

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-9-76

УДК 316.624

СОЦИАЛЬНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Лебедева-Несевря Н. А.

Статья посвящена анализу влияния макросоциальных факторов на потребление алкоголя населением регионов России. Осуществлена кластеризация субъектов РФ по уровню потребления алкоголя. Выделены 6 типов территорий, различающихся показателями розничной продажи водки и ликероводочных изделий, коньяков, вин, слабоалкогольных напитков и пива. Установлено, что основной вклад социально-экономические показатели вносят в потребление крепких спиртных напитков и шампанских вин. Потребление пива не зависит от уровня социально-экономического развития территории, уровня и условий жизни населения. Эмпирической базой выступили данные Федеральной службы государственной статистики по объемам розничной продажи алкогольных напитков и пива населению, социально-экономическому развитию территорий, уровню жизни населения и уровню благоустроенности жилья субъектов РФ за 2010-2011 гг. В качестве методов анализа данных использованы корреляционный, кластерный и регрессионный анализ. Результаты могут быть учтены при разработке программ сохранения и укрепления здоровья населения регионов РФ, подготовке стратегий социально-экономического развития территорий.

Ключевые слова: алкоголь; потребление; регионы; Россия; кластерный анализ.

SOCIAL DETERMINANTS OF ALCOHOL CONSUMPTION IN RUSSIAN REGIONS

Lebedeva-Nesevrya N.A.

The macro-social determinants of alcohol consumption in Russian regions are described in the paper. With the help of cluster analysis 6 types of territories, which differ by the retail sales of vodka and liquors, cognacs, wines, soft drinks and beer, are allocated. It is proved that the socio-economic indicators affect mostly on the consumption of spirits and champagnes. Beer consumption does not depend on the level of socio-economic development of the territory and living conditions of the population. The empirical base is presented by the data of the Federal service of state statistics on the volume of retail sales of alcohol and beer, socio-economic development of the Russian regions for 2010-2011. Correlation, cluster and regression analysis are used as the methods of data analysis. The results can be used in health management and preparation of strategies of socio-economic development of territories.

Keywords: alcohol; consumption; regions; Russia; cluster analysis.

Введение. Высокий уровень потребления алкоголя в России был и остается актуальной проблемой, вносящей значительный вклад в формирование социальных рисков, снижение человеческого потенциала, представляющей одну из главных угроз национальной безопасности в сфере здоровья населения [8]. Злоупотребление алкоголем, помимо негативных медико-демографических последствий, формирует также колоссальное экономическое бремя. По данным 2010 г., минимальное суммарное бремя алкоголизма и чрезмерного употребления алкоголя в России составляет более 647,7 млрд. руб. в год, что эквивалентно 2% валового внутреннего продукта страны [3].

Помимо изучения последствий потребления алкоголя, анализ алкогольной ситуации требует также внимания к предпосылкам и факторам, детермини-

рующим высокие уровни потребления спиртных напитков на популяционном уровне [4].

Многочисленные зарубежные и отечественные исследования доказали влияние социально-демографических факторов [9; 10; 12; 13] и социального статуса [1; 2; 14; 17] на потребление алкоголя. В ряде работ обосновывается зависимость потребления алкоголя от характера внутрисемейных отношений, наличия детей и микросоциального окружения [11; 15].

Однако, индивидуальные (поведенческие) факторы потребления алкоголя опосредуются более масштабными социальными контекстами – уровнем социально-экономического развития, социально-политической напряженностью, социокультурными особенностями территории. По мнению Б. Линка и Джо С. Фелан [16] именно осознание условий, детерминирующих существование, интенсификацию или, напротив, исчезновение факторов риска, непосредственно связанных с состоянием здоровья человека, позволяет выработать эффективные инструменты управления ими, сформировать действенные стратегии повышения качества индивидуального и общественного здоровья.

Цель исследования – установить макросоциальные детерминанты потребления алкоголя населением регионов России.

Материалы и методы. Базой исследования выступили данные Федеральной службы государственной статистики, характеризующие социально-экономическое положение регионов РФ (показатели представлены в табл. 1) и объемы розничной продажи алкогольных напитков и пива населению (литров на душу населения) в разрезе видов продукции за 2010-2011 гг. [6; 7]. Несмотря на то, что данные статистических наблюдений не в полной мере отражают фактическое потребление спиртных напитков населением [5], для решения поставленной задачи указанное ограничение не является критичным.

Таблица 1.

Показатели макросоциальных факторов для регионов РФ

x1	Прожиточный минимум, установленный на территории (руб.)
x2	Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на 1 жителя (кв. м.)
x3	Валовой региональный продукт (валовая добавленная стоимость) на душу населения (руб.)
x4	Удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной водопроводом (%)
x5	Удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной канализацией (%)
x6	Доля лиц с доходами ниже установленного прожиточного минимума (%)
x7	Удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной центральным отоплением (%)
x8	Среднедушевые денежные доходы населения (руб.)
x9	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций (руб.)
x10	Стоимость минимального набора продуктов питания (руб.)
x11	Отношение среднедушевых денежных доходов населения к установленному на территории прожиточному минимуму
x12	Удельный вес ветхого и аварийного жилищного фонда в общей площади всего жилищного фонда (%)

Для оценки связей между макросоциальными показателями была составлена матрица корреляций. По результатам корреляционного анализа было установлено следующее: а) показатели «Удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной водопроводом», «Удельный вес общей площади жи-

лищного фонда, не оборудованной канализацией» и «Удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной отоплением» тесно связаны (x4, x5, x7). В дальнейший анализ включен показатель «Удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной канализацией» (x5); б) показатели «Доля лиц с доходами ниже установленного прожиточного минимума» и «Отношение среднедушевых денежных доходов населения к установленному на территории прожиточному минимуму» (x6 и x11) зависимы. Для последующего анализа оставлен интегральный показатель x11; в) показатели «Прожиточный минимум, установленный на территории», «Среднедушевые денежные доходы населения», «Отношение среднедушевых денежных доходов населения к установленному на территории прожиточному минимуму» и «Стоимость минимального набора продуктов питания» (x1, x8, x10 и x11) зависимы. Данная группа показателей описывается интегральным показателем «Отношение среднедушевых денежных доходов населения к установленному на территории прожиточному минимуму» x11; г) показатели «Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на 1 жителя» (x2), «Валовой региональный продукт на душу населения» (x3) и «Удельный вес ветхого и аварийного жилищного фонда в общей площади всего жилищного фонда» (x12) не являются тесно связанными. Все показатели включены в анализ.

Далее оценивалась корреляция показателей макросоциальных факторов и показателей потребления алкоголя. Рассчитывались парные коэффициенты корреляции между признаками. Проверялась гипотеза о незначимости коэффициентов корреляции. В случае отвержения этой гипотезы, делался вывод о значимом влиянии соответствующих макросоциальных факторов (факторов риска) на отклики (показатели потребления алкоголя).

Между показателями потребления алкоголя и выделенными показателями макросоциальных факторов риска были построены множественные линейные регрессионные модели.

Также была реализована процедура кластеризации регионов с помощью вероятностного подхода (метод К-средних) по показателям потребления алкоголя. Кластерный анализ позволил разделить регионы России на группы, схожие по значениям потребления различных видов спиртных напитков.

Результаты и их обсуждение. Проведенный корреляционный анализ показателей, характеризующих потребление различных алкогольных напитков, позволил установить тесные связи объемов розничной продажи крепких спиртных напитков, виноградных и плодовых вин, а также шампанских и игристых вин (табл. 2).

Таблица 2.

Матрица корреляций показателей розничной продажи различных спиртных напитков в регионах РФ

		y1	y2	y3	y4	y5	y6
Водка и ликероводочные изделия	y1	1,00	0,68	0,61	0,60	-0,04	0,35
Виноградные и плодовые вина	y2	0,68	1,00	0,49	0,52	-0,09	0,32
Коньяки	y3	0,61	0,49	1,00	0,80	-0,03	0,19
Шампанские и игристые вина	y4	0,60	0,52	0,80	1,00	-0,10	0,32
Напитки слабоалкогольные	y5	-0,04	-0,09	-0,03	-0,10	1,00	-0,28
Пиво	y6	0,35	0,32	0,19	0,32	-0,28	1,00

Как видно из табл. 2, коэффициент корреляции продаж водки и виноградных и плодовых вин составляет 0,68 (средняя степень силы связи, $p \leq 0,05$), водки и коньяков – 0,61 (средняя степень силы связи, $p \leq 0,05$), водки и шампанских и игристых вин – 0,60 (средняя степень силы связи, $p \leq 0,05$). Особо сильной (ко-

ээффициент корреляции свыше 0,70) можно назвать связь розничных продаж коньяков и шампанских и игристых вин.

В 2011 г. среди всех регионов РФ наибольшие розничные продажи водки и ликероводочных изделий наблюдались в Республике Карелия (19,3 л в год на душу населения), виноградных и плодовых вин – в Новгородской области (13,7 л в год на душу населения), коньяков – в Калининградской области (2,1 л в год на душу населения), шампанских и игристых вин – в г. Москва (5,1 л в год на душу населения).

Объемы розничной продажи пива и слабоалкогольных напитков не связаны с продажами других видов алкогольной продукции. Значения коэффициентов корреляции низкие, сила связи умеренная или слабая. Среди всех регионов РФ в 2011 г. наибольшие объемы продаж слабоалкогольных напитков наблюдались в Томской области (7,8 л в год на душу населения), пива – в Омской области (126,9 л в год на душу населения).

Анализ корреляций макросоциальных факторов и объемов розничной продажи спиртных напитков показал наличие тесной связи между уровнем благосостояния населения территории и продажами шампанских и игристых вин (см. табл. 3).

Таблица 3.

Матрица корреляций показателей розничной продажи различных спиртных напитков и макросоциальных факторов в регионах РФ

Макросоциальные показатели	Показатели розничной продажи спиртных напитков					
	y1	y2	y3	y4	y5	y6
x1	0,56	0,24	0,64	0,74	-0,07	0,10
x2	0,20	0,44	0,24	0,27	-0,20	-0,05
x3	0,44	0,20	0,61	0,62	-0,05	0,18
x4	-0,04	-0,04	-0,47	-0,50	0,12	-0,09

x5	-0,14	-0,14	-0,57	-0,63	0,17	-0,19
x6	-0,05	-0,13	-0,26	-0,27	-0,20	-0,15
x7	0,31	0,15	0,38	0,43	0,00	0,15
x8	0,45	0,21	0,66	0,78	0,05	0,20
x9	0,01	-0,04	0,07	0,02	-0,04	0,10
x10	0,28	0,09	0,31	0,31	0,09	0,06
x11	0,09	0,05	0,32	0,39	0,21	0,22
x12	0,35	0,03	0,02	0,00	0,45	-0,08

Как видно из табл. 3, продажи шампанских и игристых вин (у4) связаны с величиной прожитого минимума, установленного на территории (x1) (коэффициент корреляции 0,74 при $p \leq 0,05$), а также среднедушевыми денежным доходами населения (x8) (коэффициент корреляции 0,78 при $p \leq 0,05$). Корреляционная связь средней силы обнаружена в отношении а) объемов продаж водки и ликероводочных изделий (у1) и величиной прожитого минимума, установленного на территории (x1) (коэффициент корреляции 0,56 при $p \leq 0,05$); б) объемов продаж коньяков (у3) и показателями «величина прожитого минимума, установленного на территории» (x1) (коэффициент корреляции 0,64 при $p \leq 0,05$), «размер валового регионального продукта на душу населения» (x3) (коэффициент корреляции 0,61 при $p \leq 0,05$) и «среднедушевые денежные доходы населения» (x8) (коэффициент корреляции 0,66 при $p \leq 0,05$); в) объемов продаж шампанских и игристых вин и размером валового регионального продукта на душу населения» (x3) (коэффициент корреляции 0,62 при $p \leq 0,05$).

Показатели объемов продаж слабых алкогольных напитков и пива не отличаются тесной или средней силы связью с каким-либо из отобранных макро-социальных показателей.

С помощью регрессионного анализа были получены линейные регрессионные модели, описывающие связи макросоциальных факторов и потребления алкоголя.

Установлено, что продажи шампанских и игристых вин в значительной степени детерминированы макросоциальными факторами, включающими уровень благосостояния населения и уровень благоустроенности жилья. Уравнение регрессии имеет следующий вид:

$$y_4 = -0.287302 + 0.00039x_1 + 0.0568x_2 - 0.00950x_4 + 0.411x_{11}, \quad (1)$$

где y_4 – объемы розничной продажи шампанских и игристых вин, x_1 – величина прожиточного минимума (частный коэффициент детерминации (ЧКД) равен 0,75), x_2 – общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на 1 жителя (ЧКД=0,31), x_4 – удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной водопроводом (ЧКД=0,19), x_{11} – отношение среднедушевых денежных доходов населения к установленному на территории прожиточному минимуму (ЧКД=0,37). Коэффициент детерминации модели равен 0,7, скорректированный коэффициент детерминации – 0,69, множественный коэффициент корреляции – 0,84.

Также социально детерминированными являются продажи коньяков. Уравнение регрессии имеет вид:

$$y_3 = -0.15565 + 0.00014x_1 + 0.01538x_2 - 0.01087x_5, \quad (2)$$

где y_3 – объемы розничной продажи коньяков, x_1 – размер установленного на территории прожиточного минимума (ЧКД=0,54), x_2 – общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на 1 жителя (ЧКД=0,16), x_5 – удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной канализацией (ЧКД=0,39). Коэффициент детерминации модели равен 0,53, скорректированный коэффициент детерминации – 0,51, множественный коэффициент корреляции – 0,73.

Таким образом, чем выше уровень жизни и чем лучше условия быта населения на территории, тем больше будут объемы потребления шампанских и игристых вин и коньяков.

Объемы продаж водки и ликероводочных изделий имеют иной характер связи с социально-экономической ситуацией на территории. Высокий уровень потребления данных видов алкогольных напитков наблюдается на территориях с низким уровнем благоустроенности жилья. Уравнение регрессии имеет следующий вид:

$$y_1 = 9.50221 + 0.37185x_4, (3)$$

где y_1 – объемы розничной продажи водки и ликероводочных изделий, x_4 – удельный вес ветхого и аварийного жилищного фонда в общей площади всего жилищного фонда (частный коэффициент детерминации равен 0,35). Коэффициент детерминации модели составляет 0,121, скорректированный коэффициент детерминации – 0,11, множественный коэффициент детерминации – 0,35.

По результатам кластерного анализа регионов РФ по объемам продаж алкогольных напитков выделены 6 типов территорий.

Первый тип – наиболее «пьющие» регионы, характеризующие высоким уровнем потребления крепких спиртных напитков и вин. Среднее значение показателя розничной продажи водки и ликероводочных изделий среди территорий данного кластера составило 16,1 л на душу населения в год (наибольшее среди всех кластеров). Показатель варьируется от 12,6 л в Мурманской области до 19,3 л в Республике Карелия. Среднее по кластеру значение показателя розничной продажи виноградных и плодовых вин – 9,2 л на душу населения в год (также наибольшее среди всех кластеров). Показатель варьируется от 5,2 л в Чукотском автономном округе до 13,7 л в Новгородской области. Также для данного кластера характерны наибольшие значения показателей продаж шампанских и игристых вин (3,1 л на душу населения) и коньяков (1,5 л на душу населения).

В указанный кластер вошли почти все регионы Северо-Западного федерального округа – Республика Карелия, Республика Коми, Архангельская область, Мурманская область, Ленинградская область, Новгородская область, Калининградская область; половина регионов Дальневосточного федерального округа – Камчатский край, Магаданская область, Сахалинская область, Хабаровский край, Чукотский автономный округ; а также г. Москва и Московская область.

Важно, что уровень социально-экономического развития территорий первого типа достаточно высокий. Так, и по размеру валового регионального продукта на душу населения, и по размеру среднедушевых денежных доходов населения в 2011 г. все они находились в верхней части рейтинга субъектов РФ.

Второй тип – регионы с высоким уровнем потребления водки и ликероводочных изделий, вина и пива. Для территорий, вошедших во второй кластер, характерны продажи водки на уровне 12,8 л на душу населения в год (значение среднее по кластеру). Показатель варьируется в диапазоне от 11,1 л (Ивановская область) до 15,4 л (Вологодская область). Средний показатель продаж виноградных и плодовых вин составил 8,7 л на душу населения в год. Минимальное среди всех территорий кластера значение показателя зафиксировано в Тюменской области (7,3 л), максимальное – в Вологодской и Ярославской областях (10,3 л).

Для территорий второго кластера характерен высокий уровень потребления пива (среднее значение, 79,9 л на душу населения в год, является максимальным среди всех кластеров). Это – одно из ключевых отличий территорий второго типа от тех, что вошли в первый кластер. Также население территорий второго типа, по сравнению с первым, в два раза меньше потребляет шампанских и игристых вин, а также коньяков.

В данный кластер вошли в основном урало-поволжские регионы (Кировская область, Удмуртская Республика, Свердловская область, Челябинская область, Тюменская область) и регионы центральной части России (Вологодская

область, Ивановская область, Костромская область, Смоленская область, Ярославская область). Дальневосточный округ здесь представлен Амурской областью, а Сибирский округ – Кемеровской областью.

Территории второго типа не отличаются схожими социально-экономическими характеристиками. Так, Тюменская и Свердловская области, с хорошо развитым промышленным комплексом, имеют большие значения показателей валового регионального продукта на душу населения и среднедушевых денежных доходов населения при низких значениях показателя «удельный вес ветхого и аварийного жилья в общей площади жилищного фонда». Ивановская, Костромская и Кировская области, напротив, являясь дотационными регионами, имеют низкие значения показателей, характеризующих уровень благосостояния населения и благоустроенность жилья.

Третий тип – «водочные» регионы, характеризующиеся высоким уровнем потребления водки и ликероводочных изделий и низким уровнем потребления алкогольных напитков средней и низкой крепости. Среднее значение показателя розничной продажи водки и ликероводочных изделий для территорий данного кластера составило 12,6 л на душу населения в год. Показатель варьируется от 10,2 л в Республике Алтай до 15,3 л в Республике Тыва. При этом средние уровни продаж виноградных и плодовых вин и пива – почти самые низкие, а шампанских вин и коньяка – самые низкие среди всех прочих кластеров.

К регионам третьего типа относятся все национальные республики Приволжского федерального округа (Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Республика Татарстан и Чувашская Республика) и ряд регионов Сибирского и Дальневосточного округов (Еврейская автономная область, Забайкальский край, Республика Бурятия, Республика Тыва, Республика Хакасия).

Большинство территорий данного кластера (за исключением Республики Татарстан и Республики Башкортостан) не обладают высоким уровнем социально-экономического развития и находятся в нижней половине рейтинга субъ-

ектов РФ как по показателю «валовой региональный продукт на душу населения», так и по показателю «среднедушевые денежные доходы населения». Кроме того, практически все территории (кроме Республики Татарстан) отличаются низким уровнем благоустроенности жилищного фонда. В указанных регионах значителен процент жилья, не оборудованного отоплением, канализацией и водопроводом, высока доля ветхого и аварийного жилья в общей площади жилищного фонда. Например, по показателю «удельный вес общей площади жилищного фонда, не оборудованной канализацией» в рейтинге регионов РФ в 2011 г. 9 из 10 регионов кластера занимали места в первой «тридцатке», причем, Республика Тыва занимала 1 место, Республика Бурятия и Забайкальский край – 6 и 7 места соответственно.

Четвертый тип – «умеренно пьющие» регионы, характеризующиеся средним уровнем потребления спиртных напитков любой крепости. На территориях данного типа средний уровень потребления водки и ликероводочных изделий составляет 10,7 л на душу населения в год (показатель варьируется от 5,3 л в Ростовской области до 13,9 л в Тверской области), плодовых и виноградных вин – 7,8 л на душу населения (диапазон значений от 4,6 л в Ростовской области до 12,8 л в Псковской области), Для территорий данного кластера характерен достаточно низкий уровень потребления пива – 56,4 л на душу населения в год.

В данную группу входят регионы центральной, северо-западной и юго-западной части России – Псковская область, г. Санкт-Петербург, Брянская область, Владимирская область, Калужская область, Тверская область, Тульская область, Ростовская область и Саратовская область. Также в данный кластер включены Приморский край и Томская область.

По уровню социально-экономического развития территории четвертой группы также можно назвать «среднячками», т.к. значения показателей, характеризующих состояние экономики, уровень и условия жизни населения, близки к средним по России.

Пятый тип – «пивные» регионы, характеризующиеся высоким уровнем потребления пива на фоне умеренного потребления крепких спиртных напитков и вина. Среднее значение показателя розничной продажи пива для территорий данной группы находится на уровне 70,2 л на душу населения в год, водки и ликероводочных изделий – на уровне 8,7 л, а виноградных и плодовых вин – на уровне 6,1 л на душу населения в год. Наибольший уровень потребления пива зафиксирован в Омской области (126 л), наименьший – в Республике Саха (Якутия) – 55 л. Следует отметить, что показатели потребления пива в Омской области являются крайне нетипичными для России, значительно отличаясь от среднего по стране в большую сторону.

Данный кластер является самым наполненным – в него вошли 23 субъекта РФ. В первую очередь это сибирские территории (Республика Саха (Якутия), Алтайский край, Иркутская область, Красноярский край, Новосибирская область, Омская область), во-вторых – регионы Поволжья и Урала (Оренбургская область, Пермский край, Нижегородская область, Пензенская область, Самарская область, Ульяновская область, Курганская область), в-третьих – регионы центра и юга России (Воронежская область, Волгоградская область, Курская область, Липецкая область, Орловская область, Рязанская область, Тамбовская область, Астраханская область, Краснодарский край и Ставропольский край).

Наконец, *шестой тип – «малопьющие» регионы, характеризующиеся низким уровнем потребления как водки и ликероводочных изделий, так и пива.* Среднее значение показателя розничной продажи водки в данном кластере находится на уровне 4,45 л на душу населения (диапазон значений – от 2,2 л в Карачаево-Черкесской Республике до 7,9 в Республике Дагестан), вина – на уровне 2,3 л на душу населения (диапазон значений – от 1,4 л в Карачаево-Черкесской Республике до 3,6 л в Белгородской области), пива – на уровне 20,3 л на душу населения (диапазон значений – от 2,7 л в Республике Дагестан до 35,9 л в Белгородской области).

К территориям шестого типа относятся исключительно южные регионы России – Белгородская область, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Адыгея, Республика Дагестан, Республика Калмыкия, Республика Северная Осетия – Алания и Чеченская Республика.

За исключением Белгородской области, все территории данного кластера не обладают высокоразвитой экономикой, в значительной мере финансируются из федерального бюджета и, соответственно, имеют низкие значения показателя «валовой региональный продукт на душу населения». Отметим, что Белгородская область является в каком-то смысле уникальным регионом РФ. Так, в рейтинге российских регионов по качеству жизни населения в 2011 г., составленном ООО «Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг» на основе 64 показателей, Белгородская область заняла 6 место, а в рейтинге регионов по уровню социально-экономического развития, составленного той же организацией на основе 4 групп показателей, – 10 место. При этом в отличие от других субъектов РФ, находящихся в указанных рейтингах на первых местах, в Белгородской области зафиксирован крайне низкий уровень потребления спиртных напитков.

Выводы. Уровень потребление алкоголя, особенно таких напитков как коньяки и шампанские вина, находится под воздействием социально-экономических факторов. Чем выше уровень благосостояния населения, чем лучше условия жизни, тем скорее будут расти объемы розничной продажи данных видов алкогольной продукции. Потребление водки и ликероводочных изделий детерминировано в большей степени социальными, нежели экономическими характеристиками. Так, низкий уровень благоустроенности жилья на территории потенцирует розничные продажи водки.

Потребление алкоголя в России имеет ярко выраженную региональную специфику, обусловленную действием социально-экономических, социокультурных и географических факторов. Субъекты РФ различаются по уровням и структуре потребления спиртных напитков. Так, в северо-западных и дальневосточных регионах, характеризующихся достаточно высоким уровнем благосос-

тояния населения, наблюдаются более высокие уровни продаж крепких алкогольных напитков и вина. Южные регионы, особенно входящие в Северо-Кавказский Федеральный округ, являются малопьющими. При этом уровень социально-экономического развития данных территорий также невысок.

Несмотря на то, что в ходе исследования установлено воздействие уровня и условий жизни населения на объемы розничной продажи алкогольных напитков, говорить о преимущественном действии макросоциальных факторов на потребление спиртного нельзя. Связь социально-экономического развития территории и потребления алкоголя не является линейной. Пример тому – наличие в России депрессивных, слабо развитых в экономическом плане регионов, характеризующихся как высоким (Республика Тыва), так и низким (Республика Калмыкия) уровнем потребления спиртных напитков.

Эффективность управленческих решений, направленных на снижение уровня потребления алкоголя в России, диктуется полнотой информации о факторах, определяющих поведение населения в сфере потребления спиртных напитков. Помимо осознания действия социально-экономических детерминант, требуется детальный анализ влияния культурных, этнических, религиозных и других факторов потребления алкоголя в нашей стране.

Примечания

1. Статья подготовлена в рамках НИР «Оценка и прогнозирование рисков развития социокультурных ресурсов регионов, обусловленных потреблением алкоголя», выполняемой в соответствии с планом фундаментальных исследований и прикладных научных исследований в области образования (проект № 6.4216.2011).

Список литературы

1. Андриенко Ю. В., Немцов А. В. Оценка индивидуального спроса на алкоголь. М.: EERC, 2005

2. Демьянова А.А. Факторы и типы потребления алкоголя и табака в России // Экономическая социология. Электронный журнал. 2005. Т.6. № 1.
3. Кошкина Е.А. Медико-социальные и экономические последствия злоупотребления алкоголем в России / Е.А. Кошкина, Н.И. Павловская, Р.И. Ягудина, А.Ю. Куликов, К.Ю. Усенко // Социальные аспекты здоровья населения. 2010. Т. 14. №2. С.3.
4. Немцов А.В., Разводовский Ю.Е. Алкогольная ситуация в России, 1980-2005 гг. // Социальная и клиническая психиатрия. 2008. Т. 18. №2. С. 52-60.
5. Немцов А.В. Потребление алкоголя в России во второй половине 1990-х годов // Вопросы наркологии. 2001. №2. С. 59-64.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: Статистический сборник. М.: Росстат, 2011.
7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2012: Статистический сборник. М.: Росстат, 2012.
8. Стратегия национальной безопасности РФ до 2020 г. Указ Президента РФ от 12 мая 2009 г. №537.
9. Abel T. Measuring health lifestyles in a comparative analysis: Theoretical issues and empirical findings // Social Science and Medicine. 1991. Vol. 32. Pp. 899-908.
10. Ahlstrom S., Bloomfield K., Knibbe, R. Gender differences in drinking patterns in nine European countries: Descriptive findings // Substance Abuse. 2001. V. 22. Pp. 69-85.
11. Bachman J.G., Wadsworth K.N., O'Malley P.M. Smoking, Drinking, and Drug Use in Young Adulthood: The Impacts of New Freedoms and New Responsibilities. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.
12. Blaxter M. Health and Lifestyles. London: Routledge, 1990.

13. Bloomfield K., Gmel G., Neve R., Mustonen, H. Investigating gender convergence in alcohol consumption in Finland, Germany, The Netherlands, and Switzerland: A repeated survey analysis // *Substance Abuse*. 2001. V. 22. Pp. 39-53.

14. Cutler D., Lleras-Muney A. Understanding Differences in Health Behaviors by Education // *Journal of Health Economics*. V.29. 2010. Pp.1-28.

15. Leonard K.E., Mudar P. Peer and partner drinking and the transition to marriage: A longitudinal examination of selection and influence processes // *Psychology of Addictive Behaviors*. 2003. V. 17. Pp. 115-125.

16. Link B.G., Phelan J. Social Conditions as Fundamental Causes of Disease // *Journal of Health and Social Behavior*. 1995. Vol. 35. Pp. 80-94.

17. Neumark Y.D., Rahav G., Jaffe, D.H. Socio economic status and binge drinking in Israel // *Drug and Alcohol Dependence*. 2003. V. 69. Pp. 15-21.

References

1. Andrienko J.V., Nemcov A.V. *Oценка individual'nogo sprosa na alkohol'* [The evaluation of the individual demand for alcohol]. Moscow, 2005.

2. Dem'janova A.A. *Jekonomicheskaja sociologija. Jelektronnyj zhurnal* [Economic Sociology (Electronic Journal)]. no.1 (2005).

3. Koshkina E.A., N.I. Pavlovskaja, R.I. Jagudina, A.J. Kulikov, K.J. Usenko, *Social'nye aspekty zdorov'ja naselenija* [Social aspects of public health]. no.2 (2010): 3.

4. Nemcov A.V., Razvodovskij J.E. *Social'naja i klinicheskaja psihiatrija* [Social and clinic psychiatry]. no.2 (2008): 52-60.

5. Nemcov A.V., *Voprosy narkologii* [Journal of addiction problems], no. 2 (2001): 59-64.

6. *Regiony Rossii. Social'no-jekonomicheskie pokazateli. 2011: Statisticheskij sbornik* [Russian Regions. Socioeconomic indicators. 2011: Statistical book]. Moscow: Rosstat, 2011.

7. *Regiony Rossii. Social'no-jekonomicheskie pokazateli. 2012: Statisticheskij sbornik* [Russian Regions. Socioeconomic indicators. 2012: Statistical book]. Moscow: Rosstat, 2012.

8. *Strategija nacional'noj bezopasnosti RF do 2020 g.* Ukaz Prezidenta RF ot 12 maja 2009 g. №537 [Russia's National Security Strategy To 2020. Approved by Decree of the President of the Russian Federation 12 May 2009 no. 537].

9. Abel T. Measuring health lifestyles in a comparative analysis: Theoretical issues and empirical findings. *Social Science and Medicine*, no.32 (1991): 899-908.

10. Ahlstrom S., Bloomfield K., Knibbe, R. Gender differences in drinking patterns in nine European countries: Descriptive findings. *Substance Abuse*, no. 22 (2001): 69-85.

11. Bachman J.G., Wadsworth K.N., O'Malley P.M. *Smoking, Drinking, and Drug Use in Young Adulthood: The Impacts of New Freedoms and New Responsibilities*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.

12. Blaxter M. *Health and Lifestyles*. London: Routledge, 1990.

13. Bloomfield K., Gmel G., Neve R., Mustonen, H. Investigating gender convergence in alcohol consumption in Finland, Germany, The Netherlands, and Switzerland: A repeated survey analysis. *Substance Abuse*, no.22 (2001): 39-53.

14. Cutler D., Lleras-Muney A. Understanding Differences in Health Behaviors by Education. *Journal of Health Economics*, no. 29 (2010): 1-28.

15. Leonard K.E., Mudar P. Peer and partner drinking and the transition to marriage: A longitudinal examination of selection and influence processes. *Psychology of Addictive Behaviors*, no. 17 (2003): 115-125.

16. Link B.G., Phelan J. Social Conditions as Fundamental Causes of Disease. *Journal of Health and Social Behavior*, no. 35 (1995): 80-94.

17. Neumark Y.D., Rahav G., Jaffe D.H. Socio economic status and binge drinking in Israel. *Drug and Alcohol Dependence*, no. 69 (2003): 15-21.

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Лебедева-Несевря Наталья Александровна, заведующая лабораторией методов анализа социальных рисков, кандидат социологических наук

ФБУН «Федеральный научный центр медико-профилактических технологий управления рисками здоровью населения»

ул. Монастырская, д.82, г. Пермь, Пермский край, 614045, Россия

e-mail: natnes@fcrisk.ru

SPIN-код в SCIENCE INDEX: 7528-4168

DATA ABOUT THE AUTHOR

Lebedeva-Nesevrya Natalya Aleksandrovna, head of the social risks analysis department, Ph.D. in Sociological Science

FSSI “Federal Scientific Centre for Medical and Prophylactic Health Risk Management Technologies”

82, Monastyrskaya street, Perm, Perm Region, 614045, Russia

e-mail: natnes@fcrisk.ru

Рецензент:

Германов И.А., доцент кафедры социологии и политологии, к.соц.н., Пермский государственный национальный исследовательский университет