

Колосницына М., Ситдилов М., Хоркина И.

Временные ограничения продажи алкоголя: эффективность политики на уровне регионов

*(по результатам проекта ЦФИ НИУ ВШЭ «Влияние мер
государственной политики на формирование здорового
образа жизни»)*

6 июня 2013
НИУ ВШЭ

1

Методология исследования:

- Использована уникальная ситуация т.н. «естественного эксперимента», когда в 2010 г. в отдельных регионах РФ были введены и действовали различные по продолжительности временные ограничения на продажу алкогольных напитков;
- Использованы различные данные: макроданные (торговая статистика) и микроданные (опрос населения);
- Использованы различные подходы к моделированию продаж/потребления: классические многофакторные регрессии, логит- и пробит- модели, разные подходы к моделированию основной переменной «запрета».

3

История вопроса

- 1914-1917: Постановление Николая II о полном запрете на продажу крепких спиртных напитков (сокращение среднедушевого потребления алкоголя с 4,7 л до 0,2 л);
- 1917-1923: Продление запрета большевиками, отмена в 1923 г.;
- 1958: Постановление Правительства СССР о борьбе с пьянством, запрет на продажу алкоголя во многих общественных местах;
- 1972: Постановление Правительства СССР о запрете на торговлю спиртными напитками крепостью от 30% с 19.00 до 11.00 на территории всей страны;
- 1985-1990: Масштабная антиалкогольная кампания, вводящая запрет на продажу алкоголя с 19.00 до 14.00 (уменьшение продаж алкоголя в 2,5 раза, сокращение смертности от алкогольных отравлений на 56%, от насилия и несчастных случаев – на 36%, рост продолжительности жизни мужчин на 2,5 года);
- 2010: Введение различных временных ограничений на продажу в большинстве субъектов РФ;
- 2011: Запрет на продажу алкоголя с 23.00 до 8.00 на всей территории России.

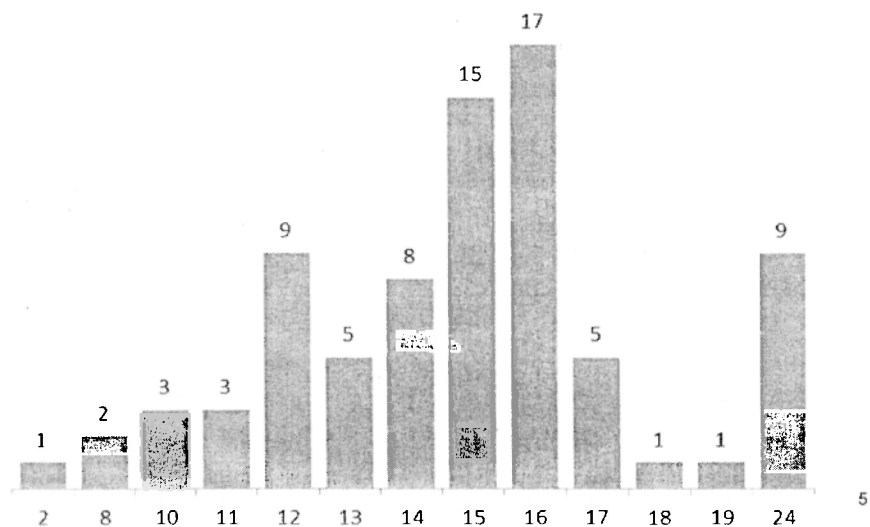
2

Анализ макро-данных:

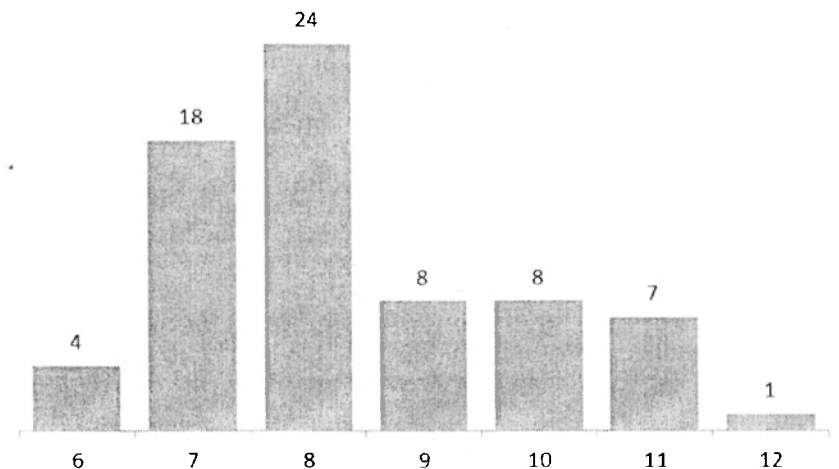
- Использовались показатели продаж алкоголя в литрах чистого спирта на человека в 2010 году, рассчитанные на основе агрегированных данных Росстата (www.gks.ru) по продажам отдельных напитков (в расчет не включались продажи пива, поскольку в 2010 г. ограничения на данный спиртной напиток не распространялись)
- 79 регионов: в 70-ти из них в 2010 году действовали временные ограничения, а в 9-ти регионах алкоголь можно было продавать круглые сутки

4

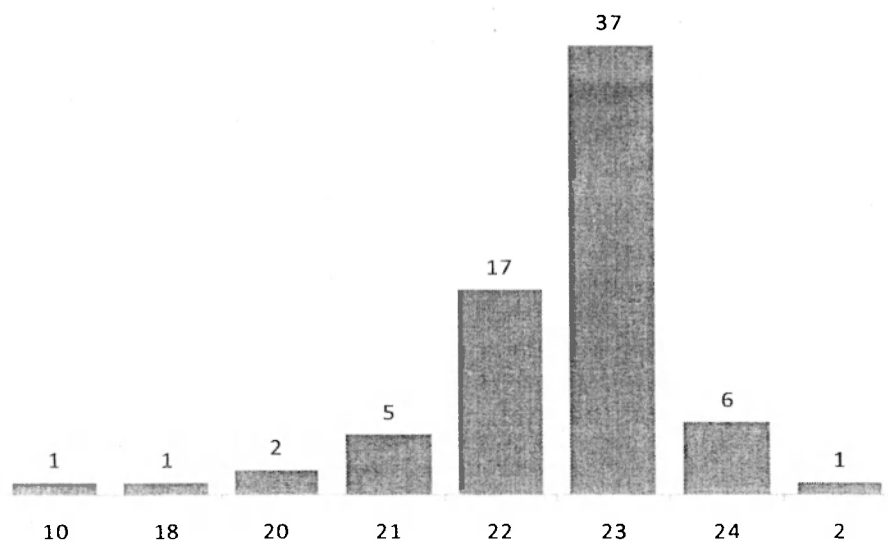
Распределение регионов по продолжительности продаж алкоголя (часов в сутки)



Распределение регионов по времени начала продаж



Распределение регионов по времени окончания продаж



Продажи алкогольных напитков в России в литрах на душу населения (Росстат, 2009-2010)

Вид алкогольных напитков	2009	2010	Изменение%
Водка и ликероводочные изделия	11.7	11	-6.0%
Виноградные и плодовые вина	7.2	7.2	0.0%
Коньяки	0.7	0.8	14.3%
Шампанские и игристые вина	1.8	1.9	5.6%
Пиво	72.2	70.2	-2.8%
Потребление чистого спирта на человека в год (без учета пива)	6.18	5.96	-3.69%

Продажи алкогольных напитков в литрах чистого спирта на душу населения по группам регионов, в зависимости от разрешенной продолжительности продаж (Росстат, 2009-2010)

Продолжительность продаж алкоголя в сутки в 2010 г.	Количество регионов	Продажи алкоголя в литрах чистого спирта на человека (без учета пива)		Темп Роста, %
		2010	2009	
8 часов (Чукотский АО)	1	8.03	8.09	-0.77%
10-12 часов	15	89.13	93.53	-4.71%
13-14 часов	13	71.90	73.62	-2.34%
15 часов	15	92.58	92.96	-0.41%
16 часов	17	116.38	117.00	-0.53%
17-19 часов	7	36.08	35.88	0.57%
Нет ограничений	9	52.01	50.31	3.36%

9

Продажи алкогольных напитков в литрах чистого спирта на душу населения по группам регионов, в зависимости от времени окончания продаж (Росстат, 2009-2010)

Время завершения продаж алкоголя в 2010 г.	Количество регионов	Продажи алкоголя в литрах чистого спирта на человека (без учета пива)		Темп роста
		2010	2009	
20-21 час	6	34.97	35.94	-2.72%
22 часа	17	98.29	101.08	-2.75%
23 часа	37	228.02	232.46	-1.91%
24 часа или 2 часа ночи	7	44.79	43.51	2.94%
Нет ограничений	9	52.01	50.31	3.36%

10

Многофакторный регрессионный анализ зависимости среднедушевого объема продаж алкоголя в регионах от ряда факторов, включая временные ограничения

Зависимая переменная – объем продаж на душу в литрах чистого спирта в год;

Независимые переменные:

Социально-экономические показатели регионов (среднедушевые денежные доходы населения; коэффициент Джини – коэффициент неравенства доходов; число автомобилей в расчете на 1000 человек населения; число аборт на 100 родов и др.);

Продолжительность действия запрета на продажу алкоголя (часов в сутки).

Результат: Объем продаж алкоголя в литрах чистого спирта на человека положительно связан с продолжительностью продаж алкоголя в регионе.

11

Анализ на микро-данных РМЭЗ

РМЭЗ - ежегодный мониторинг социально-экономического положения и состояния здоровья населения Российской Федерации (RLMS-HSE): серия общенациональных репрезентативных опросов, проводимых НИУ-ВШЭ, ЗАО «Демоскоп», Центром народонаселения Университета Северной Каролины, Институтом социологии РАН (<http://www.hse.ru/rhms/>)

Структура данных, используемых в исследовании:

- одномоментная выборка (cross-sectional) 19 раунда РМЭЗ (2010 год)
- 32 региона РФ (28 ввели временные ограничения, в 4 регионах – запретов нет)
- более 5000 взрослых респондентов, потреблявших в течение последнего месяца алкогольные напитки (за исключением пива и самогона, не подпадавших под действие временных ограничений)

12

16 Эконометрический анализ потребления алкоголя на основе микро-данных

Зависимая переменная – объем потребления алкоголя респондентом на душу в литрах чистого спирта в месяц (кроме пива и самогона);

Независимые переменные:

Индивидуальные характеристики респондентов: пол, возраст, образование, семейный статус, тип населенного пункта и т.п;

Факт наличия временных ограничений в регионе;

Продолжительность действия запрета на продажу алкоголя (часов в сутки);

Время начала/время окончания продаж алкоголя.

13

16 Результаты эконометрического анализа на основе микро-данных

1. Продолжительность продаж алкоголя положительно связана с его потреблением: в регионах, где не было ограничений на время продаж алкоголя или эти ограничения были более мягкими, чем в других регионах, индивидуальное потребление алкоголя, при прочих равных условиях, было выше.
2. Важен сам факт наличия временных ограничений на продажу алкоголя: их введение снижает его потребление в регионе, даже если эти ограничения не слишком жесткие.
3. Как вечерние, так и утренние ограничения влияют на потребление алкоголя «правильным образом», но вечерние ограничения оказывают более сильное воздействие, то есть оказываются более эффективной мерой.

14

16 Результаты эконометрического анализа на основе микро-данных

1. Продолжительность продаж алкоголя положительно связана с его потреблением: в регионах, где не было ограничений на время продаж алкоголя или эти ограничения были более мягкими, чем в других регионах, индивидуальное потребление алкоголя, при прочих равных условиях, было выше.
2. Важен сам факт наличия временных ограничений на продажу алкоголя: их введение снижает его потребление в регионе, даже если эти ограничения не слишком жесткие.
3. Как вечерние, так и утренние ограничения влияют на потребление алкоголя «правильным образом», но вечерние ограничения оказывают более сильное воздействие, то есть оказываются более эффективной мерой.

15

16 Ограничения доступности «официального» алкоголя и возможное замещение: потребление самогона в регионах РФ, 2009-2010, РМЭЗ

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

16

Ограничения доступности «официального» алкоголя и возможное замещение: потребление самогона в регионах РФ, 2009-2010, РМЭЗ

Регрессионный анализ потребления самогона на базе
данных РМЭЗ за 2009-2010 гг.:

- Объем потребления самогона (в г чистого спирта)
ниже в тех регионах, где действуют ограничения на
продажу «официального алкоголя» и отрицательно
зависит от продолжительности временных
ограничений (в часах). Контролировались пол,
возраст, образование, тип населенного пункта и пр.

17

Резюме

- В регионах, где установлены временные ограничения
на продажу алкоголя, его потребление (в терминах
среднедушевых продаж и в терминах
индивидуального потребления) ниже, чем там, где
ограничений нет, при прочих равных условиях
- Вечерние ограничения более эффективны, чем
утренние запреты
- Ограничение доступности «легального» алкоголя не
обязательно вызывает рост потребления самогона

18

Спасибо за внимание!