена на водку – 89 рублей. Установление минимальной цены на алкогольные напитки для большинства стран – нонсенс, нерыночная мера. При введении этой меры наша страна в основном опирается на опыт соседней Украины. По мнению Михаила Блинова, председателя экспертного совета по алкоголю Госдумы, установление минимальной цены на алкогольные напитки в Украине оказалось самой эффективной мерой в борьбе против нелегальной продукции.

Принимая во внимание вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что ценовая политика регулирования алкогольного рынка является эффективной мерой снижения экономической доступности алкоголя, что подтверждается опытом других стран. Однако, при формировании ценовой политики в отношении алкоголя необходимо тщательно учитывать влияние изменений цены алкогольных напитков на уровень потребления, учитывая как легальное, так и нелегальное потребление. Ценовая политика не должна ограничиваться только изменением акцизных ставок. Залог успеха ценовой политики – использование комплексного подхода, применение сбалансированной системы мер.

Следует также учитывать, что повышение налогов на алкоголь и вызванное этим падение потребления ведет к уменьшению объема налоговых поступлений в государственный бюджет. С другой стороны, потенциальное снижение алкогольных проблем, безусловно, приведет к уменьшению расходов на возмещение ущерба, связанного с алкоголем.

### **5.2.2 Ограничение физической доступности алкоголя**

Большинство стран использует те или иные меры ограничения физической доступности алкоголя. Строгость методов сильно варьируется, в некоторых странах достигая максимума - тотального запрета на алкоголь (сухой закон). Наиболее популярные меры ограничения физической доступности в развитых странах:

- Запрет на продажу алкогольной продукции на короткие промежутки времени – во время общественных праздников, национальных выборов, проведения ярмарок или ответственных футбольных матчей. В России такие запреты не являются распространенной мерой, однако есть опыт использования таких ограничений на региональном уровне. Так, например, в некоторых регионах ограничивается продажа спиртных напитков в новогоднюю ночь и 9 мая;

- Ограничения часов и дней торговли алкогольными напитками. Например, запрет торговли в вечернее и ночное время. Во многих регионах России в 2009 также был сокращен объем торговли алкоголем в ночное время;
- Ограничения, касающиеся локализации торговых точек по продаже спиртных напитков. Например, может быть запрещено торговать алкоголем вблизи образовательных учреждений, около церквей и вдоль автомобильных магистралей. Также может быть ограничено количество торговых точек из расчета на количество населения. В некоторых странах запрещено торговать алкоголем в киосках и через торговые автоматы;
- Во многих странах организации и частные лица, осуществляющие торговлю алкоголем, должны проходить лицензирование и/или специальное обучение;
- Очень важной мерой ограничения доступности алкоголя является запрет на продажу алкогольных напитков лицам, не достигшим определенного возраста. Возрастной ценз варьируется в зависимости от крепости напитков, места употребления и страны. Так, например, в Швеции, Норвегии и Финляндии крепкие напитки не продают лицам моложе 20 лет, а слабоалкогольное пиво – лицам моложе 18 лет. В Англии, Германии и Польше действует запрет на продажу алкогольных напитков лицам моложе 18 лет. В Италии, Испании и Португалии это ограничение существенно мягче – там алкоголь можно приобретать с 16 лет.
- Нормированная продажа алкоголя. Эта мера регулирует количество алкогольных напитков, которое может купить человек за единицу времени. Например, такая система рациирования была введена в Швеции в 1917 году и продержалась вплоть до 1955 года. Тогда согласно законодательству мужчинам разрешалось купить 4 литра спиртного в месяц, а незамужним женщинам – 1 литр, замужним женщинам карточки на покупку алкоголя не полагались вообще. В Финляндии в 50х годах единовременная покупка не могла превышать двух литров алкогольных напитков.

Необходимо отметить, что далеко не все упомянутые меры подвергались оценке. Тем не менее, существует ряд исследований, подтверждающих эффективность мер по ограничению физической доступности алкогольных напитков. Так, результаты эмпирических исследований свидетельствуют о наличии взаимосвязи между часами работы торговых точек и потреблением алкоголя и выраженности связанных с ним последствий (Babor et al, 2003, Edwards et al, 1994). Плотность географического размещения торговых точек также является важным фактором алкогольного контроля (Babor et al, 2003, Edwards et al, 1994). Существуют исследования, показывающие взаимосвязь возрастного ценза и дорожно-транспортных происшествий, связанных с употреблением алкоголя молодежью (Babor et al, 2003, Wagenaar and Toomey, 2000, Grube and Nygaard, 2001). Установлено, что увеличение возрастного ценза ведет к сокращению частоты таких аварий.

Таким образом, можно отметить, что результаты проведенных исследований показывают, что чем больше препятствий и неудобств связано с покупкой алкоголя, тем меньше уровень потребления и сопутствующих проблем.

### **5.2.3 Государственная монополия**

Государственная монополия на алкоголь является одним из самых известных способов контроля рынка спиртных напитков. Формы монополии и ее масштабы существенно варьируются в разных странах. Монополия может распространяться на производство или продажу алкоголя, либо на то и другое. Монополия может обладать правами только на некоторые виды алкогольных напитков или на все алкогольные напитки в целом. Монополия может быть региональной или общенациональной.

С начала XX века и до середины 1990-х годов в Скандинавских странах действовала государственная монополия на производство и оптовую торговлю алкоголем, но с принятием правил Евросоюза власти смогли сохранить контроль только за розницей. Крепкий алкоголь в этих странах продается только через подконтрольные государству торговые сети. Монополия на розничную торговлю крепкими алкогольными напитками также сохраняется в Исландии, в некоторых штатах США, практически во всех провинциях Канады. В Белоруссии с 2002 года действует государственная монополия на производство этилового спирта, а в отношении предприятий оптовой торговли применяется очень жесткая политика лицензирования. С 1995 года монополизировано производство спирта на Украине.

Политика государств относительно монополии изменялась в течение прошлого века во многих странах, что позволило исследователям выявить эффект государственной монополии на потребление алкогольных напитков. Результаты работ свидетельствуют о том, что в случаях частичной отмены монополии на розничную продажу спиртных напитков потреблению алкоголя возрастает (Makela, Osterberg and Sulkunen, 1981; Makela, Tryggvesson and Rossow, 2002; Wagenaar and Holder, 1995). Возврат к государственной монополии, в свою очередь, приводит к снижению потребления алкоголя и уменьшает масштаб алкогольных проблем (Edwards et al, 1994).

#### **5.2.4 Меры борьбы с вождением в состоянии опьянения**

Управление автомобилем в состоянии алкогольного опьянения – глобальная проблема, волнующая многие государства. Управление автомобилем в состоянии опьянения ежегодно становится причиной многих тысяч аварий. Именно это тяжкое нарушение правил управления транспортным средством является основной причиной аварий, причиняющих тяжкий вред здоровью граждан. Для того, чтобы изменить поведение водителей – потребителей алкоголя, в мировой практике используются следующие методы:

- Контроль за содержанием алкоголя в крови (САК). В большинстве стран установлено предельное значение САК, превышение которого создает опасность
- Суровое наказание за управление транспортным средством с состоянием алкогольного опьянения – от штрафа до тюремного заключения (в некоторых странах)
- Использование дополнительных технических средств для определения САК у водителей. Эта мера направлена на повышение выявляемости нарушителей, что увеличивает степень опасения водителей быть пойманными.
- Особые меры для молодых водителей, управляющих транспортным средством в состоянии алкогольного опьянения
- Особые меры для профессиональных водителей
- Запрет продажи алкоголя на заправках

Многие страны достигли существенных успехов в борьбе с вождением в состоянии опьянения. Результаты исследований показывают, что снижение порога САК ведет к снижению травматизма на дорогах (Rehn, Room and Edwards, 2001; Osterberg and Karlsson, 2002). Введение в США нулевого уровня САК для молодых водителей позволило добиться снижения доли аварий с участием молодых водителей, а также снижения количества аварий в ночное время со смертельным исходом. Наиболее эффективной превентивной мерой по мнению исследователей (Babor et al, 1993) является проведение частых и хорошо заметных проверок водителей на предмет содержания алкоголя в крови. Использование специальных технических средств увеличивает эффективность этой сдерживающей меры (Babor et al, 1993). Не выявлено, что лишение свободы за вождение в нетрезвом виде снижает количество подобных правонарушений. Наиболее эффективным

методом наказания исследователи признают лишение водительских прав (Babor et al, 1993).

Таким образом, мировой опыт показывает, что грамотно разработанные законы против вождения в состоянии алкогольного опьянения в совокупности с их строгим соблюдением являются высокоэффективным инструментом антиалкогольной политики.

### **5.2.5 Контроль рекламы алкогольных напитков**

Одним из распространенных методов регулирования рынка спиртных напитков – запрет рекламирования некоторых (или всех) спиртных напитков средствами массовой информации (некоторыми или всеми). Основные цели таких ограничений – уменьшить влечение к алкогольным напиткам и снизить вероятность закрепления вредной привычки.

Как минимум в 37 странах в той или иной форме существует запрет на рекламу алкоголя. Например, во Франции на радио и телевидении реклама алкогольных напитков запрещена с 17 до 24 часов. Наружная реклама разрешена, но существуют жесткие ограничения по ее содержанию. В Нидерландах также существуют строгие ограничения по содержанию рекламы алкогольных напитков – реклама не должна использовать понятия “спорт”, “дети”, “здоровье”, “зрелость”. В Эстонии реклама крепких напитков на радио и телевидении запрещена совсем. В Белоруссии реклама любых алкогольных напитков запрещена практически везде: на телевидении и радио, на первых и последних страницах прессы, внутри и снаружи (на расстоянии до 100 метров) зданий образовательных, оздоровительных, культурных и спортивных организаций, на транспорте (в том числе личном). Реклама алкоголя здесь не может говорить о свойствах продукта, нельзя показывать бутылку и даже упоминать вид алкоголя. В Финляндии и Испании разрешена реклама только слабоалкогольных напитков (до 22%), а также запрещено использование отдельных ситуаций (например, управление автомобилем) в рекламных материалах. Реклама алкоголя, целевой аудиторией которой являются водители транспортных средств считается особенно опасной, поскольку может провоцировать вождение транспортных средств в состоянии алкогольного опьянения. В России такие рассуждения не принимаются во внимание. Так, например, в журнале “За рулем”, выпуск №3 2010 год, из двадцати рекламных объявлений формата А4 пять(!) рекламировали крепкие алкогольные напитки. Заметим, что журнал “За рулем” является лидером среди автомобильных журналов в России с аудиторией 3 млн человек.

В ряде стран практикуются добровольные ограничения рекламы алкогольных напитков. Так, например, в США, где практически нет законодательных ограничений на рекламу алкоголя, производители пива и алкогольных напитков добровольно размещают рекламу алкогольных напитков, только в средствах массовой информации, чья аудитория на 70% состоит из взрослых.

Ранние эконометрические исследования связи между рекламой алкоголя и его потреблением дали смешанные результаты (Babor et al, 1993). Комитет экспертов ВОЗ отметил результаты недавних исследований, которые использовали самые современные методы и которые выявили воздействие рекламы алкоголя на поведение. Долгосрочные исследования воздействия различных форм маркетинга алкоголя показали небольшое, но значимое воздействие как на общее потребление алкоголя молодыми людьми, так и на возможность чрезмерного употребления ими алкоголя. Кроме того, последствия этого воздействия, по-видимому, являются кумулятивными, и на рынках с большей рекламой алкоголя молодые люди с большей вероятностью продолжают увеличение потребления алкоголя по мере приближения к двадцатипятилетнему возрасту (Второй доклад комитета экспертов всемирной организации здравоохранения по проблемам, связанным с

потреблением алкоголя, 2007). Самоконтроль в области алкогольной рекламы и маркетинга оказался недолговечным и в целом неэффективным (Babor et al, 2003). Таким образом, только законодательное ограничение рекламы алкогольных напитков может привести к снижению потребления алкоголя.

### **5.2.6 Образовательная политика**

В мире широко применяются разнообразные методики просвещения и убеждения людей по вопросам алкоголя. Самыми популярными из них являются: просвещение молодых людей в учебных заведениях, антиалкогольные кампании в средствах массовой информации, маркировка алкогольных напитков с предупреждением о потенциальном вреде для здоровья, создание обществ трезвости. Все эти меры направлены на изменение привычных представлений людей о потреблении алкогольных напитков.

Однако, результаты научных исследований не выявляют взаимосвязи потребления алкоголя и просветительских мер (Babor et al, 2003; Foxcroft et al, 2003). Эксперты ВОЗ считают, что просветительские и образовательные меры могут быть эффективными в случае применения их в комплексе с мерами ограничения физической доступности алкогольных напитков.

В России, по мнению ведущих экспертов (см., например, Немцов (2009)), необходимы следующие неценовые меры.

- Ограничение физического доступа алкоголя. А именно – ограничение продажи спиртного по времени (например, с 10 до 22), по возрасту (с 18 лет) и по месту (например, в городе не более одной торгующей точки на 1 кв км и не ближе, чем на километр от учебных заведений, в сельской местности – не ближе, чем на 5 км вдоль дороги между населенными пунктами);
- Введение жестких санкций за нарушение этих норм; особенно жестких за продажу алкоголя детям и подросткам;
- Ужесточение юридических санкций за нелегальное производство и продажу алкогольных напитков.
- Ужесточение штрафных, административных и юридических санкций за вождение автомобиля в нетрезвом состоянии;
- Расширение сети скоропомощных и реанимационных отделений;
- Восстановление сети учреждений закрытого типа для алкоголиков – злостных нарушителей общественного порядка, с обязательным принудительным (через решение суда) лечением от алкоголизма;
- Расширение сети стационаров для анонимного и бесплатного лечения больных алкоголизмом;
- Развитие учреждений по реанимации больных алкоголизмом после добровольного или принудительного лечения в стационарах;
- Обучение врачей и медицинских сестер первичного звена выявлению больных с соматической патологией алкогольной природы; при повторных обращениях таких пациентов в связи с алкогольными эксцессами направлять их в наркологические диспансеры;
- Создание при районных диспансерах подразделений по сбору информации о лицах, злоупотребляющих алкоголем;
- Введение специального противоалкогольного образования в школах, техникумах, институтах;
- Специальные и активные программы просвещения населения через СМИ и особенно ТВ.
- Полный запрет рекламы всех алкогольных напитков на ТВ.

## **6. Выводы.**

- Динамика смертности в России во многом объясняется избыточным потреблением алкоголя.
- Потребление крепких спиртных напитков преобладает над потреблением пива и вина в России как по совокупному объему потребления, так и по распространенности среди населения.
- Этот «северный» тип потребления распространен во всех доходных и образовательных группах.
- Наблюдается тенденция к смещению потребления водки в старшие возраста и переключению молодежи на потребление пива. Насколько устойчива эта тенденция – неясно.
- Наблюдается тенденция переключения более образованных и более состоятельных на потребление вина за счет потребления крепких напитков.
- Анализ влияния алкоголя на здоровье и смертность населения свидетельствует о сильном негативном воздействии частого потребления алкоголя. Умеренное потребление алкоголя не оказывает статистически значимого отрицательного эффекта.
- Негативное влияние частого потребления крепкого алкоголя превышает эффект частого потребления вина и пива. Частое потребление водки укорачивает жизнь в среднем на 9-10 лет, а влияния частого потребления пива статистически не выявлено.
- Активная политика противодействия алкоголизму должна включать меры ценовой и неценовой политики. Политика снижения потребления алкоголя требует повышения акцизов на все алкогольные продукты, с кардинально опережающим повышением акцизов на крепкие напитки. Только в этом случае можно надеяться на переключение потребления россиян на менее крепкие напитки с одновременным снижением совокупного потребления алкоголя.
- В России остается большой потенциал использования мер неценовой антиалкогольной политики, направленных на снижение потребления алкоголя в России. Опыт стран северной Европы, сумевших переключиться с потребления преимущественно крепких напитков на потребление пива и вина, и значительно снизить потребление крепких напитков, особенно полезен.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ.**

ЦЭФИР при РЭШ. Потребление алкоголя в России: влияние на здоровье и смертность

Таблица А1. Влияние потребления алкоголя на здоровье, совместная кросс-секция, 1994-2007

	Самооценка здоровья						Плохое и очень плохое здоровье		
	Мужчины и женщины		Мужчины		Женщины		Мужчины и женщины	Мужчины	Женщины
Возраст	-0.02	-0.02	-0.021	-0.021	-0.018	-0.018	0.035	0.037	0.032
	[0.000]***	[0.000]***	[0.000]***	[0.000]***	[0.000]***	[0.000]***	[0.001]***	[0.001]***	[0.001]***
Пол: Мужчины	0.209	0.209					-0.202		
	[0.006]***	[0.006]***					[0.017]***		
Женат/Замужем	0.032	0.032	0.031	0.031	0.029	0.029	-0.14	-0.172	-0.12
	[0.005]***	[0.005]***	[0.009]***	[0.009]***	[0.007]***	[0.007]***	[0.015]***	[0.026]***	[0.019]***
Начальное или среднее профессиональное	-0.01	-0.01	-0.029	-0.029	0.004	0.004	-0.085	-0.063	-0.099
	[0.006]*	[0.006]*	[0.009]***	[0.009]***	[0.007]	[0.007]	[0.016]***	[0.026]**	[0.020]***
Высшее	0.063	0.063	0.056	0.056	0.057	0.056	-0.211	-0.219	-0.193
	[0.008]***	[0.008]***	[0.012]***	[0.012]***	[0.009]***	[0.009]***	[0.022]***	[0.038]***	[0.027]***
Логарифм душевого дохода в ценах 1992 г.	0.022	0.022	0.019	0.019	0.023	0.023	-0.075	-0.088	-0.066
	[0.003]***	[0.003]***	[0.004]***	[0.004]***	[0.004]***	[0.004]***	[0.008]***	[0.012]***	[0.010]***
Самооценка ранга по шкале "не уважают - уважают"	0.027	0.027	0.035	0.036	0.018	0.018	-0.035	-0.053	-0.02
	[0.001]***	[0.001]***	[0.002]***	[0.002]***	[0.002]***	[0.002]***	[0.004]***	[0.006]***	[0.005]***
Частое потребление алкоголя	-0.025		-0.016		-0.021				
	[0.014]*		[0.015]		[0.033]				
Частое потребление водки		-0.029		-0.023		-0.025	0.092	0.084	0.066
		[0.017]*		[0.018]		[0.043]	[0.043]**	[0.048]*	[0.113]
Частое потребление пива (отдельно)		0.002		0.012		0.021	-0.105	-0.122	-0.187
		[0.031]		[0.035]		[0.066]	[0.101]	[0.115]	[0.212]
Курит	-0.06	-0.06	-0.041	-0.041	-0.07	-0.071	0.038	-0.024	0.07
	[0.006]***	[0.006]***	[0.007]***	[0.007]***	[0.008]***	[0.008]***	[0.017]**	[0.024]	[0.026]***
Индекс массы тела	0.029	0.029	0.111	0.111	0.007	0.007	-0.064	-0.184	-0.017
	[0.017]*	[0.017]*	[0.025]***	[0.025]***	[0.011]	[0.011]	[0.003]***	[0.058]***	[0.028]
Индекс массы тела/1000	-0.538	-0.539	-1.891	-1.891	-0.241	-0.241	1.158	2.998	0.503
	[0.304]*	[0.304]*	[0.468]***	[0.468]***	[0.195]	[0.195]	[0.047]***	[1.082]***	[0.452]
Безработные	-0.002	-0.002	0.004	0.004	-0.002	-0.002	0.082	0.031	0.1
	[0.011]	[0.011]	[0.017]	[0.017]	[0.015]	[0.015]	[0.032]**	[0.052]	[0.042]**
Городской населенный пункт	-0.061	-0.061	-0.062	-0.062	-0.06	-0.06	0.034	0.046	0.026
	[0.005]***	[0.005]***	[0.008]***	[0.008]***	[0.007]***	[0.007]***	[0.015]**	[0.023]**	[0.019]
Константа	3.197	3.196	2.288	2.287	3.575	3.575	-0.87	0.737	-1.705
	[0.230]***	[0.230]***	[0.321]***	[0.321]***	[0.155]***	[0.155]***	[0.084]***	[0.756]	[0.380]***
Набор переменных календарный год	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Число наблюдений	75037	75037	34083	34083	40954	40954	75265	34204	41061
R квадрат	0.19	0.19	0.17	0.17	0.18	0.18	0.12	0.12	0.12

\* значим на 10%; \*\* значим на 5%; \*\*\* значим на 1%

Таблица А2. Влияние потребления алкоголя на здоровье, панельные оценки, фиксированные эффекты, 1994-2007

	Самооценка здоровья						Плохое и очень плохое здоровье			
	Мужчины и женщины		Мужчины		Женщины		Мужчины и женщины		Мужчины	Женщины
Возраст	-0.016	-0.016	-0.023	-0.023	-0.01	-0.01	0.004	0.004	0.006	0.003
	[0.001]***	[0.001]***	[0.001]***	[0.001]***	[0.001]***	[0.001]***	[0.000]***	[0.000]***	[0.000]***	[0.000]***
Женат/Замужем	0.031	0.031	0.038	0.038	0.034	0.034	-0.002	-0.002	-0.006	-0.001
	[0.007]***	[0.007]***	[0.011]***	[0.011]***	[0.008]***	[0.008]***	[0.003]	[0.003]	[0.005]	[0.005]
Логарифм подушевого дохода семьи	0.007	0.007	0.006	0.006	0.008	0.008	-0.005	-0.005	-0.005	-0.006
	[0.003]**	[0.003]**	[0.004]	[0.004]	[0.004]**	[0.004]**	[0.001]***	[0.001]***	[0.002]**	[0.002]***
Самооценка ранга по шкале "не уважают - уважают"	0.01	0.01	0.013	0.013	0.007	0.007	-0.002	-0.002	-0.003	-0.002
	[0.001]***	[0.001]***	[0.002]***	[0.002]***	[0.002]***	[0.002]***	[0.001]***	[0.001]***	[0.001]***	[0.001]**
Частое потребление алкоголя	-0.028		-0.008		-0.098		0.017			
	[0.013]**		[0.015]		[0.031]***		[0.006]***			
Частое потребление водки (отдельно и вместе с иными напитками)		-0.028		-0.008		-0.13		0.017	0.01	0.056
		[0.015]*		[0.017]		[0.039]***		[0.007]**	[0.007]	[0.021]***
Частое потребление пива (отдельно)		0.017		0.042		-0.037		-0.005	-0.004	-0.015
		[0.029]		[0.035]		[0.059]		[0.014]	[0.015]	[0.032]
Курит	-0.011	-0.012	0.01	0.01	-0.048	-0.048	-0.012	-0.012	-0.022	0.003
	[0.010]	[0.010]	[0.013]	[0.013]	[0.014]***	[0.014]***	[0.005]***	[0.005]**	[0.006]***	[0.008]
Индекс массы тела	0.015	0.015	0.052	0.052	0.005	0.005	-0.008	-0.008	-0.021	-0.005
	[0.003]***	[0.003]***	[0.008]***	[0.008]***	[0.003]	[0.003]	[0.001]***	[0.001]***	[0.003]***	[0.002]***
Индекс массы тела/1000	-0.15	-0.15	-0.71	-0.711	-0.057	-0.057	0.073	0.073	0.277	0.045
	[0.036]***	[0.036]***	[0.130]***	[0.130]***	[0.037]	[0.037]	[0.018]***	[0.018]***	[0.056]***	[0.020]**
Константа	3.451	3.451	3.252	3.254	3.338	3.338	0.15	0.149	0.262	0.163
	[0.050]***	[0.050]***	[0.117]***	[0.117]***	[0.060]***	[0.060]***	[0.025]***	[0.025]***	[0.050]***	[0.033]***
Число наблюдений	75054	75054	34097	34097	40957	40957	75283	75283	34219	41064
Число индивидов (групп)	19026	19026	9025	9025	10002	10002	19056	19056	9043	10014
R квадрат	0.16	0.16	0.15	0.15	0.16	0.16	0.06	0.06	0.06	0.05

Стандартные ошибки в скобках

\* значим на 10%; \*\* значим на 5%; \*\*\* значим на 1%

Таблица А3. Детерминанты риска смерти, трудоспособный возраст, 18-65. Параметрическая регрессия Гомперца.

	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Экономическое благосостояние</i>				
Логарифм душевого дохода в ценах 1992 г.	0.86 [0.045]***	0.853 [0.045]***	0.86 [0.045]***	0.854 [0.045]***
Бедное домохозяйство: 1ый эпизод бедности	1.373 [0.227]*	1.338 [0.230]*	1.369 [0.226]*	1.343 [0.232]*
Бедное домохозяйство: 2ой, 3ий, ... эпизоды	0.981 [0.154]	0.98 [0.155]	0.98 [0.155]	0.975 [0.154]
<i>Самооценка статуса</i>				
Экономический ранг согласно 9-ступенчатой лестнице	0.973 [0.035]	0.97 [0.035]	0.972 [0.035]	0.971 [0.035]
Неденежный ранг согласно 9-ступенчатой лестнице	0.947 [0.023]**	0.945 [0.023]**	0.946 [0.023]**	0.947 [0.023]**
<i>Индикатор стресса</i>				
Обеспокоенность обеспечить самое необходимое	1.088 [0.113]	1.065 [0.112]	1.083 [0.112]	1.077 [0.113]
<i>Привычки</i>				
Курит	1.582 [0.193]***	1.577 [0.191]***	1.584 [0.193]***	1.563 [0.188]***
Частое потребление алкоголя	1.594 [0.282]***			1.514 [0.273]**
Пьет водку / крепкие напитки		1.142 [0.123]		1.117 [0.124]
Пьет пиво		1.021 [0.136]		0.999 [0.132]
Частое потребление водки			1.663 [0.324]***	
Частое потребление пива			1.243 [0.726]	
<i>Доступность алкоголя</i>				
Относительная цена водки в поселении	1.015 [0.011]	1.015 [0.011]	1.015 [0.011]	1.015 [0.011]

ЦЭФИР при РЭШ. Потребление алкоголя в России: влияние на здоровье и смертность

	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Опыт на рынке труда</i>				
Безработные	1.495 [0.363]*	1.503 [0.361]*	1.498 [0.365]*	1.498 [0.363]*
Опыт самозанятости/предпринимательства	0.472 [0.182]*	0.472 [0.182]*	0.471 [0.181]*	0.472 [0.182]*
Мобильность на рынке труда	0.488 [0.087]***	0.493 [0.087]***	0.489 [0.087]***	0.492 [0.087]***
<i>Доступ к системе здравоохранения</i>				
Не могли позволить или найти лекарства	1.179 [0.264]	1.144 [0.269]	1.174 [0.262]	1.149 [0.270]
Пол: Мужчины	3.478 [0.453]***	3.484 [0.476]***	3.481 [0.453]***	3.434 [0.466]***
<i>Социальный и индивидуальный ЧК</i>				
Женат/Замужем	1.081 [0.114]	1.07 [0.114]	1.077 [0.114]	1.073 [0.115]
Размер семьи	1.161 [0.041]***	1.163 [0.042]***	1.161 [0.041]***	1.163 [0.042]***
Дети в семье	0.769 [0.112]*	0.754 [0.110]*	0.769 [0.112]*	0.753 [0.111]*
Образование (среднее - базовая категория)				
Начальное или среднее профессиональное	0.847 [0.087]	0.836 [0.087]*	0.852 [0.089]	0.839 [0.087]*
Высшее	0.649 [0.123]**	0.647 [0.124]**	0.652 [0.124]**	0.649 [0.124]**
Городской населенный пункт	0.758 [0.072]***	0.744 [0.076]***	0.755 [0.071]***	0.743 [0.076]***
<i>Показатели здоровья</i>				
Коэффициент функции Гомперца	Yes*** 0.053 [0.004]***	Yes*** 0.053 [0.004]***	Yes*** 0.053 [0.004]***	Yes*** 0.053 [0.004]***
Число наблюдений	70715	70513	70715	70513
Число объектов	17606	17596	17606	17596
Число смертельных случаев	420	418	420	418
Логарифм функции псевдоправдоподобия	-603.07	-602.64	-603.24	-600.36

Робастные стандартные ошибки (кластеризованы по PSU) в скобках; \* значим на 10%; \*\* значим на 5%; \*\*\* значим на 1%

**Таблица А.4 Потребление каких-либо алкогольных напитков 2006-2008гг (употреблял ли алкогольные напитки в течение последних 30 дней)<sup>6</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
Все наблюдения	59%	59%	56%	58%
<i>Пол</i>				
Мужчины	70%	70%	69%	70%
Женщины	49%	50%	48%	49%
<i>Возраст</i>				
<25	51%	51%	49%	51%
25-39	73%	73%	71%	72%
40-55	67%	68%	64%	66%
55+	42%	42%	41%	42%
<i>Доход</i>				
1я квантиль	53%	55%	49%	52%
2я квантиль	54%	51%	52%	52%
3я квантиль	55%	59%	60%	58%
4я квантиль	63%	63%	61%	62%
5я квантиль	68%	68%	59%	65%
<i>Образование</i>				
Общее	44%	45%	44%	44%
Начальное профессиональное	65%	67%	63%	65%
Среднее профессиональное	60%	59%	56%	58%
Высшее профессиональное	69%	67%	64%	66%

**Таблица А5. Потребление каких-либо алкогольных напитков (употреблял ли алкогольные напитки в течение последних 30 дней) по полу и возрасту 2006-2008гг<sup>7</sup>**

2006		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	52%	44%
25-39	77%	63%
40-55	73%	57%
55+	62%	30%
2007		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	50%	43%
25-39	78%	63%
40-55	73%	58%
55+	62%	31%
2008		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	55%	44%
25-39	79%	63%
40-55	72%	57%
55+	63%	30%
2006-2008		

<sup>6</sup> В процентах от всех опрошенных<sup>7</sup> В процентах от всех опрошенных

<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	56%	46%
25-39	80%	65%
40-55	74%	59%
55+	64%	31%

## 2. Потребление пива в течение 30 дней, предшествовавших опросу

**Таблица А6. Потребление пива (употреблял ли пиво в течение последних 30 дней) в 2006-2008<sup>8</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
Все наблюдения	35%	35%	34%	35%
<i>Пол</i>				
Мужчины	50%	51%	49%	50%
Женщины	24%	24%	22%	23%
<i>Возраст</i>				
<25	41%	40%	39%	40%
25-39	51%	52%	49%	51%
40-55	36%	35%	34%	35%
55+	15%	15%	14%	15%
<i>Доход</i>				
1я квантиль	34%	37%	33%	35%
2я квантиль	32%	31%	31%	31%
3я квантиль	31%	33%	36%	33%
4я квантиль	39%	37%	35%	37%
5я квантиль	40%	39%	33%	37%
<i>Образование</i>				
Общее	28%	30%	28%	29%
Начальное профессиональное	43%	43%	41%	42%
Среднее профессиональное	33%	33%	31%	33%
Высшее профессиональное	37%	34%	33%	35%

**Таблица А7. Потребление пива (употреблял ли пиво в течение последних 30 дней) по полу и возрасту 2006-2008гг<sup>9</sup>**

2006		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	50%	33%
25-39	65%	37%
40-55	49%	25%
55+	31%	8%
2007		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	50%	32%
25-39	68%	38%
40-55	49%	23%
55+	29%	8%
2008		

<sup>8</sup> В процентах от всех опрошенных

<sup>9</sup> В процентах от всех опрошенных

<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	49%	30%
25-39	65%	36%
40-55	49%	23%
55+	28%	7%

2006-2008		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	50%	32%
25-39	66%	37%
40-55	49%	24%
55+	29%	8%

### 3. Потребление водки в течение 30 дней, предшествовавших опросу

**Таблица А8. Потребление водки (употреблял ли водку в течение последних 30 дней) в 2006-2008<sup>10</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
Все наблюдения	30%	28%	28%	29%
<i>Пол</i>				
Мужчины	44%	42%	44%	43%
Женщины	19%	18%	17%	18%
<i>Возраст</i>				
<25	14%	12%	12%	13%
25-39	38%	35%	35%	36%
40-55	40%	38%	39%	39%
55+	24%	24%	24%	24%
<i>Доход</i>				
1я квантиль	25%	25%	25%	25%
2я квантиль	26%	23%	26%	25%
3я квантиль	27%	28%	29%	28%
4я квантиль	34%	31%	31%	32%
5я квантиль	37%	34%	31%	34%
<i>Образование</i>				
Общее	18%	18%	19%	18%
Начальное профессиональное	37%	36%	36%	37%
Среднее профессиональное	31%	28%	28%	29%
Высшее профессиональное	35%	32%	30%	32%

**Таблица А9. Потребление водки (употреблял ли водку в течение последних 30 дней) по полу и возрасту 2006-2008гг<sup>11</sup>**

2006		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины
<25	21%	7%
25-39	52%	25%
40-55	54%	28%
55+	44%	14%

2007		
<i>Возраст</i>	Мужчины	Женщины

<sup>10</sup> В процентах от всех опрошенных

<sup>11</sup> В процентах от всех опрошенных

<25	18%	6%
25-39	50%	22%
40-55	52%	26%
55+	42%	16%
2008		
<i>Возраст</i>	<i>Мужчины</i>	<i>Женщины</i>
<25	19%	6%
25-39	52%	20%
40-55	54%	26%
55+	46%	14%
2006-2008		
<i>Возраст</i>	<i>Мужчины</i>	<i>Женщины</i>
<25	19%	6%
25-39	51%	22%
40-55	54%	27%
55+	44%	15%

#### 4. Частота употребления алкогольных напитков

**Таблица А10. Частота употребления алкогольных напитков (как часто употреблял алкогольные напитки в течение последних 30 дней) в 2006-2008<sup>12</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
Каждый день	2%	2%	2%	2%
4-6 раз в неделю	3%	3%	3%	3%
2-3 раза в неделю	15%	16%	14%	15%
1 раз в неделю	23%	25%	25%	24%
2-3 раза в месяц	34%	34%	36%	35%
1 раз в месяц	21%	20%	20%	20%

**Таблица А11. Частота употребления алкогольных напитков (как часто употреблял алкогольные напитки в течение последних 30 дней) в 2006-2008<sup>13</sup>: мужчины и женщины**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>Мужчины</i>				
Каждый день	4%	4%	3%	4%
4-6 раз в неделю	5%	5%	5%	5%
2-3 раза в неделю	23%	23%	21%	22%
1 раз в неделю	27%	28%	30%	28%
2-3 раза в месяц	29%	28%	29%	29%
1 раз в месяц	13%	11%	11%	12%
<i>Женщины</i>				
Каждый день	1%	1%	1%	1%
4-6 раз в неделю	1%	1%	1%	1%
2-3 раза в неделю	7%	8%	7%	7%
1 раз в неделю	19%	21%	20%	20%
2-3 раза в месяц	40%	39%	43%	41%
1 раз в месяц	31%	30%	28%	30%

<sup>12</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

<sup>13</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

**Таблица А12. Частота употребления алкогольных напитков (как часто употреблял алкогольные напитки в течение последних 30 дней) в 2006-2008: возрастные группы<sup>14</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>&lt;25 лет</i>				
Каждый день	1%	1%	1%	1%
4-6 раз в неделю	2%	3%	1%	2%
2-3 раза в неделю	14%	15%	13%	14%
1 раз в неделю	26%	26%	27%	27%
2-3 раза в месяц	36%	36%	37%	36%
1 раз в месяц	21%	20%	20%	20%
<i>25-39 лет</i>				
Каждый день	2%	2%	2%	2%
4-6 раз в неделю	3%	4%	3%	3%
2-3 раза в неделю	17%	18%	16%	17%
1 раз в неделю	25%	28%	28%	27%
2-3 раза в месяц	35%	33%	35%	35%
1 раз в месяц	17%	15%	16%	16%
<i>40-55 лет</i>				
Каждый день	2%	2%	3%	3%
4-6 раз в неделю	4%	3%	3%	3%
2-3 раза в неделю	15%	14%	14%	14%
1 раз в неделю	22%	25%	24%	23%
2-3 раза в месяц	35%	35%	37%	36%
1 раз в месяц	21%	21%	20%	20%
<i>&gt;55 лет</i>				
Каждый день	4%	3%	3%	4%
4-6 раз в неделю	3%	4%	3%	3%
2-3 раза в неделю	13%	14%	13%	13%
1 раз в неделю	19%	19%	20%	19%
2-3 раза в месяц	31%	30%	34%	32%
1 раз в месяц	30%	29%	26%	28%

**Таблица А13. Частота употребления алкогольных напитков (как часто употреблял алкогольные напитки в течение последних 30 дней) в 2006-2008: доходные группы<sup>15</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>1я квантиль (самый низкий доход)</i>				
Каждый день	2%	3%	3%	3%
4-6 раз в неделю	4%	6%	3%	4%
2-3 раза в неделю	16%	16%	15%	16%
1 раз в неделю	21%	28%	24%	24%
2-3 раза в месяц	36%	31%	36%	35%
1 раз в месяц	20%	16%	17%	18%
<i>2я квантиль</i>				
Каждый день	2%	2%	2%	2%
4-6 раз в неделю	3%	2%	2%	2%
2-3 раза в неделю	14%	14%	12%	13%
1 раз в неделю	22%	25%	23%	23%

<sup>14</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки<sup>15</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

2-3 раза в месяц	34%	32%	36%	34%
1 раз в месяц	24%	24%	24%	24%
<i>3 квантиль</i>				
Каждый день	2%	2%	2%	2%
4-6 раз в неделю	3%	3%	3%	3%
2-3 раза в неделю	14%	15%	15%	14%
1 раз в неделю	22%	22%	27%	24%
2-3 раза в месяц	34%	35%	34%	34%
1 раз в месяц	25%	23%	18%	22%
<i>4я квантиль</i>				
Каждый день	3%	2%	2%	2%
4-6 раз в неделю	3%	3%	2%	3%
2-3 раза в неделю	15%	16%	15%	15%
1 раз в неделю	25%	25%	27%	26%
2-3 раза в месяц	35%	34%	35%	35%
1 раз в месяц	18%	21%	19%	19%
<i>5я квантиль (самый высокий доход)</i>				
Каждый день	2%	2%	2%	2%
4-6 раз в неделю	2%	3%	3%	3%
2-3 раза в неделю	17%	18%	13%	16%
1 раз в неделю	25%	25%	23%	24%
2-3 раза в месяц	33%	34%	39%	35%
1 раз в месяц	21%	17%	20%	19%

**Таблица А14. Частота употребления алкогольных напитков (как часто употреблял алкогольные напитки в течение последних 30 дней) в 2006-2008: образовательные группы<sup>16</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>Общее образование</i>				
Каждый день	2%	2%	2%	2%
4-6 раз в неделю	4%	3%	3%	3%
2-3 раза в неделю	15%	16%	13%	15%
1 раз в неделю	22%	26%	24%	24%
2-3 раза в месяц	33%	32%	36%	34%
1 раз в месяц	23%	21%	21%	22%
<i>Начальное профессиональное образование</i>				
Каждый день	2%	3%	3%	3%
4-6 раз в неделю	4%	5%	4%	4%
2-3 раза в неделю	19%	18%	18%	18%
1 раз в неделю	24%	26%	26%	25%
2-3 раза в месяц	33%	30%	32%	32%
1 раз в месяц	18%	18%	17%	17%
<i>Среднее профессиональное образование</i>				
Каждый день	2%	1%	1%	2%
4-6 раз в неделю	2%	2%	2%	2%
2-3 раза в неделю	12%	14%	11%	12%
1 раз в неделю	22%	22%	25%	23%
2-3 раза в месяц	36%	39%	38%	37%
1 раз в месяц	26%	22%	23%	24%

<sup>16</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

<i>Высшее профессиональное образование</i>				
Каждый день	2%	2%	1%	2%
4-6 раз в неделю	2%	3%	2%	2%
2-3 раза в неделю	13%	14%	13%	13%
1 раз в неделю	24%	25%	24%	24%
2-3 раза в месяц	37%	35%	40%	37%
1 раз в месяц	21%	21%	20%	20%

## 5. Структура потребления алкогольных напитков

**Таблица А15. Структура потребления алкогольных напитков в 2006-2008<sup>17</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
Пиво	60%	60%	60%	60%
Вино, шампанское	25%	22%	28%	25%
Крепленое вино	8%	10%	9%	9%
Самогон	8%	8%	7%	8%
Водка и другие крепкие напитки	48%	51%	50%	50%

**Таблица А16. Структура потребления алкогольных напитков в 2006-2008<sup>18</sup>: мужчины и женщины**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>Мужчины</i>				
Пиво	71%	72%	72%	72%
Вино, шампанское	10%	11%	13%	11%
Крепленое вино	6%	6%	7%	6%
Самогон	12%	12%	10%	11%
Водка и другие крепкие напитки	62%	59%	64%	62%
<i>Женщины</i>				
Пиво	48%	47%	47%	48%
Вино, шампанское	35%	40%	43%	39%
Крепленое вино	13%	11%	12%	12%
Самогон	5%	5%	4%	4%
Водка и другие крепкие напитки	38%	36%	36%	37%

**Таблица А17. Структура потребления алкогольных напитков в 2006-2008: возрастные группы<sup>19</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>&lt;25 лет</i>				
Пиво	81%	79%	79%	80%
Вино, шампанское	26%	27%	31%	28%
Крепленое вино	7%	5%	7%	7%
Самогон	2%	2%	2%	2%
Водка и другие крепкие напитки	27%	23%	24%	25%
<i>25-39 лет</i>				
Пиво	70%	71%	70%	70%
Вино, шампанское	23%	27%	29%	26%
Крепленое вино	9%	8%	9%	9%

<sup>17</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

<sup>18</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

<sup>19</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

Самогон	7%	7%	6%	7%
Водка и другие крепкие напитки	52%	48%	49%	50%
<i>40-55 лет</i>				
Пиво	54%	52%	54%	53%
Вино, шампанское	21%	23%	26%	23%
Крепленое вино	10%	9%	9%	9%
Самогон	10%	9%	8%	9%
Водка и другие крепкие напитки	60%	57%	61%	59%
<i>&gt;55 лет</i>				
Пиво	36%	35%	34%	35%
Вино, шампанское	17%	20%	25%	21%
Крепленое вино	12%	11%	11%	12%
Самогон	13%	15%	12%	13%
Водка и другие крепкие напитки	57%	58%	60%	58%

**Таблица А18. Структура потребления алкогольных напитков в 2006-2008: доходные группы<sup>20</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>1я квантиль (самый низкий доход)</i>				
Пиво	64%	69%	66%	66%
Вино, шампанское	13%	15%	21%	16%
Крепленое вино	8%	7%	9%	8%
Самогон	15%	15%	11%	14%
Водка и другие крепкие напитки	46%	47%	50%	48%
<i>2я квантиль</i>				
Пиво	60%	61%	59%	60%
Вино, шампанское	19%	18%	26%	21%
Крепленое вино	9%	8%	9%	9%
Самогон	11%	10%	6%	9%
Водка и другие крепкие напитки	49%	46%	49%	48%
<i>3я квантиль</i>				
Пиво	56%	56%	60%	57%
Вино, шампанское	20%	26%	29%	25%
Крепленое вино	10%	10%	9%	9%
Самогон	7%	7%	5%	6%
Водка и другие крепкие напитки	49%	47%	48%	48%
<i>4я квантиль</i>				
Пиво	63%	59%	58%	60%
Вино, шампанское	24%	29%	31%	28%
Крепленое вино	11%	8%	10%	10%
Самогон	5%	6%	4%	5%
Водка и другие крепкие напитки	54%	50%	51%	51%
<i>5я квантиль (самый высокий доход)</i>				
Пиво	59%	58%	57%	58%
Вино, шампанское	31%	32%	29%	31%
Крепленое вино	10%	9%	9%	9%
Самогон	5%	5%	10%	7%
Водка и другие крепкие напитки	54%	51%	53%	53%

<sup>20</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

**Таблица А19. Структура потребления алкогольных напитков в 2006-2008: образовательные группы<sup>21</sup>**

	2006	2007	2008	2006-2008
<i>Общее образование</i>				
Пиво	65%	66%	64%	65%
Вино, шампанское	17%	18%	23%	20%
Крепленое вино	9%	7%	9%	8%
Самогон	11%	11%	9%	10%
Водка и другие крепкие напитки	40%	41%	43%	41%
<i>Начальное профессиональное образование</i>				
Пиво	65%	65%	65%	65%
Вино, шампанское	13%	15%	17%	15%
Крепленое вино	9%	7%	8%	8%
Самогон	13%	11%	10%	12%
Водка и другие крепкие напитки	57%	53%	57%	56%
<i>Среднее профессиональное образование</i>				
Пиво	56%	56%	56%	56%
Вино, шампанское	25%	30%	31%	29%
Крепленое вино	11%	9%	10%	10%
Самогон	5%	5%	5%	5%
Водка и другие крепкие напитки	52%	48%	50%	50%
<i>Высшее профессиональное образование</i>				
Пиво	54%	51%	51%	52%
Вино, шампанское	37%	41%	45%	41%
Крепленое вино	11%	11%	11%	11%
Самогон	3%	3%	2%	3%
Водка и другие крепкие напитки	51%	48%	48%	49%

<sup>21</sup> В процентах от употреблявших алкогольные напитки

## Литература

1. *Alcohol in Postwar Europe. Consumption, Drinking Patterns? Consequences and policy responses in 15 European countries* (2001) Thor Norstrom (editor). National Institute of Public Health, Sweden.
2. Alcohol per capita consumption, patterns of drinking and abstention worldwide after 1995. Appendix 2. *European Addiction Research*, 2001, 7(3):155–157.
3. Andrienko, Yuri, and Alexander Nemtsov (2005). “Estimation of Individual Alcohol Demand,” *Economics Education and Research Consortium, Working Paper series*, 05/10.
4. Babor, T. F., Caetano, R., Caswell, S., Edwards, G., Giesbrecht, N., Graham, K., et al. (2003). *Alcohol: No ordinary commodity. Research and public policy*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
5. Braninerd, Elizabeth and David M. Cutler (2005). “Autopsy of an Empire: Understanding Mortality in Russia and the Former Soviet Union”, *Journal of Economic Perspectives*, 19, 1, pp.107-130.
6. Bruun, K., Edwards, G., Lumio, M., Makela, K., Pan, L., Popham, R. E. et al. (1975) *Alcohol Control Policies in Public Health Perspective*. Finnish Foundation for Alcohol Studies, Helsinki.
7. Chaloupka, F., Grossman, M. and Saffer, H. (2002). “The effects of price on alcohol consumption and alcohol-related problems”. *Alcohol Research and Health*. (26)1: 22-34.
8. Di Castelnuovo, Augusto, Serenella Rotondo, Licia Iacoviello, Maria Benedetta Donati, Giovanni de Gaetano (2002) “Meta-Analysis of Wine and Beer Consumption in Relation to Vascular Risk” *Circulation*, 105, 2836-2844.
9. Edwards G. et al. (1994). *Alcohol policy and the public good*. Oxford: Oxford University Press (Издание на русском языке: Алкогольная политика и общественное благо / Ред. Г. Эдвардс. Региональные публикации ВОЗ. Европейская серия № 80. 1998).
10. Edwards, G., Anderson, P., Babor, T. F., Casswell, S., Ferrence, R., Giesbrecht, N., Godfrey, C., Holder, H.D., Lemmens, P., Mäkelä, K., Midanik, L., Norström, T., Österberg, E., Romelsjö, A., Room, R., Simpura, J. & Skog, O.-J. (1994) *Alcohol Policy and the Public Good* (Oxford, Oxford University Press).
11. European Health for All database (HFA-DB). 2008. Copenhagen, WHO Regional Office for Europe (<http://www.euro.who.int/hfaddb>).
12. Foxcroft, D. R., Ireland, D., Lister-Sharp, D. J., Lowe, G., and Breen, R. (2003). “Longer-term primary prevention for alcohol misuse in young people: A systematic review”. *Addiction*, 98, 397–411.
13. Gilinskiy Y. (2000) Analysis of statistics on some forms of social deviation in St. Petersburg from 1980 to 1995. In: Leifman H, Edgren-Henrichson N, eds. *Statistics on alcohol, drugs and crime in the Baltic Sea region*. Helsinki, Nordic Council for Alcohol and Drug Research (NAD)
14. Grube, J. W. & Nygaard, P. (2001). “Adolescent Drinking and Alcohol Policy.” *Contemporary Drug Problems*, 28, 87-131.
15. Harkin, A.M., Anderson, P. & Lehto, J. (1995). *Alcohol in Europe: A Health Perspective*. Copenhagen: World Health Organization Regional Office for Europe.
16. Karlsson, T. and Österberg, E. (2001). “A Scale of Formal Alcohol Control Policy in 15 European Countries.” *Nordisk Alkohol& Narkotikatidskrift* (Nordic Studies on Alcohol and Drugs), (English Supplement): 117-31.
17. Leon, David (2007). “Hazardous Alcohol Drinking and Premature Mortality in Russia: a Population Based Case-Control Study,” *Lancet*, Vol.369, Issue 9578, pp.2002-2009.

18. Leon, David A., L. Chenet, Vladimir Shkolnikov, Sergei Zakharov, Judith Shapiro, Galina Rakhmanova, Sergei Vassin, and Martin McKee (1997). "Huge Variation in Russian Mortality Rates 1984-94: Artifact, Alcohol, or What?" *Lancet*, 350, pp.383-88.
19. Leppanen, K., Sullstrom, R. & Suoniemi, I. (2001) "*The Consumption of Alcohol in Fourteen European Countries. A Comparative Econometric Analysis*" (Helsinki, Stakes).
20. Makela P., K. Tryggvesson, and I. Rossow (2002). "Who drinks more or less when policies change? The evidence from 50 years of Nordic studies. The effects of Nordic alcohol policies: Analyses of changes in control systems". Ed. by R. Room, pp. 17-70. Helsinki, Nordic Council for Alcohol and Drug Research.
21. Makela K., E. Osterberg, and P. Sulkunen (1981). "Drinking in Finland. Increasing alcohol availability in a monopoly state. Alcohol, society, and the state 2: The history of control policy in seven countries". Ed. by E. Single, P. Morgan, and J. de Lint, pp. 31-60. Toronto: Addiction Research Foundation.
22. Nemtsov A. (2002). "Alcohol-related harm losses in Russia in the 1980s and 1990s". *Addiction*. 97. 1413—1425.
23. Osterberg E. (1995). "Do alcohol prices affect consumption and related problems? Alcohol and public policy. Evidence and issues." Ed. by H. Holder and G. Edwards, pp. 145-163. Oxford: Oxford University Press
24. Osterberg E. (2001). *Pricing and Taxation*. Handbook on alcohol dependence and related problems / Ed. by N. Heather, T. Peters, T. Stockwell, pp. 685-698. London: Wiley.
25. Österberg, E. & Karlsson, T. (2002) *Alcohol Policies in EU Member States and Norway. A Collection of Country Reports* (Helsinki, Stakes).
26. Rehn, N., Room, R., & Edwards, G. (2001). *Alcohol in the European Region - Consumption, Harm, and Policies*. Copenhagen: World Health Organization Regional Office for Europe.
27. Shkolnikov, V.M., G.A Cornia, D.A. Leon, and F. Mesle (1998). "Causes of the Russian Mortality Crisis: Evidence and Interpretations," *World Development*, 26, 11, pp.1995-2011.
28. Wagenaar A. and Toomey T. (2000). "Alcohol policy: gaps between current research." *Contemporary drug problems*, 27:681-733.
29. Wagenaar, A. and Holder, H. (1995) "Changes in Alcohol Consumption Resulting from the Elimination of Retail Wine Monopolies: Result from Five U.S. States". *Journal of Studies on Alcohol*, Vol .56, No. 5.
30. WHO Global Status Report on Alcohol 2004, Country Profiles, World Health Organization 2004
31. Второй доклад комитета экспертов всемирной организации здравоохранения по проблемам, связанным с потреблением алкоголя, 2007
32. Немцов А. (2009) *Алкогольная история России: Новейший период*. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 320 с. МНИИП