

Секция «Экономическая социология и маркетинг»

Потребление алкоголя в России: поколенческие особенности

Назарбаева Елена Алексеевна

Сотрудник компании

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия

E-mail: elena.nazarbaeva@gmail.com

Актуальность темы и постановка проблемы

Высокий уровень потребления алкоголя представляет собой социальную проблему и не остается без внимания государства и исследователей. Однако помимо социальной проблемы, в данной сфере можно обнаружить и исследовательскую проблему.

Так, авторы обращаются к вопросу о том, чем определяется уровень потребления алкоголя. Российской специфике потребления спиртного посвящен целый ряд работ [1,2,4,5]. Среди наиболее свежих отечественных исследований важно отметить работу Я.М. Рощиной, посвященную анализу факторов потребления алкоголя в 2006-2010 годах [7].

Отдельно стоит упомянуть анализ потребления алкоголя молодыми людьми авторами кандидатских диссертаций. Так, в 2005 году в Томске была защищена диссертация по медицине [3], автор которой указывает на высокий уровень потребления спиртного молодыми людьми и демонстрирует различия в выборе употребляемых напитков. В НИУ ВШЭ в 2013 году была защищена диссертация, посвященная анализу микроэкономических факторов потребления алкоголя молодыми людьми [6], в рамках которой автор на данных РМЭЗ оценила факторы, влияющие на потребление различных алкогольных напитков как молодыми людьми в целом, так и отдельно работающими и неработающими молодыми людьми. Нельзя не заметить, что оба упомянутых исследования опираются на одну и ту же предпосылку: они рассматривают возрастной интервал как характеристику, определяющие другие факторы поведения. Иными словами выводы делаются, например, для «молодых людей в возрасте 16-23 лет». В рамках данной работы мы предлагаем рассматривать в качестве ключевой характеристики принадлежность индивида к определенному поколению. То есть проверить гипотезу о том, что определенные предпочтения при употреблении алкоголя характерны не для возрастной группы, а для поколения- тех, кто родился, например, позднее 1990 года.

Используемые данные

В рамках настоящего исследования была предпринята попытка выявить поколенческие особенности в потреблении алкоголя. Для этого использована база данных Российского Мониторинга Экономики и Здоровья населения, использованы данные с 5 по 22 волны (с 1995 по 2012)[1].

Исследование предполагает участие в опросе одних и тех же респондентов (панель), однако из-за ежегодного «осыпания» панели ежегодно выборка дополняется и каждый год репрезентирует население России. Эта особенность дает возможность сравнение двух типов данных: репрезентативных данных за каждый год и данных по панели (то есть изменение поведения одних и тех же людей с течением времени).

На основе исследований, посвященных межпоколенческим сравнениям выделена следующая разбивка по поколениям:

1. civic generation (1924-1945)
2. baby boomers (1946 - 1964)

3. поколение x (1965 - 1976)
4. поколение y (1977 - 1987)
5. millenials

Цель и задачи исследования

Целью исследования являлось выявление специфики потребления алкоголя различными поколениями россиян.

В качестве ключевых задач можно выделить следующие:

- Характеристика потребления спиртного в 2013 году населением России
- Сравнение уровня потребления на данных панели и данных, репрезентирующих население России с 1994 по 2012 год
- Сравнение уровня потребления алкоголя различными поколениями Россиян

Основные результаты исследования

Среди всех ответивших на вопрос о потреблении алкоголя в 2013 году 65% хотя бы иногда употребляют спиртное, из них 67% делали это в течение последних 30 дней. При этом 42% употребляют спиртное не реже одного раза в неделю. Чаще всего респонденты употребляют спиртное во время еды (89%), делают это преимущественно дома (88%) или в гостях (69%).

Говоря о сравнении панельных и репрезентативных данных, можно отметить, что для обеих выборок характерны сходные тенденции. С 1994 по 2004 год доля тех, кто пил спиртное в течение последних 30 дней, медленно снижалась и находилась в интервале 45%-55%. С 2004 по 2006 год наблюдался резкий рост доли положительных ответов. Затем началось постепенное снижение, к 2012 году потребление представителей панели превышало потребление репрезентативной выборки на 4%.

Говоря о сравнении поколений, в первую очередь нужно обратить внимание на то, что все поколения демонстрируют сходные тенденции в потреблении, повторяющие результаты для выборки в целом. До 2004 года тренды для поколений были близкими, самым высоким уровнем потребления отличалось поколение X, за ним следовало поколение «baby boomers», однако с 2005 года ситуация начала меняться. С этого года и по настоящий момент уровень потребления каждого поколения менялся по-своему, причем в различных направлениях. Факторы, оказывающие влияние на уровень потребления спиртного, могут стать предметом изучения в дальнейших исследованиях.

[1] Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом - Высшей школой экономики и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН. (Сайты обследования RLMS-HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>)

Источники и литература

- 1) Горячева Н.В. Модель потребления алкоголя в России. // Демоскоп Weekly. 2004. № 171-172 - <http://www.demoscope.ru/weekly/2004/0171/analit02.php>
- 2) Денисова И., Карцева М. Мало живем, потому что много пьем // Демоскоп. 15-18 ноября 2010. № 443-444. <http://demoscope.ru/weekly/2010/0443/tema05.php>

- 3) Дерюшева М.А. Употребление психоактивных веществ и алкоголя студентами образовательных учреждений среднего профессионального образования (клинико-эпидемиологический и профилактический аспекты). Диссертация на соискание ученой степени кандидата медицинских наук. Кемерово. 2005
- 4) Заиграев Г.Г. Пьянство в России как реальная угроза национальной безопасности // Социологические исследования. 2001. № 11. С. 69-76. <http://ecsocman.hse.ru/text/18907705/>
- 5) Левин Б.М. Главные факторы алкоголизации общества в условиях социальных перемен // Социологические исследования. 1997. № 4. С. 102-108. <http://ecsocman.hse.ru/text/17273635.html>
- 6) Пономарева М.С. Оценка микроэкономических факторов потребления алкоголя молодыми людьми. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. На правах рукописи. Москва. 2013
- 7) Roschchina Y. To drink or not to drink: the microeconomic analysis of alcohol consumption in Russia in 2006-2010 // National Research University Higher School of Economics. Working papers. Series: sociology. WP BRP 20/SOC/2013