

Реакция спроса на алкогольную продукцию на изменение цены: анализ для населения с разным уровнем дохода

Научный руководитель – Колосницына Марина Григорьевна

Садыкова Эндже Альбертовна

Аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет экономических наук, Москва, Россия

E-mail: ea.sadykova@hse.ru

Потребление алкоголя является одной из значительных социальных и экономических проблем для любой страны. Это связано как с негативными последствиями для здоровья населения, так и с высокими экономическими затратами для государства, а также потерями человеческого капитала. Среди наиболее эффективных мер по снижению потребления алкоголя выделяют применение ценовых регуляторов, таких как установление минимальной цены и акцизы на алкогольную продукцию [17]. В России эти меры также находят применение, однако с 2014 года их эффективность начинает уменьшаться — растёт количество водки и пива, доступное для покупки на среднюю заработную плату. С 2017 года отмечается увеличение объёма потребления алкогольных напитков на душу населения в пересчёте на чистый спирт, достигшее 7,7 литра [1]. Много исследований, как российских, так и зарубежных, за последние несколько десятилетий изучали реакцию спроса населения на алкогольную продукцию при изменении цены через оценку средней эластичности потребления алкоголя всем населением [4-9, 11-16], однако эти показатели дают мало информации о том, как ценовая политика повлияет на отдельных потребителей или потребление отдельных категорий напитков. Прежде всего, возможны различные реакции на рост цены у людей с разным уровнем дохода. Если в России в группах с низким уровнем дохода наблюдается наибольшее потребление крепкого алкоголя [3], то принимая во внимание аддиктивный характер этого товара, отказ от крепкого алкоголя может быть затруднительным. Если же предположить обратное, что ценовая эластичность потребления наиболее бедных групп будет довольно высокой, как то было в Индии [10], то ценовые инструменты государственной антиалкогольной политики окажутся наиболее действенными именно на эти группы населения. Соответственно, в связи с необходимостью повышения эффективности антиалкогольной политики в России особое значение приобретает изучение реакции потребителей с различным уровнем дохода на изменение цен на алкогольную продукцию. Настоящее исследование направлено на анализ того, как колебания цен на водку влияют на объёмы потребления этих напитков в разных доходных группах населения.

Методология: В работе использовались база данных РМЭЗ НИУ ВШЭ [18] с 2011 по 2022 год и данные Росстата о некоторых социально-экономических характеристиках регионов проживания респондентов. Анализ проводился среди взрослого населения от 18 до 80 лет. Данные имели панельный характер.

В первую очередь было проведено деление населения на 5 подмножеств (квинтилей) с разным уровнем дохода на основе среднедушевого дохода домохозяйств в ценах 2011 года, рассчитанного с использованием модифицированной Оксфордской шкалы эквивалентности [2] для учета эффекта совместного проживания. Далее для определения ценовой эластичности спроса на водку оценивались модели Хекмана во избежание смещения результатов в 5-ти разделенных группах.

Основной независимой переменной, по которой оценивается ценовая эластичность спроса, является – цена водки, которая рассчитана как минимальная цена за 1 л водки в населенном пункте проживания респондента, нормированная на средний уровень дохода в регионе, в %. Во избежание несостоятельности оценок из-за эндогенности переменных объема и цены в качестве переменной используются не истинные значения, а оцененные результаты данной переменной с использованием панельных моделей со случайными эффектами также по каждой отдельной группе, включающих размер акцизного налога на водку, подушевое количество выданных лицензий на закупку, хранение и поставки алкогольной и спиртосодержащей продукции в регионе проживания респондента, а также социально-экономические характеристики индивидов.

В ходе проведенного анализа было определено, что у самых бедных потребителей наблюдается самая низкая эластичность спроса на водку (-0,235) среди остальных групп. В других группах коэффициенты эластичности находятся в диапазоне от -0,399 до -0,323. Важным можно назвать также результат по неценовому инструменту антиалкогольной политики (время продажи алкоголя) на разные доходные группы. Переменная оказывается значимой в оценке объемов потребления и вероятности потребления водки только у групп 1-3, то есть с низким и средним уровнем дохода.

Подтвердились уже ранее выявленные взаимосвязи между потреблением водки и контрольными переменными: квадратичное влияние возраста на объемы потребления водки, обратная взаимосвязь между потреблением водки с уровнем образования, проживания в городе и наличие детей снижает потребление водки. При этом рост уровня дохода внутри рассматриваемых групп будет снижать объемы потребления водки только в группах с низким и средним доходом.

Основной вывод данного исследования заключается в том, что реакция на изменение цены на водку у групп с разным доходом оказывается различной. Тем самым открывая новые возможности для корректировки мер антиалкогольной политики, а также проведения дальнейших исследований по изучению эластичностей по другим видам напитков и их влиянию на здоровье населения.

Источники и литература

- 1) Колосницyna М. Г. Антиалкогольная политика России в последнем десятилетии: движение вспять // Вопросы экономики. 2024. No. 1. С. 75-93.
- 2) Овчарова Л.Н., Бюрюова С.С., Теракопов С.А., Варданян Е.Г. Что изменилось в доходах, расходах и потреблении российского населения? // Мониторинг доходов, расходов и потребления российских домохозяйств. Москва.: НИУ ВШЭ. 2014.
- 3) Рощина Я. М. Динамика и структура потребления алкоголя в современной России // Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ. 2012.No. 2. С. 238-257.
- 4) Andrienko Y., Nemtsov A. Estimation of individual demand for alcohol // Economics Education and Research Consortium Working Paper Series. 2005. No. 5(10). pp.4-45.
- 5) Baltagi B. H., Geishecker I. Rational alcohol addiction: evidence from the Russian longitudinal monitoring survey // Health economics. 2006. No. 15(9). pp. 893-914.
- 6) Fogarty J. The nature of the demand for alcohol: understanding elasticity // British Food Journal. 2006.No/. 108(4). pp. 316-332.
- 7) Gallet C. A. The demand for alcohol: a meta-analysis of elasticities // Australian Journal of Agricultural and Resource Economics. 2007. No. 51(2). pp. 121-135.

- 8) Gruenewald P. J., Ponicki W. R., Holder H. D., Romelsjö A. Alcohol prices, beverage quality, and the demand for alcohol: quality substitutions and price elasticities // *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*. 2006. No. 30(1). pp. 96-105.
- 9) Kolosnitsyna M., Sukhanova V. Price elasticities revisited: The effect of price changes caused by taxation on the amount of alcohol consumed // *Applied Econometrics*. 2023. No. 69. pp. 28-47.
- 10) Nelson J.P. Meta-analysis of alcohol price and income elasticities—with corrections for publication bias // *Health economics review*. 2013. No. 1. pp. 3-17.
- 11) Nelson J.P. Alcohol affordability and alcohol demand: cross-country trends and panel data estimates, 1975 to 2008 // *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*. 2014. No. 38(4). pp. 1167–1175.
- 12) Selvaraj S., Srivastava S., Karan A. Price elasticity of tobacco products among economic classes in India, 2011–2012 // *BMJ open*. 2015. No. 5(12). pp. 1-10.
- 13) Sornpaisarn B., Shield K., Cohen J., Schwartz R., Rehm J. Elasticity of alcohol consumption, alcohol-related harms, and drinking initiation in low-and middle-income countries: a systematic review and meta-analysis // *International Journal of Alcohol and Drug Research*. 2013. No. 2(1).pp. 45-58.
- 14) Sousa J. Estimation of price elasticities of demand for alcohol in the United Kingdom // *London: Her Majesty's Revenue and Customs*. 2014. pp.1-44.
- 15) Wagenaar A. C., Salois M. J., Komro K. A. Effects of beverage alcohol price and tax levels on drinking: a meta-analysis of 1003 estimates from 112 studies // *Addiction*. 2009. No. 104(2).pp 179-190.
- 16) Yakovlev E. Demand for alcohol consumption in Russia and its implication for mortality//*American Economic Journal: Applied Economics*. 2018. No. 10(1). pp. 106-149.
- 17) WHO. Alcohol pricing in the WHO European region. Update report on the evidence and recommended policy actions. Copenhagen: World Health Organization, Regional Office for Europe. 2020.
- 18) «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом "Высшая школа экономики" и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. (Сайты обследования RLMS HSE: <http://www.hse.ru/rlms> и <https://rlms-hse.cpc.unc.edu>)».